

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP**

Heloisa Prates Pereira

A sedução do falso
Emergência e significação de falsos perfis
nos *websites* de redes sociais

DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

SÃO PAULO
2014

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Heloisa Prates Pereira

A sedução do falso
Emergência e significação de falsos perfis
nos *websites* de redes sociais

DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

Tese apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo como exigência parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Semiótica, sob a orientação do Prof. Dr. Eugênio Rondini Trivinho.

SÃO PAULO
2014

Banca Examinadora

Agradecimentos

Agradeço ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), que concedeu auxílio de Bolsa Integral ao desenvolvimento desta pesquisa de Doutorado, e à Coordenadoria de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES), pela Bolsa de Pesquisa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE). Agradeço à Northern Illinois University e ao Prof. Dr. David Gunkel, que me recebeu como sua *advisee* por um semestre e muito contribuiu para o aprofundamento de meus estudos. Agradeço ao meu orientador, Prof. Dr. Eugênio R. Trivinho pela atenção e carinho com que acompanhou todo o processo de desenvolvimento desta Tese de Doutorado, desde suas primeiras linhas. Aos colegas do CENCIB (Centro Interdisciplinar de Estudos em Ciberultura) e aos alunos do curso de *Redes sociais e os novos paradigmas da comunicação no ciberespaço*, ministrado na COGEAE/PUC-SP, minha gratidão pelas colaborações e pelas provocações que contribuíram para abrir horizontes. Aos amigos e familiares, agradeço o carinho e a compreensão nesses quatro anos. Agradeço especialmente ao meu companheiro Vinicius Prates, que enfrentou a meu lado os desafios dessa jornada.

Resumo

Esta pesquisa examina o estatuto e a significação dos falsos perfis criados por usuários em *websites* baseados em redes sociais. O objetivo principal da investigação foi compreender como esses perfis geram sentidos na comunicação tecnologicamente mediada. Ela foi realizada mediante revisão bibliográfica e análise semiótica. Sua fundamentação foram as teorias do discurso e da cibercultura, notadamente nas perspectivas de Ernesto Laclau, Chantal Mouffe, Slavoj Žižek, José Luiz Aidar Prado e Eugênio Trivinho, bem como a teoria da linguagem de Mikhail Bakhtin e a semiótica discursiva, com base em Algirdas J. Greimas. Com esteio nesta articulação teórica, compreende-se que há um discurso hegemônico sobre a cibercultura construído a partir da *fantasia ideológica* de que as conexões em rede são a base tecnológica para um mundo no qual serão superadas as coerções ao livre fluxo das significações, tornando possíveis todos os antagonismos. A análise se debruça sobre um *corpus* formado por seis casos de falsos perfis criados nos *sites* de redes sociais mais populares no Brasil – *Facebook* e *Twitter* –, que foram divididos em três eixos de manifestação: o *riso*, o *escárnio* e o *avesso*. A hipótese defendida é de que os falsos perfis do *avesso* desconstróem essa fantasia e expõem sua falta constitutiva. Os outros dois tipos, ligados aos eixos do *riso* e do *escárnio*, fetichizados, ocupam a posição de pontos nodais do discurso. Eles agem como dispositivos que atiram o sujeito para dentro da fantasia ideológica da cibercultura, seduzindo-o a buscar a satisfação de seus impulsos de conexão no ciberespaço. Os perfis do *riso* e do *escárnio* tamponam o furo deixado à mostra pelos perfis do *avesso*. Na ambiguidade do conceito de falso, os primeiros perfis se sobrepõem aos últimos. Assim, a fantasia de plenitude do discurso hegemônico da cibercultura se restabelece, reordenando as práticas sociais do presente pelo desmentido de sua falha constitutiva. Uma vez que a interação via *websites* e aplicativos de redes sociais tornou-se padrão de comportamento incontornável para a sociabilidade nos dias atuais e que, nesses contextos digitais, multiplicam-se os falsos perfis, a pesquisa pretende contribuir para a área de Comunicação e para o campo de estudos da cibercultura mediante proposição de avanços teóricos na compreensão deste fenômeno da comunicação social contemporânea.

Palavras-chave: cibercultura, redes sociais, discurso, semiótica discursiva, falsos perfis.

Abstract

This research examines the status and the significance of fake profiles created by users in websites based on social networks. The main objective of this investigation was to understand how these profiles generate meanings in technologically mediated communication. It was conducted through literature review and semiotic analysis. Its foundations were the theories of discourse and cyberculture, on the perspective of Ernesto Laclau, Chantal Mouffe, Slavoj Žižek, José Luiz Aídar Prado and Eugênio Trivinho, as long as Mikhail Bakhtin's theory of language and Algirdas J. Greimas's approach on the discursive semiotic. Underpinned by this theoretical articulation, we understand that there is an hegemonic discourse of cyberculture built from the *ideological fantasy* that network connections are the technological basis for a world in which the constraints to the free flow of significations will be overcome, turning compossible all the antagonisms. The analysis bends over a *corpus* composed of six cases of fake profiles created on the most popular social networking sites in Brazil – *Facebook* and *Twitter* –, which were divided into three axes of manifestation: the *laughter*, the *derision* and the *reverse*. The hypothesis advocated is that the fake profiles of the *reverse* deconstruct this fantasy and expose its constitutive lack. The other two types, linked to the axes of the *laughter* and the *derision*, fetishized, occupy the position of nodal points of the discourse. They act as dispositives that shoot the subject into the ideological fantasy of cyberculture, seducing him to seek the satisfaction of his impulses of connection in cyberspace. The profiles of the *laughter* and of the *derision* plug the hole rendered visible by the profiles of the *reverse*. Within the ambiguity of the concept of "fake", the first profiles overlap the last ones. Thus, the fantasy of plenitude of the hegemonic discourse of cyberculture is restored, reordering the social practices in the present by the denegation of its constitutive lack. Since the interaction via social networking websites and applications has become an unavoidable standard of behaving for nowadays sociability, and that into these digital contexts the fake profiles multiply themselves, the research aims to contribute to the Communication field and to the cyberculture studies by proposing theoretical advances in understanding this phenomenon of contemporary social communication.

Keywords: cyberculture, social networks, discourse, discursive semiotics, fake profiles.

Sumário

Introdução	15
1. Cibercultura	19
1.1. A metáfora da conexão global	20
1.2. Mergulhando no ciberespaço	25
1.3. Rumo às redes sociais	33
2. Em busca do falso	41
2.1. Entre algumas verdades	42
2.2. A revolução dos “inexistentes”	52
2.3. “Fakesters”, <i>fake</i> , <i>phony</i> , falso	57
2.4. Ser ou não ser falso	61
3. O riso	69
3.1. O burlesco	70
3.2. Colônia de Alfazema #AsNonnaPira	71
3.2.1. Estruturas discursivas	72
3.2.2. Estruturas semionarrativas	80
3.2.2.1. Nível narrativo	80
3.2.2.2. Nível fundamental	84
3.3. Ressurgindo das cinzas como uma Fênix linda e vermelha!	88
3.3.1. Estruturas discursivas	89
3.3.2. Estruturas semionarrativas	95
3.3.2.1. Nível narrativo	95
3.3.2.2. Nível fundamental	96
3.4. Os costumes, o poder e o riso	98
4. O escárnio	101
4.1. Levanta a cabeça, princesa... ..	102
4.1.1. Estruturas discursivas	103
4.1.2. Estruturas semionarrativas	106
4.1.2.1. Nível narrativo	106
4.1.2.2. Nível fundamental	107
4.2. #OrgulhodeserNordestino - vamos subir essa <i>tag</i>	109
4.2.1. Estruturas discursivas	110
4.2.2. Estruturas semionarrativas	114
4.2.2.1. Nível narrativo	115
4.2.2.2. Nível fundamental	118
4.3. Aldeias, comunidades e tribos	123

5. O avesso	127
5.1. Vírus detectado	131
5.2. Pedacos de código	133
5.3. Nada a declarar	135
5.4. Uma tela rasgada	141
5.5. A ambiguidade do falso	143
 Considerações finais	 149
 Referências bibliográficas	 153
 Anexos	 169
Anexo 1 – Nair Bello	171
Anexo 2 – Dilma Bolada	187
Anexo 3 – Samira Alves	197
Anexo 4 – Sophia Fernandes	203

Introdução

Em meio às inúmeras novidades mercadológicas voltadas à comunicação – *gadgets* ultramodernos com telas sensíveis, câmeras fotográficas de última geração e aplicativos que permitem aos usuários realizar atividades tão diversas quanto identificar uma constelação ou chamar um táxi –, frente à intensa conectividade dos *sites* e aplicativos baseados em redes sociais e em meio a tantos questionamentos por eles suscitados, esta pesquisa volta-se aos aparentemente triviais *falsos perfis*. Estes elementos, que podem ser relacionados ao riso, ao escárnio, à inversão dos sentidos no ciberespaço, são interferências mal-quistas por criadores, programadores e desenvolvedores desses sistemas. Por quê? O que têm eles de especial? Que sentidos eles produzem no ciberespaço? O que a interação com falsos perfis evidencia em relação à cibercultura?

Para responder a essas perguntas, faz-se necessário esclarecer o que se entende por cibercultura no contexto desta pesquisa. Desde antes do surgimento da Internet, já havia uma gama de posturas e expectativas em relação a um futuro no qual as conexões em rede, elevadas à escala global, libertariam a humanidade das coerções políticas, econômicas, étnico-raciais, morais etc. e permitiriam o livre fluxo das significações: todas as vozes e opiniões, todos os antagonismos se tornariam possíveis na rede, e a miríade de manifestações compostas pela diversidade do social seria a base para a construção de uma *aldeia global* (MCLUHAN, 1972), de uma *sociedade comunitária* (BELL, GRAUBARD, 1997) ou de uma *inteligência coletiva* (LÉVY, 1999), conforme propunham algumas metáforas bastante populares.

Essas palavras, descrições e predições em relação à tecnologia, registradas em publicações como o relatório da *Comissão para o ano 2000*, os livros do filósofo canadense Marshall McLuhan, os romances ciberpunk, revistas como *Mondo 2000* e *Wired*, entre diversos outros textos culturais, contribuíram para a construção de sentidos sobre aquilo que hoje é chamado de cibercultura. Mais do que meros portadores de informação, esses textos foram e ainda são agentes modalizadores, organizam relações sociais e articulam posições de sujeito. A cibercultura se constitui, assim, como um discurso, ou seja, uma forma de distribuição de poder na sociedade (FOUCAULT, 2006). O primeiro capítulo desta pesquisa dedica-se a compreender como tal discurso se organiza e se desenvolve a partir da década de 60, sua difusão nos anos 90 e sua apropriação pelos enunciadores dos *sites* de redes sociais no contemporâneo.

No segundo capítulo, concepções sobre a “verdade” e o “falso” mobilizadas por analistas simbólicos e usuários de equipamentos de comunicação digital são interpretadas a partir de suas fundamentações filosóficas. Sem a pretensão de discutir a essência de qualquer um destes conceitos, o objetivo desse resgate é embasar a discussão acerca das definições possíveis de falsos perfis nos *websites* de redes sociais e a distinção das convocações (PRADO, 2013) a partir das quais os enunciatários desses *sites* são induzidos a se integrar à rede – operações estas que criam um modelo de perfil adequado, aceito conforme o regime de verdade proposto nestes ambientes tecnológicos. Ao mesmo tempo em que circunscrevem *um* modo de participação na rede, os *sites* de redes sociais relegam os demais modelos à marginalidade, demarcando-os como falsos. Os *falsos perfis* analisados na pesquisa são definidos a partir dessa relação.

Traçado o campo de conflitos no qual os falsos perfis emergem e se articulam, cabe aos capítulos três, quatro e cinco a tarefa de análise de perfis encontrados nos *sites* de redes sociais. Considerando-os como atores sociais e políticos, esta etapa volta-se à compreensão de *como* eles atuam e produzem significações no ciberespaço. A hipótese defendida aqui é a de que eles são mais do que meros tagarelas no vucu-vucu comunicacional das redes. Os falsos perfis ora agem como um dispositivo que atrai o sujeito para dentro da *fantasia ideológica* (ŽIŽEK, 1996a; 1997; 2003) da cibercultura, ora desconstroem essa fantasia e expõem sua *falta constitutiva* (Ibid.). E, se são engendrados em processos tão díspares, os falsos perfis só podem sê-lo devido a sua diversidade e ambivalência.

Dado que não é possível analisar os falsos perfis a não ser a partir de suas manifestações linguísticas e de suas inter-relações, tanto com outros textos sociais, quanto com as correntes ideológicas nas quais se inserem (e as quais atualizam), utiliza-se, então,

uma metodologia que parte das diretrizes da semiótica discursiva com base Algirdas Greimas (1966, 1970, 1973, 1983) e busca introduzir alguns elementos da análise do discurso pós-estruturalista para a compreensão não apenas dos sentidos produzidos *no texto*, mas de como esses textos se inserem num *contexto* que os extrapola, cujas implicações políticas estão relacionadas à luta por hegemonia na produção dos sentidos da cibercultura e na articulação de suas práticas sociais.

O capítulo três volta-se àqueles perfis do *riso*, do burlesco, associados à festa, ao carnaval, à ironia; celebridades, personagens dos *media* ou da cultura popular, figuras históricas ou entidades abstratas são representadas às avessas, agindo de maneira contrária à imagem pública que se tem deles. Tais manifestações do riso contam com longa tradição: este enunciador irônico instaura-se no limiar entre a crítica social e o reforço da norma, como já ressaltou Bakhtin em seus estudos sobre a cultura popular na Idade Média e no Renascimento. Do ponto de vista da comunicação tecnológica, eles têm conquistado espaço, com caráter de exceção ou como uma “desobediência consentida”. *Websites* como *Facebook* e *Twitter* elaboram estratégias para mantê-los na rede, seja criando um modelo de cadastro especial, seja reconhecendo como “aceitáveis” os perfis que se identificam como sátiras ou *fake* em sua descrição autobiográfica.

O capítulo quatro investiga aqueles perfis falsos utilizados para escarnecer indivíduos comuns ou personalidades; como forma de denúncia ou crítica de um desvio moral, eles atribuem ao nome indicado no perfil um comportamento considerado desviante. Seu enunciador é acusador e expõe seu “acusado” a um júri popular formado por seus contatos, seguidores ou amigos – mas o pressuposto é a sentença já dada, a pessoa está condenada no ato da enunciação. Muito embora esse tipo de perfil ganhe ampla repercussão negativa nos *media* devido ao seu potencial de provocar exclusão social e danos psicológicos, a ridicularização do outro como forma de escárnio se relaciona com práticas sociais muito antigas como os *charivari* da Idade Média.

Finalmente, o capítulo cinco dedica-se àqueles perfis falsos do *avesso*, usados para distribuir vírus, *spams*, comercializar “seguidores”, entre outras práticas equivalentes. Estes perfis podem ou não construir enunciados coerentes, a depender de sua programação. Grande parte deles é gerada eletronicamente por robôs ou *bots*. Irrompendo como acidentes na comunicação digital, eles desconstroem a *fantasia ideológica* do ciberespaço, deixam à mostra o caráter contingente, sua materialidade, seu *furo constitutivo*, como se verá com apoio em Žižek, Laclau e Mouffe. Aquilo que parecia uma plena conexão, a vida recriada em versão digital, mostra-se então como uma complexa engenharia de *softwares* e *hardwares*, com seus

experts e *hackers*, algoritmos e programas inteligentes dos quais pouco ou nada se sabe e nos quais os usuários conectados, suas informações pessoais, suas alegrias e sofrimentos, suas “curtidas” e “compartilhamentos” são meros dígitos codificados que alimentam sistemas ditos “peritos”.

Esta pesquisa sobre os falsos perfis no ciberespaço, particularmente nos *sites* baseados em redes sociais, busca contribuir para a politização do debate sobre o ciberespaço e sobre a cibercultura. Ela se volta ao tensionamento dos discursos que articulam e sustentam as práticas digitais e à compreensão das disputas ideológicas em torno do futuro digital.

A comunicação tecnologicamente mediada e as características da cibercultura são temas enfáticos no percurso acadêmico desta pesquisadora. Esta Tese de Doutorado, cujo desenvolvimento contou com auxílio de Bolsa Integral do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e com Bolsa de Pesquisa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE) da Coordenadoria de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES), representa o desdobramento e aprofundamento de estudos realizados durante o Mestrado, igualmente no Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PEPGCOS/PUC-SP). Nesta etapa anterior, também efetuada com auxílio de Bolsa Integral do CNPq, os estudos culminaram na Dissertação *Tradição e cibercultura: a cultura gaúcha no ciberespaço*, orientada pelo Prof. Dr. Eugênio Rondini Trivinho e defendida em junho de 2008. Se, no Mestrado, a investigação focou os processos de identificação e pertencimento em ambientes presenciais (os Centros de Tradições Gaúchas) e virtuais (*sites* e comunidades criados nas plataformas digitais *Fotolog* e *Orkut*), na presente pesquisa, os estudos se voltam mais intensamente ao ciberespaço e às plataformas tecnológicas de relacionamento popularmente chamadas de *redes sociais*, e, neste ambiente, à emergência, à abrangência e aos impactos dos falsos perfis, um importante fenômeno da comunicação social contemporânea.

#1

Cibercultura

Publicações como o relatório da *Comissão para o ano 2000*, com contribuições de mais de 40 pesquisadores, bem como as obras de Marshall McLuhan, Joseph Licklider, entre outras publicações de cunho científico e político da década de 60, foram pioneiras na construção da imagem de computadores interconectados como um componente central na transmissão de informações – acesso a documentos, bibliotecas remotas, jornais e outras fontes de notícias – e nas interações sociais. Essas publicações, entretanto, não devem ser compreendidas apenas como portadoras de “informação”. Elas se destacam também como agentes modalizadores, que reiteram um discurso sobre a tecnologia, organizam relações sociais e articulam posições de sujeito. A partir da construção da Internet, esse discurso se disseminou para fora dos círculos especializados para, na década de 90, se estruturar em torno do significante “cibercultura”.

Este capítulo tem como objetivo o mapeamento do discurso da cibercultura e a investigação de sua posição, considerada hegemônica, num campo discursivo que se constitui em torno daquilo que Barbrook (2009) chama de *futuro imaginário*. A tarefa será dividida em três partes: uma explanação sobre os conceitos de discurso e de hegemonia que embasam a abordagem aqui proposta; uma análise de como esse discurso se organiza e se desenvolve entre a década de 60 e os anos 90, quando se torna amplamente difundido; e uma reflexão sobre a relação entre esse discurso e os *sites* de redes sociais que promovem a interação mediada por computadores no contemporâneo.

1.1. A metáfora da conexão global

As teorias discursivas¹, em suas diferentes vertentes, partem do pressuposto de que palavras encarnam uma forma de distribuição de poder na sociedade. Os discursos antagonistas enfrentam-se para impor seus sentidos específicos a palavras em disputa numa determinada conformação social. Ou, de acordo com Foucault (2006, p. 10): “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar”.

Em sintonia com Laclau e Mouffe (2004), pode-se afirmar que discursos constituem e organizam relações sociais. Essa perspectiva é compartilhada por várias correntes da análise do discurso, especialmente aquelas influenciadas por Foucault (2002, 2005, 2006) e Althusser (2001). Discurso, por conseguinte, é prática, visto que as ações empreendidas por pessoas ou grupos são ações significativas (LACLAU; MOUFFE, 2004).

Metáforas como a comunidade virtual, a aldeia global ou a inteligência coletiva articularam – e ainda articulam – práticas sociais. A noção de uma cultura cibernética resultante da comunicação em rede, na qual indivíduos pudessem projetar-se, construir conhecimento, se comunicar mais efetivamente do que face a face, como aventado pelos pesquisadores da década de 60, orientou o desenvolvimento de equipamentos que permitissem sua realização, da mesma maneira que a noção de que as pessoas querem (ou deveriam querer) estar conectadas o tempo todo, em qualquer lugar, orienta o desenvolvimento de *gadgets* portáteis e móveis. Mais do que isso, o discurso da cibercultura articula também modos de ser e estar no mundo, performando sujeitos.

Judith Butler (1993) explica que a *performance* de um sujeito que “assume” um determinado discurso não é um conjunto de ações, elaborações, procedimentos e significações realizados em conformidade com esse discurso; pelo contrário, é um conjunto de ações mobilizadas pelo efeito normativo desse discurso, que se liga à acumulação e à dissimulação das referências a ele. “A performatividade não é, portanto, um 'ato' singular, pois ela é sempre uma reiteração de uma norma ou conjunto de normas, e na medida em que adquire um status de modo de agir no presente, ela oculta ou dissimula as convenções das quais é uma repetição” (Ibid., p. 12, t.n.²). O sujeito conectado, criativo, interativo apontado como modelo de sucesso da cibercultura é, ele também, construído discursivamente.

1 As teorias chamadas discursivas são aquelas que se preocupam com a compreensão e análise de discursos, da palavra em movimento, a prática da linguagem.

2 Sempre que se fizer necessário utilizar a expressão “tradução nossa”, ela aparecerá de maneira abreviada, como “t.n.”.

O discurso da cibercultura começa a se estruturar a partir da ideia de uma rede tecnológica de comunicação e informação, na década de 60. Em 1965, a *American Academy of Arts and Sciences* criou a *Comissão para o Ano 2000*, uma equipe multidisciplinar de intelectuais liderados por Daniel Bell, dedicados a identificar “transformações estruturais” na sociedade (BELL, GRAUBARD, 1997), num exercício de futurologia. Analisando o trabalho da comissão, Barbrook (2009, p. 202) afirma que “a inovação tecnológica forneceu o ponto de partida para a questão da comissão sobre a forma das coisas por vir”. Os computadores figuram com destaque nos relatórios publicados pela primeira vez em 1967 e várias vezes reeditado:

O impacto do computador vai ser vasto. Nós provavelmente veremos um sistema nacional de informação-computação-utilitários, com dezenas de milhares de terminais em casas e escritórios “enganchados” em computadores centrais gigantes que fornecerão bibliotecas e serviços de informação, serviços de encomendas, faturamentos e pagamentos, e assim por diante. Mas, ainda que as consequências sociais e econômicas sejam enormes, o efeito será maior na estrutura da vida intelectual e no caráter das organizações, do que no dia-a-dia das pessoas. (BELL, GRAUBARD, 1997, p. 4, t.n.).

Nas projeções da comissão, as tecnologias cibernéticas, aliadas às transformações econômicas que levariam os Estados Unidos ao pós-fordismo, reconfigurariam a produção de conhecimento e as formas de administração da sociedade estadunidense. Para os pesquisadores, o mais importante naquele momento não era prever quais *gadgets* seriam utilizados na conexão com o “sistema nacional” de informação e computação, e sim que tipos de arranjos sociais poderiam lidar adequadamente com os desafios do futuro: “Cada vez mais estamos nos tornando uma 'sociedade comunitária', em que o setor público passa a ter uma visibilidade muito maior do que a que ele tem no mercado impessoal; diferentes grupos vão se enfrentar mais diretamente na busca por vantagens ou na tentativa de resistir às mudanças na sociedade” (Ibid., p. 6-7, t.n.).

O modelo informático que inspirou na *Comissão para o ano 2000* a imagem de um centro com computadores gigantes, que forneceriam informações aos terminais instalados em casas e escritórios, vem das estruturas *time-sharing* ou multitarefas, cujo desenvolvimento deve muito a Joseph C. R. Licklider. Essas máquinas com múltiplos terminais ligados a um *mainframe* (um servidor principal) funcionavam alternando diferentes processos em alta velocidade – quase imperceptível para os usuários – permitindo a execução de diferentes tarefas e a interação simultânea. Licklider, conhecido por suas pesquisas sobre o relacionamento homem-máquina (para efeitos de inserção de dados, programação,

retroalimentação etc.), foi convidado em 1962 a juntar-se à *Advanced Research Projects Agency* (ARPA), ligada ao Departamento de Defesa dos Estados Unidos, para criar e administrar um programa de financiamento à pesquisa em computação por meio do qual liderou o caminho para o desenvolvimento do *time-sharing* comercial, no final dos anos 60, e para a comunicação em rede em meados dos 70.

O entusiasmo de Licklider após participar de uma reunião no Instituto de Pesquisa de Stanford na qual todos os participantes interagiam por meio de computadores *time-sharing* permitiu que o pesquisador antevisse a importância da utilização dessas máquinas conectadas para a comunicação em grupos (LICKLIDER; TAYLOR 1990). O artigo *The computer as a communication device*, publicado em 1968, é considerado um marco na definição das funções sociais às quais o computador passaria a ser associado nos anos seguintes. O artigo inspirou não apenas a utilização de computadores para este fim, mas também a pesquisa sobre a comunicação mediada por computadores.

Em poucos anos, homens serão capazes de se comunicar mais efetivamente através de máquinas do que face a face. [...] Nós queremos enfatizar algo além de sua transferência [de dados] unidirecional: a importância crescente da união construtiva, o aspecto de reforço mútuo da comunicação – a parte que transcende o “agora ambos sabemos um fato que apenas um de nós sabia antes”. Quando mentes interagem, novas ideias emergem. Nós queremos falar sobre o aspecto criativo da comunicação. (Ibid., 1990, p. 21, t.n.).

A comunicação mediada por computadores contribuía para a formatação das previsões, enfatizando não a transmissão, mas a produção de conhecimento de forma conjunta. Na mesma época, o filósofo canadense Marshall McLuhan trabalhava na definição do conceito que se transformou na principal metáfora do futuro, na qual se podia reconhecer as promessas e as expectativas eufóricas alimentadas pelo desenvolvimento tecnológico: a aldeia global. Em sua primeira formulação, a aldeia global não era pensada como um lugar de uniformidade e tranquilidade. Na obra *A galáxia de Gutenberg*, de 1962, esse conceito é definido como uma dinâmica por vezes problemática:

A nova interdependência eletrônica recria o mundo à imagem de uma aldeia global [...] A exteriorização de nossos sentidos cria o que Chardin chama a “noosfera”, ou seja, o cérebro tecnológico do mundo. Ao invés de transformar-se em uma vasta biblioteca alexandrina, o mundo converteu-se num computador, num cérebro eletrônico, exatamente como numa peça infantil de ficção científica. E como nossos sentidos saíram para fora de nós, o Grande Irmão entrou, tomando-lhes o lugar. Deste modo, a menos que tenhamos consciência dessa dinâmica, entraremos numa fase de terror e pânico, perfeitamente característica de um pequeno mundo ressonante de tambores tribais, de total interdependência e de forçada coexistência. (MCLUHAN, 1972, p. 50).

Na obra seguinte, *Os meios de comunicação como extensões do homem*, de 1964, a descrição dessa nova fase da humanidade ganha contornos alvissareiros. McLuhan não utiliza o termo aldeia global; afirma, porém, que o processo de automação, proporcionado pela união dos computadores, da energia elétrica e das telecomunicações, “estabelece uma rede global que tem muito do caráter de nosso sistema nervoso central” (MCLUHAN, 1969, p. 390). Essa rede constituiria um campo unificado da experiência, “uma unidade orgânica de interprocessos” que colocaria em contato toda a humanidade.

Depois de três mil anos de explosão, graças às tecnologias fragmentárias e mecânicas, o mundo ocidental está implodindo. Durante as idades mecânicas projetamos nossos corpos no espaço. Hoje, depois de mais de um século de tecnologia elétrica, projetamos nosso próprio sistema nervoso central num abraço global, abolindo tempo e espaço (pelo menos naquilo que concerne ao nosso planeta). Estamos nos aproximando rapidamente da fase final das extensões do homem: a simulação tecnológica da consciência, pela qual o processo criativo do conhecimento se estenderá coletiva e corporativamente a toda a sociedade humana, tal como já se fez com nossos sentidos e nossos nervos através dos diversos meios e veículos. (MCLUHAN, 1969, p. 17).

Com a eletricidade e a automação, a tecnologia dos processos fragmentados de repente fundiu-se com o diálogo humano e com a necessidade de levar-se em consideração integral a unidade humana. De repente, os homens passaram a ser nômades à cata de conhecimentos – nômades como nunca, informados como nunca, livres como nunca do especialismo fragmentário, mas envolvidos como nunca no processo social total. (Ibid., p. 401-402).

O entusiasmo com o computador e com a possibilidade de convergência deste com diferentes equipamentos (a televisão, o telefone, o fac-símile) em uma rede internacional contribuíram para uma revisão das ideologias sociais a partir do determinismo tecnológico, construindo um *futuro imaginário* (BARBROOK, 2009): as profecias sobre a rede mundial, a inteligência artificial, a aldeia global, tiveram o dom de distorcer o tempo, fazendo com que a tecnologia se tornasse importante não por aquilo que era capaz de fazer no presente, e sim por aquilo que prometia fazer no futuro, com seus modelos mais avançados. As falhas do presente foram ressignificadas a partir da projeção do futuro, passaram a ser vistas como contingenciais, como uma etapa provisória para a realização do futuro conectado, colaborativo e livre das “amarras” que ainda existiam no presente. “O presente é compreendido como o futuro embrionário e o futuro ilumina o potencial do presente. [...] O presente já contém o futuro, e esse futuro explica o presente. O que é agora é o que será um dia.” (BARBROOK, 2009, p. 36-37).

As previsões de McLuhan sobre o poder transformador da rede encontraram ressonância entre os intelectuais da *Comissão para o ano 2000* e entre os pesquisadores da ARPA. A crença no avanço tecnológico como motor da história levaria-os a um importante

objetivo: “o remodelamento do sistema social” (Ibid., p. 206). Compreender e liderar as transformações sociais do próximo milênio (ou os arranjos sociais para lidar com os desafios futuros, conforme os relatórios) eram parte da tarefa da *Comissão para o ano 2000*. Para viabilizar a criação do cérebro eletrônico, a rede internacional de conexões que transformaria o mundo numa aldeia global ou numa sociedade comunitária, os esforços e recursos deveriam ser investidos no desenvolvimento de formas de comunicação mediada por computadores.

Antes de a Internet existir, um discurso sobre seus efeitos e importância social já vinha se desenhando. “Em 1966, três anos antes dos cientistas da UCLA, do Instituto de Pesquisa de Stanford, da UCSB e da Universidade de Utah conectarem seus primeiros quatro servidores entre si, a Comissão Bell³ convenceu-se de que a chegada da utopia da Rede era iminente” (Ibid., p. 206). Os avanços tecnológicos, segundo essas previsões, transformariam radicalmente o local de trabalho e a administração das empresas, além de ter efeitos culturais e sociais. Os jornais eletrônicos elaborados de acordo com preferências pessoais suplantariam os *media* de massa, homogeneizados e unidirecionais. Os cursos *online* estenderiam os alcances de escolas e universidades, os referendos instantâneos na rede seriam um dínamo para a democracia. “Justamente como McLuhan previra, as limitações do industrialismo estavam prestes a ser superadas pelas maravilhosas tecnologias da sociedade da informação”, analisa Barbrook (Ibidem), “melhor ainda, assim como [Daniel] Bell enfatizou em seu sumário presidencial sobre os achados da comissão, os Estados Unidos dos anos 1960 já entravam nesse futuro pós-capitalista”.

O investimento de valor na tecnologia – e, especialmente, nas tecnologias de comunicação em rede – contribuiu, segundo Barbrook, para a construção de um futuro imaginário durante a Guerra Fria no qual os impasses sociais do modelo capitalista-industrial dos Estados Unidos pudessem ser resolvidos por uma via diferente daquela proposta pelo comunismo. “Que o presente estadunidense era superior ao russo era relativamente fácil provar. Bem mais difícil era prever, a partir da batalha ideológica, qual superpotência seria dona do futuro.” (Ibid., p. 194). Apropriando-se da metáfora da aldeia global de McLuhan, intelectuais e políticos ocidentais alinhados ao projeto de vencer essa batalha ideológica sem recorrer ao poderio militar (aos quais Barbrook chama de Esquerda da Guerra Fria), entre os quais muitos integrantes da *Comissão para o ano 2000*, elaboraram sua proposta de futuro.

A Esquerda da Guerra Fria exigia uma reposição de terceira via para o prognóstico de Marx da libertação proletária. Felizmente, para a Comissão Bell, eles foram

3 Barbrook utiliza a expressão “Comissão Bell”, em alusão a Daniel Bell, para referir-se à *Comissão para o ano 2000*.

capazes de achar o que procuravam exatamente no livro de Marshall McLuhan, *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Assim como Marx, esse profeta também previu que o próximo estágio da modernidade varreria para longe as manifestações mais desagradáveis do capitalismo: rivalidades nacionais, exploração industrial e alienação social. Assim como no comunismo do proletariado, paz, prosperidade e harmonia reinariam na aldeia global. O que fez McLuhan tão mais atrativo do que Marx para a Esquerda da Guerra Fria foi que a mensagem desse oráculo era o determinismo tecnológico. (Ibid., p. 204).

Para Laclau e Mouffe (2004), os discursos ambicionam (ou prometem) uma sutura da sociedade, uma totalização impossível, já que há uma assimetria “entre uma crescente proliferação de diferenças – entre um excesso de sentido do social – por um lado, e, por outro, as dificuldades que encontra toda prática que tenta fixar essas diferenças como momentos de uma estrutura articulatória estável” (Ibid., p. 133). Os discursos de um campo, cada qual propondo a normatização da sociedade a sua maneira, se dispõem como antagonistas numa disputa por hegemonia. A batalha ideológica pelo futuro imaginário, descrita por Barbrook (2009), é o campo no qual o discurso da cibercultura se estrutura durante a Guerra Fria e no qual se torna hegemônico após a década de 90.

O que está em disputa num campo discursivo é a estabilização de ponto nodais, *significantes vazios* (LACLAU, 1996) capazes de articular o maior número de elementos possível numa rede de equivalências simbólicas, anulando diferenças e alicerçando disposições sociais concretas. Laclau sugere uma situação hipotética de extrema desorganização social para explicar esse processo: nessa situação as pessoas precisam de uma *ordem*, mas o termo ordem não tem um significado particular, “porque só existe nas várias formas em que é efetivamente realizado” (Ibid., p. 44). Entretanto, numa situação de desordem radical, a ordem sempre está “presente” como uma falta, ou como o significante de uma ausência – por isso um significante vazio. Diferentes forças políticas podem, assim, empreender esforços, apresentando maneiras de preencher a falta. Conquistar a hegemonia num campo discursivo é realizar este preenchimento – ação empreendida pelo discurso da cibercultura, que sobredetermina o significante vazio do futuro com o desenvolvimento da rede e a sacração da metáfora da aldeia global como articuladora de toda a humanidade.

1.2. Mergulhando no ciberespaço

A Internet, rede formada por dispositivos digitais conectados entre si, surge a partir de pesquisas financiadas pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos no final dos

anos 60. Seu acesso inicial era restrito a pesquisadores de poucas universidades. Simultaneamente, grupos de pesquisa e entusiastas da tecnologia construíram, também, redes alternativas e ferramentas de interação coletiva como as listas de discussão e os *Bulletin Board Systems* (BBS).

Experiências pioneiras fomentaram na rede uma cultura de compartilhamento e colaboração que já existia nos círculos acadêmicos e que, em certa medida, era necessária para o desenvolvimento da própria rede de conexão entre grupos de pesquisa de diferentes localidades. Allucquere R. Stone (1999) comenta que já havia BBS em 1975, mas eram programas primitivos: em alguns casos os usuários precisavam buscar as mensagens de seu interesse a partir de listas em ordem alfabética, em outros podiam simplesmente ler as mensagens na ordem em que chegavam. Esses programas eram geralmente distribuídos como *shareware*: “parte da ética visionária inicial das comunidades virtuais eletrônicas. A ideia de *shareware* [...] era que o computador era um ponto de passagem para fazer circular conceitos de comunidade” (Ibid., p. 271-272, t.n.).

As comunidades formadas em torno dos BBS eram anônimas, embora muitos de seus participantes se conhecessem previamente. Mesmo os que não se conheciam, porém, compartilhavam algumas referências em relação à tecnologia: uma era o entusiasmo com as novidades tecnológicas (que, afinal, estavam ajudando a construir), outra era um imaginário “nerd” que Stone sintetiza a partir do filme *Star Wars* (1977), de George Lucas: “[ele] incorporava os temas do transformativismo tecnológico, da Força difusa e pervasiva, daquilo que Vivian Sobchack já denominou ‘a vinda do infinito progresso humano e tecnológico’” (STONE, 1999, p. 273, t.n.).

A interação mediada por computadores transformou-se na marca da democracia no ambiente digital, pois permitia que os estigmas sociais sobre o corpo fossem suspensos por algum tempo e colocava todos os falantes de uma “sala de bate-papo” em situação de igualdade. Acreditava-se que a identidade, uma vez entendida como arbitrária e construída, estava agora aberta à experimentação, à novidade, ao colocar-se no lugar do outro. Stone (1995, p. 180, t.n.) pontuava, nos anos 90, que “no ciberespaço um corpo transgênero é um corpo natural. As redes são o espaço da transformação, fábricas da identidade nas quais os corpos são máquinas significantes, e o transgênero – identidade como performance [...] – é o estado fundamental”. Sherry Turkle (1997, p. 263, t.n.) alegava que “as experiências na Internet nos ajudam a desenvolver modelos de bem-estar psicológicos que são pós-modernos de maneira significativa: eles admitem multiplicidade e flexibilidade. Eles são conscientes da natureza construída da realidade, do eu e do outro”. Mark Dery (1994, p. 3, t.n.) assumia que

“*online*, usuários podem navegar livres de construções biológicas e socioculturais, ao menos na medida em que sua utilização idiossincrática da linguagem não os marque como brancos, negros, com formação universitária, como alguém que abandonou a escola”.

Em julho de 1993, a revista semanal norte-americana *The New Yorker* publicou aquele que viria a se tornar o *cartoon* mais reproduzido de sua história. Criado por Peter Steiner, o desenho mostra dois cães “conversando” num escritório, um sentado em frente ao computador, outro a observá-lo, com a legenda “na Internet, ninguém sabe que você é um cão”. Indício das preocupações e expectativas suscitadas pela comunicação digital naquele momento, o desenho inspirou diversas interpretações e análises acerca de temas como identidade e privacidade. Turkle (1997, p. 12, t.n.) relacionava o *cartoon* de Steiner aos *Multi User Dungeons* (MUDs) e seu potencial como laboratórios de experimentação de identidades: “O anonimato dos MUDs – qualquer um é conhecido no MUD apenas pelos caracteres de seu apelido – dá às pessoas a chance de experimentar múltiplos e frequentemente inexplorados aspectos de si, de brincar com sua identidade e de tentar outras, novas.” Barry Wellman e Milena Giulia (1999, p. 184, t.n.), em estudo sobre as comunidades virtuais, também fazem referência ao *cartoon* para enfatizar as características da comunicação interpessoal *online*. “Essa falta de envolvimento físico pode proporcionar aos participantes mais controle sobre o momento e o conteúdo de suas auto-revelações. Isso permite que as relações se desenvolvam com base em interesses compartilhados, ao invés de serem atrofiadas logo de início por diferenças de *status* social”.

Paulatinamente, porém, as benesses do anonimato passaram a receber questionamentos. Um episódio sobre o ComuniTree BBS, descrito ironicamente por Stone (1999), é rico em referências. Em 1982, o governo americano entrou em acordo com a Apple substituindo parte dos pagamentos de impostos da empresa por doações de computadores a escolas públicas. Alguns desses computadores possuíam *modems* e propiciaram o acesso de estudantes adolescentes à rede e aos BBS. Em pouco tempo, as conferências – como eram chamadas essas interações por seus participantes – foram invadidas por usuários estranhos, alheios àquele imaginário que inspirava os grupos fundadores da comunidade:

Os estudantes, de início majoritariamente meninos com as propensões linguísticas de machos púberes, descobriram o número de telefone da ComuniTree e não perderam tempo para se conectar às conferências. Eles pareceram não se inspirar com clima relativamente intelectual e espiritualizado dos debates em curso, e passaram a expressar sua insatisfação de maneira apropriada a sua idade, sexo e habilidades linguísticas. Em pouco tempo a Tree estava atolada de mensagens obscenas e escatológicas. (Ibid., p. 273, t.n.).

O ComuniTree não contava com recursos para monitorar usuários, nem para eliminar as mensagens indesejadas, nem com estrutura tecnológica robusta o suficiente para dar conta do volume de informação que passou a receber. A cada um ou dois dias, o sistema precisava ser filtrado e restabelecido, processo que levava horas. Jovens *hackers* também encontravam uma ocupação nos BBS: eles dedicavam-se a encontrar erros de comando que pudessem derrubar os sistemas. Além de não poder impedi-los (quando descoberta a invasão, geralmente era tarde demais), os operadores do sistema também não tinham tempo de salvar as informações das conferências em curso e o sistema era restabelecido a partir de *backups* defasados em relação ao momento da queda. “Em poucos meses, a Tree terminou, ferida de morte por aquilo que um dos participantes descreveu como ‘consequências da liberdade de expressão’”, comenta Stone (Ibid., p. 274, t.n.). A experiência do ComuniTree serviu de inspiração para diversos outros BBS, elaborados com algumas alterações em relação ao modelo de funcionamento anterior. Os operadores tinham agora ferramentas para monitorar e deletar participantes considerados problemáticos e também para remover mensagens dos quadros de recados. Stone (Ibid., p. 274, t.n.) anuncia que “a era da vigilância e do controle social chegaram para a comunidade virtual eletrônica”. Para os criadores desses sistemas a aldeia global, como toda aldeia, precisava de regras.

Gestada pela parceria acadêmico-militar, a Internet reuniu culturas opostas em sua elaboração – de um lado, a obsessão pelo controle, de outro, a cultura do compartilhamento no melhor estilo *peer-review*. Mas, tão logo percebida como uma ideia viável, a rede digital recebeu também os aportes, o interesse e as expectativas da iniciativa privada. IBM, Xerox, Apple, Windows, entre outras corporações, envolveram-se no desenvolvimento de protocolos, *softwares*, *modems*, computadores e demais invenções que o novo meio demandava. O capitalismo informacional (CASTELLS, 1996), reconfiguração econômica que abandonou as organizações administrativas piramidais e abraçou a flexibilidade das redes, se estruturava em sintonia com os avanços tecnológicos do fim do século XX.

As experiências com BBS tais como o ComuniTree e o Usenet, e outras práticas alternativas como os MUDs e *Internet Chat Relays* (IRC) eram as formas de interação mais difundidas no início dos anos 90 – a *World Wide Web* como modelo de navegação se popularizou, de fato, somente após o desenvolvimento dos primeiros navegadores gráficos, NCSA Mosaic (1993), Netscape Navigator (1994) e Internet Explorer (1995), que lhe permitiram ultrapassar as paredes universitárias e se tornar acessível para um público mais amplo. Essas iniciativas pioneiras não tinham valor comercial, mas serviram de modelo para os primeiros serviços (pagos ou não) oferecidos por empresas aos usuários da rede de

computadores.

As mesmo tempo em que a rede, a comunicação mediada por computadores e a criação de “comunidades” *online* se desenvolviam do ponto de vista tecnológico, o imaginário em torno delas também se adensava: a conexão ganhou ares de descorporificação, misticismo e magia. Erick Davis (1994) analisa a contribuição da literatura *ciberpunk* para a construção de uma noção de espaço informacional que, em muitos aspectos, reitera o determinismo tecnológico-digital:

Muito além de Palo Alto e do MIT, nas margens e nas redes, fantasmas pairam sobre o processamento de informação mediado tecnologicamente que cada vez mais constitui nossa experiência. Hoje, há tanta pressão sobre a “informação” - a palavra, o espaço conceitual, mas também seu próprio material – que ela explode em energia, atraindo para si mitologias, metafísicas, toques de magia arcana. (Ibid., p. 30, t.n.).

Davis destaca a importância de três ambientes fantásticos na articulação de pessoas e propostas em torno da tecnologia: o “ciberespaço”, de William Gibson, o “Outro Plano”, de Vernor Vinge, e a noção mística de “VALIS” (Sistema de Vasta e Ativa Inteligência Viva), de Philip K. Dick.

O primeiro deles surge no romance *Neuromancer*, de 1984. O termo “ciberespaço” era a designação do ambiente alegórico acessado pela conexão *online*. Seu protagonista é Case, um *cowboy* (entenda-se *hacker*) suicida, envenenado por uma microtoxina viciante, que vive num mundo escuro e sombrio dominado por mega-corporações. Case é impedido, por causa da microtoxina em seu corpo, de conectar-se à matriz tecnológica que dá acesso ao ciberespaço, uma espécie de alucinação coletiva da humanidade. Segundo Davis, “o trabalho de Gibson efetivamente criou um espaço social, organizando os desejos e intuições de pessoas atuando em campos largamente díspares como jornalismo, direito, *media*, cultura psicodélica e ciências da computação” (Ibid., p. 30, t.n.). Essa “fantasia da informação” adentrou a prática social, contribuindo para que a interação por computador fosse discursivizada como um encontro em um “espaço paralelo” criado tecnologicamente, e também para performar a experiência do sujeito conectado como um êxtase viciante.

No romance *True Names*, de 1981, Vernor Vinge descreve o “Outro Plano”. Por meio de interfaces chamadas “portais”, Sr. Slippery e outros personagens podem acessar um “espaço de dados” cujo ambiente é um mundo mágico, com elfos e cavaleiros, feitiços, castelos, reencarnações e uma floresta densa onde todos facilmente se perdem. Nessa alegoria, há uma ênfase na criptografia. “No outro plano, o poder não é o conhecimento – o poder é

código. [...] Quando o Sr. Slippery acessa pela primeira vez o outro plano, ele certifica-se de que suas rotinas de criptografia estão encobrindo seu rastro.” (Ibid., p. 40, t.n.). Para Vinge, o código mais secreto do Outro Plano é o “nome verdadeiro” (*true name*) de alguém – máxima que se materializa nas práticas de *cyberpunks*, criadores de sistemas de roteamento de sinal e máscaras de protocolos de conexão para garantir que seu tráfego *online* seja indetectável.

O romance “VALIS” também é de 1981. O título é um acrônimo de Sistema de Vasta e Ativa Inteligência Viva e, para Philip K. Dick, “inteligência viva” e “informação viva” não eram apenas metáforas. “Segundo um depoimento tardio de Dick, ver um *ictus*, ícone cristão em forma de peixe, no colar uma mulher de um serviço de entrega à domicílio 'acionou' o influxo de uma mente racional e benigna” (Ibid., p. 52, t.n.); esse influxo teria ligado o escritor, por telepatia, a um cristão da Roma antiga, numa hierofania que lhe deu acesso a informações privilegiadas sobre o mundo. O VALIS é comparado pelo escritor a um sistema de inteligência artificial ou a um mega-computador. Esse ente demiúrgico tem a capacidade de criar mundos falsos, pseudo mundos fabricados e entregues diretamente na cabeça dos indivíduos. O mundo fenomênico seria um holograma que os seres humanos “processam” em suas mentes. Para Davis, “como demonstrado pela natureza ilusória e demoníaca de seus mundos ficcionais constantemente implodindo, Dick transforma o pessimismo gnóstico em uma arma cética exercida a partir das simulações insondáveis da hiper-realidade de Baudrillard” (Ibid., p. 53, t.n.).

O desfecho dessa espiral de enganações e falsidades é apocalíptico (e transpassa outras obras do escritor, indo além do romance citado). Processar e decodificar são mais do que “ler”, significam ser infectado pelo código, e VALIS pode ser entendido como um vírus que se replica “não por meio de informação, nem na informação, mas como informação” (DICK, 1981, p. 231, t.n.), até uma infecção final e total, criando seres “homoplasmados”. Esse romance e muitas das ideias de Philip K. Dick encontraram abrigo na cultura da Nova Era e influenciaram o discurso tecnológico que se disseminou com a cibercultura.

Elementos da Nova Era são abundantes na cultura pós-1960 da *Bay Area*, que lançou as bases para muito do que chamamos de cibercultura. A espiritualidade psicodélica do tipo faça-você-mesmo alimenta diretamente os elementos mais utópicos dessa subcultura do norte da Califórnia, de *designers* de realidade virtual, artistas e programadores de computador, cujos fóruns de debate incluem *The Whole Earth Review*, *Mondo 2000*, e *WELL* (um boletim eletrônico com base em Sausalito, que serve como um colóquio para habitantes da cibercultura). Para muitas dessas pessoas, os computadores são os mais recentes e estão entre as maiores ferramentas disponíveis para a conquista da meta de Aquário: a expansão da consciência por qualquer meio necessário. (DAVIS, 1993, p. 53, t.n.).

A crença mística na conexão em rede reiterava a inescapabilidade de um futuro cibercultural no qual toda a humanidade estaria conectada e habitaria o espaço paralelo de informação e comunicação chamado ciberespaço. Ao mesmo tempo, as experiências pioneiras de comunicação interativa em rede eram uma “amostra” daquilo que seria a aldeia global no futuro. Na década de 90, o discurso da cibercultura era vivido como a realidade em “versão *beta*”, e as pessoas já conectadas eram vistas como privilegiados colaboradores na construção da grande comunidade mundial.

Pierre Lévy, em *Cibercultura* (publicado em 1997 na França, 1999 no Brasil) oferece descrições que em muito remetem à extensão das capacidades cognitivas do homem aventadas por McLuhan. A reivindicação de “acesso para todos”, segundo o autor, seria a evidência prática de que “a participação nesse [ciber]espaço assinala um direito, e que sua construção se parece com uma espécie de imperativo moral” (1999, p. 119). O ciberespaço permitiria o contato tecnológico de qualquer ser humano com qualquer outro, a comunicação de membros de uma comunidade entre si e também das comunidades entre elas, suprimiria os monopólios de difusão e transformaria cada um em emissor de mensagens:

É fato que esse novo universal contém uma forte dose de global e de planetário, mas não fica limitado a isso. O “universal por contato” ainda é um universal, no sentido mais profundo, *porque ele é indissociável da ideia de humanidade*. Mesmo os mais ferozes detratores do ciberespaço homenageiam essa dimensão ao lamentar, com razão, que a maioria das pessoas se encontre excluída dele, ou que a África tenha uma presença tão pequena. (Ibidem, grifo do autor).

A cibercultura é apontada pelo autor como uma terceira etapa da evolução humana – sendo a primeira etapa composta pelas sociedades comunitárias de cultura oral, que viviam numa totalidade mas não eram universais; e a segunda as sociedades da escrita que fizeram surgir um universal totalizante (Ibid., p. 248) – na qual há universalidade pelo contato de todos com todos, mas dissolve-se a totalidade, a imposição de sentidos ou interpretações dominantes. A diversidade presente no ciberespaço colocaria infinitas vozes e interpretações sobre um tema em situação de embate. O surgimento de técnicas e tecnologias de comunicação como a fala, a escrita e a comunicação mediada por computadores são colocados, assim, no papel de agentes desencadeadores das transformações históricas.

A nova etapa, capaz de criar uma única comunidade mundial, pode ser vista como uma apropriação das metáforas da aldeia global de MacLuhan e da sociedade comunitária da

4 A versão *beta* é a versão de um *software* que ainda se encontra em fase de desenvolvimento, mas é disponibilizada para que os usuários possam testar e eventualmente, reportar problemas para os desenvolvedores.

Comissão para o ano 2000, agora investidas em novos termos como cibercultura e inteligência coletiva:

[A cibercultura] corresponde ao momento em que nossa espécie, pela globalização econômica, pelo adensamento das redes de comunicação e de transporte, tende a formar uma única comunidade mundial, ainda que essa comunidade seja – e quanto! – desigual e conflitante. Única em seu gênero no reino animal, a humanidade reúne toda a sua espécie em uma única sociedade. [...] Eis o ciberespaço, a pululação de suas comunidades, a ramificação entrelaçada de suas obras, como se toda a memória dos homens se desdobrasse no instante: um imenso ato de inteligência coletiva sincrônica, convergindo para o presente, clarão silencioso, divergente, explodindo como uma ramificação de neurônios. (Ibid., p. 249-250).

O discurso da cibercultura, que recobre de sentido o futuro imaginário nos anos 90, pode ser encontrado em inúmeras publicações além das obras de Lévy. Há pesquisadores que, como Manuel Castells (2003, p. 226), analisam os desafios decorrentes do mundo em rede: “o primeiro é a própria liberdade. [...] À medida que a Internet se torna a infraestrutura onipresente de nossas vidas, a questão de quem possui e controla o acesso a ela dá lugar a uma batalha essencial pela liberdade”, salienta o autor na obra *A galáxia da Internet*. Outros analistas simbólicos da rede, como Marc Halévy (2010), dão à cibercultura ares revolucionários. Este autor pontua, em *A era do conhecimento*, que as transformações tecnológicas estariam levando a humanidade a uma revolução noética, capaz de criar um novo homem cujos saberes não se guiem pela “fé cega e ingênua” (Ibid., p. 162) nem na religião, nem na ciência, mas permitam a construção de uma nova forma de conhecimento para além da ciência. A tecnologia da comunicação em rede, mais uma vez, é vista como ferramenta *sine qua non* desse futuro:

A era noética e a sociedade do conhecimento são, antes de tudo, o lugar do avanço das tecnologias da informação em todas as suas formas, em grande parte ainda desconhecidas e por inventar. O acesso à informação e à transmissão da informação serão – ou já são – prioridades absolutas, tanto em quantidade (grandes volumes [transmitidos] em grande velocidade) quanto em qualidade (bons motores de busca para chegar à informação certa, bons sites para difundir boas criações). Isso significa que a infraestrutura essencial de amanhã será o conjunto de redes de alta velocidade que deve cobrir a Terra, como uma imensa “teia de aranha” (esse é o sentido da palavra inglesa *web*). Essa teia é a infraestrutura básica em que a noosfera se enxertará e se desenvolverá. (Ibid., p. 315).

A cibercultura como discurso hegemônico, a partir do imperativo tecnológico, passa a articular práticas sociais e performar sujeitos criativos, conectados e interativos, qualidades requeridas para aqueles que quisessem superar os desafios do novo modelo de mundo.

1.3. Rumo às redes sociais

Desde os anos 90, as práticas da comunicação digital se transformaram. *Designs* intuitivos, ferramentas interativas, experiência personalizada via reconhecimento do usuário – o que implica no monitoramento de dados de navegações – e inúmeros *websites* cujo acesso é controlado mediante cadastro, *logins* e senhas transformaram o *cartoon* de Steiner em objeto de recordação, lembrança de um tempo em que a Internet era uma espécie de Velho Oeste digital.

No final da década de 90, BBS, IRC, salas de bate-papo e outros sistemas de interação baseados no anonimato forma sendo substituídos, nas práticas cotidianas, por sistemas individualizados de trocas de mensagens como ICQ e Windows Messenger. No primeiro caso, o usuário era identificado por um número; no segundo, um cadastro mais detalhado exigia campos como “nome” e “sobrenome”, além do “nome de usuário”.

O desejo de conversar com pessoas conhecidas não é suficiente para explicar a mudança de modelo, já que telas privadas para conversação individual também eram possíveis em sistemas como o IRC. A virada do milênio marca um amadurecimento do capitalismo informacional. Após uma onda de intensas valorizações fomentadas nos anos anteriores, diversas empresas relacionadas às tecnologias digitais enfrentaram problemas financeiros, insolvência ou falência no ano 2000. Foi um período de descrédito dos mercados internacionais em relação ao modelo de negócios proposto na Internet. Essa crise de confiança ficou conhecida como “bolha das pontocom”.

No explodir da bolha especulativa em 2001, essa fábula de reluzente otimismo perdeu seu principal público. [...] O ciclo de negócios ainda regulava a economia. Com o terrorismo jihadi e as aventuras do império em todas as manchetes, os novos meios de comunicação pareciam-se muito com algo do século passado. Contudo, essa baixa foi temporária. Com mais pessoas conectadas e as velocidades de conexão cada vez mais rápidas, a confiança retornou aos poucos ao setor das novas mídias. Em meados dos anos 2000, as ações ponto com eram mais uma vez negociadas a preços altos nas bolsas de valores. (BARBROOK, 2009, p. 36).

Após a crise, algumas características dos sistemas tecnológicos ganham proeminência: a elaboração de complexas bases de dados sobre o comportamento dos usuários, as pesquisas de tendências de mercado e o marketing social emergem com base para a saúde financeira de empresas digitais. Alinhados a essas tendências, os *sites* de redes sociais se popularizam e dão impulso ao novo modelo de negócios.

O surgimento desses *sites* deve muito aos sociólogos e antropólogos das décadas

de 50 e 60, época na qual o conceito de redes sociais se difundiu nos estudos acadêmicos. O pioneirismo na utilização do termo é creditado ao antropólogo inglês John A. Barnes, em pesquisas sobre comunidades tradicionais de ilhas de pescadores da Noruega. Segundo Barnes (1954, p. 43, t.n.):

Cada indivíduo gera seu próprio grupo de relações de parentesco e, em geral, o grupo que ele e seus irmãos estabelecem não é o mesmo que aquele estabelecido por qualquer outra pessoa. Cada pessoa, por sua vez, está em contato com um número de outras pessoas, e algumas destas estão diretamente em contato entre si e outras não. Da mesma forma, cada pessoa tem um número de amigos, e seus amigos têm seus próprios amigos; alguns dos amigos de uma pessoa se conhecem entre si, outros não. Eu acho conveniente chamarmos um campo social deste tipo de rede [*network*]. A imagem que tenho em mente é de um grupo de pontos unidos por linhas. Os pontos da imagem são pessoas ou, em alguns casos, grupos, e as linhas indicam quais pessoas interagem com quais outras.

Pouco tempo depois, em 1957, a antropóloga e psicóloga Elizabeth Bott começa a se destacar pelos resultados de suas pesquisas sobre estrutura familiar e relações sociais utilizando conceitos e metodologias de estudos de redes sociais. Os estudos dos anos 50 e 60 viam as redes sociais a partir de concepções bastante abrangentes: investigavam, sobretudo, estruturas de parentesco, redes de solidariedade, configurações de hierarquia, relações entre membros de comunidades, grupos, tribos e instituições.

Um importante intercâmbio se estabelece entre os trabalhos ingleses e os norte-americanos, fazendo confluir os conceitos de grafos sociais e sociogramas sugeridos décadas antes pelo psicólogo Jacob Moreno (1933) e seus seguidores com o novo conceito de redes sociais cunhado por Barnes. Em 1959, os matemáticos Paul Erdős e Alfred Rényi investigam a formação dessas redes, apresentando um modelo randômico que, por algum tempo, serviu de base para diversas pesquisas de cunho social e psicológico. Em 1967, a publicação do artigo *The small world problem*, de Stanley Milgram, revisa este conceito, obtendo grande repercussão no meio intelectual; seus desdobramentos, anos mais tarde, consolidam-se como a grande inspiração para o primeiro *site* baseado em redes sociais criado na *web*⁵.

O ponto de partida do estudo de Milgram era a hipótese de que a sociedade é um conjunto densamente conectado. A distância social entre as pessoas seria, portanto, menor do que poderia parecer à primeira vista. Medindo essa distância em graus de separação (número de pessoas necessárias para mediar uma relação entre dois indivíduos quaisquer), Milgram elaborou uma investigação empírica para calcular o “diâmetro social” da sociedade

5 Diversos autores relatam a importância de Jacob Moreno na formulação dos primeiros estudos de redes sociais, dentre os quais se pode citar Wasserman e Faust (1994) e Freeman (2004). As pesquisas de Erdős e Rényi, assim como as de Milgram, são também bastante referenciadas, especialmente por autores como Duncan Watts (2009), Albert-Láslo Barabási (2009) e Recuero (2009), disponíveis em português.

americana. Sua experiência baseava-se no envio de correspondências: 160 voluntários deveriam fazer chegar um envelope para dois destinatários finais, indicados por Milgram. Se não os conhecessem (conhecer significava ter-se encontrado presencialmente com eles pelo menos uma vez e saber seu primeiro nome), deveriam enviar o envelope a alguém que eles acreditavam que pudesse conhecê-los, ou que estaria mais perto disso. Os resultados desta investigação empírica levaram-no ao número de 5,5 intermediários em média (BARABÁSI, 2009, p. 26). A pesquisa se popularizou, inspirando, em 1991, a peça teatral *Six Degrees of Separation*, de John Guare, transformada em filme em 1993. Embora Milgram jamais tenha utilizado a expressão “seis graus de separação” (BLASS, 2004), esta foi a maneira pela qual seus experimentos tornaram-se mundialmente conhecidos.

Em 1997, um entusiasta da comunicação mediada por computador, Andrew Weinreich, decide testar os “seis graus de separação” em uma plataforma digital na qual os usuários elaboravam perfis e conectavam-se com outros usuários por meio de *hyperlinks*, criando uma estrutura parecida com as redes sociais propostas por Milgram. No site *SixDegrees*, era possível saber a quantos graus (ou *links*) de separação de um perfil estava qualquer outro perfil elaborado na mesma plataforma.

Considerado o primeiro *site* de rede social, o *SixDegrees* conseguiu reunir diversas ferramentas disponíveis na *web* em torno de uma nova lógica de funcionamento:

SixDegrees.com permitia aos usuários criar perfis, listar seus amigos e, a partir de 1998, navegar pelas listas de amigos de seus amigos. Cada uma dessas características existia de alguma forma antes do *SixDegrees*, certamente. Os perfis existiam na grande maioria de *sites* de encontros e em muitos *sites* de comunidades. AIM e ICQ permitiam a criação de listas de amigos, embora os amigos não fossem visíveis para outros amigos. *Classmates.com* permitia que as pessoas se filiassem a suas escolas e colégios e navegassem nas redes de afiliados, mas os usuários não podiam criar perfis ou listar seus amigos até anos depois. *SixDegrees* foi o primeiro a combinar essas características. (BOYD e ELLISON, 2007, *online*, t.n.).

O detalhamento da descrição deve-se ao fato de que essas três características – criação de perfis, listagem de contatos e navegação pelas listas de contatos de seus contatos em maior ou menor grau de separação – se tornaram os traços definidores de *sites* e plataformas considerados “de redes sociais” – ou seja, aqueles que mapeiam os laços sociais de seus usuários e constroem *hyperlinks* a partir das conexões entre perfis. Ainda que o *SixDegrees* tenha se difundido nos anos seguintes e conquistado um milhão de usuários em seu apogeu, as dificuldades tecnológicas para a manutenção do *site* com alto volume de tráfego e a inexistência de meios de arrecadação de fundos contribuíram para que ele saísse do ar em 2000.

Nos anos seguintes, diversas empresas retomaram a ideia de Weinreich e passaram a criar suas próprias plataformas de relacionamento baseadas na criação de redes sociais digitais, tais como *LiveJournal* e *AsianAvenue*, de 1999, *MiGente*, de 2000, *Cyworld* e *Ryze*, de 2001, *Friendster*, de 2002, *LinkedIn* e *MySpace*, de 2003, *Orkut* e *Facebook*, de 2004, e *Twitter*, de 2006.

O primeiro caso de grande popularidade entre essas redes foi o *Friendster*, lançado inicialmente como um *website* para encontros românticos. Seu criador, Jonathan Abrams, costumava contar em entrevistas que imaginou o *site* após o rompimento de uma relação afetiva de dois anos. Como seus amigos utilizavam *sites* de encontro da Internet para conhecer mulheres, ele tentou essa opção, mas logo desistiu por acreditar que o sistema parecia muito “randômico e anônimo” (apud ANDERSON, 2003). Abrams queria projetar uma plataforma que se parecesse com a “vida real”, na qual seus amigos lhe apresentavam pessoas solteiras – por isso, o modelo das “redes sociais” lhe parecia interessante. Em junho de 2002 ele lançou uma versão para amigos; pouco depois lançou uma versão *beta*, ainda em fase de testes, mas aberta ao público.

A divulgação boca-a-boca deu impulso inicial à plataforma, mas seu rápido crescimento logo ganhou visibilidade nos *media* tradicionais, atraindo a atenção de jovens e adultos de diversas regiões dos EUA. Em junho de 2003, a *Time Magazine* anunciava em nota que “se você é uma mulher negra solteira ou um homem branco divorciado procurando por amor mas acredita que o namoro *online* é muito assustador, Friendster.com vai acalmar seus medos. O *site* permite que você encontre possíveis companheiros exclusivamente por intermédio de seus amigos” (TESORIERO, 2003, *online*, t.n.).

A estrutura tecnológica do *Friendster* permitia que cada usuário navegasse pelos perfis de seus amigos e dos amigos destes em até quatro graus de separação (amigos dos amigos dos amigos dos amigos), o que poderia parecer pouco para novos usuários, pessoas com poucas conexões ou aqueles interessados em “conhecer desconhecidos”. No intuito de ampliar suas redes de conexão, muitos usuários vinculavam-se, então, aos “fakesters”.

Os “fakesters” incluíam personagens, celebridades, objetos, ícones, instituições e idéias. Por exemplo, Homer Simpson tinha um perfil, bem como Jesus e a Universidade de Brown. Ao conectar pessoas com interesses ou afiliações comuns, os Fakesters davam suporte à rede de contatos entre indivíduos que compartilhavam opiniões e gostos. Como brincar e conectar pessoas eram os principais incentivos da criação de muitos “fakesters”, eles aceitavam de bom grado todos e quaisquer amigos. Da mesma forma, as pessoas que queriam ter acesso a mais pessoas se conectavam aos “fakesters”. (BOYD, 2006, p. 6, t.n.).

Os “fakesters” tornaram-se, paulatinamente, centros de conexão. Associar-se a eles ampliava a rede de conexões dos usuários, além de, em muitos casos, oferecer pistas sobre gostos ou interesses dos criadores de um perfil. O perfil “Burning Man” conectava milhares de participantes do festival homônimo, realizado anualmente no deserto de Nevada (EUA), enquanto que o perfil “Ali G”, baseado em um personagem ficcional interpretado pelo comediante britânico Sacha Baron Cohen, reunia usuário que se identificavam com a contracultura americana (da qual o comediante era um ícone bastante popular na época). Katharine Mieszkowski, repórter do periódico digital *Salon.com* registra as expectativas de usuários em relação aos “fakesters”:

“Quanto maior sua rede, mais pessoas você pode conhecer. E o ponto principal é que você quer mais pessoas na sua rede,” diz Michelle Cohen, *web-producer* do iVillage, que tem Esquilo Bêbado entre seus “friendsters”. [...] “Os falsos personagens realmente motivaram as pessoas. Ele [o Friendster] se tornou muito engraçado e divertido. Você queria ver qual seria a novidade,” diz Danah Boyd⁶, estudante de pós-graduação da Escola de Gestão de Informação e Sistemas da U.C. Berkeley, que escreve o *blog* Connected Selves. “Infelizmente, eu não acho que Jonathan [Abrams, criador da plataforma] goste do sabor que está sendo dado ao sistema”. (MIESZKOWSKI, 2003, *online*, t.n.)

A multiplicação dos “fakesters” no *Friendster* teve impacto na dinâmica de funcionamento do sistema e na forma como se estabeleciam as conexões entre usuários. Embora não houvesse informações sobre o número de perfis “falsos” registrados no *site*, era fácil encontrá-los em qualquer lugar. “Há pelos menos uma dúzia de Mortes e mais de 50 Jesuses. Há Harold, e também Maude. Anna Wintour e Snoop Dog estão lá. [...] Na semana em que as tropas americanas derrubaram Uday e Qusay Hussein, suas macabras faces mortas apareceram juntas como um perfil do Friendster”, descreve a repórter Lessley Anderson (2003, *online*, t.n.), do periódico *San Francisco Weekly*.

A experiência do *Friendster* contribuiu para que os *sites* de redes sociais fossem elencados ao *status* de principal forma de interação da rede mundial de computadores. Depois dele, sistemas como *MySpace*, *Orkut*, *Facebook* e *Twitter* alcançaram grande popularidade e tornaram-se norteadores das práticas de muitos usuários no ciberespaço.

Do ponto de vista da comunicação interpessoal, o *Facebook*, em sua página de boas vindas, oferece a seus usuários a oportunidade de se conectarem “com quem é importante em sua vida” (FACEBOOK, 2014a), enquanto o *Twitter* diz que, além de seus

6 Danah Boyd, citada aqui como estudante de pós-graduação, tornou-se posteriormente pesquisadora nas áreas de comunicação digital e relacionamentos tecnologicamente mediados. Por descreverem o desenvolvimento dessas plataformas e oferecerem diversos registros históricos, seus trabalhos também são apontados como referências nesta pesquisa.

amigos, você encontrará nesse *website* outras pessoas “fascinantes” (TWITTER, 2014a).

Os *sites* de redes sociais logo atraíram, também, a atenção de empresas que buscavam maneiras de se destacar no ciberespaço. Guias para que o usuário individual ou empresarial possa obter máximo proveito desses *sites* começaram a se disseminar nas livrarias. Entre as obras populares, Joey Bernal (2009) explicita com exemplos como as empresas podem implantar e administrar seus sistemas de redes sociais em *Web 2.0 and social networking for enterprises*. Debra e Brad Schepp (2009) descrevem a mais nova maneira de conseguir bons empregos em *How to find a job on LinkedIn, Facebook, Twitter, MySpace and other social networks*, cuja sinopse avisa:

Classificados estão for a de moda. É hora de se conectar! Encontrar o emprego dos seus sonhos à moda antiga não simplesmente não vai mais acontecer. Se você quer bom salário, ótimos benefícios, e muita satisfação com sua carreira, você deve começar a fazer *networking* social. *How to find a Job on LinkedIn, Facebook, Twitter, MySpace and other social networks* ajuda você a obter todas as vantagens do leque de oportunidades encontrado nos *sites* mais populares. (Ibid.; t.n.)

Em *Get rich with Twitter*, Dennis L. Prince (2010) afirma que “os clientes de hoje não têm paciência para campanhas de marketing prolixas; o que eles querem é informação útil e engajada – em 140 caracteres ou menos”. *Arrase nas redes sociais*, livro de Ramon Tessmann (2013), por sua vez, é anunciado com alerta na capa: “não deixe seu concorrente ler este livro antes do que você”. A contracapa de *Facebook, Twitter et les autres...* (FAYON; BALAGUE, 2012, t.n.) informa que “se o *Facebook* e *Twitter* tornaram-se incontornáveis, novos atores como *Google+*, *Foursquare* ou *Pinterest* também podem conquistar esse posto”, por isso é preciso que profissionais fiquem atentos aos exemplos e às dicas dos especialistas.

Alçados ao posto de incontornáveis, fundamentais, necessários, os *sites* de redes sociais se transformaram nas ferramentas que promovem o encontro de pessoas com seus amigos e familiares, de trabalhadores com seus empregos, de empresas com seus clientes, de consumidores com os melhores produtos e as melhores promoções. Mais uma vez, o discurso da cibercultura se dissemina amplamente – as ferramentas de interação desenvolvidas por esses *sites* são apontadas como soluções mágicas, capazes de transformar a vida pessoal e profissional de pessoas de todo o mundo. Nas redes sociais digitais, a humanidade é reunida numa grande comunidade virtual e as possibilidades se multiplicam. Quanto mais aplicativos e ferramentas são desenvolvidos para a interação, mais vantagens os usuários podem obter em suas vidas cotidianas. Quanto mais informados sobre as melhores táticas de interação nesses *sites* – por meio dos livros, *sites* e *blogs* que oferecem dicas de sucesso –, mais completa pode

ser sua experiência de conexão ao ciberespaço.

Os *sites* de redes sociais reiteram, à sua maneira, o discurso da cibercultura: a construção de uma grande comunidade global na qual o conhecimento, a criatividade e as possibilidades de cada pessoa possam ser expandidos numa teia de conexão universal. Aqueles que ainda não criaram seus perfis nesses *sites* logo serão integrados – do ponto de vista do discurso hegemônico, a integração total do planeta é questão de tempo. Enquanto isso, os conectados usufruem das benesses da configuração tecnológica atual, ainda imperfeita, mas com a promessa de aprimoramento constante até a realização do futuro imaginário tecnológico.

#2

Em busca do falso

Em maio de 2003, os perfis públicos de “Ali G” e “Burning Man” foram eliminados do *site* de redes sociais mais popular dos Estados Unidos da América àquela época, o *Friendster*. Com mais de 10 mil amigos cada um, esses perfis eram os nós mais conectados de uma rede de 1 milhão de usuários aproximadamente. As desapareições repentinas tiveram grande impacto, pois imediatamente reduziram o número de conexões de todos os seus “friendsters” – termo utilizado naquele ambiente para denominar o laço social⁷.

Nos meses seguintes, milhares de perfis considerados falsos pelos programadores do *Friendster* – os “fakesters” – tiveram esta mesma sorte. A exclusão sumária de perfis, que ganhou a alcunha de *Genocídio Fakester* e motivou diversas reações favoráveis e desfavoráveis dos usuários, trouxe à tona uma série de discussões sobre propósitos, práticas, visões e expectativas que diferentes grupos alimentavam sobre as plataformas digitais de relacionamentos. Afinal, as redes sociais baseadas nessas plataformas seriam uma recriação da “vida real”? Haveria autenticidade nos perfis pessoais? Que tipo de relacionamentos fomentava-se ali?

O *Friendster* pode ser considerado um divisor de águas na história dos *sites* de redes sociais. A popularidade que conquistou e as polêmicas nas quais esteve envolvido contribuíram para a problematização de perfis e identidades, cujas definições como “reais”, “virtuais”, “verdadeiros” ou “falsos” diferiam a partir dos pontos de vista de profissionais de informática e grupos de usuários favoráveis ou desfavoráveis aos “fakesters”. Mais do que uma rixa tecnológica, este episódio pode ser compreendido como um embate entre diferentes

⁷ Esse episódio é descrito em reportagens e artigos da época (BELOEIL, 2003; O'SHEA, 2003; MIESZKOWSKI, 2003; ANDERSON, 2003), bem como em alguns trabalhos acadêmicos que buscam compreender as práticas sociais nas plataformas digitais de relacionamentos (BOYD, 2006; HUANG, 2009).

concepções do “falso” e, portanto, entre diferentes conceitos de “verdade”. A partir do *Genocídio Fakester* e sua repercussão, este capítulo tem como objetivo investigar o que são os perfis falsos na comunicação digital.

2.1. Entre algumas verdades

As discussões sobre a interação social mediada por computadores e sobre os *sites* de redes sociais recaem frequentemente na questão do “real” e do “verdadeiro”. Numa investigação sobre os avatares, David Gunkel (2010, p. 129, t.n.) aborda competentemente essa questão e lembra que “quando as coisas no ambiente virtual ficam confusas ou excessivamente complicadas, tanto seus advogados quanto seus críticos apelam com frequência ao mundo relativamente seguro e bem-definido que hoje é chamado, em um curioso recurso retórico, gesto discursivo, de 'realidade real' [em oposição à realidade virtual].” Faz-se necessário, portanto, uma análise sobre quais concepções do real, da verdade e do falso vem sendo mobilizadas pelos estudiosos e pelos usuários da comunicação digital. Sem a pretensão de desvendar a natureza ou a essência da verdade, uma compreensão mais detalhada sobre esse conceito é oportuna para embasar a discussão sobre a construção de perfis no ciberespaço.

O perfil verdadeiro, quando entendido como aquele que encontra correspondência com um real externo, é legitimado pela prova “material” do mundo. Em grande medida, tal concepção da verdade permeia toda a história da filosofia, em linha com um pensamento metafísico cujas origens encontram-se na Grécia Antiga e que ganhou amplitude com as obras de Aristóteles e seus seguidores.

Essa concepção da verdade tem por base uma correção, uma correspondência entre as “medidas” e a coisa medida (HEIDEGGER, 2012b, p. 111) e torna-se dominante no imaginário ocidental. Entretanto, filósofos como Detienne (1988) e Heidegger (2012a, 2012b) afirmam que esta não é a primeira concepção de verdade a emergir entre os gregos. Ao resgatar os “mestres da verdade”, Detienne destaca o sentido mágico-religioso ao qual se relacionava ἁ-λήθεια⁸ no ofício dos poetas:

Funcionário da soberania ou louvador da nobreza guerreira, o poeta é sempre um “Mestre da Verdade”. Sua “Verdade” é uma “Verdade” fundamental, diferente da

8 *Alétheia*, no grego antigo, era compreendida como verdade, no sentido de realidade, memória, descoberta, desencobrimento, entre outros termos. Sua definição passou por diversos deslocamentos de sentido ao longo do tempo.

nossa concepção tradicional. Alétheia não é a concordância da proposição e de seu objeto, nem a concordância de um juízo com os outros juízos; ela não se opõe à ‘mentira’; não há o “verdadeiro” frente ao “falso”. A única oposição significativa é a de Alétheia a Léthe. Nesse nível de pensamento, se o poeta está verdadeiramente inspirado, se seu verbo se funda sobre um dom de vidência, sua palavra tende a se identificar com a “Verdade”. (DETIENNE, 1988, p. 23).

Para Heidegger, a verdade como correção, além de posterior, sequer estaria relacionada ao que ele entende como essência da verdade. Filósofos pré-socráticos, como Parmênides e Heráclito, conceberiam a verdade de outro modo: como uma forma de descoberta, de desencobrimento, aquilo que se põe e se deixa ver – em grego antigo, ἀλήθεια. Este conceito grego relacionava-se àquilo que não está encoberto, escondido. Cabe ressaltar que este conceito apresenta-se como negativo, conforme demarca o prefixo “a”, e se contrapõe, também neste caso, ao termo λήθη⁹. Em diversas interpretações, λήθη é traduzido como esquecimento, o que possibilita uma compreensão de ἀλήθεια não apenas como desencobrimento e verdade, mas também como aquilo que não se deixa esquecer, que se faz presente.

O embate entre essas duas concepções de verdade – como desvelamento e como correspondência – se apresenta, de maneira decisiva, nos diálogos de Platão (HEIDEGGER, 2012b). A alegoria da caverna (*A República*, livro VII) e *Teeteto* fornecem subsídios para a compreensão da verdade a partir de uma analogia com a faculdade da visão. O prisioneiro liberto das sombras, conforme descreve Platão, pode então ver as coisas do mundo¹⁰; mas “para o ato de ver, a fim de se realizar, deve haver uma possibilidade e faculdade. Deve dar-se algo que possibilite o ato em seu exercício e realização” (Ibid., p. 205). Tanto a visão quanto aquilo que permite a algo tornar-se visível devem ser regidos por uma mesma essência. Heidegger sinaliza que esta potência do visível coloca-se sob regência da luz.

Essa visão e o ato de ver que permite ao homem o conhecimento do mundo, entretanto, estão além daquilo que lhe chega através dos olhos. Os olhos apreendem luz e sombra, e um espectro de cores – também elas efeitos da luz. Mas a visão das formas e das coisas envolve todos os sentidos e a capacidade de perceber a diferença entre as coisas: perceber que há um pássaro no galho de uma árvore relaciona-se com a capacidade de diferenciar pássaro de galho, de árvore, de céu e de todos os demais elementos visíveis na paisagem. Para Heidegger (2012b), essa experiência, inferida a partir do diálogo de Platão,

9 *Léthe*, no grego antigo, é usualmente traduzido como esquecer. Na mitologia grega, *Lethé* é um dos rios de Hades e todas as almas que bebem de suas águas são acometidas de um completo esquecimento de todos os fatos de suas vidas pregressas.

10 Para uma leitura completa da alegoria da caverna, ver Platão (2012). Na obra *Ser e Verdade*, Heidegger (2012b) também transcreve o diálogo completo entre Sócrates e Glauco, oferecendo ao leitor sua tradução e interpretação particular da obra.

consiste em uma compreensão perceptiva das ideias (νοεῖν¹¹):

Trata-se de um *ver* todo próprio e característico, que se distingue da experiência das coisas. As coisas não vêm ao encontro, elas nos vêm de encontro, elas nos são dadas. Na *apreensão das ideias*, não se trata de encontrar e descobrir alguma coisa que se dá e acontece em algum lugar. As ideias só *são* ideias *na* visão e *por* uma *visão* (*Erblicken*) que instala e cria o visível, trata-se de um *ver criativo* todo próprio. Esta visão e este *ver* não é um olhar vidrado, mas um *ver* que *propicia* e *cria* o que vê (*Erblicken, Erschaffen*). (Ibid., p. 180, grifo do autor).

Assim como a luz é o que permite e dá condições à visão, a verdade (ἀ-λήθεια) é o que permite e dá condições à apreensão das ideias. Verdade é, portanto, um conceito aberto, cujo sentido liga-se à percepção inteligível do mundo. É uma visão criadora. Mas a *visão* do mundo não encerra a alegoria de Platão: para que o processo se complete, é preciso que o prisioneiro volte à caverna, agora em condições de compreender o que via e o que os outros aprisionados veem. “Só agora, com base no retorno, é que se torna possível a *distinção entre ser e aparência*. Somente agora abre-se a distinção entre *desencobrimento e ideia*, face ao *encoberto*”. (HEIDEGGER, Ibid., p. 196).

A não-verdade, o encoberto ou a aparência, para Heidegger, pertencem também à essência da verdade, mas não constituem uma negação ou um erro. O encoberto é um não-saber, um mistério, que pode ser entendido como “(1) não ter conhecimento ou (2) não ter nenhuma conexão possível” (Ibid., p. 196). Encoberto (λήθε) é diferente de falso (ψεῦδος¹²).

Entre os gregos, a verdade, conceito negativo, é uma luta, um ataque contra a não-verdade, o encoberto, o esquecimento. Já o falso, este tem uma regência e um significado outros: girar, rodar, distorcer. “Tal é o significado básico da palavra grega ψεῦδος: girar e rodar a coisa de tal maneira que não se veja como é que ela é propriamente. ψεῦδος é o que distorce e desvia.” (Ibid., p. 234).

O termo grego ψεῦδος pode ser melhor compreendido a partir da palavra *pseudônimo*, existente e dicionarizada em língua portuguesa. Composto por ψεῦδος (falso) e ὄνομα¹³ (nome), sua primeira definição é “nome adotado por alguém para encobrir seu nome verdadeiro” (HOUAISS; VILLAR, 2009a). Diversos poetas e literatos são conhecidos por seus pseudônimos, como Lewis Carrol ou Pablo Neruda (que posteriormente adotou seu pseudônimo como nome legal), outros são famosos por contarem com pseudônimos variados,

11 O verbo *noeîn*, cuja substantivação é *nóos*, é frequentemente traduzido como entender/entendimento. Sua interpretação pode recobrir, porém, uma extensa gama de significados que vão desde a apreensão do sensível e inteligível até as ideias de pensamento lógico ou, simplesmente, pensar.

12 *Pseudos* era entendido como cifrado, torcido, distorcido no grego antigo; seu sentido se transformou ao longo do tempo, passando a significar falso, errado.

13 *Onoma*, cuja tradução é nome. Também pode ser traduzido, de maneira figurada, como a manifestação ou revelação das características de alguém ou algo.

como Fernando Pessoa, que era também Ricardo Reis, Alberto Caeiro e Álvaro de Campos – cada um deles dotado de uma biografia e uma personalidade próprias, criadores de obras com características distintas. Nem estes pseudônimos, menos ainda as obras por eles publicadas, são considerados “falsos”, nem significa que o nome não lhes corresponda. O fato da autoria, entretanto, embaralha-se e se desvia, se distorce, se deixa encobrir – a obra dirige-se ao leitor a partir daquele que é o próprio pseudônimo.

Paulatinamente, tanto o sentido de ἀλήθεια quanto o de ψεῦδος passaram por deslizamentos, transformações. Detienne (1988, p. 53-54) aponta para uma secularização da memória, influenciada principalmente pelas práticas institucionais de tipo político e jurídico, nos séculos VI e VII a.C.: “é na vida social que se constroem, ao mesmo tempo, o quadro conceitual e as técnicas mentais que favorecem o advento do pensamento racional”. Heidegger (2012b) também registra, em seus termos, esse processo de deslocamento semântico:

Este significado de ψεῦδος sofreu, na história de seu uso, mais uma evolução. Ψεῦδος significa: o que está virado para o homem e sua percepção, mas de tal maneira que não apenas o que está atrás se encobre, mas o faz de modo que parece haver algo escondido por detrás, quando, no fundo, não há nada por trás. (Ibid., p. 235).

Para a compreensão do movimento que levou o ocidente a opor ἀλήθεια a ψεῦδος, algumas pistas podem ser encontradas no *Teeteto* (PLATÃO, 2007), diálogo sobre o que é o saber, o conhecimento (ἐπιστήμη¹⁴). A concepção platônica de verdade (ἀλήθεια) é aprofundada e confrontada com seus limites e contrários. Participam da discussão Sócrates, Teodoro, Teeteto, Terpsion e Euclides. Sob questionamento de Sócrates, o conhecimento é descrito por Teeteto (Ibid., p.56), primeiramente, como percepção (αἴσθησις¹⁵), mas tal concepção é refutada por Sócrates; por conseguinte, Teodoro sugere (Idem, p. 87) que o conhecimento é uma visão sobre algo, um aspecto ou opinião (δοξάζειν, δόξα¹⁶) – coloca-se, então, a questão das falsas opiniões, de visões erradas ou crenças (ψεῦδής δόξα¹⁷).

Heidegger assinala a dupla significação da δόξα, que é ao mesmo tempo uma visão, um perfil, algo que é percebido, e também opinião, “o *parecer* de alguém sobre alguma

14 *Epistême*, traduzida como saber, sabedoria ou ciência.

15 *Aesthesis* no grego antigo era compreendida como a consciência de um estímulo ainda não elaborada, uma percepção sensória, estímulo sensório; é traduzida geralmente como percepção.

16 *Doxanein/doxa* podem ser entendidos como uma forma de ver/visão, uma crença ou saber; também como um parecer ou forma de julgar/opinião. Entre os séculos III e I a.C., os termos ganharam uma nova significação a partir das traduções de manuscritos hebraicos para o grego, passando a significar também glorificar/glória.

17 *Pseudo doxa*, ou crença/visão/julgamento falso.

coisa” (2012b, p. 254). Como essas duas significações atingem o objeto ao mesmo tempo – o que se mostra e o parecer do observador sobre o que se mostra – a questão da distorção, da aparência, se instaura no diálogo: aquilo que se mostra pode distorcer o que está por trás e o *parecer* pode “errar o alvo”, apoiando-se na *aparência* e não naquilo que *é*. “É porque a δόξα é a *visão* e traz consigo a possibilidade de provocar a *aparência*, é por isso que lhe pertence a distorção” (Ibid., p. 256). Tal concepção de ψευδος, a ψευδής δόξα, aproxima-se da ideia de não-verdade, demarcando um caminho de transformação em seu sentido.

Há uma longa investigação, no diálogo *Teeteto*, sobre o que é ou como pode ser uma falsa opinião, que conduz a uma constatação bastante particular: a da impossibilidade de sua existência. São apresentados três raciocínios que comprovam tal fato.

O primeiro é a impossibilidade de alguém conhecer e não conhecer algo ao mesmo tempo – se uma pessoa confunde Sócrates com Teeteto, não tem conhecimento de quem encontra; mas se não conhece Sócrates, ou se não conhece Teeteto, como poderia confundir Sócrates com Teeteto? Portanto esta pessoa precisaria conhecer e não conhecer Sócrates e Teeteto para emitir uma falsa opinião sobre quem encontra. “De fato, na medida em que todas as coisas nos são ou conhecidas ou desconhecidas, imagino que seja impossível formar opiniões fora do âmbito dessas alternativas, ao passo que no âmbito delas parece não haver lugar para a falsa opinião” (PLATÃO, 2007, p. 117).

O segundo raciocínio leva em conta a impossibilidade de algo *ser* e *não ser*. Se o falso é aquilo que *não é*, ele equipara-se a nada, e opiniões sobre nada não existem, todas as opiniões versam sobre algo que *é*. “Seria o caso de concluirmos que sustentar a falsa opinião é algo diferente de sustentar uma opinião *daquilo que não é*”, afirma Sócrates (Ibid., p. 118). Se neste caso não há falsa opinião, o terceiro raciocínio relaciona-se à troca de uma coisa por outra.

Dizemos que uma falsa opinião é uma espécie de opinião *intercambiada*, a qual ocorre quando alguém realiza uma troca em sua mente e declara que uma coisa existente é uma *outra* coisa existente. De fato, desse modo ele sempre sustenta uma opinião sobre *aquilo que é*, mas de uma coisa ao invés de outra. (Ibid., p. 119).

Essa possibilidade também é refutada, pois ninguém em seu juízo normal, afirma Sócrates, e nem mesmo fora de juízo, “atreveu-se a dizer seriamente a si mesmo, numa tentativa de se persuadir, que um boi é necessariamente um cavalo” (Ibid., p. 120), donde provém a conclusão de que, mesmo investigando diferentes possibilidades, “não descobrimos a existência de falsa opinião em nós nem por esse método nem pelos anteriores”, advoga Sócrates (Ibid., p. 121).

Para a compreensão de como acontece uma falsa opinião, como algo pode *ser falso*, Platão investiga como os homens constroem seu conhecimento sobre as coisas. Duas analogias contribuem para o entendimento: um bloco de cera e um aviário de pombos selvagens. A cera é sensível às impressões do mundo, e as coisas ficam registradas nela; mesmo quando as coisas não estão mais presentes, suas marcas continuam no bloco de cera. Essa capacidade de tornar presente, de reter ou presentificar algo, é um dom conferido à alma humana por μνημοσύνη¹⁸, a mãe das musas, que personifica a memória. O aviário, por outro lado, pode ser visitado por diferentes espécies de pombos, e alguns podem ser capturados e presos em gaiolas e casinhas, outros podem chegar e partir. “A alma é um pombal em que entram, desde a primeira juventude, determinados pombos” comenta Heidegger (2012b, p. 267) em sua interpretação deste texto platônico. Estes pombos podem manter-se em grupos estáveis – o que permitiria uma relação de distinção entre estes e outros pombos – ou podem ir e vir em relações inconstantes. Pode ainda haver espécies de pombos que estão presentes em quaisquer grupos, como as representações e conceitos fundamentais para a determinação de toda e qualquer relação. Heidegger resume a analogia na conclusão de que “todo objeto é *um* objeto, mas todo objeto é sempre um *outro* objeto (cada um é diferente). Daí decorre: unidade, alteridade, diferença, pluralidade.” (Ibidem).

A partir desses dois exemplos, Heidegger delinea o conceito de falso, ou de falsa opinião (ψεῦδής δόξα) como equívoco ou confusão, como a não concordância entre uma ideia, um conteúdo, e aquilo que é visto. O falso, cujo modo de existência guardava uma autonomia em relação à verdade, coloca-se então em relação a ela como seu contrário, como o erro e a não correspondência entre a visão e a ideia. Se um observador confunde Teeteto com Sócrates, é porque alguém vem a seu encontro e ele o vê segundo a imagem que vem a seu encontro, mas, também, segundo Sócrates, num processo de retomada, de presentificação de uma visão bem-determinada que ele tem de Sócrates.

Assim, o ser humano se move na direção do que imediatamente lhe vem ao encontro, mas ao *mesmo tempo* também apreendendo a *área de conteúdo*, isto é, da experiência que antes já fez. Todo conhecimento possui este curioso *caráter duplo e dual*. A δόξα é tanto uma coisa como a outra; é, portanto, *ambas as coisas*. Ao ter a visão de algo, eu vejo o que encontro em determinado aspecto. Esta ambivalência de significação não se dá por acaso, mas *toda visão já se acha, em sua essência e modo de ser, bifurcada em si mesma*. [...] Ao trocar, dou na troca um objeto por outro; ao confundir, porém, eu retenho o objeto e o tomo junto com o outro. Ambos os objetos se mantêm juntos neste tipo particular e característico de apreensão. Pois bem, é esta

18 *Mnemosine*, na mitologia, era uma titânide, filha de Urano e Gaia, que personificava a memória e preservava os homens do esquecimento. Teve nove filhas, as musas Calíope (poesia épica), Clío (história), Érato (poesia romântica), Euterpe (música), Melpômene (tragédia), Polímnia (hinos), Terpsícore (dança), Tália (comédia) e Urânia (astronomia). São descritas pelos textos do poeta Hesíodo, em especial sua *Theogonia* (em grego, Θεογονία).

bifurcação que constitui a estrutura fundamental da δόξα; é ela que possibilita em si que eu possa atingir ou errar a coisa que me vem ao encontro. (Ibid., 2012b, p. 269).

O pensamento platônico, ao construir o elo entre ἀλήθεια e seu modo de apreensão (a δόξα), especifica como seu negativo a ψευδής δόξα e, por extensão, ψεῦδος. Consagra-se uma concepção de mundo através da qual a correspondência, a correlação entre o pensamento e a visão, se sobrepõe a um conceito de verdade como desvelamento, descoberta. Esta delimitação do verdadeiro leva a reboque o falso, ψεῦδος, cujo significado desliza da *distorção*, do *desvio*, para a *confusão*, o *erro* e a *não-adequação*.

A verdade, anteriormente tomada como um termo negativo – a negação do encoberto, do escondido, do esquecido – passa a ser compreendida positivamente, sob a regência do bom e desejável (do bem, para Platão). O falso, por outro lado, perde sua relativa autonomia e torna-se o contrário negativo, indesejável, o avesso da verdade.

Aristóteles, ao desviar-se da concepção idealista de Platão em busca de uma teoria das formas, um método que pudesse levar ao conhecimento das causas a partir da materialidade do mundo, não se contrapõe à visão do falso como não-correspondência. Pelo contrário, ele inverte e aprofunda essa concepção: o falso não é a não-correspondência entre a coisa e ideia, o saber anteriormente dado sobre ela; ele é, pelo contrário, a não-correspondência do saber à coisa, aos objetos do mundo, estes, em última instância, portadores da verdade. No Livro V da *Metafísica*, Aristóteles dedica-se à definição do falso (ψεῦδος) e seus significados:

*Falso significa [a] aquilo que é falso como uma coisa, e isso (1) porque não é ou não pode ser substancializado, por exemplo “que a diagonal de um quadrado é comensurável como o lado” ou “que estás sentado”, uma vez que uma dessas afirmações é sempre falsa, ao passo que a outra o é às vezes – sendo nesses sentidos que tais coisas não são existentes; [e porque] (2) há coisas que existem, mas cuja natureza é parecer que não são [o que são], ou ser como coisas irrealis, do que são exemplo a aparência enganosa do claro-escuro e os sonhos, pois embora sejam alguma coisa não são aquilo de que criam a impressão. Portanto, as coisas são chamadas de falsas nesses sentidos, a saber: ou porque elas próprias são irrealis, ou porque a impressão gerada por elas é de alguma coisa irreal. [b] Uma falsa enunciação é a enunciação *do que não é*, na medida em que a enunciação é falsa. Daí toda definição é falsa quando se referir a qualquer outra coisa distinta daquilo de que ela é verdadeira – por exemplo, a definição de um círculo é falsa se aplicada a um triângulo. (ARISTÓTELES, 2012, p. 165-166).*

A concepção de verdade como correspondência, que se instaura sobre o falso e o subjuga, encontra terreno fértil para seu desenvolvimento no Ocidente. Diferentes correntes filosóficas se constituíram e estabeleceram seus modos de compreensão do mundo a partir

desta relação com a verdade. Richard Rorty (1994) propõe, para a compreensão da história da filosofia, uma sucessão de três paradigmas – metafísica, teoria do conhecimento e filosofia da linguagem – a partir dos quais torna-se possível problematizar a verdade e, por consequência, o falso enquanto a ela subordinado. Para Rorty, é plausível um delineamento da filosofia antiga e medieval como ocupada com as coisas, enquanto a do século XVII ao XIX, capitaneada por Descartes, ocupava-se de ideias (da cisão corpo-mente, da subjetividade), e a filosofia desde o século XX, quando Friedrich L. G. Frege faz a ponte entre a lógica, a referência e o sentido, ocupa-se com as palavras. Cabe ressaltar, entretanto, uma relação de descontinuidades entre os fundamentos de cada uma dessas épocas:

Não é que Aristóteles pensasse que uma pessoa podia explicar melhor ideias e palavras em termos das coisas, enquanto Descartes e Russell rearranjaram a ordem da explicação. Seria mais correto dizer que Aristóteles não tinha – não sentia a necessidade de – uma teoria do conhecimento e que Descartes e Locke não tinham uma teoria do significado. Os comentários de Aristóteles sobre conhecer não oferecem respostas, boas ou más, às perguntas de Locke mais do que os comentários de Locke sobre a linguagem oferecem respostas às de Frege. (Ibid., p. 262-263).

A proposição de Rorty encontra ressonância em Habermas, mas este defende uma continuidade entre as diferentes épocas. Na obra *Verdade e Justificação*, Habermas (2004, p. 237) atribui as mudanças de paradigma à busca pelas respostas que a época anterior deixou em aberto: os paradigmas não formariam uma sucessão causal, mas, antes, um encadeamento dialético por meio do qual se pode resolver, no momento seguinte, os problemas decorrentes da desvalorização do paradigma anterior.

À época da metafísica, adjetivada como nominalista, atribui-se uma relação objetiva com o mundo e, portanto, com o real e com a verdade deste mundo. A etapa seguinte, mentalista, volta-se à subjetividade como ponto de partida para estabelecer os parâmetros do verdadeiro. Já a filosofia da linguagem, desde o século XX, volta-se à intersubjetividade, construída nas práticas cotidianas de diferentes comunidades linguísticas, e relativiza o conceito de verdade, sendo adjetivada, portanto, como contextualista.

O nominalismo privou as coisas de sua natureza interna ou de sua essência e explicou os conceitos universais como construções do espírito finito. Desde então, faltou à compreensão intelectual do ente a fundamentação na estrutura conceitual do próprio ente. A correspondência do espírito com a natureza não pode mais ser compreendida como relação ontológica; tampouco as regras da lógica espelhavam as leis da realidade. *Pace* Rorty, o mentalismo respondeu a esse desafio com uma inversão da direção da explicação. Se o sujeito cognoscente não pode mais retirar da natureza destituída de qualidades os critérios do conhecimento, ele deve extrai-los da própria subjetividade explorada de modo reflexivo. A razão objetivamente corporificada nas ordens da natureza recolhe-se no espírito subjetivo. Com isso, o

em-si do mundo transforma-se na objetividade de um mundo dado para nós, os sujeitos – um mundo de objetos representados, ou *que se manifestam*. Enquanto a estrutura do mundo em-si possibilitara, até então, uma correspondência dos pensamentos com a realidade – juízos verdadeiros –, a verdade dos juízos devia agora medir-se por sua gênese na certeza de vivências evidentes. O pensamento representativo leva a um conhecimento objetivo na medida em que apreende o mundo fenomênico. (Ibid., p. 239, grifo do autor).

Ao ocupar-se com a subjetividade, os três séculos fundamentados numa teoria do conhecimento introduzem um abismo entre interior e exterior que, segundo Habermas, abriu as portas para o ceticismo moderno. A certeza absoluta sobre as verdades do mundos fundam-se em vivências e experiências cada vez mais compreendidas a partir de seu caráter privado: *cogito ergo sum*. Ao mesmo tempo em que erige as bases para a afirmação do mundo, essa certeza de caráter subjetivo fornece, também, as razões para duvidar se o mundo, tal como é visto, não é apenas ilusão. Para Habermas, há um duplo processo na representação: ao mesmo tempo em que afirma o primado da mente, do sujeito cognoscente, “ele invoca a lembrança da tranquilizadora intuição da qual vivera o paradigma ontológico: a verdade dos juízos é garantida por uma correspondência com a realidade fundamentada na própria realidade” (Ibidem). A ideia de um real externo à mente, que serve de referência, mantém sua forma de sugestão e segue “sobrepassante”, diz Habermas (Ibidem), como um elemento de ligação. É a partir desse real exterior que se constrói a concordância entre a representação e o objeto, referendada pelas vivências particulares.

É exatamente contra o cerne do mentalismo que se volta a crítica da filosofia da linguagem. A constituição de um sujeito social e linguístico, cuja subjetividade só se constrói a partir da relação com a comunidade – ou seja, da interação – é um dos postulados que se disseminam a partir do século XX e contribuem para questionar a existência de um mundo independente das descrições que o conformam. A dúvida cartesiana, mais do que esvaziada, torna-se uma contradição performativa. “Quem quisesse duvidar de tudo não chegaria à dúvida. O próprio jogo do duvidar já pressupõe a certeza”, afirma Wittgenstein (2000, §115). Habermas (2004, p. 240) pontua o surgimento de uma razão intersubjetiva:

Assim como a querela dos universais no fim da Idade Média contribuiu para a depreciação da razão objetiva, no fim do século XIX a crítica à introspecção e ao psicologismo contribuiu para abalar a razão subjetiva. Quando a razão é situada não mais na consciência do sujeito cognoscente, mas na linguagem como um *medium* pelo qual os sujeitos agentes se intercomunicam, a direção da explicação se altera mais uma vez.

As críticas tanto à metafísica aristotélica, quanto ao idealismo platônico e ao subjetivismo cartesiano são alguns dos elementos que contribuem para a “virada linguística” –

a compreensão do mundo a partir da linguagem. Nessa perspectiva, a linguagem deixa de ser vista como um “espelho” do real e passa a ser compreendida como criadora do real. Tal concepção encontra seus pressupostos nos trabalhos de Wittgenstein (1975; 2000; 2001¹⁹) e John L. Austin (1962), no início do século XX, bem como na filosofia de Heidegger, que defende que “na palavra, na fala, o sendo mesmo se apresenta em sua abertura. Nem somente o sendo, e junto com ele a palavra, nem a palavra como um sinal sem ele. Nenhum dos dois está separado, nem a nenhum dos dois o outro é dado isoladamente, mas [ser-]sendo na palavra.” (HEIDEGGER, 2012b, p.126). Em que pesem as diferenças entre estes autores, todos eles atribuem à linguagem uma primazia na construção da realidade social.

A expressão “virada linguística” ganha popularidade após a publicação de *The linguistic turn: essays in philosophical method*, em 1967, uma coletânea de artigos editada por Rorty (1992). A filosofia linguística é influência fundamental ao trabalho de Habermas, visto que ele contrapõe a *razão comunicativa* a uma *razão instrumental*, cuja lógica encobre mecanismos de dominação e colonização das relações sociais pela ideologia capitalista. Como interlocutor de Rorty, Habermas questiona uma radicalização do pensamento linguístico e do contextualismo, pois uma relativização total dos conceitos de verdade e realidade seriam incompatíveis com as certezas da práxis cotidiana. Ainda assim, voltar-se ao exterior não oferece solução alguma a este impasse – a verdade só pode ser encontrada nos termos da razão comunicativa.

Mesmo na compreensão de enunciados elementares sobre estados ou eventos do mundo, a linguagem e a realidade se interpenetram de uma maneira *indissolúvel* para nós. Não há nenhuma possibilidade natural de isolar as limitações da realidade que tornam um enunciado verdadeiro das regras semânticas que fixam essas condições de verdade. Só podemos explicar o que é um fato com o auxílio da verdade de um enunciado factual; e não podemos explicar o que é real senão nos termos do que é verdadeiro. O ser é, como diz Tugendhat, um ser veritativo. E, como a verdade de opiniões ou sentenças só pode, por sua vez, ser explicada com o auxílio de outras opiniões ou sentenças, não podemos fugir à ascendência de nossa linguagem. (HABERMAS, 2004, p. 242).

A verdade, a partir da filosofia da linguagem, estabelece-se coletivamente, intersubjetivamente, a partir dos processos sociais. A correspondência entre o julgamento e um real objetivo é questionada, visto que linguagem e realidade se confundem. O que legitima a verdade são, em última instância, outras afirmações e outros julgamentos já aceitos como verdadeiros por uma determinada comunidade linguística, sua não-contradição, sua coerência.

19 As obras a que se faz referência aqui são *Investigações filosóficas* (WITTGENSTEIN, 1975), publicada postumamente pelo autor em 1953; *Da certeza* (Idem, 2000), obra mais influente do autor no início do século XX, publicada originalmente em 1921; e *Tractatus logico-philosophicus* (Idem, 2001), publicado postumamente, em 1969.

O século XX, ao propor a linguagem como medida para a construção do real – e, por conseguinte, do verdadeiro –, abre uma brecha para que o falso possa escapar de seu cativeiro de dois mil anos e desvincular-se do sentido de erro, de não-adequação. A filosofia da linguagem, ao ressaltar o caráter arbitrário da definição da verdade, permite que esta seja relida e reinterpretada a partir do prisma político: o verdadeiro e falso relacionam-se menos ao “real” de um mundo extradiscursivo e mais – ou talvez exclusivamente – ao contexto e às instituições que legitimam e reiteram uma determinada concepção de verdade, relegando seu oposto ao status de falso.

2.2. A revolução dos “inexistentes”

Para se estabelecer uma ponte entre a filosofia da linguagem e os perfis em *sites* de redes sociais, cabe uma retomada da comunicação mediada por computadores da década de 90 e no início do ano 2000 a partir de duas perspectivas distintas. Por um lado, os BBS, MUDs e *chats*, baseados no anônimo, e as construções discursivas fomentadoras dessas práticas como espaço de experimentação identitária e suspensão dos constrangimentos social-históricos ligados às identidades tradicionais de raça, gênero ou classe social, propunham a legitimidade dos pseudônimos no ciberespaço. Por outro, os *sites* de redes sociais emergentes, e as construções discursivas de recriação do “mundo real” no ciberespaço a partir do uso da identidade “verdadeira” de cada usuário, negam essa legitimidade e estabelecem uma linha divisória entre um tipo de perfil aceito e legítimo – chamados de verdadeiros – e outro tipo de perfil que essa perspectiva rejeita como falsos. O embate entre essas perspectivas que se propõe a nomear as práticas de usuários do ciberespaço pode ser interpretado como uma atividade política.

A compreensão de política aqui adotada parte dos apontamentos de Chantal Mouffe, e coloca-se em linha com a abordagem teórico-discursiva desta pesquisa. Para Mouffe, uma vez que todas as identidades são relacionais, a construção das oposições entre um “nós” e um “eles” permite explicar como surgem os antagonismos:

No domínio das identificações coletivas, onde o que está em causa é a criação de um “nós” pela delimitação de um “eles”, existe sempre a possibilidade desta relação nós/eles se transformar numa relação do tipo amigo/inimigo; por outras palavras, pode sempre tornar-se política. [...] Isto pode acontecer quando o outro, que até aí só era considerado sob o prisma da diferença, começa a ser compreendido como negando a nossa própria identidade, como pondo em causa a nossa própria

existência. Desse momento em diante, qualquer relação do tipo nós/eles, seja religiosa, étnica, nacional, econômica ou outra, torna-se centro de um antagonismo político. (MOUFFE, 1996, p. 13).

Dessa forma, a definição de perfis “falsos” não deve buscar uma explicação metafísica ou uma essência do falso, nem deve ser entendida aqui como uma categoria homogênea e unitária. Os perfis falsos são constituídos por exclusão, como uma alteridade, um “eles”; representam um modo de ser e agir não aceito – ou não desejado – pelos criadores dos *sites* de redes sociais (muito embora os usuários destes mesmos *sites* nem sempre compartilhem com tal postura excludente). A transição das experiências anônimas da comunicação mediada por computadores dos anos 90 para a interação por meio dos *sites* de redes sociais marca uma rearticulação de discursos e práticas sociais *online*: as regras de utilização propostas aos usuários passam a estabelecer limites para a construção de perfis permitidos, legítimos e, portanto, verdadeiros – qualquer outra forma de registro e utilização da plataforma é relegada, então, à ilegitimidade, à marginalidade e à falsidade.

Jonathan Abrams, criador do *Friendster*, em entrevista à repórter Lessley Anderson (2003), do *San Francisco Weekly*, define os perfis “falsos” a partir de um critério que remete ao paradigma da verdade como correspondência: são aqueles que não correspondem à “vida real”. Ele busca, portanto, um referente externo ao ciberespaço, cuja materialidade, “realidade”, seria passível de percepção e comprovação. Propondo a *web*, o “mundo virtual”, como uma imitação do “mundo real”, Abrams sugere um modelo de comportamento: ele sugere que os usuários de seu *website* ajam na plataforma – em relação à criação de perfis, ao número de amigos etc. – de modo análogo ao comportamento socialmente aceito em outros ambientes nos quais não há mediação tecnológica. Essa concepção orientou, desde o início, a criação do *Friendster* segundo um modelo que funcionaria “como na vida real, na qual meus amigos me apresentam pessoas”, conforme descreveu o criador da plataforma na entrevista à imprensa (ANDERSON, 2003). Entretanto, a utilização de sistemas anônimos na comunicação mediada por computadores já havia disseminado, àquela época, outras práticas sociais que promoviam a utilização de apelidos e a expressão pessoal por meio de personagens – o que, em grande medida, foi transposto para os *sites* de redes sociais, ignorando-se as novas regras.

É oportuno lembrar que a criação de perfis falsos, bem como a vinculação a eles como amigos ou contatos, estava longe de ser um consenso no ano de 2003. Enquanto parte dos usuários era favorável aos “fakesters”, outra parte deles fazia coro às reclamações de Jonathan Abrams, para quem os perfis falsos diminuía “o valor do *site* como uma

ferramenta de *networking*” (apud ANDERSON, 2003, *online*, t.n.). Outras preocupações apontadas por Abrams em entrevistas (ANDERSON, 2003; BELOEIL, 2003) referiam-se ao fato de que os “fakesters” prejudicavam o funcionamento da rede ao conectarem-se a um número de perfis muito superior ao números de amigos que as pessoas têm em suas redes sociais *off-line*, sobrecarregando o sistema, além de utilizarem fotografias e imagens de pessoas públicas obtidas na *web* – o que poderia, na visão do criador da plataforma, resultar em processos por direitos de imagem ou direitos autorais.

O descontentamento de Abrams e de sua equipe resultou em uma política de exclusão dos “fakesters” – o *Genocídio Fakester* –, que teve início em maio de 2003, quando “Ali G”, “Burning Man” e diversos outros perfis foram eliminados da plataforma. Parte dos perfis deletados era recriada em seguida e publicava críticas ao *site* e a Abrams nos seus quadros de recados²⁰. “Os expurgos uniram os “fakesters”, que começaram a se comunicar pelos perfis daqueles que sobreviveram à ira de Abrams. Muitos [...] publicaram cartas abertas ao Friendster em seus quadros de recados na esperança de que eles pudessem convencer a companhia de que fakesters são pessoas também”, relata Anderson (2003, *online*, t.n.).

Como os apelos ao criador da plataforma não surtiram o efeito desejado, um grupo de “fakesters” organizou-se por meio de uma lista de discussões por *e-mails*, na qual eram sugeridas táticas de contra-ataque. Os perfis eliminados eram recriados em pouco tempo e, em alguns casos, o criador do perfil excluído da rede inscrevia-se novamente várias vezes, criando diversos outros “fakesters”. Outras ações, como a elaboração de um *website*²¹ com notícias e conteúdo humorístico, também foram colocadas em prática. O ápice da reação foi a elaboração de um manifesto, o *Manifesto Fakester*, referendado por criadores de diversos perfis falsos (veja-se *Quadro 1*).

Ao reivindicar um direito à existência, os “fakesters” se contrapõem à normatização imposta pelos *sites* de redes sociais e buscam legitimar sua posição de sujeito a partir de uma perspectiva antagonista à definição de perfis verdadeiros. Em seu manifesto,

20 Os perfis pessoais eram construídos a partir de um modelo proposto pela plataforma *Friendster*. Este modelo era formado por blocos de conteúdo e ferramentas de interação. Os blocos de conteúdo mostravam a foto de perfil (com link para outras fotos), os testemunhos (depoimentos de outros usuários sobre aquele “amigo”), informações (idade, gênero, cidade natal, signo do Zodíaco, *hobbies* etc.) e “amigos” (bloco com fotos e *hyperlinks* para os perfis de outros usuários), além de um “quadro de recados” no qual os usuários escreviam suas mensagens e recebiam recados de “amigos”. Entre as ferramentas de interação havia opções como “enviar mensagem” (privada), “deixar recado” (visível a todos os contatos daquele usuário), “escrever testemunho”, “chat”, entre outras.

21 O *website Fakester Revolution* foi criado em agosto de 2003. Seu endereço era <http://www.fakester.netfirm.com>. Entretanto, a iniciativa teve curta duração: no ano seguinte a página já se encontrava inacessível.

estes inusitados signatários questionam a correspondência entre a imagem pública de personalidades famosas e seus “verdadeiros” caracteres ou suas personalidades particulares; questionam também a constância das identidades, a criação individual e os direitos autorais. Delegando o julgamento a um “imaginário coletivo” do qual tudo provém, os “fakesters” apresentam-se como seres existentes, reais e legítimos, todavia vitimados por conceitos e leis antigos e inadequados à era digital. Beloeil (2003) comenta o manifesto e aventura-se a definir o objetivo da “revolução fakester”:

Plágio velado da Declaração de Independência americana, o texto costura citações de Walt Disney, da Branca de Neve e do Rei Leão, referências ao filósofo Carl Jung e evocações do magnata da imprensa Larry Flint. Pois esse novo gênero de revolucionários está convicto: eles lutam pela liberdade de expressão. (Ibid.; *online*, t.n.)

Os relatos jornalísticos da época (ANDERSON, 2003; BELOEIL, 2003) demonstram também um interessante reescalonamento de termos: por alusão ao termo “fakesters”, diversos usuários passaram a denominar os perfis autobiográficos criados na plataforma como “realsters”. Tais termos não surgem impunemente; pelo contrário, constituem uma demarcação de valores: o termo “fakesters” era uma derivação pejorativa de “friendsters” – este, por sua vez, uma apropriação dos usuários feita a partir do nome do *site*, *Friendster*, para designar os vínculos entre perfis – que foi “assumida” e ressignificada positivamente pelos criados de perfis “falsos”. O termo “realsters”, adotado principalmente pelos criadores e/ou defensores desses perfis “falsos” é, por sua vez, uma derivação pejorativa de “fakesters”, já que na visão deste grupo os perfis autobiográficos também não seriam “reais”. Anderson (2003, *online*, t.n.) descreve a queixa de um “fakester”: “Pelo menos nós somos mais verdadeiros sobre sermos falsos”, enquanto Beloeil descreve a complexidade da classificação dos perfis naquela plataforma:

O sucesso dos fakesters é tal que alguns dos internautas mais conectados utilizam uma tipologia específica para descrever estas criaturas saídas da sua imaginação. Eles distinguem, assim, os “realsters” (personagens verdadeiros, do inglês “real”, reais) dos fakesters. Entre eles dois, toda uma gama de nuances existe. Do falso personagem verdadeiro, que supostamente se passa por verdadeiro, ao indivíduo verdadeiramente falso, evidentemente inventado do início ao fim, difícil de ser encontrado. (BELOEIL, 2003, *online*, t.n.).

O critério utilizado pelo *Friendster* para nortear a eliminação dos “fakesters” foi a fotografia de identificação escolhida pelos usuários. “Conforme o *Friendster* intensificava a repressão, muitos dos fakesters desapareciam, ainda que poucos usuários tivessem objeções a

eles e a maioria os considerasse valiosos. Participantes regulares que utilizavam fotos não-realísticas de si também foram eliminados.”, comenta Boyd (2008, p. 152, t.n.). A determinação, a partir de critérios tecnológicos, daquilo que é considerado um perfil falso esbarra na falta de parâmetros ou elementos de diferenciação que permitam classificar esses perfis, visto que esses parâmetros são construídos socialmente. Do ponto de vista da manutenção do sistema, pode-se facilmente eliminar perfis inativos há mais de 30, 60 ou 90 dias (prática comum em *sites* de relacionamento); pode-se verificar e eliminar perfis “denunciados” por outros usuários; pode-se, em alguns sistemas mais sofisticados, identificar e eliminar perfis falsos criados por robôs eletrônicos para disseminar publicidade ou vírus. Entretanto, a eliminação de todos os perfis considerados falsos em um *website* depende de critérios não-tecnológicos.

Manifesto “Fakester”

Mensagem:

À luz dos recentes acontecimentos, e em defesa de nosso direito a existir da maneira como escolhemos ou assumimos, eu subscrevo este credo:

I. A identidade é provisória

Quem nós somos é quem escolhemos ser num dado momento, a depender de nossa personalidade, nossas fantasias, nosso temperamento ou nossas necessidades subjetivas. Nenhuma outra pessoa ou organização pode restringir este direito, visto que a mudança é inerente à consciência humana e nos permite sobreviver e prosperar sob circunstância extremamente diferentes, nos tornando pessoas diferentes conforme a necessidade ou o desejo emergem. Assumindo o manto do Outro nós podemos, paradoxalmente, completar a nós mesmos. Todo dia é Dia das Bruxas.

II. Todo personagem é arquetípico, portanto público

Não há qualquer aspecto da personalidade de qualquer pessoa que não seja compartilhado, em alguma medida, por todos. Carl Jung chamou a isso de arquétipos, e reconheceu (assim como Joseph Campbell e muitos outros) que esses traços são universais. Pessoas famosas e personagens fictícios apenas amplificam as facetas de nossa própria personalidade ou fantasia, e estas identidades maiores-que-a-vida são criadas pela sociedade, tanto quanto pelos indivíduos famosos identificados à elas ou pelos autores que as utilizam. Estas personalidades são icônicas e universais; são, portanto, criadas por todos nós, em nível social. Estas identidades públicas (muitos diferentes e separadas das identidades particulares) pertencem a todos nós, e todos somos livres para utilizá-las ou assumi-las segundo nosso desejo. O preço da fama e da notoriedade é que a identidade, tal como uma rubrica intelectual ou emocional, torna-se uma forma de propriedade pública, uma moeda para ser livremente trocada em nossas interações e conversas. A arte e os *media* são discursos públicos e, dessa forma, são fóruns abertos e livres para a negociação dessas identidades públicas.

III. Direitos autorais são irrelevantes na Era Digital

Os direitos autorais do séc. 20 são na verdade delimitados pela noção de propriedade da classe média-alta do séc. 19, segundo a qual uma “posse” não pode pertencer a mais de uma pessoa ao mesmo tempo. Uma vez que essa noção antiquada foi impiedosamente estendida a seres humanos, tais como escravos, mulheres e crianças, é apenas um passo a mais imaginar a ideia ridícula de que a identidade é também uma propriedade. Essa visão míope ignora o conceito de ativos comunitários, e não pode envolver facilmente bens não-materiais como ideias; como pode alguém “possuir” a imagem pública de alguém? Como o público percebe e internaliza a personalidade de um indivíduo famoso ou de uma criação fictícia não é necessariamente o verdadeiro caráter daquela pessoa; é, pelo contrário, um elemento simbólico da consciência cultural coletiva – apenas manifestação de ideias – e nem mesmo as leis de autoria em sua visão original levam em conta a efemeridade e intangibilidade dos conceitos. O termo “propriedade intelectual” é um contra-senso, pois as ideias supostamente criadas por indivíduos são na realidade o resultado da soma de sua exposição à totalidade de ideias de uma civilização.

[extraído do Quadro de Recados de um Fakester]
Data: 30 de Julho, 2003 9:48 PM

Quadro 1: Manifesto Fakester. Fonte: BOYD, 2003 (t.n.)

2.3. “Fakesters”, *fake*, *phony*, falso

Os “fakesters”, primeiros entre os falsos perfis a ganhar popularidade não apenas no ciberespaço, mas também na mídia tradicional, se multiplicaram e diversificaram nos anos que se seguiram ao *Genocídio Fakester*. Atualmente, os falsos perfis são identificados em praticamente qualquer *site* de relacionamentos baseado na criação de perfis e recebem as mais variadas denominações, tais como *fake* ou *phony profiles*. Sua definição continua ambígua e as estatísticas a seu respeito geralmente incluem entre os perfis falsos aqueles criados por sistemas de *spam*, por usuários quaisquer que não se identificam conforme as regras dessas mesmas plataformas e, em alguns casos, até mesmo por grupos e instituições.

Vistos como um problema pelos profissionais que gerenciam os *sites* de redes sociais, esses perfis estimulam a busca incessante por categorizações que permitam sua mensuração, comparação e análise em termos estatísticos, a partir de padrões, gráficos e tabelas capazes de revelar sua (supostamente) “verdadeira” dimensão e influência. Mas, quanto maior a quantidade de informações sobre eles, mais os falsos perfis mostram-se escorregadios, imprecisos e incalculáveis.

De acordo com estudos da empresa de segurança da informação *Imperium* (NICOLLS, 2012), 40% das contas existentes em *sites* de *social media* são *spammers* (perfis

falsos criados para disseminar publicidade ou vírus). Mark Risher, presidente executivo da companhia, informava em 2012 que o volume estava crescendo: “Cerca de 8% das mensagens enviadas por *sites* sociais são *spam*, aproximadamente duas vezes o volume verificado há seis meses” (apud KHARIF, 2012).

No *Facebook*, atualmente a plataforma de interação social mais popular do ciberespaço, uma pesquisa da empresa de marketing digital *eMarketer* (2013) indica que pelo menos 10% dos usuários (entre perfis e páginas) são animais. “Nem mesmo o criador da rede social escapou da moda: Mark Zuckerberg mantém uma página dedicada ao seu cão, Beast.” (KURTZ, 2013) revela o *website TechTudo*. Em busca de pistas sobre os falsos perfis, o *Facebook* recorreu por algum tempo a práticas de delação:

O *Facebook* utiliza uma janela *pop-up* para questionar usuários sobre a validade dos nomes de seus amigos. Na esperança de que os amigos dedurem uns aos outros, o *Facebook* está tentando colher informações para “melhor compreender seu ecossistema”, de acordo com seus representantes. No entanto, há grandes possibilidades de que as informações encontradas possam ser utilizadas, eventualmente, para identificar contas que violam as políticas de nomes no *Facebook*. (FLACY, 2012, online, t.n.).

Com receitas provenientes principalmente da publicidade, o *Facebook* esmera-se para demonstrar ao público (e a seus acionistas) suas estratégias para conter tal prática e aumentar a credibilidade de suas informações. O relatório trimestral apresentado em maio de 2013, entretanto, reconhece os desafios da categorização de perfis, informa que as estimativas dependem de critérios subjetivos e alerta que esses números podem mudar se houver mudanças na metodologia de análise:

Nós estimamos, por exemplo, que contas “duplicadas” (uma conta que o usuário mantém além de sua conta principal) devem representar aproximadamente 5.0% de nossos MAUs [usuários mensais ativos] ao redor do mundo pelas medições obtidas a partir de 31 de dezembro de 2012. Nós também buscamos identificar contas “falsas”, as quais dividimos em duas categorias: (1) conta mal-classificadas por usuários, que criam perfis pessoais para seus negócios, organizações, ou entidades não-humanas tais como animais de estimação (estas entidades são permitidas no *Facebook* utilizando uma Página ao invés de um perfil pessoal regulado por nossos termos de serviços); e (2) contas indesejáveis, que representam perfis de usuários que entendemos estarem sendo utilizados para propósitos que violam nossos termos de serviços, tais como *spamming*. [...] No entanto, estas estimativas são baseadas em pesquisas internas com uma amostra limitada de nossas contas e nós utilizamos *juulgamentos significativos* [subjetivos] para fazer estas determinações, tais como a identificação de nomes que *pareciam* ser falsos ou outros comportamentos que *pareciam inautênticos* para os pesquisadores. Dessa forma, nossas estimativas para contas duplicadas ou falsas *podem não representar com acurácia a quantidade atual dessas contas, e estas estimativas podem mudar* devido a melhorias ou mudanças na metodologia de pesquisa. (FACEBOOK, 2013, grifo nosso).

No mesmo relatório, a organização informa o volume de 1,1 bilhão de usuários mensais ativos, a partir dos calculam-se 55 milhões de contas duplicadas, 14,5 milhões de contas mal-classificadas e 9,9 milhões de contas indesejáveis, num total de 79,4 milhões de falsos perfis potenciais. Em relatório enviado para a *Securities and Exchange Commission*, em agosto de 2012, o *Facebook* admitia possuir pelo menos de 83 milhões de contas falsas, número que representava 8,7% dos 955 milhões de usuários ativos naquela época. Embora relevantes em termos absolutos, as porcentagens estão abaixo dos 10% de perfis de animais indicados pela *eMarketer* e bem aquém dos 40% de *spammers* sugeridos pelos estudos da *Imperium* (estes entrariam na categoria “indesejáveis” pelo último relatório do *Facebook* e não representariam mais do que 0,9%).

O *Twitter*, outro *site* de redes sociais bastante popular analisado por esta pesquisa, criou em 2009 um procedimento próprio de verificação de perfis. De início, um formulário interno à plataforma permitia a qualquer usuário solicitar a investigação e obter o selo de *Verified Account*. Na prática, entretanto, o selo foi concedido apenas a pessoas públicas e instituições de renome, e o formulário de solicitação foi retirado do ar. Mesmo deixando claro em seus termos de serviços que os usuários só devem criar perfis em nome de terceiros se estiverem autorizados a fazê-lo (TWITTER, 2014b), o *Twitter* tem como prática eliminar apenas contas de usuários denunciados – e, ao contrário do *Facebook*, não propõe uma política contínua de investigação e eliminação de falsos perfis. Empresas de análise de *media* entretanto, publicam a todo momento estatísticas sobre o volume de perfis falsos nesse *site*, bem como sobre o comércio de seguidores²², a utilização de robôs e *spammers* e suas definições para cada tipo de perfil. A empresa *SocialBakers* é um exemplo: ela criou uma ferramenta para *web* que analisa quantos perfis falsos seguem uma determinada conta de usuário. Utilizado por jornalistas para verificar as contas das celebridades mais populares da rede (REZAB, 2013), a ferramenta chegou à conclusão de que eles – os *fake* – representam cerca de 50% do total.

Justin Bieber, cantor pop canadense que lidera o *ranking* de popularidade do *Twitter*, conta com mais de 37 milhões de seguidores; desse número, apenas 17,8 foram considerados “reais”. Lady Gaga, cantora americana, possui quase 36 milhões de seguidores; desses, 19 milhões foram considerados “reais” utilizando-se a ferramenta da empresa. A *SocialBakers* criou sua própria definição de falsos perfis: “são aqueles que seguem menos de 50 pessoas e são seguidos por apenas 1, que não tuitam ou que usam expressões como 'faça

22 Nome dado às relações unidirecionais estabelecidas no *Twitter*. Nesta plataforma, pode-se “seguir” os perfis de interesse dos usuários e “ser seguido” por outros usuários (seus seguidores, portanto) que se interessam pelo que o enunciador publica em seu perfil. Não há necessidade de que esses laços sejam recíprocos.

dinheiro', 'dieta' e 'trabalhe em casa' para espalhar *spam*” (SOCIALBAKERS, 2013). Perfis ativos criados em nome de celebridades, personagens, animais, objetos ou conceitos abstratos, geralmente não enquadrados na definição acima, não são considerados falsos pela empresa.

Para a *Barracuda Networks*, empresa de segurança digital, o número de usuários “verdadeiros” vinha crescendo no *Twitter*: de 29% para 43% nos últimos seis meses de 2010. Naquele ano, ainda era minoria. Atualmente este dado não é divulgado em estudos da empresa, mas a definição de usuários “verdadeiros” continua sendo determinada da seguinte maneira: “usuários que têm pelo menos 10 seguidores, seguem pelo menos 10 pessoas e publicaram mensagens pelo menos 10 vezes” (BARRACUDA, 2010). A compra de falsos seguidores para ganhar popularidade na rede também é denunciada em pesquisas desta mesma empresa:

Em maio, eles criaram três perfis e compraram entre 20 mil e 70 mil seguidores para cada. As negociações foram feitas através do *eBay* e de outros sites encontrados pelo sistema de buscas do *Google*. Então separaram os personagens em três: os traficantes, os abusadores e os falsos. Os traficantes são aqueles que criam contas falsas e depois as vendem como seguidores.[...] Cada traficante consegue controlar cerca de 150 mil *fakes*. Os ganhos dessa pessoa podem chegar aos US\$ 800 diários, caso sejam manipuladas 20 mil contas durante sete dias. [...] Já os abusadores, que compram as contas falsas, geralmente o fazem para vender sua popularidade na rede, a fim de justificar verba de anunciantes. O Barracuda identificou 11.283 destes, sendo que cada um tem pelo menos 470 *fakes* como seguidores. [...] Pelo menos 72.212 contas falsas foram identificadas durante o estudo, sendo que 61% delas haviam sido criadas em menos de três meses, o que mostra a alta rotatividade do mercado. Os *fakes* sobrevivem por um tempo entre 19 semanas e cinco meses, depois desaparecem. (OLHAR, 2012).

Até mesmo aqueles que defendem a criminalização dos falsos perfis, como o senador brasileiro Magno Malta, contradizem-se na hora de definir o que é um falso perfil. “O perfil falso é aquele que é afrontador a ponto de cometer um crime. Aquele perfil que você cria com nome fictício para homenagear alguém? Acho que não... não, não. [...] A paródia em si é como se fosse charge”, comenta ele em entrevista à repórter Tatiana Dias (2011), do jornal *O Estado de S.Paulo*.

Diversas empresas de *marketing* digital que já descobriram a influência dos falsos perfis na *web*, entretanto, defendem sua existência e contribuem para sua legitimação. Algumas delas promovem *rankings* e competições para descobrir qual o “melhor *fake*”. No Brasil, a *youPix*, revista e plataforma digital, premiou em 2009 e 2010 as *web*-celebridades do ano – os *fake profiles* Vitor Fasano e Hugo Gloss (ambos perfis do *Twitter*) – numa competição entre perfis “oficiais” e *fake* de celebridades. Posteriormente, no final de 2010, os

falsos perfis passaram a concorrer separadamente, na categoria “perfis anônimos” do prêmio *Melhores da Twittosfera*. Os premiados em 2010, 2011 e 2012 foram Hugo Gloss, Pedreiro Online e DiIma.br, respectivamente (MELHORES..., 2012).

No cenário internacional, o *Shorty Awards* é a principal referência. Criado em 2009, o prêmio é organizado pela *Sawhorse Media*, empresa estadunidense de *social media*. Além da categoria *Fake Account*, a empresa premia os melhores perfis empresariais e autobiográficos de diversos países. O perfil DiIma.br no *Twitter* foi premiado em 2012 e 2013 (no primeiro caso como melhor *fake*, no segundo como melhor perfil no Brasil). Em 2013, o vencedor de melhor *fake account* foi o perfil Prince Charles (SHORTY, 2013).

Nesses casos, a definição de falsos perfis geralmente relaciona-se àqueles feitos sob o nome de celebridades, personagens dos *media* ou personagens inventados pelos autores do perfil, além de arquétipos e figuras míticas ou religiosas (tais como Hades, Thor ou Deus). Perfis de animais podem ser considerados ou não nessas categorias – os *Shorty Awards* premiam separadamente os perfis de “animais e coisas não-humanas”.

2.4. Ser ou não ser falso

As ambiguidades do falso são, talvez, sua característica mais interessante. A repercussão (positiva ou negativa) desses perfis nos *media* tradicional, tal como os prêmios que os reverenciam ou os esforços de administradores de redes e sistemas de segurança que buscam contê-los, atestam e amplificam sua influência. Elaborados a partir de um imaginário mediático e referendados pelas redes de comunicação que lhes garantem importância e pertinência nas discussões do contemporâneo, esses perfis não constituem apenas uma novidade, mas configuram-se como elemento da cibercultura que coloca em questão os pressupostos de verdade, autenticidade, identidade e alteridade. Interagem com os outros usuários dos *media* digitais, mas também ganham destaque na imprensa tradicional: inspiram reportagens e concedem entrevistas.

Mas sua forte presença no ciberespaço não significa um consenso entre usuários dos sites de redes sociais. Defendidos e acusados, os *fake* são, ao mesmo tempo, paladinos da resistência a políticas de monitoramento e controle de dados de usuários, tensionadores de legislações de propriedade intelectual retrógradas, bem-humorados críticos da política e dos comportamentos contemporâneos, piratas sem respeito pela produção alheia, criminosos camuflados que disseminam vírus e roubam dados bancários de suas vítimas, difamadores e

caluniadores que prejudicam a imagem de celebridades e de adolescentes vítimas de *cyberbullying*.

A favor dos falsos perfis estão os argumentos de defesa da liberdade de expressão, de crítica a situações consideradas constrangimento ou invasão de privacidade e de afirmação desse modo de existência como único meio de escapar à coerção de governos autoritários. Nesses casos, os falsos perfis são vistos positivamente, como uma estratégia de segurança pessoal contra curiosos, indesejados, criminosos e também contra as próprias plataformas, sempre famintas por informações sobre seus usuários a partir das quais constroem bancos de dados e vendem publicidade direcionada. Adrienne Jeffries (2012) sintetiza essas vozes em artigo publicado no portal *The Verge*:

“O nome que você usa deve ser seu nome real, assim como estaria escrito em um cartão de crédito” diz o *Facebook*. “Não é permitido fingir ser outra pessoa”. Não surpreende o fato de que muitos usuários continuam a ignorar essas regras. Encontrá-los é uma dor de cabeça crescente para a plataforma, visto que ela quer construir um modelo de negócios, mas a repressão em busca de nomes reais reflete uma tensão maior: uma batalha por controle entre um governo virtual e seus mais de 950 milhões de cidadãos. [...] Mark Zuckerberg, fundador e presidente do *Facebook*, acredita que os padrões de privacidade estão evoluindo para um futuro no qual as pessoas vão querer tornar público tudo o que fazem. Mas, pelo menos por enquanto, muitos usuários ainda querem mais privacidade do que as regras do *Facebook* permitem. Assim como os internautas da China usam palavras codificadas e homônimos para evadir a censura governamental, usuários do *Facebook* estão encontrando maneiras de esquivar-se de suas limitações, e ainda aproveitar o *voyerismo*, a facilidade de comunicação e outras vantagens de fazer parte da rede social. Você usa um pseudônimo no *Facebook*? Você é parte da resistência. (Ibid.; online, t.n.)

Entre as vozes combativas aos falsos perfis, os principais argumentos estão relacionados à importância de ser “verdadeiro” no ciberespaço e ao uso criminoso das plataformas de redes sociais: roubo de dados, falsidade ideológica, ofensas e danos à imagem de pessoas – públicas ou não – cujas informações e fotografias são utilizadas em contas falsas. O portal *IDGNow!* dá voz ao perito em crimes digitais Wanderson Castilho (2011, online), que explicita a crítica aos falsos perfis:

Os perfis falsos são, efetivamente, um dos principais pontos negativos relacionados à participação em redes sociais e podem causar grandes problemas às vítimas, especialmente quando o objetivo principal do infrator é gerar danos, não importando quem é o alvo do golpe virtual. [...] Em uma comparação simples: imagine que você está andando na principal avenida de sua cidade e encontre alguém usando uma máscara com o seu rosto e um crachá com o seu nome. A pessoa está em cima de um palco enorme patrocinado por uma grande empresa e tem um megafone nas mãos. Utiliza-o para falar inverdades degradantes sobre você. Tudo isso com transmissão ao vivo para o mundo todo. As sensações ou reações diante de um cenário como esse

são imediatas. A vítima começa a querer entender o que está acontecendo, sente-se desesperada e fica desorientada.

Os *sites* de redes sociais, ao assumirem sua preferência por um tipo específico de perfil que denotam como “reais” ou “verdadeiros”, precisam convencer os usuários a adotarem um modo de ser específico na Internet, baseado na condescendência com o fornecimento de dados pessoais e com o monitoramento de sua navegação – que difere daquele proposto pelos sistemas anônimos de interação e pelos perfis falsos.

Nesse intuito, os *sites* projetam-se como enunciadores que auxiliam seus enunciatários a obter o que há de “melhor” na interação mediada por computadores: os usuários cujos cadastros seguem as normas estabelecidas pelo *site* poderão reconhecer e ser reconhecidos por seus amigos, ser informados sobre datas e eventos especiais (tais como aniversários, casamentos etc.), receber conteúdos personalizados – notícias e anúncios publicitários – a partir de seus gostos e interesses, utilizar aplicativos que lhes permitam descobrir novas músicas, novos filmes ou novos destinos de viagem que “combinam” consigo, enfim, terão acesso prioritário ao que se descortina como uma experiência plena de conectividade e sociabilidade *online*. Há, subjacente a tudo isso, um não-dito ligado ao que se entende como “bom” a partir do discurso da cibercultura, sistematizado pela metáfora da aldeia global.

Esse tipo de chamamento, no qual o enunciador faz cálculos referenciais que auxiliam o enunciatário a trafegar “entre dois pontos simbólicos, numa escala temporal” recebe de Prado (2013, p. 10) o nome de *convocação*. O trajeto parte de como está a vida social do usuário agora para onde ele quer chegar em termos de interação, participação e – por que não? – popularidade. Esse “lugar” para onde se vai é idealizado, projetado com base numa certa concepção de vida, e será construído a partir de serviços e produtos que o *website* oferece hoje ou oferecerá nos próximos anos, visto que o sistema é constantemente aperfeiçoado. Os regimes de convocação são uma elaboração discursiva que “dá forma a uma demanda latente, fazendo-a expressar-se num querer cultural” (PRADO, 2013). Os usuários da Internet querem uma experiência plena de conectividade e sociabilidade; essa é a promessa dos *sites* de redes sociais. A convocação se coloca como uma etapa anterior: a existência dos *sites* de redes sociais que se dizem capazes de conectar pessoas e promover a interatividade de uma maneira inovadora, dinâmica e personalizada faz com que pessoas que não percebiam sua sociabilidade cotidiana como chata ou monótona repentinamente descubram as “limitações” de seu estilo de vida desconectado e passem a querer fazer parte da cibercultura. Para isso, devem criar seus perfis em linha com as diretrizes do *site*, de maneira que este que

possa ser considerado “real” e a partir dele seja possível para o sistema filtrar pessoas e conteúdos de seu interesse.

Uma vez conectadas a esses *websites*, caso os usuários se desencantem com a interatividade obtida e busquem formas alternativas de experimentação, como a criação de perfis anônimos, ficcionais ou com informações pessoais alteradas, os termos de serviços que regem os *sites* de redes sociais estabelecem restrições. Estas podem ser vistas como regimes de *coerção*, que impedem (ou tentam impedir, posto que os falsos perfis continuam a existir) os usuários de se desviarem do modelo de comportamento proposto.

Há relações de paralelismos entre os regimes de convocação e coerção descritos aqui e a maneira como a semiótica discursiva (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 300-303) descreve as manipulações entre o destinador-manipulador e o destinatário na estrutura narrativa de um texto. Essa aproximação contribui para um adensamento do estudo do caráter performativo do discurso da cibercultura, já discutido no capítulo anterior. A manipulação se caracteriza como uma “ação de um homem sobre outros homens, visando a fazê-los executar um programa dado” (Ibid., p. 300). Na análise de um texto semiótico, ela é sustentada por um contrato entre um destinador e um destinatário, papéis actanciais assumidos por sujeitos da narrativa:

Trata-se, com efeito, de uma comunicação (destinada a *fazer-saber*) na qual o destinador-manipulador impele o destinatário-manipulado a uma posição de falta de liberdade (*não poder não fazer*), a ponto de ser este obrigado a aceitar o contrato proposto. Assim, o que está em jogo, à primeira vista, é a transformação da competência modal do destinatário-sujeito: se este, por exemplo, conjunge ao *não poder não fazer* um *dever-fazer*, tem-se a provocação ou a intimidação; se ele lhe conjunge um *querer-fazer*, ter-se-á então sedução ou tentação. (Ibid., p. 301).

Os quatro tipos de manipulação podem ser brevemente descritos da seguinte maneira: na provocação, o destinador explicita um *saber*, ou seja, o que ele sabe ou pensa do destinatário, como um juízo negativo, e obriga o destinatário a agir para provar errado ou falso esse juízo (p. ex.: *você é incapaz de fazer isso*); na sedução há também a explicitação de um *saber*, mas o juízo é positivo, e o destinatário se vê obrigado a agir para não perdê-lo (p. ex.: *você, que é tão gentil, poderia fazer isso*); na tentação, o destinador explicita um poder e oferece ao destinatário valores positivos (geralmente materializados em objetos) que ele pode conceder (p. ex.: *quem fizer isso vai ganhar um prêmio em dinheiro*); finalmente, na intimidação, também se explicita um poder, mas seu valor é negativo (p. ex.: *se você fizer isso vai apanhar*).

O discurso da cibercultura que, apropriado pelos *sites* de redes sociais, se materializa em peças publicitárias, textos descritivos, termos de serviços e outras publicações dos próprios sites, ultrapassa o contexto para o qual a tipologia das manipulações foi proposta, pois não se trata de um texto específico que se intencione analisar detalhadamente – consiste, porém, num conjunto de manifestações em que os mesmos modelos de convocações e coerções são reiterados. Por isso, uma aproximação entre os tipos de manipulação e os regimes de convocação e coerção parece enriquecedor. Com essa operação analítica, torna-se possível o reconhecimento de três diferentes registros de manipulação discursiva, que se apoiam nas questões da responsabilidade, da segurança e do acesso prioritário:

a) A questão do acesso prioritário se estrutura como uma convocação baseada na tentação: são oferecidos benefícios capazes de transformar a vida social de uma pessoa – o acesso ao sistema, contato com quem “realmente importa”, filtros para evitar conteúdos indesejados, seleção de novidades interessantes e personalizadas, experiência possível por meio das ferramentas sociais. As páginas de abertura dos *sites* de redes sociais exemplificam essa convocação: “No *Facebook* você pode se conectar e compartilhar o que quiser com quem é importante em sua vida.” (FACEBOOK, 2014a), ou “Conecte-se com seus amigos – e outras pessoas fascinantes. Tenha atualizações *in-the-moment* sobre coisas que interessam a você. E acompanhe o desenrolar dos acontecimentos em tempo real, em todos os ângulos.” (TWITTER, 2014a). Para fazer parte deste mundo maravilhoso, o usuário deve se submeter à manipulação, deve cadastrar-se nos *sites* de redes sociais e declarar sua identidade “real”.

b) A questão da responsabilidade chama pessoas obedientes à lei a assumirem sua responsabilidade por seus atos no ciberespaço. Ela promove uma imagem positiva do usuário, mas, para manter essa imagem, este deve se submeter à manipulação discursiva e cadastrar-se de acordo com os parâmetros estabelecidos pelo *website*. Ao se construir como um impedimento (um *fazer-não-fazer*), esse registro pode ser lido como um regime de coerção.

c) A questão da segurança intimida. Ela é facilmente encontrada em relatórios de segurança digital, que promovem a “eliminação” de usuários que desobedecem as regras de um sistema. Também é explicitada na maioria dos termos de serviços

com os quais os usuários concordam (com um clique) ao se registrar em *sites* de redes sociais. Sua forma de manipulação consiste em oferecer um valor negativo: “acesso negado” no caso de o usuário não ser submeter às suas imposições. Mais uma vez trata-se de um regime coercitivo.

Sites como *Facebook* e *Twitter* são bastante claros em relação à sua política de registro de nomes e informações. A convocação feita por seus materiais de divulgação e apoio busca persuadir os usuários a seguir suas especificações; entretanto, se a persuasão convocatória se mostra ineficaz, as estratégias de coerção complementam a modalização dos sujeitos-usuários para a elaboração de perfis adequados. O *Facebook* dá destaque a esse tópico em sua *Declaração de Direitos e Responsabilidades*:

Os usuários do *Facebook* fornecem seus nomes e informações reais, e precisamos da sua ajuda para que isso continue assim. Estes são alguns compromissos que você firma conosco em relação ao registro e à manutenção da segurança de sua conta: 1) Você não irá fornecer qualquer informação pessoal falsa no *Facebook*, nem criar uma conta para ninguém além de si mesmo sem permissão. 2) Você não deve criar mais de uma conta pessoal. 3) Se desativarmos sua conta, você não deverá criar outra sem nossa permissão. (FACEBOOK, 2012).

Nas *Regras do Twitter* (TWITTER, 2014b) também há tópicos específicos sobre contas em nome de outrem e contas de *spam*:

Limitações do conteúdo e uso do *Twitter*. A fim de proporcionar o serviço do *Twitter* e a capacidade de comunicar-se e estar conectado a outras pessoas, há algumas limitações sobre o tipo de conteúdo que se pode publicar com o *Twitter*. Estas limitações cumprem com os requerimentos legais e fazem do *Twitter* uma experiência favorável para todos. [...] Personificação: o usuário não poderá personificar a identidade de outrem através dos serviços do *Twitter* que maneira a confundir ou enganar outros usuários, ou com a intenção de fazê-lo. (Ibidem).

Abusos e spam. O *Twitter* se esforça para proteger seus usuários de abusos e spam. Tanto abusos técnicos quanto os de usuários não são tolerado no *Twitter.com* e podem acarretar uma suspensão permanente. Qualquer conta que participe de atividades especificadas abaixo pode estar sujeita a suspensão permanente. Contas em série: o usuário não poderá criar contas múltiplas para propósitos prejudiciais ou abusivos, ou que tenham a mesma finalidade. A criação massiva de contas pode acarretar a suspensão de todas as contas relacionadas. Tenha em mente que qualquer infração às Regras do *Twitter* é motivo para a suspensão permanente de todas as contas. (Ibidem).

Essas definições e limitações para as contas de usuários são a base da definição do que esta pesquisa entende por falsos perfis. Uma vez que esses perfis são constituídos por exclusão, as regras expostas acima definem os limites daquilo que está legitimado e pode ser

considerado “verdadeiro” ou “real” e aquilo que está em desacordo com as normas e deve, portanto, ser considerado falso. Encontram-se aí todos os perfis que fornecem “informações pessoais falsas”, aqueles criados em nome de outrem, aqueles que confundem ou enganam outros usuários (com ou sem intenção de fazê-lo), as contas duplicadas, as contas múltiplas ou massivas, entre outras formas de registro de usuário que possam infringir a *Declaração de Direitos e Responsabilidades do Facebook*, as *Regras do Twitter* ou, no caso de outros *sites* de redes sociais, as delimitações por eles aventadas.

Os falsos perfis são um elemento recente, característico da comunicação digital, e manifestam-se nessas redes de maneiras diversas. No primeiro capítulo, esta pesquisa voltou-se à compreensão do campo discursivo da cibercultura. Neste capítulo foram apresentadas as bases para a compreensão do que são os falsos perfis e de como só se pode apreendê-los a partir das construções discursivas que organizam e normatizam as práticas de usuários em *sites* de redes sociais. Os próximos capítulos dedicar-se-ão à análise de um conjunto de perfis falsos identificados nos *sites* de redes sociais para a compreensão de como eles constroem suas narrativas e produzem sentido no ciberespaço.

#3

O riso

Traçado o campo de conflitos no qual emergem os falsos perfis, cabe a esta etapa da pesquisa analisar o que eles dizem e como produzem significação nos *sites* de redes sociais. Os perfis são tomados como textos semióticos, enunciados cujos sentidos podem ser apreendidos por meio das escolhas feitas pelo enunciator – expressões, termos, estratégias de persuasão – e da identificação dos valores propostos em seus contratos de comunicação.

Dois casos em que perfis considerados falsos ganharam repercussão e tiveram impactos sociais foram escolhidos para compor a amostra e receber análise exaustiva, a partir de suas manifestações (biografias e publicações no perfil) e de suas inter-relações, tanto com outros textos sociais, quanto com discursos nos quais se inserem e que atualizam. Nair Bello do *Twitter* e Dilma Bolada do *Facebook* são perfis burlescos, do riso²³, com grande popularidade na *web*.

O estudo dos perfis teve como base as diretrizes da semiótica discursiva (GREIMAS, 1973; 1981; 2002; GREIMAS E COURTÉS, 2008), que propõe a análise de três níveis do texto: o fundamental, o narrativo e o discursivo. Filiado à tradição Saussuriana, o projeto semiótico tem por objetivo compreender a significação como “um conjunto de relações responsáveis pelo sentido do texto” (FIORIN, 1999). O sentido não é, portanto, algo isolado, mas surge da relação. Para analisar como um texto diz o que diz, a semiótica estuda a arquitetura do conteúdo e a articulação de um sistema de diferenças.

23 O título deste capítulo, bem como o sentido dado ao riso e ao escárnio, fazem referência à *História do Riso e do Escárnio*, de Georges Minois (2003). De acordo com este historiador, “desde a época arcaica, há dois tipos de riso que o vocabulário distingue: *gelân*, o riso simples e subentendido, e *ketagelân*, “rir de”, o riso agressivo e zombeteiro” (MINOIS, 2003, p. 49) que se relaciona ao escárnio e à derrisão.

3.1. O burlesco

Os traços cômicos dos perfis Nair Bello e Dilma Bolada são seu principal atrativo na conquista por amigos, seguidores, fãs, curtidores e outros termos mais que possam ser utilizados como sinônimo dos vínculos entre perfis e páginas de *sites* de redes sociais. Sagazes, lúdicos, descontraídos, esses e outros perfis que ganham a alcunha de falsos ou *fake* podem ser reunidos em torno do burlesco. O termo significa aquilo que provoca riso “por suas ideias propositadamente extravagantes ou pelas expressões facetas ou demasiado grosseiras de que usa e/ou pela visão comicamente trivial que apresenta” (HOUAISS; VILLAR, 2009b). A história do termo burlesco e de sua consolidação como gênero da comédia remonta à França, ainda que características desse tipo de comicidade possam ser reconhecidas em diversas manifestações medievais e até anteriores:

Ao lado dos gêneros precedentes, [macarrônico] italiano e [picaresco] espanhol, vê-se de fato aparecer na França, no século XVI, um gênero cômico literário que seria tipicamente gaulês e que se expandirá na primeira metade do século XVII, Jean Emelina definiu-o como um gênero impertinente, ligeiro, trivial, desrespeitoso, ousado, elegantemente indecente, brincalhão, jovial, parodístico, às vezes iconoclasta, tendo uma função de desrecalque, no sentido popular e psicanalítico do termo. (MINOIS, 2003, p. 302).

Entre as obras de referência do burlesco francês estão o *Formulário Recreativo* (1590), de Bredin le Cocu, que oferece modelos “recreativos” de peças jurídicas como testamentos, aditamentos e outros atos; as obras de Vincent Voiture e Paul Scarron, e, “em 1649, a anônima *Vida de nosso Senhor em versos burlescos* [que] empurra o gênero até as fronteiras da blasfêmia, em uma espécie de prefiguração de *A vida de Brian*, de Monty Python” (MINOIS, 2003, p. 303). A paródia, as referências cruzadas e as inversões são, desde seu surgimento, características do burlesco.

Nos *sites* de redes sociais, são criados perfis em nome de figuras religiosas ou místicas como Jesus, Deus ou a Morte, de celebridades e personalidades políticas, de figuras históricas e de personagens da cultura popular. Esses perfis imitam, parodiam, exageram, são impertinentes e brincalhões, construindo seu aspecto cômico e risível a partir dos intertextos culturais. Nair Bello e Dilma Bolada são representantes deste tipo de perfis no *Twitter* e no *Facebook*, os dois *sites* de redes sociais mais populares do Brasil.

3.2. Colônia de Alfazema #AsNonnaPira

Criado em março de 2009, o perfil de Nair Bello conquistou mais de 100 mil contatos nos primeiros três anos de existência no *Twitter*. Suas publicações imitam o comportamento da personagem cômica italiana que tornou famosa a atriz brasileira homônima ao perfil. Como dona de pensão que castigava os trapaceiros com seu tamanco, Dona Santinha conquistou sucesso na década de 60, na TV Record, e foi re-encenada pela atriz (com algumas variações) diversas vezes ao longo de sua carreira, em produções como a minissérie *Dona Santa* (Rede Bandeirantes, 1982) e o quadro Epitáfio e Santinha do programa *Zorra Total* (Rede Globo, 1999-2006). Em todos os casos, o público acompanhava matriarcas de ascendência italiana que expunham francamente suas opiniões. Releituras em torno da mesma personagem também foram encenadas por Nair Bello em novelas e minisséries televisivas.

A personalidade da atriz Nair Bello confunde-se, no imaginário popular, com a personalidade da personagem evocada em suas atuações²⁴. Ítalo-paulistana do bairro do Cambuci, Nair Bello falava com forte sotaque italiano e expressava-se de maneira debochada em suas aparições na imprensa. No ano de 2003, em entrevista à Agência Estado, foi questionada sobre o fato de ser considerada uma “atriz de um papel só”; sua resposta fez jus à irreverência da personagem tantas vezes interpretada: “Sou mesmo, e daí? Fico orgulhosa de os autores escrevem o personagem especialmente para mim” (BELLO, 2003).

A atriz Nair Bello faleceu em 2007, aos 75 anos. O perfil falso *Nair Bello* no *website Twitter*²⁵ foi criado dois anos depois e, em pouco tempo, conquistou o interesse dos usuários e dos jornalistas que acompanhavam a rede de microblogs: em fevereiro de 2010, o *Portal Vírgula* (UOL), voltado ao público jovem, apontava-o como “um dos perfis que-mais-valem-a-pena-seguir” (MILLER, 2010); em maio de 2010, o perfil surge na lista de “celebridades redivivas do *Twitter*” elaborada pela *Veja.com* (MAIA, 2010); em julho do mesmo ano, Nair Bello do *Twitter* foi entrevistada pelo *blog* de humor *Bebida Liberada* (SANTOS, 2010), que descreve seu perfil como um dos mais populares da rede; em outubro de 2010, é creditado como finalista do prêmio *Melhores do Twitter*, promovido pela *youPix*,

24 Renata Pallottini (1998) demonstra ser comum, na telenovela, a confusão entre intérpretes, seu carisma e seus personagens. Além disso, as diversas semelhanças entre a personagem e a história de vida de Nair Bello intensificam essa aproximação.

25 O *Twitter* é um *website* de redes sociais fundado em 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone, nos Estados Unidos. Sua principal característica é utilizar mensagens que não podem ultrapassar 140 caracteres (os *tweets*), o que o tornou conhecido também como rede de “microblogs”. Os usuários criam perfis e publicam seus *tweets* por meio de ferramentas gratuitas de participação. Nesta plataforma, o usuário também pode “seguir” os perfis de seu interesse e “ser seguido” por outros usuários (seus seguidores, portanto) que se interessam pelo que este publica em seu perfil. Não há necessidade de que esses laços sejam recíprocos. O perfil de Nair Bello pode ser acessado no endereço eletrônico <http://www.twitter.com/nairbello>.

plataforma de conteúdo sobre o universo digital, ao lado dos perfis Christian Pior, O Criador, Tarso Cadore e Vitor Fasano²⁶. Nair Bello manteve-se em evidência nos anos seguintes e explorou a interatividade permitida pelo site criando competições entre seus seguidores.

A análise da construção do sentido em um texto – o que um texto diz e como diz o que diz – é compreendida pela semiótica discursiva como um processo, um encadeamento entre diferentes níveis do plano de conteúdo que se manifestam no plano da expressão. Ou seja, “podendo todo objeto semiótico ser definido segundo o modo de sua produção, os componentes que intervêm nesse processo se articulam uns com os outros de acordo com um 'percurso' que vai do mais simples ao mais complexo, do mais abstrato ao mais concreto.” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 232). Este processo, denominado *percurso gerativo de sentido*, é desdobrado em estruturas discursivas e estruturas semionarrativas. Tratar-se-á das primeiras aqui, e as segunda serão retomadas mais adiante.

3.2.1. Estruturas discursivas

Estruturas subjacentes ao texto – seus esquemas narrativos e axiomas fundamentais – são assumidas e *colocadas em discurso* (cf. BENVENISTE, 1974, p. 80) pelo sujeito da enunciação²⁷, produzindo um enunciado. Jean-Marie Floch afirma que colocar em discurso é criar, a partir da instância da enunciação, um universo fictício e utópico – o que é feito por operações de debreagem de pessoa, tempo e espaço – que é em seguida retomado por operações de embreagem para fazer crer em sua realidade. “Debreagem e embreagem produzem assim o dispositivo de atores e fornecem o enquadramento espacial e temporal no

26 O prêmio considerava as publicações do ano anterior, 2009. O perfil Nair Bello foi indicado na categoria *Melhor Twitter Fake*, descrita como “o *Twitter* fake que mais bombou em 2009”.

27 Esta pesquisa não ignora que os termos *discurso* e *enunciação* comportam diferentes interpretações, conforme correntes teóricas que enfatizam seus aspectos linguísticos ou contextuais/históricos. A semiótica discursiva tradicionalmente alinha-se à primeira delas, compreendo a enunciação como uma instância linguística, “logicamente pressuposta pela própria existência do enunciado (que dela contém traços e marcas)” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 166), enquanto a análise do discurso (em suas diversas abordagens) tende a aproximar a enunciação do conceito de *ato de fala* de John Austin (1962), destacando seu valor ilocutório. Nas palavras de Maingueneau, “se insistirmos na ideia da enunciação como acontecimento em um tipo de contexto e apreendido na multiplicidade de suas dimensões sociais e psicológicas, operamos primordialmente na dimensão do discurso” (2004a, p. 193). Recentemente, porém, pesquisadores têm investido esforços para aproximar essas diferentes concepções. Considerando o interesse desta pesquisa, adota-se aqui o posicionamento conciliatório descrito por Diana L. Barros: “Reconhecendo a pertinência da dimensão histórica para a análise do discurso, mas também as muitas dificuldades encontradas na determinação das relações entre formações sócio-ideológicas e formações discursivas, propõe-se [...] a hipótese, conciliatória entre os dois grupos, de que essas relações podem e devem ser estabelecidas pela mediação linguística da enunciação. Tenta-se, assim, definir a enunciação pelo duplo papel de mediação ao converter as estruturas narrativas em estruturas discursivas e ao relacionar o texto com as condições sócio-históricas de sua produção e de sua percepção.” (BARROS, 2001a, p. 5).

qual se investem actantes e percursos narrativos” (FLOCH, 2001, p. 27). Ao realizar-se, esse processo deixa marcas no enunciado que constrói: há sempre alguém (um *eu* pressuposto) que diz, e alguém para quem se diz (um *tu* pressuposto) no texto.

Os procedimentos pelos quais a enunciação realiza projeções de pessoa, tempo e espaço – estabelecendo a representação actancial, espacial e temporal do enunciado – é o que se denomina desembreagem. “A desembreagem actancial é assim, a projeção de um *não-eu* no enunciado, distinto do eu da enunciação. Observe-se que o sujeito da enunciação, instaurado por tais procedimentos, está sempre implícito e pressuposto (...). Deve-se evitar confundir a enunciação pressuposta com a enunciação-enunciada”, destaca Barros (2001a, p. 74). Ao par *eu-tu* pressuposto na enunciação dá-se o nome de enunciador e enunciatário; quando estes são assumidos e manifestados no enunciado, afirmando ou negando os fatos narrados (*eu* digo, *eu* vi, *eu* vou contar para você), dá-se-lhes o nome de narrador (ou locutor²⁸) e narratário; quando este narrador cede a palavra a outros atores no texto, estes são denominados interlocutores.

O perfil analisado²⁹ oferece aos usuários do *Twitter* uma narrativa em primeira pessoa, em *debreagem enunciativa* (Barros, 2001a, p. 74), delegando voz a Nair Bello. Essa personagem assume o papel de narrador e locutor: ela conduz a sequência de mensagens publicadas, e também coloca-se em diálogo com interlocutores cujas falas são evidenciadas (utilizando ferramentas disponíveis no próprio *website*, como *retweets* ou *replies*³⁰). Descrita como “Nair Bello, uma grande atriz fumante apaixonada por Domecq”, a autointitulada *nonna*³¹ oferece informações como seu e-mail (nairbellonoceu@gmail.com) e sua localização³²: o perfil afirma que é da Mooca, bairro da cidade de São Paulo famoso por abrigar imigrantes italianos e seus descendentes.

A *debreagem enunciativa* se evidencia em publicações como “*Eu não comprei*

28 O termo locutor pode abarcar diferentes interpretações. Nesse caso, ele é entendido como ator dotado de voz, que pode se colocar em diálogo com seus interlocutores (outros atores também dotados de voz pelo enunciador do texto). Nas palavras de Ducrot (1987, p. 182), o locutor é descrito como “um ser que é, no próprio sentido do enunciado, apresentado como seu responsável, ou seja, como alguém a quem se deve imputar a responsabilidade desse enunciado. É a ele que se refere o pronome *eu* e as outras marcas da primeira pessoa”.

29 A análise deste perfil considerou uma semana de publicações registradas em fevereiro de 2012 (de 1º. a 7 daquele mês). Durante o período escolhido, as *hashtags* #GincanaDaNonna, referente aos desafios semanais lançados aos internautas, e #AsNonnaPira, referente aos comentários de Nair Bello e seus seguidores sobre coisas das quais as mulheres velhas gostam muito, conquistaram os *Trend Topics* do *Twitter* no Brasil – ou seja, ficaram em primeiro lugar na lista de assuntos mais comentados pelos usuários brasileiros do *website*. Naquela semana, o perfil contava com pouco mais de 104 mil seguidores e realizou 347 publicações. O material analisado pode ser conferido no Anexo 1.

30 *Retweet* ou *retwitar* é o ato realizado por um seguidor de re-enviar a mensagem do perfil para sua rede de contatos. *Reply* é o ato de responder um *tweet* – a resposta geralmente se inicia com o nome de usuário do destinatário.

31 Termo italiano equivalente a avó.

32 Quando criam um perfil, os usuários do *website* podem disponibilizar referências sobre sua localização geográfica, como bairro, cidade ou país.

porque não como fritura.”, de 1º. de fevereiro, ou “Uma vez roubaram *minha* mala na Panair³³. Foi terrível.”, de 3 de fevereiro de 2012, na qual Nair Bello conta a seus narratários *bambinos* e *bambinas* que a bagagem “sumiu” porque ela a estava procurando no lugar errado. A delegação de vozes aos interlocutores, quando o enunciador opta por *retuitar* falas e assim deixá-las visíveis na superfície textual, é uma operação paralela à utilização de diálogos em estilo direto nas narrativas tradicionais ou à utilização de citação direta, entre aspas, nos textos jornalísticos. Há aqui o que Barros (2001a, p. 75) denomina *debreagem interna*, ou *debreagem de 2º grau*, estratégia que, segundo ela, intensifica o *efeito de realidade* criando uma situação verossímil de diálogo (geralmente emulando conversas entre uma avó bem-humorada e seus netos).

Nair Bello: Sou do tempo em que não havia animais em extinção.

Bambino: @nairbello ué e os dinossauros?

Nair Bello: Dinossauros não existem, bambinos. São inventados pelo homem como os dragões, os minotauros e os cangurus.

Os *retweets* aglutinam diferentes sentidos e contribuem para a construção da dupla função de Nair Bello na narrativa (cf. se verá em seguida). De um lado, ela assume o papel do sujeito que possuía o objeto-valor *juventude* no passado e agora o perdeu. De outro, é o destinador-manipulador que faz os *bambinos* e *bambinas* agirem (participarem de jogos e competições) no *website*. Coloca-se, então, como detentora de um *saber* sobre coisas do passado (ou coisas velhas) a partir do qual ela julga as interações de *bambinos* e *bambinas*.

O tempo da narrativa é o presente. Nair Bello conta como as coisas são *agora*, comparando-as ao que foram *um dia*. Inúmeras relações de intertextualidade com textos televisivos e jornalísticos contribuem para sua ancoragem temporal, embreando o enunciado e dando credibilidade ao seu *agora*. No dia 2 de fevereiro, Nair Bello publicou: “Casamento em Mulheres de Areia, estou chorando”. No dia 3 de fevereiro, comentou a nova temporada da telenovela *Malhação* (Rede Globo), voltada ao público jovem: “Eu acho *Malhação* tão prafrentex! Todo ano fala sobre gravidez na adolescência. No meu tempo OB³⁴ tirava a virgindade. Era ISSO que se precisava saber quando jovem.”. No dia 6 de fevereiro, dois *tweets* faziam alusão a telenovelas: “Mulheres de Areia está pegando fogo!” e “Ainda não entendi o segredo da Tereza Cristina.”. Há um caráter dêitico nessas publicações, uma relação

33 Panair do Brasil S.A., fundada em 1930, foi uma das primeiras companhias aéreas comerciais a atuar no Brasil. Dominou o setor de aviação por décadas e era reconhecida por sua imagem de confiança e requinte. A empresa teve suas operações aéreas encerradas em fevereiro de 1965.

34 O.B. é uma marca de absorvente interno criada na Alemanha, em 1950. Na década de 70 a marca foi adquirida pela Johnson & Johnson; em 1974 o O.B. chegou ao Brasil.

de sincronicidade entre o ato de enunciação de Nair Bello e a transmissão dos programas televisivos por ela mencionados³⁵. A ancoragem do texto no presente e o estabelecimento de relações intertextuais de sincronicidade emprestam ao texto sua *atualidade*, ou seja, no momento da enunciação, ele constrói seus sentidos de atualidade a partir dessas estratégias.

Entretanto, embora a narrativa se realize no presente, no *agora*, este presente é sempre comparado a um tempo passado, no qual as coisas eram diferentes. Expressões como “no meu tempo...” ou “sou do tempo em que...” dotam de sentido esses saltos de temporalidades: o “tempo de Nair” é apontado como sua juventude, quando ela era uma “cocota”; o agora é sua velhice, sua decadência risível, a fonte da comicidade.

As ações narradas por Nair Bello acontecem, em grande medida, dentro da sua casa. “Instalei cabos de aço aqui em casa para voar da sala para a cozinha. Um espetáculo!”, comenta em 1º. de fevereiro. No dia 2, ela remete ao espaço da casa uma sequência de fatos:

NairBello: Tem um homem com uma furadeira na minha casa. Estou surda.
NairBello: Ele está insatalando um filtro da @hebecamargo! Nunca estive tão feliz!
NairBello: Meu filtro novo está maravilhoso, posso dar banho na calopsita sem me preocupar!

A casa também é palco de encontros: “@rafinhabastos Não foi preso ainda, bambino? Estão todos contra você! MA CHE! Venha tomar um chá aqui na Nonna.”, publica em 2 de fevereiro; e “Hoje à noite tem rodada de tranca aqui em casa. ”, em 3 de fevereiro.

Além de sua casa, Nair Bello também frequenta alguns lugares “de velhos”, como o baile da terceira idade, o supermercado, a padaria, o hospital. Ela os explicita em 1º. de fevereiro, “Agora tem aqueles mini filezinhos de frango à milanesa pra vender no mercado. Eu vi hoje cedo.”; 3 de fevereiro, “E esse foi o giro das notícias. Vou na padaria comentá-las com as pessoas e mostrar que sou moderna e atualizada.”; 5 de fevereiro, “Notíciaaaaa! Wando só melhora depois da nonna @nairbello deixar calcinha no hospital!”, entre outras ocasiões.

A sintaxe discursiva, ao tratar das relações entre o enunciador e o enunciatário, analisa os processos da discursivização que compreendem a actorialização (pessoas), a espacialização (espaço) e a temporalização (tempo). Ao projetar-se no texto, o enunciador cria, assim, um *sujeito*, Nair Bello; um *aqui*, sua casa na Mooca, o espaço urbano; e um

35 A telenovela *Mulheres de Areia* foi reapresentada pela Rede Globo na seção *Vale a Pena Ver de Novo* entre 12 de setembro de 2011 e 9 de março de 2012. A décima-nona temporada da série de televisão *Malhação*, que tinha como um de seus temas a gravidez na adolescência, foi exibida pela Rede Globo entre 29 de agosto de 2011 e 10 de agosto de 2012. A telenovela *Fina Estampa*, que tinha Tereza Cristina entre seus personagens (também produzida pela Rede Globo), foi exibida no horário das 21 horas entre 22 de agosto de 2011 e 23 de março de 2012.

agora, a atualidade. A partir desses três elementos será desenvolvida a narrativa do perfil.

Mas a construção de Nair Bello não se dá apenas por projeções sintáticas: essa personagem é concretizada semanticamente, transformada em um ator/personagem na estrutura discursiva. Ela é descrita e caracterizada em figuras que revestem o tema da velhice. Entendida como um investimento semântico, a instalação de figuras do conteúdo recobre e “materializa” no enunciado o nível abstrato dos temas. No percurso temático da busca da juventude, por exemplo, o objeto-valor *juventude* é negado a mulheres velhas como Nair Bello; seu oposto, a *velhice* é que se mostra: aparece sob as figuras das jóias, dos cremes para o rosto, dos seios caídos, entre outras. A partir daí, todo o percurso do sujeito pode ser figurativizado: os processos são aspectualizados nas ações de derrubar a dentadura, fazer casaquinhos de tricot, suar embaixo do peito, sonhar com uma máquina do tempo e assim por diante.

O sujeito da narrativa ganha nome, Nair Bello; apelido, *nonna*; ocupação, aposentada. As figuras apresentadas pelo enunciador, entretanto, não indiciam exclusivamente Nair Bello. Elas recobrem um amplo imaginário social do velho, ou, mais especificamente, da “velha”. A partir dos termos e expressões encontrados nas publicações (*tweets*, *retweets* e *replies*) de Nair Bello, pode-se definir as velhas, Nair inclusive, como seres que fazem crochet e tricot, pintam o cabelo de roxo, que usam jóias, cremes para o rosto, colônia de alfazema, casaquinho de lã, fralda geriátrica e a linha de produtos para dentaduras Corega. Elas têm filtro de barro e calopsitas. Perfumam a casa com aromatizador de ambientes e protegem-se do sol com sombrinhas; suam embaixo do peito e derrubam a dentadura quando riem demais; paqueram o padeiro e o carteiro. As velhas divertem-se: jogam bingo e tranca, e apostam na Tele-Sena; fazem comida e vendem congelados para complementar a aposentadoria: bolinhos de chuva, empadas, macarronada, conosquinhos; fazem café com coador de pano; bebem Domecq. Elas frequentam lugares como o baile da terceira idade, Caldas Novas (para onde vão de excursão), supermercados e padarias. Ouvem Roberto Carlos, Julio Iglesias, Wando, trilhas sonoras de novelas e Cid Moreira lendo a Bíblia. Assitem a muita novela, reprises de novela e também *Zorra Total* (Rede Globo). Elas erram os nomes, erram as arrobas, lêem errado e erram o lugar das coisas, não enxergam sem óculos, não são levadas a sério e morrem.

As publicações também oferecem detalhes sobre seu enunciatário, construindo a imagem dos jovens com os quais Nair Bello se propõe a conversar. Essa imagem se consolida num narratário, bambinos e bambinas, com características que recobrem o tema da juventude. Segundo o enunciador de Nair Bello, os bambinos e as bambinas são usuários ativos da

Internet, concorrem a brindes e participam de competições. Eles fazem sucesso mas não ganham dinheiro, não visitam a avó, fazem aniversários, namoram, fazem sexo (ou querem fazer). Eles frequentam lugares como *São Paulo Fashion Week*, *Campus Party* e festas de carnaval. Ouvem *set list* e comem *nuggets* e “outras porcarias”. Assistem a vídeos na internet, *Malhação*, *Big Brother Brasil* (ambos da Rede Globo), *CSI* (AXN Basil) e ao programa *Dose Tripla* (MixTV). São viciados em computador, *hackers* ou DJ's (“disc jôquei”). São coisas típicas dos jovens o carregador de celular, as arrobas, os TT's (Trend Topics), camisinha, carteira, repelente e virgindade (nesse caso, só dos *nerds*).

Diferentes etapas podem ser reconhecidas na figurativização. Há uma especificação figurativa do tema, uma instalação das figuras – a velha, o jovem – para que, em seguida, essas figuras sejam detalhadas, exauridas em minúcias, com o objetivo de produzir uma ilusão referencial. Esse detalhamento é chamado pela semiótica discursiva de iconização e acontece por meio dos procedimentos de ancoragem do texto (uso de datas, referências temporais e espaciais, nomes próprios) e também pela pormenorização dos atores, lugares e momentos que contribuem para que o enunciário reconheça “imagens do mundo” e acredite, a partir delas, na *verdade* proposta pelo enunciado.

As figuras não são escolhidas de modo aleatório. “O depósito [de figuras] forma-se no tempo e no espaço, historicamente, e o discurso figurativizado, graças a seu dispositivo de figuras, relaciona-se com o extradiscursivo e constitui-se ideologicamente. As figuras são, por excelência, o lugar do ideológico” na estrutura discursiva, explica-nos Barros (2001a, p. 123-124). As dentaduras, as colônias de alfazema e os casaquinhos são elementos reconhecidos como “coisas de velhos” a partir de um imaginário que o enunciador acredita compartilhar com seu enunciário.

Em resumo, é por meio da sintaxe e da semântica discursivas que o sujeito da enunciação instaura narradores, atribuindo a estes um *dever-fazer* e dotando-lhes de voz, de um *poder-fazer*, para que possam falar por ele. Em outras palavras, o enunciador dá a seus narradores uma competência modal para o narrar – sujeitos que devem e podem assumir a palavra.

Esclarecidas as projeções da enunciação, cabe ainda à análise da estrutura discursiva uma investigação das relações argumentativas entre enunciador e enunciário. Como um desdobramento da enunciação, o enunciador assume o papel de destinador-manipulador do texto-enunciado; é responsável pela proposição dos valores e por levar o enunciário a crer e a fazer. Cabe ao enunciador, portanto, um fazer persuasivo – e ao enunciário um fazer interpretativo. Esses fazeres se desdobram por todos os níveis do

percurso gerativo de sentido, mas a análise das estruturas discursivas é geralmente a etapa que fornece mais subsídios para a compreensão do contrato que se estabelece entre esse par pressuposto, tanto quanto dos meios empregados na persuasão e na interpretação.

Para a semiótica discursiva, pode-se denominar um “contrato” o estabelecimento de uma relação intersubjetiva. Não basta que o enunciador estabeleça um objeto-valor para que exista o contrato; é necessário que essa relação seja compreendida como uma troca: “para que a troca possa se efetuar, é preciso que as duas partes sejam asseguradas do 'valor' do valor do objeto a ser recebido em contrapartida” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 101). Também é por meio desse contrato que o enunciador estabelece como o enunciatário deve interpretar a “verdade” do enunciado.

O perfil de Nair Bello no *Twitter* deixa marcas para que o enunciatário possa interpretá-lo a partir de uma “verdade” da fantasia. O texto enuncia-se como falso e estabelece, assim, um contrato de veridicção no qual enunciador e enunciatário compartilham um *crer-falso*, e não um *crer-verdadeiro*. Isso significa dizer que o texto-enunciado deve ser interpretado como *verdadeiramente falso*. Para construir tal efeito de sentido, o perfil estabelece relações de intertextualidade e/ou interdiscursividade com textos mediáticos sobre Nair Bello, tais como reportagens, entrevistas – estes, sim, dotados de um *dizer-verdadeiro* que mobiliza um *crer-verdadeiro* do enunciatário – e com outros perfis do *website*.

O enunciador, para persuadir seu enunciatário, oferece a ele valores ligados à diversão e ao riso. Ele *sabe* e *pode* fazê-lo rir contando estórias de Nair Bello. Mas não basta, nesse caso, que o enunciatário queira rir. Para entender o texto, o enunciatário precisa descobrir as pistas da enunciação, decifrar os intertextos, compará-los com seus conhecimentos e convicções para, então, crer ou não-crer: aceitar ou não aceitar o contrato. Esse *saber-fazer* ligado à interpretação pode ser entendido a partir de *competência enciclopédica* proposta por Maingueneau (2004b, p. 42): um conjunto de saberes e conhecimentos que varia de acordo com a sociedade e as experiências de cada indivíduo. “Ele se enriquece ao longo da atividade verbal, uma vez que tudo o que se aprende em seu curso fica armazenado no estoque de conhecimentos e se torna um ponto de apoio para a produção e compreensão de enunciados posteriores”. Há, portanto, uma manipulação do enunciatário que acontece por sedução: se ele for capaz de compreender os intertextos, o jogo proposto pelo enunciador, ele poderá rir e se divertir.

Mas, para poder rir, o enunciatário também deve compartilhar uma determinada visão de mundo, um conjunto de valores que permite o reconhecimento de que ambos, enunciador e enunciatário, estão do mesmo lado, ou um regime de *mesmidade/alteridade*

(PRADO, 2008). O Mesmo é aquele que compartilha os objetos de valor e a produção de sentido de um determinado discurso. Os valores eufóricos do novo (juventude) em oposição ao velho (velhice), bem como os valores da diversão, eufórica, em oposição ao tédio, fazem parte deste quadro comum de referências. Caso contrário, mesmo que decifrasse as pistas da enunciação, o enunciatário não encontraria graça nas desventuras de Nair Bello³⁶. Acordadas essas premissas – compartilhar valores e crer na verdade ficcional do texto – o enunciatário está apto a aceitar o contrato de comunicação e se divertir com a narrativa de Nair Bello.

Nos *sites* de redes sociais, a aceitação do contrato de comunicação ganha materialidade com o estabelecimento de um vínculo entre perfis, criando uma rede social digital – um grupo de perfis conectados por *hyperlinks*. Os destinatários que aceitam o contrato transformam-se em bambinos e bambinas ao seguir Nair Bello e o número de seguidores aparece com destaque no texto-enunciado (vale lembrar que Nair Bello tinha pouco mais de 104 mil seguidores no período em que o perfil foi analisado). Bambinos e bambinas não precisam conhecer todas as publicações anteriores de Nair Bello: eles podem pressupor o teor de suas mensagens a partir de sua *bio*, um pequeno parágrafo autobiográfico no qual o narrador do perfil descreve a si mesmo.

Na primeira semana de fevereiro de 2012, Nair Bello era apresentada da seguinte maneira:

Nair Bello / @nairbello
 Uma grande atriz fumante apaixonada por Domecq.
 nairbellonoceu@gmail.com – Nonna de @braungustavo da @joao_digital
 MA CHE! CONHEÇA O BLOGUE DA NONNA
 Mooca – <http://www.bloguedanonna.com.br>
 23.543 tweets / 9.155 seguindo / 104.275 seguidores

O nome do perfil, Nair Bello, remete à atriz homônima, pressupostamente conhecida pelo enunciatário. A descrição, “uma grande atriz fumante apaixonada por Domecq” aponta como qualidades positivas, nas entrelinhas, as características de *fumante* e *beberrona*, socialmente reconhecidas como negativas. Na frase seguinte, duas pistas se destacam: o e-mail, uma justaposição dos termos “Nair Bello no céu”, e a indicação de que Nair Bello é a *nonna* de @braungustavo (Gustavo Braun³⁷, autor do perfil) da empresa João

36 Um regime de mesmidade se constrói, de acordo com Prado (2008), de forma relacional ao Outro, a alteridade, que é exilado para além de uma linha demarcatória: “chamamos Outro às representações e figurativizações dos grupos sociais e suas séries de paisagens culturais e políticas frente às quais a mídia estabelece distâncias relativas, homólogas ao afastamento que seus públicos mantêm.” (PRADO, 2008, DVD). No caso do perfil Nair Bello, o Outro é aquele que valoriza a velhice, a experiência, a exemplo do que acontece na sociedades regidas pelo sagrado (ELIADE, 1992), entre outras culturas nas quais o sábio (ancião) se sobrepõe ao jovem (neófito). Esse Outro não é nomeado nem figurativizado pelo perfil.

37 Essa informação foi inserida em 2010, após a participação de Gustavo Braun no Teleton (maratona televisiva

Digital. Reconhecer Nair Bello como um perfil humorístico é resultado da interpretação dessas inversões de sentido propostas pelo enunciador.

3.2.2. Estruturas semionarrativas

Floch (2001) descreve as estruturas semionarrativas como virtualidades (classificações, construções das unidades de sentido, regras de colocação em relação permitindo encadeamentos) oferecidas por um determinado sistema de significações. Conforme se verá, essas virtualidade podem ser divididas em dois níveis: um nível fundamental, que investiga as categorias de base das significações; outro narrativo, no qual as categorias fundamentais são assumidas como valores pelos sujeitos do enunciado.

3.2.2.1. Nível narrativo

A narratividade de um texto corresponde a um encadeamento ordenado de situações e ações ou, para a semiótica discursiva, de estados e transformações. Os atores do enunciado são analisados de acordo com seus papéis actanciais, ou seja, os papéis que desempenham na narrativa. A sintaxe narrativa descreve o fazer do sujeito em busca de um objeto-valor – um valor desejado que se materializa em um ou vários objetos ao longo do texto-enunciado.

Os sujeitos identificados pela estrutura narrativa não têm descrição detalhada: são abstrações, desempenham papéis previamente determinados, organizando a narrativa em etapas conforme um *esquema narrativo*, cujas origens remontam aos estudos de Propp (1984 [1928]). Esse esquema passou por sucessivas generalizações. Barros (2001a; 2001b) o descreve a partir de três percursos – percurso do destinador-manipulador; percurso do sujeito; percurso do destinador-julgador –, enquanto Fiorin (2005) propõe um modelo simplificado, uma sequência com quatro fases – a manipulação, a competência, a performance e a sanção. As duas propostas estão em consonância: uma vez que o percurso do destinador-manipulador pode ser compreendido como a fase de manipulação proposta por Fiorin, e o percurso do destinador-julgador está ligado à sanção, cabe ao percurso do sujeito a aquisição da

veiculada pelo canal SBT que arrecada fundos para projetos sociais) – episódio mediático no qual o autor do *fake* foi revelado ao público.

competência e a realização da performance, como será detalhado adiante.

Esses actantes agem uns sobre os outros, ou desempenham ações individuais na narrativa (performances), para se colocar em estado de junção com um objeto-valor, que pode ser conjunção ou disjunção. A narrativa do perfil Nair Bello apresenta dois momentos: Nair Bello do passado e Nair Bello atual. No passado, Nair Bello queria se divertir (ir a festas, viajar, paquerar); para isso, precisava ser jovem e bonita (uma cocota). Nair Bello era sujeito de um *querer-fazer*; como era jovem e (portanto) bonita, torna-se sujeito de um *poder-fazer*. Assim, Nair Bello entra em conjunção com seu objeto-valor: a diversão. No momento atual, Nair Bello também quer se divertir, mas ainda precisa ser jovem. Como Nair Bello “não é mais uma cocota”, sua velhice torna-se um obstáculo. Nair Bello é sujeito de um *querer-fazer* e de um *não-poder-fazer*, ficando em disjunção com seu objeto-valor e amargando uma vida de tédio dentro de casa.

Essas transformações podem ser descritas como um *programa narrativo* (PN), ou seja, “uma mudança de estado efetuada por um sujeito (S1) qualquer, que afeta um sujeito (S2) qualquer” (GREIMAS; COURTÉS, P. 389). No PN, há um enunciado de fazer que rege um enunciado de estado (junção), e F (assim como o sinal $\rightarrow$) significa a função de transformação, que envolve todos os elementos representados.

PN1: $F \Rightarrow [S1 \rightarrow (S2 \cap Ov)]$			
S1	NairBello	$\cap$	conjunção
S2	NairBello	Ov	Objeto-valor “diversão”

PN2: $F \Rightarrow [S1 \rightarrow (S2 \cup Ov)]$			
S1	Tempo	$\cup$	disjunção
S2	NairBello	Ov	Objeto-valor “diversão”

No PN1, S1 é o sujeito do fazer que coloca S2, sujeito de estado, em conjunção com o objeto-valor diversão. No PN2, S1 priva S2 do objeto-valor diversão. Como S1 e S2 são actantes, e não atores (figuras do nível discursivo), isso significa que dois atores diferentes podem assumir um mesmo papel actancial, ou, como neste caso, um mesmo ator – Nair Bello – pode assumir diferentes papéis actanciais. No PN1, Nair Bello se coloca em conjunção com a diversão; já no PN2, Nair Bello é privada do objeto-valor diversão pela ação do tempo, que a transforma em velha. Segue-se uma descrição mais detalhada da sucessão de estados e transformações que constitui a narrativa do perfil.

O texto-enunciado conta a história de um sujeito, Nair Bello, manipulado

previamente por uma tentação: se você for jovem, você poderá se divertir. O sujeito, convencido disso, se automanipula: ele assume um querer se divertir (o que se converte em seu objeto-valor) mas para isso precisa, antes, ser jovem (objeto-valor do destinador-manipulador). No passado, o tempo surge como adjuvante e coloca o sujeito em conjunção com a juventude; assim o sujeito-jovem pode executar sua performance e se colocar em conjunção com a diversão: num tempo em que não havia animais em extinção, Bambi era um filme inédito e OB tirava a virgindade, Nair Bello era uma cocota festeira que viajava por aí pela Panair. Na atualidade, o tempo é colocado como um anti-adjuvante: age sobre o sujeito fazendo com que este passe de um estado de conjunção para um estado de disjunção com a juventude. O sujeito-velho não pode executar sua performance e fica em disjunção com o objeto-valor diversão.

Em alguns momentos de sua atualidade, o sujeito figurativiza a esperança de poder retornar à juventude com ajuda de um objeto mágico (máquina do tempo); mas, dada a inexistência deste objeto, o sujeito executa uma performance às avessas e “glamouriza” seu tédio, afirmando ironicamente que está em conjunção com o objeto-valor diversão. Pode-se retomar os enunciados de 2 de fevereiro:

NairBello: Tem um homem com uma furadeira na minha casa. Estou surda.
 NairBello: Ele está insatando um filtro da @hebecamargo! *Nunca estive tão feliz!*
 NairBello: Meu filtro novo está maravilhoso, posso dar banho na calopsita sem me preocupar!

O sujeito Nair Bello diz que se diverte (parece), mas não se diverte (não é) – vive, portanto, uma mentira. Capaz de interpretar a mentira, o destinador-julgador sanciona negativamente o sujeito, tachando-o de “risível³⁸”. O papel de destinador-julgador cabe aos bambinos e bambinas que, rindo de Nair Bello, divertem-se eles.

Há também um segundo nível de leitura possível nessa narrativa. Ela parte do contrato entre enunciador e enunciatário pressupostos a partir do texto-enunciado do perfil. O enunciador manipula seu enunciatário também por tentação com os valores da diversão e do riso: se ele interpretar corretamente os intertextos e as inversões de sentido, o jogo proposto pelo enunciador, ele poderá rir e se divertir. Em troca dessa diversão, o enunciatário deverá assumir os valores propostos pelo enunciador (a euforização da juventude) e segui-lo no *Twitter*.

38 Nesse caso, “risível” não deve ser compreendido como uma ação derrisória. Nair Bello é construída como uma personagem divertida, engraçada; risível em suas desventuras a partir de uma relação de proximidade e empatia com o enunciatário.

Ao seguir o perfil Nair Bello, o enunciatário assume o papel de narratário – bambinos e bambinas – e aceita as manipulações de Nair Bello para que seja interativo. Os bambinos e bambinas contribuem com a construção do texto-enunciado em sua interação respondendo e *retwitando* os *tweets* de Nair Bello ou mencionando o perfil em seus próprios *tweets* (um *querer-fazer* interativo); eles também “entram na brincadeira” criando suas próprias frases irônicas, utilizando as *hashtags* propostas, respondendo ou corrigindo Nair Bello e declarando que gostam da *nonna* (um *saber-fazer* criativo). Aceitando a manipulação e agindo interativamente, os bambinos e bambinas fazem as publicações de Nair Bello repercutir no *website*, aumentando a audiência e, portanto, a popularidade de Nair Bello. Em retribuição a essa performance executada, e se ela for julgada verdadeiramente interativa e criativa por Nair Bello, as publicações são *retwitadas*, explicitadas na superfície textual, e os bambinos e bambinas ganham como retribuição seus “15 segundos”³⁹ de audiência e popularidade no *site*.

Submetendo esses apontamentos a exame mais detalhado, observam-se três programas narrativos: o Programa Narrativo de Nair Bello (PN1), que orienta a narrativa do perfil em torno das desventuras de Nair Bello; o Programa Narrativo dos Bambinos e Bambinas (PN2), que buscam diversão, e o Programa Narrativo do Perfil (PN2), no qual o enunciador seduz o enunciatário por meio do perfil Nair Bello, oferecendo diversão em troca da afirmação da juventude como valor.

PN1: F (<i>ser nonna</i>) $\Rightarrow$ [S1 $\rightarrow$ (S2 $\cup$ Ov)]			
S1	Tempo	$\cup$	disjunção
S2	NairBello	Ov	Objeto-valor “diversão”

PN2: F (<i>se divertir</i>) $\Rightarrow$ [S1 $\rightarrow$ (S2 $\cup$ Ov)]			
S1	Bambinos	$\cup$	disjunção
S2	Nair Bello	Ov	Objeto-valor “juventude”

39 Na década de 60, o artista plástico e ícone da pop-art Andy Warhol afirmou, ao comentar sua série *Death and Disasters* (Morte e desastres), que um dia, todos terão direito a 15 minutos de fama. A série era composta por fotografias de acidentes automobilísticos. A frase foi considerada profética, pois preconizava a importância de aparecer nos *media* “não importa como”; com a disseminação da comunicação interativa em redes digitais, a exposição mediática tornou-se realidade para milhões de pessoas, mas rapidez com qual essas redes recebem novos conteúdos fez com os “15 minutos de fama” fossem reduzidos, na sabedoria popular, a “15 segundos de fama”.

PN3: F (<i>Nair Bello</i>) $\Rightarrow$ [S1 $\rightarrow$ (S2 $\cap$ Ov)]			
S1	Enunciador	$\cap$	conjunção
S2	Enunciatário	Ov	Objeto-valor “juventude”

A narrativa de Nair Bello, bem como o percurso dos bambinos e bambinas, são construídos como um PN de uso para que se realize o PN de base: o enunciador elabora um texto-enunciado através do qual seu destinatário é induzido a entrar em conjunção com o novo (juventude, diversão, vida) e em disjunção com o velho (velhice, tédio, morte). Essa manipulação mobiliza a paixão do medo, um *não-querer-ser*: a recusa de tornar-se velho e não poder participar da vida social (diversão), como acontece com Nair Bello.

3.2.2.2. Nível fundamental

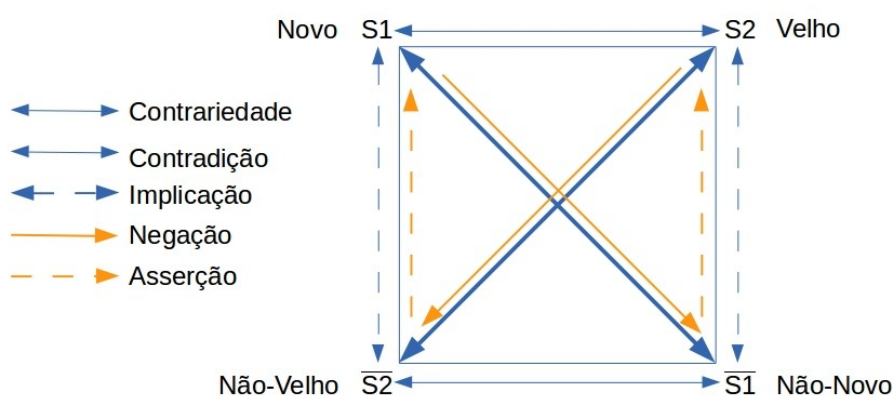
Com base no postulado saussureano de que o sentido nasce da diferença (SAUSSURE, 2006), a semiótica discursiva busca identificar uma oposição de base, abstração fundamental que organiza uma narrativa e, por extensão, um texto. Uma vez que a semiótica discursiva é entendida como um sistema de significações, ou seja, uma rede relacional, os termos contrários a partir das quais se constroem tais relações de oposição são considerados categorias semânticas.

A elaboração do perfil Nair Bello no *Twitter* organiza-se a partir da categoria /novo vs velho/, conforme sugerem as etapas anteriores da análise. Esses termos estabelecem entre si uma relação de pressuposição recíproca ou contrariedade: opõe-se um ao outro a partir de um traço em comum, ou seja, “manifestam de algum modo o mesmo traço, duas vezes presente sob forma diferente” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 400). A tensão entre novo e velho se dá a partir de uma temporalidade específica, de um tempo que passa, que é fluxo – em outras palavras, velho e novo são manifestações da efemeridade do tempo. Novo e velho, bem como os temas da juventude e da velhice são, portanto, relacionados, posições contrárias do efêmero.

A relação de contrariedade, entretanto, é apenas uma das relações intercategoriais cuja tipologia é investigada pela semiótica. A partir dos estudos de R. Jakobson (JAKOBSON, 1937; JAKOBSON e POMORSKA, 1988), prevê-se a existência de dois tipos de oposição: além da contrariedade, oposição de termos que manifestam um mesmo traço, há a contradição, uma oposição de termos a partir da impossibilidade de que este traço coexista

nos dois termos, ou seja, pela presença e ausência deste traço em cada um dos termos respectivamente. Os termos contraditórios novo/não-novo e velho/não-velho constituem, em cada caso, uma operação de negação do termo primitivo que o originou.

Os termos contraditórios, por uma operação de asserção, podem fazer aparecer novamente os termos primitivos: o novo, quando negado, implica no velho – ou, de maneira discursivizada, a pessoa que tem sua juventude negada (não-novo) acaba por afirmar sua velhice (velho). Esse conjunto de relações que compreendem a articulação lógica da categoria /novo vs velho/ pode ser visualmente representado por um esquema conhecido como *quadrado semiótico*:



O quadrado semiótico não deve ser compreendido como um modelo estático. As relações nele representadas orientam transformações, mudanças operadas no e pelo sujeito da narrativa. Nair Bello, ao constituir-se como sujeito, propõe uma leitura que se inicia no reconhecimento do velho (a velhice) como eufórico:

NairBello: Instalei cabos de aço aqui em casa para voar da sala para a cozinha. Um espetáculo! (01/02/12)
 NairBello: Meu filtro novo está maravilhoso, posso dar banho na calopsita sem me preocupar! (02/02/12)
 NairBello: Pena que esse filtro novo não pode ter uma capa de tricot linda como meu filtro de barro antigo. (02/02/12)
 NairBello: BINGO #AsNonnaPira (02/02/12)
 NairBello: Zorra Total #AsNonnaPira (02/02/12)
 NairBello: Canastra Real #AsNonnaPira (02/02/12)
 NairBello: E esse foi o giro nas notícias. Vou na padaria comentá-las com as pessoas e mostrar que sou moderna e atualizada. (03/02/12)
 NairBello: Vou confessar que já apertei o bumbum de um carteiro. (03/02/12)
 NairBello: Parabéns, bambinos. As frases fizeram a nonna deixar cair a dentadura de tanto rir. (06/02/12)
 NairBello: Ai, não posso perder a novela amanhã! Está pegando fogo! (07/02/12)

Essa imagem, entretanto, é questionada e negada na interpretação do texto. Enunciador e enunciatário sabem que “o auge da diversão” não pode ser ir da sala à cozinha, dar banho na calopsita, jogar bingo e canastra ou assistir à novela; compreendida a inversão de sentidos, o velho passa a ser negado. Afirma-se, assim, o novo, a juventude, o mundo dos bambinos e bambinas, com suas festas de carnaval, *Campus Party* e *São Paulo Fashion Week*, seus computadores, celulares e arrobas (que indiciam a Internet e o *Twitter*).

A negação do velho pelo não-velho e a afirmação do novo formam um percurso euforizante. A timia, ou categoria tímica, entendida como uma “disposição afetiva fundamental”, contribui para a transformação das dêixis do *quadrado semiótico* em axiologias: conotando uma delas como eufórica e a outra como disfórica, “ela provoca a valorização positiva e/ou negativa de cada um dos termos da estrutura” (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 505). A dêixis novo/não-velho é euforizada, recoberta de valores positivos, enquanto a dêixis velho/não-novo é considerada disfórica, recebendo significação negativa no perfil estudado.

O Programa Narrativo do Perfil propõe um percurso euforizante contrário ao Programa Narrativo de Nair Bello, o que evidencia sua relação irônica. Nair Bello era jovem, mas foi privada de sua juventude por ação do tempo; ainda assim ela executa sua performance, euforiza a velhice, criando o efeito cômico do perfil. Na análise do nível narrativo, essas categorias fundamentais aqui destacadas foram investidas em valores narrativos, ou objetos-valor, disputados por sujeitos; as relações de negação e asserção, por sua vez, foram concretizadas na forma de faltas ou perdas, ganhos ou aquisições (Nair Bello perde – é privada – do objeto-valor juventude, mas ainda assim tenta adquirir o objeto-valor diversão).

Retomando os termos da categoria semântica fundamental, /novo vs velho/, torna-se possível investigar, a partir das relações já estabelecidas entre eles, os desdobramentos hierárquicos resultantes de sua união: termos complexos, ou metatermos que combinam-se e expandem as possibilidades de articulação semântica.

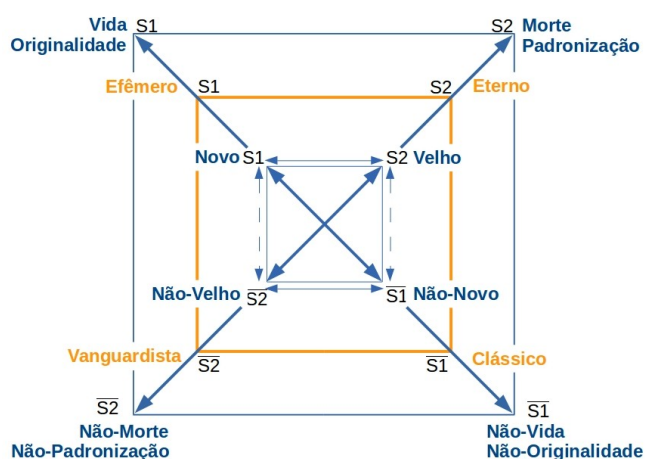
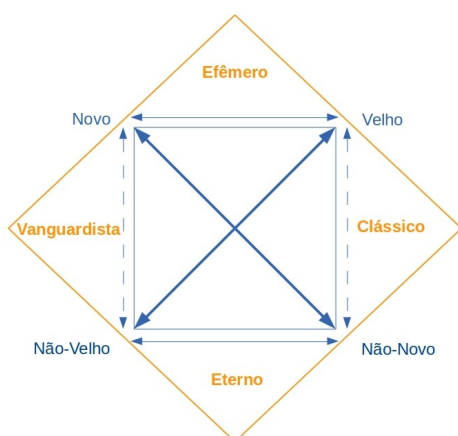
Já foi dito que novo e velho são forças contrárias que se unem na temporalidade do efêmero. Seus sub-contrários, não-velho e não-novo, também combinam-se num traço comum, ligado ao anulamento da passagem do tempo, ou no tempo eterno. A combinação dos termos que formam a dêixis positiva, novo/não-velho, produz o termo inovador, ou vanguardista, ao passo que os termos da dêixis negativa, velho/não-novo, quando combinados, podem ser lidos como o clássico⁴⁰. O vanguardista e o clássico representam

40 O termo “clássico” não tem um valor negativo “em si”; no caso deste perfil recebe carga semântica negativa

modos de relacionamento com o tempo em sua duratividade e constituem, eles também, metatermos contrários.

Enquanto Nair Bello se volta a “clássicos” como filtro de barro com capa de tricot, Roberto Carlos e novelas reprisadas, a interpretação do perfil abandona esse tempo-que-não-passa e projeta-se em direção ao efêmero, à novidade, à mudança, fazendo deslizar para este metatermo a timia eufórica. Um novo quadrado semiótico, formado a partir dos metatermos, pode sobrepor-se ao original e indicar, assim, uma expansão dos sentidos e valores desejáveis para o enunciador do perfil. Contrapondo-se os contrários /efêmero vs eterno/, instalam-se, como seus contraditórios, o par /vanguardista (não-eterno) vs clássico (não-efêmero)/. A dêixis positiva estende-se do novo/não-velho para o eixo efêmero/vanguardista, ao passo em que a dêixis negativa se instaura no eixo clássico/eterno.

Na base dos sentidos propostos pelo perfil de Nair Bello está a construção de um sujeito original, inovador, em movimento. O contrário disso é um sujeito padronizado, velho, incapaz de mudança. Da mesma forma, as coisas de jovens são novas e efêmeras (computadores e celulares, carteiras e camisinhas), enquanto as coisas de velhos são velhas e eternas (jóias, casaquinhos de lã, filtros de barro, coadores de pano, bíblia). Essa sobreposição dos quadrados potencializa a semanticidade dos termos fundamentais, podendo-se projetar a partir deles categorias universais como /vida vs morte/. Uma sistematização dos metatermos no quadrado semiótico esclarece essas relações:



A sobreposição de quadrados tende a oferecer uma organização dos termos que vai dos mais simples aos mais complexos. As operações de negação e asserção propostas pelo

por ser metatermo da dêixis velho/não-novo, disforizada, em oposição à dêixis novo/não-velho, euforizada.

perfil Nair Bello determinam percursos que orientam a interpretação do enunciado, a produção de sentido e o efeito humorístico construído pelo enunciador deste texto-enunciado no *Twitter*.

3.3. Ressurgindo das cinzas como uma Fênix linda e vermelha!

Dilma Rousseff ganhou um perfil falso no *site* de redes sociais *Twitter* em fevereiro de 2010. As primeiras publicações eram comentários sobre celebridades e alguns comentários irônicos sobre a agenda da então candidata à presidência da República, que foi eleita naquele ano. Entretanto, o teor humorístico e o interesse dos usuários da rede se intensificaram em 2011, impulsionados por dois fatores: por um lado, a transformação da candidata em presidente do Brasil; por outro, o abandono a que as contas “oficiais” de Dilma Rousseff em *sites* de relacionamento foram submetidas após o fim da campanha eleitoral.

A ausência de um porta-voz oficial e as semelhanças entre os dois perfis de Dilma Rousseff causaram alguns enganos. No dia 26 de março de 2012, uma inusitada confusão envolvendo o *Twitter* e a presidente Dilma Rousseff ganhou as páginas dos principais jornais do País: por causa de um erro de digitação, o perfil oficial da presidente foi condecorado com o título de *Melhor Conta Falsa* na premiação internacional *Shorty Awards*. O prêmio, que repercutiu na imprensa como um “Oscar das redes sociais” (O GLOBO, 2012a), é concedido pela empresa de comunicação digital *Sawhorse Media*, para as melhores contas de usuários (em várias categorias) no *Twitter*. O engano foi devido à semelhança na grafia dos nomes de usuário⁴¹ das duas contas, “dilmabr” e “diImabr”. Note-se que a segunda delas possui o caractere “i” maiúsculo no lugar da letra “l”.

Após desfeito o mal-entendido, o autor da conta falsa tornou-se celebridade instantânea. Jornais tradicionais como *O Globo* (2012a, 2012b), *Folha de S.Paulo* (FOLHA, 2012; PEIXOTO, 2013), *O Estado de S.Paulo* (LEMOS, 2012) publicaram reportagens sobre o sucesso do perfil na Internet. Revistas de circulação nacional como *Veja* (MEIER, 2012) e *Brasileiros* (2012) entrevistaram o autor da “brincadeira” para descobrir suas fontes de inspiração e suas visões políticas, entre outras coisas.

Mas o conteúdo veiculado pelo *fake* busca deixar clara a brincadeira. Em sua autobiografia, Dilma Rousseff afirma: “Sou linda, sou diva, sou Presidenta. Sou Dilma! Sou

41 Quando se cadastra no *Twitter*, o usuário estabelece o nome do perfil e também um nome de usuário – um termo de até 15 caracteres sem espaços que podem ser composto por letras e números. Esse termo é utilizado em citações, precedido do símbolo @, gerando *hyperlinks*.

uma sátira, se você não sabe o que é uma sátira, pega o número na fila do Bolsa Escola!”. O perfil conquistou mais de 35 mil seguidores até o final de 2011 e foi replicado em uma conta de mesmo nome no *Facebook*.

Dilma Rousseff no *Facebook*, que contava com a mesma autobiografia do perfil anterior, foi criado antes da “fama”, em outubro de 2011. A adoção desse *website* ampliou o público de Dilma Rousseff e se justificava, naquele momento, pelo crescimento que o *Facebook* vinha tendo no país: no final de 2011 seu sistema superou o *Orkut* e tornou-se o *site* de redes sociais mais utilizado pelos brasileiros (CARDOSO, 2011). O perfil ficou no ar até maio de 2012, quando foi eliminado repentinamente, pois não estava de acordo com a regras de utilização do *website*. Dias depois, foi criada a página Dilma Bolada – agora sem o nome completo da presidente e sob nova categoria de cadastro.

O *Facebook* permite dois tipos de cadastros: a criação de perfis de usuários e também de páginas, estas inicialmente destinadas a empresas e instituições. Os usuários devem cadastrar perfis utilizando “nomes e informações reais” segundo a *Declaração de direitos e responsabilidades* (FACEBOOK, 2012) do *site*.

As páginas, segundo informações da *Central de Ajuda* do *Facebook*, “permitem que organizações, empresas, celebridades e marcas reais se comuniquem amplamente com pessoas que as curtem. As páginas podem ser criadas e gerenciadas somente pelos representantes oficiais.” (FACEBOOK, 2014b). Essas restrições são apontadas como maneiras de coibir a criação de perfis falsos. No caso de Dilma Bolada, o perfil teve que ser recriado como página de celebridade (e, ainda assim, sob o risco de ser eliminado novamente).

A página Dilma Bolada do *Facebook* surgiu na rede em 20 de maio de 2012. Até o final daquele mês, já contava com mais de 4 mil *dilmetes* – tratamento dado por Dilma aos usuários que “curtem” suas publicações. Esta análise considera as publicações iniciais da nova página, de 20 de maio a 31 de maio de 2012, período no qual foram encontradas 72 publicações. Além de curtir a página, os usuários do *Facebook* podem curtir, comentar ou compartilhar cada publicação individualmente; nessa interação com Dilma forma contabilizados 6.808 curtir, 701 comentários e 971 compartilhamentos de conteúdo⁴².

3.3.1. Estruturas discursivas

A página de Dilma Bolada faz dos intertextos uma importante ferramenta de

42 O material analisado pode ser conferido no Anexo 2.

persuasão e efeito humorístico. O texto-enunciado conta a história de um sujeito manipulado previamente por uma provocação: a imprensa nacional duvida que Dilma Rousseff consiga governar o Brasil. O descrédito da imprensa, a suposta insatisfação da base aliada no Congresso, a falta de “jogo de cintura” e outros argumentos apresentados em jornais e revistas (SAMARCO e DOMINGOS, 2012; TRIBUNA, 2012; NOGUEIRA, 2012; BRAGA e CAITANO, 2012) para *fazer-crer* nesta provocação irritam Dilma Rousseff, transformando-a em Dilma Bolada. Dilma Bolada se vê imbuída de um *dever-fazer*: ela tem que mostrar ao mundo – ou, nesse caso, aos usuários do *Facebook* – que quem manda no Brasil é ela.

A competência é pressuposta. Dilma Bolada é presidente e, portanto, *pode* e *deve* mandar. Ela realiza, então, sua performance. Muda o nome de cidades, manda as TV produzirem programas especiais para ela, manda políticos confessarem tudo para CPIs, manda reduzir o preço do Kinder Ovo e da Nutella⁴³, exila do país jogadores que fizeram “dancinhas ridículas”, manda mudar a cor do *Facebook* para vermelho, manda pintar um “D” gigante no meio do campo dos estádios da Copa do Mundo, manda criar programas sociais como *Ivete para Todos* (com shows da cantora Ivete Sangalo) e *Bolsa Libertadores* (para que o time de futebol Corinthians possa ter mais acesso a este campeonato), decreta feriados, restaura a Monarquia para ser rainha... e alerta: “se não me curte pega suas trouxas e mete o pé, o Paraguai é logo ali”.

A página é escrita em debreagem enunciativa. Dilma Bolada, como narradora e locutora, faz uso do imperativo para ressaltar sua posição de poder. Publicações como “CONFIRMEM PRESENÇA AMANHÃ E CONVIDEM SEUS AMIGOS!”, de 28 de maio (em referência ao Evento: Feriado do Dia Nacional dos Dilmetes – 29/03/12), “ESTOU *ONLINE*! Por favor, [fiquem] todos de pé!”, de 29 de maio, e “Estou *online*! CURVEM-SE!” de 31 de maio contribuem para criar o efeito de sentido de poder, de ascendência.

As ações relatadas pela página acontecem no presente. Dilma Bolada conta o que acabou de fazer, está fazendo ou vai fazer na atualidade. A embreagem temporal se realiza pelas expressões de conexão (como “estou *online*”) e advérbios de tempo como “agora”, a exemplo da publicação de 29 de maio: “Papo reto agora... acho que vou mesmo restaurar a Monarquia e me tornar Rainha!”. O caráter dêitico desses elementos busca a coincidência entre o tempo do enunciado e o tempo de sua emissão (enunciação), intensificando os efeitos de realidade do texto.

Dilma Bolada vive em Brasília, mas viaja muito, pelo Brasil todo, em seu avião “Dilmair Force One”. Os lugares que ela visita são os mesmos lugares indicados pela

43 Marcas de produtos achocolatados populares no Brasil.

cobertura jornalística da agenda presidencial, criando intertextos para sobrepor as imagens de Dilma Bolada do *Facebook* e de Dilma Rousseff dos noticiários. Em suas viagens, a narradora Dilma Bolada publica as mensagens “via celular” e adiciona sua localização em *hiperlink*⁴⁴ nas cidades que visita, enfatizando os efeitos de deslocamento no território; ela também publica fotografias similares às aquelas encontradas nos veículos dos media tradicionais, que testemunham sua “presença” nesses eventos. Ao projetar-se no texto, o enunciador cria um *sujeito*, Dilma Bolada; um *aqui*, em Brasília e no Brasil; e um *agora*, a atualidade, a partir dos quais conduz a narrativa.

Os dilmetes, seus narratários, comemoram suas realizações e agradecem pelas obras inauguradas. As publicações de 21 de maio descrevem a presença de Dilma Bolada em evento em Laguna, para “inaugurar uma ponte dilmais⁴⁵”:

Dilma Bolada: Embarcando para Laguna, SC pra inaugurar uma ponte dilmais. Acho que vou mudar o nome da cidade para Laguna Beach, o que acham? (via celular)
 Dilma Bolada: Euzinha super feliz na inauguração das obras da Ponte sobre a lagoa de Imaruí da BR-101 e esse senhor que estava do meu lado e não parava de rir, esqueci o nome dele. rsrs - em Laguna [hiperlink]

Dilmete1: Bom diaaa! Da uma passadinha aqui em casa! Kkkk
 Dilmete2: Aproveita e me dá uma carona, minha cidade é ao lado! ;P kkkkkkkkkk
 Dilmete3: Santa Catarina agradece muito essa iniciativa que vai materializar o começo do fim da agonia da nossa interminável duplicação da BR 101, trecho Sul.. Parabéns por mais essa ação...
 Dilmete4: Levou camarão pra casa?
 Dilmete5: É o governador de SC, Raimundo Colombo!
 Dilma Bolada: Dilmete5, é esse mesmo. Sabia que conhecia ele de algum lugar...
 Dilmete6: Sempre de vermelho, essa é uma Dilminha original mesmo viu

Os narratários aproveitam o espaço dos comentários para agradecer, pedir carona, e até mesmo criticar a presidente – operando, eles também, uma sobreposição da imagem de Dilma Bolada e da figura pública de Dilma Rousseff. Evidenciam-se, assim, as relações argumentativas entre enunciador e enunciatário, que se estabelecem – tal qual acontece com o perfil de Nair Bello no *Twitter* – a partir de uma verdade da “fantasia”. Na fantasia, tudo é possível, basta que o enunciador elabore coerentemente seu universo fantástico de referência.

O fazer persuasivo do enunciador se respalda na mobilização de um repertório de figuras ligadas ao poder. Os decretos e as leis promulgados pela Dilma Bolada, a criação de

44 A ferramenta “adicionar localização” é um serviço de georreferências oferecido pelo *Facebook* (ou por aplicativos que podem ser utilizados em sincronia com este *website*). Na publicação de fotografias ou mensagens, o usuário pode indicar onde está (mesmo que não tenha serviços de GPS ou similares), escrevendo o nome do estabelecimento, da cidade, do estado ou do país. Sua localização é, então, marcada no mapa e aparece ao lado da publicação em formato de *hiperlink*, que geralmente direciona o usuário a uma nova página, com conteúdo sobre aquele lugar indicado.

45 Na ocasião, noticiou-se na imprensa que a presidente Dilma Rousseff estaria na mesma cidade para assinar a Ordem de Serviço da ponte sobre a Lagoa do Imaruí (NOTÍCIAS..., 2012).

CPIs e programas sociais, seus ministérios e ministros, a inauguração de obras e as inúmeras relações de intertexto com as informações da cena política veiculadas por jornais e revistas revestem o tema do poder e delimitam o contexto em que esse poder deve ser exercido, o contexto político-administrativo ligado ao cargo da presidência. A ascendência de Dilma Bolada, entretanto, é exercida em situações sobre as quais um presidente não possui influência. Trivialidades do cotidiano, como o preço do Kinder Ovo, são justapostas a decisões de outras instâncias de poder, como mudar o nome de cidades, ou situações claramente inconstitucionais como exilar jogadores de futebol que comemoram seus gols com dancinhas.

Há um descompasso entre o contexto e o tipo de poder construído figurativamente e o contexto e o tipo de poder exercido por Dilma Bolada em sua página. Os destinadores-julgadores – papel actancial que cabe aos dilmetes – interpretam sua performance a partir desse descompasso: Dilma Bolada age como quem manda, parece que manda, mas ela não manda *verdadeiramente*. Sua performance se revela uma mentira e Dilma Bolada é considerada risível.

Mas esse riso não deve ser visto como uma forma de derrisão. Na página Dilma Bolada, o enunciador seduz seu enunciatário como o humor e a diversão, em troca da afirmação, por parte dele, da ascendência de Dilma Rousseff: afirmar que Dilma Bolada não manda significa inverter a imagem pública de Dilma Rousseff, interpretada como uma “mandona” verdadeira.

Sobre a imagem pública de Dilma Rousseff importantes investigações vem sendo realizadas desde sua apresentação como provável candidata à presidência da República, em 2008. Gomes e Bárbara, a partir da análise da representação de Dilma Rousseff em revistas semanais brasileiras, concluem:

Os dados sugerem a existência de competências ou traços adquiridos, construídos e negociados pela experiência de Dilma Rousseff com a militância (guerrilha) e não com o espaço doméstico/feminino/mãe, o que lhes permite evidenciar competências de gestão e organização. Observou-se que Dilma Rousseff-ministra é representada pelo seu desempenho político e profissional, que, na grande maioria das vezes, resvala para atributos e comportamentos pertencentes ao campo semântico do “comando/ordem”, e poucas vezes ao campo da “possibilidade/hipótese”. (GOMES; BARBARA, 2010, p. 89).

Analisando os editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo*, Alverne e Marques afirmam que: “para o jornal, ela não teria competência para enfrentar a crise econômica”⁴⁶,

⁴⁶ As conclusões de Alverne e Marques corroboram a provocação a partir da qual a narradora Dilma Bolada é manipulada e impelida a agir (a imprensa nacional duvida que Dilma Rousseff consiga governar o Brasil).

seria autoritária em relação aos outros ocupantes de cargos na estrutura do governo e não teria capacidade para a negociação, emperrando os projetos que propõe” (ALVERNE; MARQUES, 2013, p. 112).

Tanto as características de comando e ordem quanto as expressões do autoritarismo e da incapacidade de negociar reiteram o valor da ascendência, construindo a imagem de uma mulher que “manda”. O efeito humorístico da página Dilma Bolada do *Facebook* está na inversão desse valor, na construção de uma Dilma que parece mandar – embora o enunciador saiba que ela não pode – em tudo, até mesmo em pessoas, instituições e situações completamente alheias ao poder político-administrativo do Estado.

O fazer interpretativo do enunciatário está ligando, novamente à sua *competência enciclopédica*: ele precisa reconhecer a ascendência na imagem pública de Dilma Rousseff para compreender as inversões; ele também precisa acompanhar (ao menos minimamente) o noticiário político para compreender os intertextos. Somente assim haverá graça no texto-enunciado. A página Dilma Bolada permite, porém, que tanto os partidários do governo Dilma Rousseff quanto seus opositores riem com sua história. Os primeiros podem reconhecer no objeto-valor ascendência, proposto pelo enunciador, aspectos positivos como a autonomia; os últimos podem reconhecer nele aspectos negativos, como a intransigência. Em ambos os casos, os destinatários têm condições de aderir ao contrato e obter humor e diversão.

A aceitação do contrato entre enunciador e enunciatário se explicita no ato de “curtir” a página Dilma Bolada – o estabelecimento de um vínculo a partir do qual aquele destinatário passará a receber todas as publicações feitas pela narradora. Aqueles destinatários que se colocam no lugar de enunciatários e aceitam a manipulação do enunciador assumem o papel de dilmetes na narrativa da página. Eles podem, além de “curtir”, inserir seus “comentários” abaixo das publicações de Dilma Bolada, em um espaço destinado especificamente para isso.

Dilmetes interagem com a página de maneiras distintas: alguns negam a ascendência de Dilma Bolada, desmascarando-a, enquanto outros se subordinam a ela, afirmando ironicamente a conjunção da narradora a esse objeto-valor no universo da fantasia. Duas publicações, de 24 e 29 de maio, respectivamente, exemplificam essas interações:

Caso 1:

Dilma Bolada: ATENÇÃO: Está decretado feriado amanhã para todos os dilmetes que estiverem curtindo a página e compartilharem este post! Obs.: Imprima o post e leve na segunda-feira para seu chefe/professor para justificar sua falta. Bjs, Dilma.

Dilmete1: Se imprimir 5 destes posso ficar a semana fora? kkk

Dilmete2: Boooaa!

Dilmete3: pena q só vi hj de manhã... perdi o feriado ⇐⇐

Caso 2:

Dilma Bolada: ESTOU *ONLINE*! Por favor, todos de pé!

Dilmete1: Não. rs

Dilmete2: me obrigue '-'

Dilmete3: UHAUHAUHAUHA EURI

Dilmete4: Continuo sentada....

Dilmete5: \o/

Dilmete6: ui, bolei agora!

Dilmete7: \o/ salve divaaaa

Dilmete8: OUVIRAM DO IPIRANGA AS MARGENS PLÁCIDAS / DE UM POVO HERÓICO O BRADO RETUMBANTE, / E O SOL DA LIBERDADE, EM RAIOS FÚLGIDOS, / BRILHOU NO CÉU DA PÁTRIA NESSE INSTANTE. / SE O PENHOR DESSA IGUALDADE.....

No primeiro caso, os três dilmetes demonstram (ironicamente) crer no dizer-verdadeiro do “feriado” e se mostram dispostos a realizar a performance sugerida por Dilma Bolada (imprimir o post e mostrar para o chefe/professor). Embora tenham interpretado a mentira, eles não a revelam em seus “comentários”. No segundo caso, os dilmetes 1, 2, 3, 4 e 6 negam obediência – negam, portanto, a ascendência de Dilma Bolada sobre eles, desmascarando-a – enquanto os dilmetes 5, 7, 8 e 9 interagem com símbolos de concordância (bonequinho com braços erguidos e, no caso do dilmete 9, a entoação do Hino Nacional, seguindo o protocolo de cerimônias oficiais com a participação de chefes de Estado), se manifestando nos “comentários”, também eles, a partir da verdade da fantasia proposta por Dilma Bolada.

O investimento figurativo dos atores merece atenção. O sujeito da narrativa é nomeado como Dilma Bolada e tem uma ocupação: presidenta. Sua cor preferida é vermelho (em alusão à cor do Partido do Trabalhadores, pelo qual foi eleita). É “competente, inteligente, honesta, generosa, bondosa, sensata, ousada, corajosa, educada, solidária, sincera, legal, engraçada, leal, talentosa, dedicada, simpática, carinhosa, linda e modesta”. Dilma Bolada corporifica todas as qualidades da figura do líder. A manutenção de seu estado de conjunção com o objeto-valor ascendência é aspectualizada em ações como controlar os ministros, “dar o fora” na Rede Globo, fazer “coisas importantes”, inaugurar obras, vetar projetos.

Os dilmetes, seu narratário, não são figurativizados de maneira exaustiva. Eles são descritos como seus fãs e seus súditos. Eles ficam na internet à toa, assistem ao noticiário de celebridades, adoram promoções e feriados. Muitos interlocutores – todos aqueles que “comentam” suas publicações – podem ser incorporados à superfície textual como narratários de Dilma Bolada.

3.3.2. Estruturas semionarrativas

Conforme o procedimento de análise do perfil anterior, as estruturas semionarrativas serão estudadas, também aqui, em duas etapas: nível narrativo e nível fundamental.

3.3.2.1. Nível narrativo

A estrutura narrativa de Dilma Bolada pode ser descrita por três programas distintos: o Programa Narrativo da Página (PN3), de base, que orienta a narrativa do perfil, e dois programas de uso, o Programa Narrativo de Dilma Bolada (PN1) e o Programa Narrativo dos Dilmetes (PN2). O enunciador elabora um texto-enunciado através do qual seu enunciatário é induzido a reconhecer que Dilma Rousseff está em conjunção com o objeto-valor ascendência por meio do riso, do efeito cômico que a situação contrária – o estado disjuntivo de Dilma Bolada em relação a esse objeto-valor – é capaz de provocar.

PN1: F (<i>ser presidente</i>) $\Rightarrow$ [S1 $\rightarrow$ (S2 $\cap$ Ov)]			
S1	Dilma Bolada	$\cap$	conjunção
S2	Dilma Bolada	Ov	Objeto-valor “ascendência”

PN2: F (<i>se divertir</i>) $\Rightarrow$ [S1 $\rightarrow$ (S2 $\cup$ Ov)]			
S1	Dilmetes	$\cup$	disjunção
S2	Dilma Bolada	Ov	Objeto-valor “ascendência”

PN3: F (<i>Dilma Bolada</i>) $\Rightarrow$ [S1 $\rightarrow$ (S2 $\cap$ Ov)]			
S1	Enunciador	$\cap$	conjunção
S2	Dilma Rousseff	Ov	Objeto-valor “ascendência”

Tanto o programa narrativo da página, construído a partir da relação enunciador-enunciatário, quanto o de Dilma Bolada no desenvolvimento da narrativa foram explicitados juntamente com as estruturas discursivas, evidenciando as inter-relações entre os planos. Cabe descrever agora o programa narrativo dos dilmetes de modo mais detalhado.

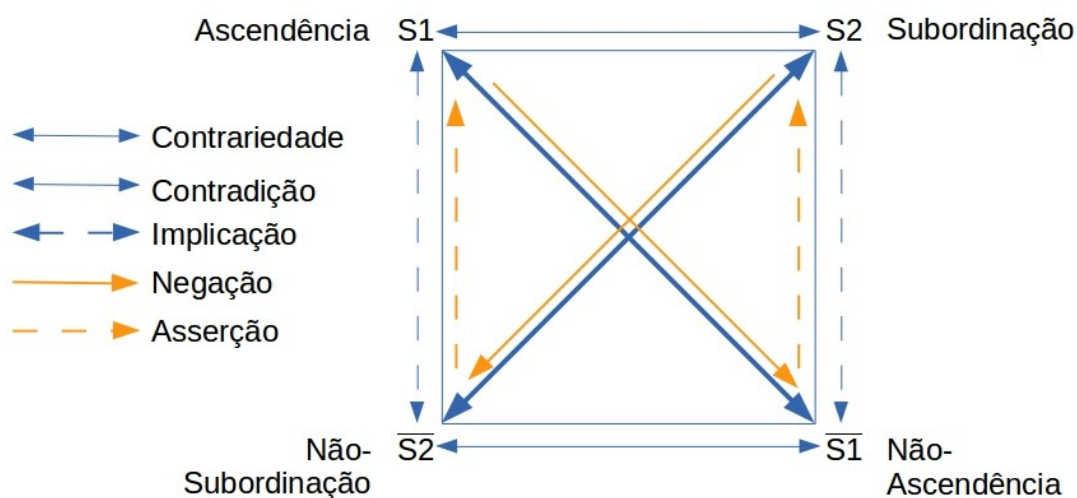
Dilma Bolada manipula os dilmetes para que eles se divirtam interagindo com ela. São utilizadas diferentes estratégias: a intimidação, na qual o *poder* do destinador resulta num

dever-fazer do destinatário: “CONFIRMEM PRESENÇA AMANHÃ E CONVIDEM SEUS AMIGOS! [Evento: Feriado do Dia Nacional dos Dilmetes – 29/03/12]”; a sedução, na qual a afirmação de um *saber* por parte do destinador resulta num *querer-fazer* por parte do destinatário: “Se tá difícil pra mim imagina pra você que enfrentou a greve do transporte público hoje. Puxado...”; a provocação, na qual o destinador afirma um *saber* que constrói uma imagem negativa de seu destinatário, resultando num *dever-fazer*, para que essa imagem seja transformada: “Não entendo porquê vocês ficam comentando aqui e no twitter 'kkk' e outras variações de risadas quando eu falo alguma coisa. Vocês são retardados? Eu sou Presidenta e não comediante!”; e também por tentação, na qual o destinador afirma um *poder* cujos valores são positivos, resultando um *querer-fazer* no destinatário: “Boatos de que tá rolando promoção de carros nas concessionárias por causa da redução de IPI: 3 por 10. Corram internautas!!! (via celular)”.

O destinatário, actorializado nos dilmetes, responde às manipulações curtindo, comentando e compartilhando as publicações de Dilma Bolada. A performance dos dilmetes é avaliada por Dilma Bolada, o destinador-julgador. Ela interpreta o alto volume de interações positivamente e, em publicações frequentes, elogia, agradece ou saúda de maneira afetiva os dilmentes, como acontece em 22 de maio: “Chegando como uma estrela cercada de jornalistas e fãs! Bjs pros dilmetes!”.

3.3.2.2. Nível fundamental

A elaboração da página de Dilma Bolada organiza-se a partir da categoria /ascendência vs subordinação/, termos contrários, polos opostos de um eixo de diferenciação. A ascendência diz respeito ao poder-mandar e subordinação ao dever-obedecer; os termos contraem uma relação de tensão, organizando a narrativa do perfil. Derivados desses termos por oposição lógica de contradição, surgem os eixos ascendência/não-subordinação e subordinação/não-ascendência. Esse conjunto de relações pode ser visualmente representado pelo *quadrado semiótico*:

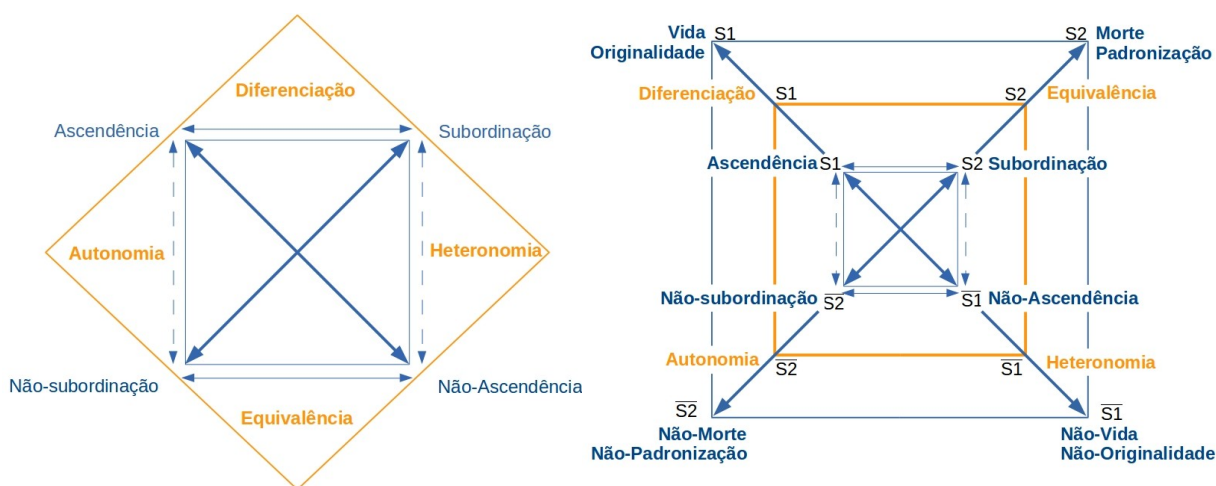


No momento em que assume o papel de sujeito do enunciado, Dilma Bolada nega a subordinação e afirma sua ascendência sobre “tudo” e sobre “todos”. Ela executa sua performance colocando-se em conjunção com seu objeto-valor num percurso euforizante. A interpretação de seus destinadores-julgadores, entretanto, segue caminho contrário: sua ascendência é negada: Dilma Bolada parece mandar mas não manda. Ela também precisa obedecer e se subordinar a outros poderes – as leis, os interesses da sociedade e as demandas dos dilmetes por atualizações e publicações engraçadas.

Enunciador e enunciatário sabem que o efeito cômico de Dilma Bolada, que tenta mandar até mesmo naquilo que está fora de sua alçada, está na inversão de sentidos construída a partir da imagem pública de Dilma Rousseff. A imprensa diz que Dilma não consegue governar – o que a colocaria numa posição de subordinação aos interesses alheios. Mas o texto-enunciado nega que Dilma Rousseff obedeça a qualquer desígnio externo: negando a submissão, a página Dilma Bolada afirma a ascendência de Dilma Rousseff. Seu defeito é “mandar demais”. As operações de negação e asserção determinam um percurso, que se inicia na submissão, nega-a e afirma a ascendência.

O enunciatário passa da submissão à ascendência num percurso euforizante, o que evidencia a paródia como fonte do efeito humorístico da página. Embora sua autoridade seja ridicularizada no texto, sua ascendência é afirmada nas entrelinhas. A interpretação do perfil não é, portanto, negativa em relação à imagem pública da presidente. Uma sobreposição do quadrado semiótico a partir de seus metatermos deixa mais evidente a euforização – e, portanto, a simpatia do enunciador à figura pública criticada.

Se /ascendência vs subordinação/ formam o eixo da diferenciação, /não-subordinação vs não-ascendência/ formam, por sua vez, o eixo da equivalência. A combinação dos termos que formam a dêixis positiva, ascendência/não-subordinação, produz o termo autonomia, ao passo que os termos da dêixis negativa, subordinação/não-ascendência, quando combinados, manifestam a heteronomia, uma obediência a regras exógenas ao sujeito.



A ascendência de Dilma Rousseff é uma afirmação do poder, da diferenciação hierárquica, da originalidade, da vida, estendendo para esse conjunto de termos a dêixis positiva. A subordinação se desdobra na equivalência, na padronização e na morte, termos nos quais recai a dêixis negativa. Na base dos sentidos propostos pela página Dilma Bolada está a construção de um sujeito transformador, em oposição a um sujeito passivo, incapaz de mudança.

3.4. Os costumes, o poder e o riso

Embora os falsos perfis sejam um fenômeno tipicamente cibercultural por sua abrangência, sua influência no cenário da comunicação e pela prerrogativa do anonimato proporcionada pela tecnologia digital, há uma identificação entre essas práticas e as apropriações político-sociais do riso desde, pelo menos, a Idade Média. Nessa época, lembra Minois (2003), o riso coletivo já desempenhava um papel regulador, fortalecendo a ordem estabelecida. “Até o século XIV, a vida religiosa secular parece banhar-se num clima que

tolera uma boa dose de burlesco, como se a mistura do profano e do sagrado fizesse surgir o cômico nos lugares e nos momentos mais inesperados”, afirma o historiador (MINOIS, 2003, p. 175), para explicar as indecências da festa dos bobos.

Essas festas, que passaram a ser proibidas durante o período da Reforma (séculos XV a XVII), parodiavam os cânticos sagrados e ridicularizam padres e bispos numa época em que a Igreja Católica tinha ascendência sobre o modo de vida da população. Uma descrição da festa esclarece os jogos de intertextos proporcionados pelo evento:

Nossa principal fonte de conhecimento sobre esse assunto é um manual redigido, em cerca de 1200, pelo arcebispo de Sens, Pierre de Corbeil: o *Ofício da festa dos bobos*, largamente recopiado e difundido. [...] Esse verdadeiro missal burlesco descreve os hinos de fantasia, recheados de gírias em latim, que devem ser cantados em falso-bordão, assim como a eleição do bispo ou papa dos bobos, que se desenrola segundo um cerimonial parodístico e bufão. O eleito porta as insígnias de sua função (cruz, mitra, cruz episcopal) e confere copiosas bençãos; trata-se de uma criança que se entrega a toda espécie de facécias, e pode-se imaginar os risos, os gritos e as extravagâncias que a cerimônia propicia. (MINOIS, 2003, p. 177).

Além das paródias de festas eclesiásticas, há registros de realezas parodísticas entre os germânicos, espanhóis, italianos, além da celebração de todo tipo de inversão e paródia durante o período de festas do carnaval. Mas os soberanos cômicos, em sua imitação dos soberanos sérios, não desestabilizavam as estrutura de poder – pelo contrário, esses bufões confirmavam o poder estabelecido: “O riso de um só faz exaltar o poder do outro, porque não há alternativa. Rir da paródia do poder não é rir do poder; este adquire um aumento de legitimidade.” (MINOIS, 2003, p. 181).

Para Minois, o riso carnavalesco “é ao mesmo tempo [marcado pela] paródia, pela máscara, pelo disfarce, pela inversão” (Ibidem, p. 166), mas só a partir do século XIV torna-se possível observar nele indícios de contestação social, motivada em grande parte pelas “desgraças do tempo” (guerras, fome e pestes especialmente).

O riso burlesco, grotesco, carnavalesco ganha, principalmente nos séculos XVI e XVII, contornos de contestação social na interpretação de Mikhail Bakhtin (2010). A comicidade de festas como o carnaval e as demais paródias religiosas e nobilíescas eram marcadas por um princípio cômico libertador, instaurado pelo tempo cíclico da morte e do renascimento – a possibilidade da renovação. Bakhtin destaca o motivo das máscaras como um dos elementos articuladores da vivacidade da cultura popular e destaca seu esvaziamento de sentidos a partir do século XVIII.

A máscara traduz a alegria das alternâncias e das reencarnações, a alegre relatividade, a alegria da negação da identidade e do sentido único, a negação da coincidência estúpida consigo mesmo; a máscara é a expressão das transferências, das metamorfoses, das violações das fronteiras naturais, da ridicularização, dos apelidos. [...] No grotesco romântico, a máscara, arrancada da unidade da visão popular e carnavalesca do mundo, empobrece-se e adquire várias outras significações alheias à sua natureza original: a máscara dissimula, encobre, engana etc. Numa cultura popular organicamente integrada, a máscara não podia desempenhar essas funções. No Romantismo, a máscara perde quase completamente seu especto regenerador e renovador, e adquire um tom lúgubre. Muitas vezes ela dissimula um horror vazio, o “nada” (tema que se destaca nas *Rondas noturnas* de Bonaventura). Pelo contrário, no grotesco popular, a máscara recobre a natureza inesgotável da vida e seus múltiplos rostos. (BAKHTIN, 2010, p. 35).

Minois e Bakhtin interpretam a cultura popular da Idade Média a partir de perspectivas distintas, que se encontram apenas na ambivalência do riso. Enquanto Bakhtin destaca a potência do riso na supressão de hierarquias e códigos de comportamentos – ainda que somente no espaço da festa – Minois destaca seu caráter autoritário e excludente: “o riso medieval é obrigatório. A unanimidade é a regra.” (MINOIS, 2003, p. 240).

Os perfis de Nair Bello, com a ridicularização da velhice, e de Dilma Bolada, em sua paródia do poder governamental, se apropriam de uma tradição do riso e atualizam-na. Reforçam modelos socialmente consolidados ao mesmo tempo em que tensionam a identidade e a identificação na comunicação digital. Os paralelos entre o burlesco, a carnavalização e a proliferação dos falsos perfis cômicos nos *sites* de redes sociais evidencia continuidades e rupturas em relação a práticas sociais há muito difundidas na cultura ocidental.

Se a utilização do riso como elemento legitimador de poderes (e discursos) estabelecidos conta com numerosos registros históricos, é a centralidade da Internet na elaboração e difusão dos textos cômicos contemporâneos que pode ser reconhecida como fato novo. O discurso da cibercultura recoloca em cena o motivo da máscara, da negação da identidade pelo anonimato. As “máscaras digitais” ou pseudônimos, exaltados nos anos 90 como o espaço da experimentação, são introduzidas nos *sites* de redes sociais a partir da atuação dos falsos perfis burlescos.

#4

O escárnio

O elo entre o riso e a agressão também acompanha a história das civilizações humanas. Na mitologia grega há diversas passagens em que os inimigos são ridicularizados pelo riso. “O riso humilha e provoca. É uma arma duvidosa que se encontra em todas as situações de conflito”, destaca Minois (2003, p. 43), lembrando do riso de Ulisses ao saquear o campo de Reso e dos aqueus que caçoaram do cadáver de Heitor. Ao mesmo tempo em que manifesta rejeição ao elemento estranho, o riso reforça os laços de solidariedade do grupo.

Na Idade Média, as gargalhadas do *charivari* desempenharam um importante papel normativo, escarnecendo de indivíduos cujo comportamento desviava dos padrões morais.

O *charivari* consiste num agrupamento ruidoso dos membros da comunidade dos vilarejos, entre os quais alguns vão disfarçados e batendo sobre utensílios de cozinha; eles se encontram diante da residência de um dos paroquianos, que está excluído do grupo por uma conduta repreensível. [...] trata-se, cada vez, de sancionar um desvio que, se não constitui um delito passível de recorrer à Justiça, exige atenção para o bom funcionamento do grupo e a preservação da moral costumeira. [...] Assiste-se, manifestamente, a um reaparecimento do riso arcaico agressivo e de exclusão, marca da hostilidade, que pode ir muito longe. A vítima, envergonhada, excluída do grupo, pode ser forçada a exilar-se; algumas chegam ao suicídio. (MINOIS, 2003, p.170-171).

O *charivari* era um instrumento de autodisciplina, de controle da sociabilidade e dos hábitos conjugais dos aldeões. É apontado como “a tirania do grupo contra a liberdade individual” em comunidades que podiam ser consideradas anti-individualistas. Mas as transformações culturais dos séculos XVII e XVIII, que fundaram o sujeito moderno na esteira da individualidade, não extinguiram com essa prática social.

Do início ao fim do século XVIII, os *charivaris* são assinalados na França, tanto no norte como na Bretanha. Assim, em Rennes, um processo é aberto, em 18 de junho de 1784, a propósito de um *charivari* realizado quatro dias mais cedo na paróquia de Saint-Pierre-en-Sainte-Georges, por ocasião do casamento de um viúvo de 63 anos com uma celibatária de 54. Caso semelhante acontece na Inglaterra, onde, em 1737, em Charing Cross (Londres), um homem de mais de 70 anos casa-se com uma moça de 18: um grande *skymminton* heróico-burlesco foi organizado. (Ibid., p. 456-457).

No século XVIII, os *charivari* já eram oficialmente proibidos na maioria dos reinos europeus e também pela Igreja Católica. Sua manutenção explica-se pelo descaso com que as autoridades tratavam o tema, muitas vezes vendo neles um mecanismo de manutenção da ordem social.

Os perfis de *cyberbulling*, de intimidação, de ofensas raciais ou xenofóbicas recriam no ambiente digital o riso derrisório da exclusão. Tanto os ataques contra um suposto inimigo – o nordestino ou o negro, como no caso dos perfis de Sophia Fernandes – quanto a recriminação e exclusão de um membro do grupo – como será analisado no caso de Samira Alves – buscam ridicularizar o Outro, rir da alteridade, afastá-la, para assim afirmar seus valores. O escárnio é o riso hostil, a “atitude ou manifestação ostensiva de desdém, de menosprezo, por vezes indignada” (HOUAISS; VILLAR, 2009c). Essa postura combativa é traço comum dos casos analisados nesta etapa.

4.1. Levanta a cabeça, princesa...

No dia 28 de julho, o perfil Samira Putinha foi criado no *site* de redes sociais *Facebook*. Até outubro do mesmo ano, surgiram outros perfis como Samira Alves⁴⁷ e Samira Silva, com fotografias e “imagens de capa”⁴⁸ similares às utilizadas pelo primeiro. Essa rede de Samiras foi informada em páginas e comunidades de denúncia a falsos perfis no próprio *website*, alegando-se que eram utilizados para a realização de *cyberbulling*.

No início de 2013, Samira Putinha foi excluído do *Facebook*, bem como outros dois perfis, em nome de Samira Silva (1) e Samira Alves (1). Um segundo perfil em nome de Samira Silva (2) e um perfil em nome de Samira Alves (2) tiveram seu conteúdo eliminado e tornaram-se privados⁴⁹. Há um terceiro perfil em nome de Samira Alves (3) que continua ativo

47 Os sobrenomes foram modificados para preservar a identidade da vítima de *cyberbulling*, visto que um deles é apontado como o nome legítimo da adolescente.

48 No *Facebook*, o usuário pode customizar sua “capa”, escolhendo uma imagem com a qual se identifique.

49 Os perfis do *Facebook* podem estabelecer diferentes “filtros de privacidade”, limitando o acesso às informações para seus contatos em primeiro ou segundo grau de separação (MILGRAM, 1967), ou tornando o conteúdo público. Tornar o perfil “privado” significa restringir o conteúdo apenas a seus contatos em primeiro grau de separação (a maior restrição possível).

e sendo atualizado.

A análise da produção de sentido nesses perfis considerou as publicações públicas dos perfis Samira Putinha e Samira Alves (1), num total de 16 mensagens. Esses perfis solicitavam a seus contatos que denunciassem como “falsos” os demais, Samira Silva 1 e 2, e Samira Alves 2 e 3 – os três primeiros não continham publicações e o último não publica conteúdo ofensivo nem guarda semelhanças plásticas com o restante da rede.

4.1.1. Estruturas discursivas

O perfil Samira Putinha se autodefine como “Perfil para postar podres sobre Samira putinha”. Tem 45 “amigos” e realizou 14 publicações, obtendo 2 “curtir” e 4 “compartilhar”⁵⁰ dos seus contatos. Sua “imagem de capa” é um fundo amarelo com os dizeres: “Levanta a cabeça princesa, se não (*sic.*) a coroa cai”. O enunciador se projeta em primeira pessoa, em debreagem enunciativa. Coloca-se como narrador-observador das ações de Samira – citada em terceira pessoa do singular, como “ela”. Uma publicação de 4 de agosto exemplifica essa estratégia de projeção: “A putinha da Samira Alves ontem foi se encontrar com o Rapaz1 e mais um pessoal, amanhã terei mais informações do rolezinho de sexta-feira”. Essa publicação teve três compartilhamentos de usuários.

Não há delegação de voz a interlocutores no perfil, mas há construção figurativa e iconização dos atores que interagem com Samira. Onze rapazes são citados nas publicações, tanto em mensagens automaticamente geradas (Samira Putinha começou amizade com RapazN) quanto naquelas elaboradas pelo enunciador. Ressalta-se que o enunciador pode deixar pública ou privada a informação de que adquiriu novos contatos – explicitar esse dado é, portanto, uma escolha. A maioria dos “amigos” adquiridos pelo perfil são do gênero masculino, o perfil tem seis contatos femininos.

A narrativa acontece no presente, construindo um efeito de sentido de atualidade. O sujeito informa a seus interlocutores as últimas novidades sobre o comportamento de Samira e planeja ações no futuro. No dia 11 de agosto, o perfil avisa: “Bom saber que essa lesma voltou a sair da toca... só assim vou ter mais novidades para postar aki! Melhor ainda é saber que ela *tá fazendo* faculdade, *vou descobrir* em qual universidade é, e *vou deixar* ela mal falada pra todo mundo de lá. Vai ficar pixada na facul sua putah”. O uso do gerúndio tem

50 No Facebook, um usuário pode clicar nas ferramentas “curtir” e “compartilhar”, repassando a publicação de um contato para sua rede de amigos e expandindo sua visibilidade.

caráter dêitico, indicia uma ação cuja execução acontece no agora; a partir dessa ação o narrador planeja suas ações futuras: descobrir, deixar mal falada.

A desembreagem espacial projeta para o narrador um território específico: a região de Heliópolis, em São Paulo, e seu entorno. Nessa região, Samira vai a festas, dá “rolezinhos” ou fica na sua “toca”. O lugar é indicado no campo “Sobre”, no qual o usuário de um perfil deve descrever-se e oferecer referências, intensificando seu efeito de verdade.

O sujeito que narra as ações de Samira não descreve a si mesmo, mas pode-se pressupor que seja da mesma região ou que conheça esse lugar, pois ele conhece as pessoas, as festas, os pontos de referência. Pressupõe-se, também, que seja do gênero feminino, a partir de uma publicação do dia 4 de agosto: “Adorei conversar com o gatinho do Rapaz2, realmente é um novinho lindo, até eu pegaria”. A actorialização do narrador, embora apenas sugerida, oferece pistas para que o enunciatário o reconheça como uma jovem de Heliópolis, comunidade carente de São Paulo – tal qual Samira, a personagem desqualificada pelo perfil. Há, portanto, a projeção de um *sujeito*, a jovem misteriosa, um *aqui*, Heliópolis, e um *agora*, a atualidade, a partir dos quais a história é contada.

A relação que o enunciador de Samira Putinha busca estabelecer com seu enunciatário parte de uma manipulação por sedução. Ele propõe que ambos “sabem” que Samira tem “podres”; em seu fazer-persuasivo, ele seduz seus enunciatários a expô-los, para que Samira possa ser julgada pela sociedade. O enunciatário, em seu fazer interpretativo, percebe que deve empenhar-se em divulgar tais “podres” para que os valores compartilhados por ele com o enunciador (e com a sociedade) sejam confirmados, reafirmando um código moral comum.

O contrato de veridicção constrói um dizer-verdadeiro, que mobiliza um crer-verdadeiro no enunciatário. Como narrador-observador, a jovem misteriosa acompanha as ações de Samira Alves, detalhadamente figurativizada para convencer o destinatário de que se trata de uma pessoa específica, com nome e sobrenome reconhecidos, referências geográficas, identificável na “realidade” a partir de testemunhos explicitados no perfil. Nome e sobrenome⁵¹ dos rapazes com que Samira se relaciona afetivamente e/ou sexualmente também são utilizados como embreadores. Uma publicação de 4 de agosto diz: “Acabei de me recordar do aniversário do Rapaz3 onde esta puta da Samira catou o Rapaz4. Isso porque ele falou tanto depois, que é muita coincidência o resto dos meninos da Patente [Jardim Patente, bairro vizinho a Heliópolis] querer ficar com ela logo depois né. Se acha a gostosona mas nem sabe de nada”. Termos como “catar” e “ficar” são gírias utilizadas pelos jovens como

51 Essas informações foram suprimidas para resguardar a privacidade dos rapazes citados.

referência a interações íntimas casuais (que podem ou não envolver o ato sexual). Há nomes e sobrenomes dos dois rapazes mencionados na publicação, bem como o lugar onde moram, num processo de iconização.

Para persuadir seu enunciatário, o enunciador oferece a ele valores ligados à retidão. Ele *sabe* que Samira não é uma jovem reta, decente, e *pode* “provar” expondo seus encontros com diferentes rapazes da região. Os efeitos de verdade – extensa iconização de atores, lugares e momentos em que Samira foi devassa – contribuem para fazer o enunciatário crer na não-retidão (e, por asserção, na promiscuidade) de Samira, concordando com o posicionamento moral do enunciador. Há, portanto, um regime de *mesmidade/alteridade* que une enunciador e enunciatário, empurrando Samira para o lugar do Outro: a crença no regramento da sexualidade como uma qualidade desejável para jovens mulheres. Esse objeto-valor é compartilhado pelo Mesmo e negado pelo Outro – ato de rebeldia que deve ser exposto publicamente para que este Outro seja punido pela sociedade. Importa destacar que o perfil não propõe a negação da sexualidade, ou a castidade, mas a imposição de limites, regras, para aquilo que é considerado um bom comportamento ou retidão. Samira é punida por não obedecer essas regras, investindo em uma vida sexual que o enunciador julga como promíscua.

A aceitação do contrato pelo enunciatário, nesse caso, deve ser relacionada ao ato de “curtir” e “compartilhar” as publicações do perfil – não pelo estabelecimento do vínculo de “amizade”. Isso se deve ao funcionamento do *website*: quando um usuário solicita a “amizade” de outro, este segundo usuário recebe uma notificação com o nome e a foto do solicitante, e não informações sobre o conteúdo publicado em seu perfil. Pode, assim, encontrar um conteúdo diferente de suas expectativas e deixar de interessar-se por ele, ou até mesmo denunciá-lo, mesmo que a conexão “amizade” não seja desfeita. Considerando-se o número relativamente alto de contatos de seus “amigos” (300 contatos em média), o ato de “curtir” ou “compartilhar”, ainda que tenha sido realizado apenas seis vezes, gera grande visibilidade às publicações do perfil. Outra forma de interação com o perfil, por parte de seus destinatários, é denunciando os outros dois perfis indicados pela narradora, Samira Santos (1) e Samira Alves (2)⁵².

O segundo perfil, Samira Alves (1), tem apenas duas publicações. O enunciador projeta-se no texto em primeira pessoa, construindo um sujeito narrador-observador. Esse sujeito também não é figurativizado. O perfil repete as estratégias utilizadas pelo perfil

52 Como informado anteriormente, o primeiro perfil foi excluído do *website* e o segundo teve seu conteúdo eliminado e tornou-se privado.

Samira Putinha, conta a história de Samira Alves apresentando seus “peguetes” em baladas e pedindo a ajuda de seus amigos para denunciar outros perfis, Samira Santos (2) e Samira Alves (3)⁵³. Sua projeção espaço-temporal constrói-se a partir de cenas de festa. A principal publicação do perfil é de 17 de outubro de 2012 e diz: “Mais um peguete [de Samira]. Gostosinho ainda, por sinal, o Rapaz4”.

4.1.2. Estruturas semionarrativas

Conforme o procedimento de análise dos perfis do capítulo anterior, as estruturas semionarrativas serão estudadas, também aqui, em duas etapas: nível narrativo e nível fundamental.

4.1.2.1. Nível narrativo

Nesses dois textos, conta-se a história de um sujeito, Samira, que se automanipula a negar o objeto-valor retidão. Samira *quer-fazer* e *pode-fazer* porque tem muitos amigos homens. Ela desenvolve, então sua performance: numa festa, ela “catou” o Rapaz1 e ficou famosa no bairro vizinho; numa sexta-feira, ela foi se encontrar com o Rapaz2 e mais um pessoal para um “rolezinho”; numa terceira ocasião, ela “sai da toca” e começa a fazer faculdade; num quarto momento ela faz algo misterioso: o narrador diz que tem “novidades quentíssimas”, mas as publicações são interrompidas.

O destinador-julgador é o próprio narrador, que interpreta a performance de Samira: Samira coloca-se em disjunção com o objeto-valor retidão ao relacionar-se com muitos rapazes. Ela assume, assim, a promiscuidade. Samira age como uma pessoa promíscua (parecer) e, na interpretação do narrador, é promíscua (ser). Recebe, então, uma sanção negativa, expressa pelo adjetivo “putinha”.

Essa primeira leitura é complementada por outra, que parte do contrato entre enunciador e enunciatário pressupostos a partir do texto-enunciado do perfil. Como já dito, o enunciador manipula seu enunciatário por sedução com o valor da retidão feminina. Ele se projeta no texto e constrói um sujeito – o narrador – que pode e deve falar por ele, para contar

53 Nesse caso, o primeiro deles teve seu conteúdo eliminado e tornou-se privado. O segundo continua ativo no *website*, mas não guarda semelhança com os perfis analisados neste capítulo.

a história de Samira. A trajetória disfórica de Samira serve de exemplo para o enunciatário, que pode ver nela um exemplo de atitudes “erradas”, no julgamento do enunciador, capazes de levar qualquer jovem mulher a ser considerada uma “putinha”.

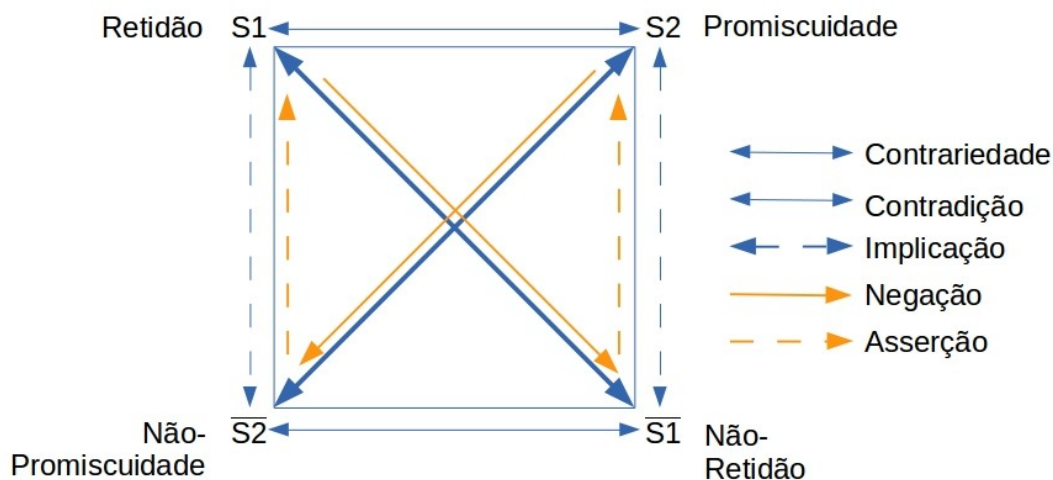
PN1: F (<i>ser putinha</i>) $\Rightarrow$ [S1 $\rightarrow$ (S2 $\cup$ Ov)]			
S1	Jovem Misteriosa	$\cup$	disjunção
S2	Samira	Ov	Objeto-valor “retidão”

PN2: F (<i>Samira Putinha</i>) $\Rightarrow$ [S1 $\rightarrow$ (S2 $\cap$ Ov)]			
S1	Enunciador	$\cap$	conjunção
S2	Enunciatário	Ov	Objeto-valor “retidão”

Existem no perfil dois programas narrativos principais: o Programa Narrativo de Samira (PN1), sujeito que vive as desventuras narradas; e o Programa Narrativo do Perfil (PN2), no qual o enunciador, projetando-se em um narrador, seduz o enunciatário para a defesa de seus valores. A história de Samira é construída como um PN de uso para que se realize o PN do Perfil, de base. Essa manipulação mobiliza no enunciatário as paixões da aversão e do medo, ligadas ao *não-querer-ser*: por um lado, a aversão ao comportamento de Samira, que se transforma numa aversão à pessoa de Samira e legitima socialmente sua exposição pública; por outro, o medo de tornar-se uma “putinha”, como aconteceu com este sujeito, repetindo o percurso disfórico apresentado pelo perfil.

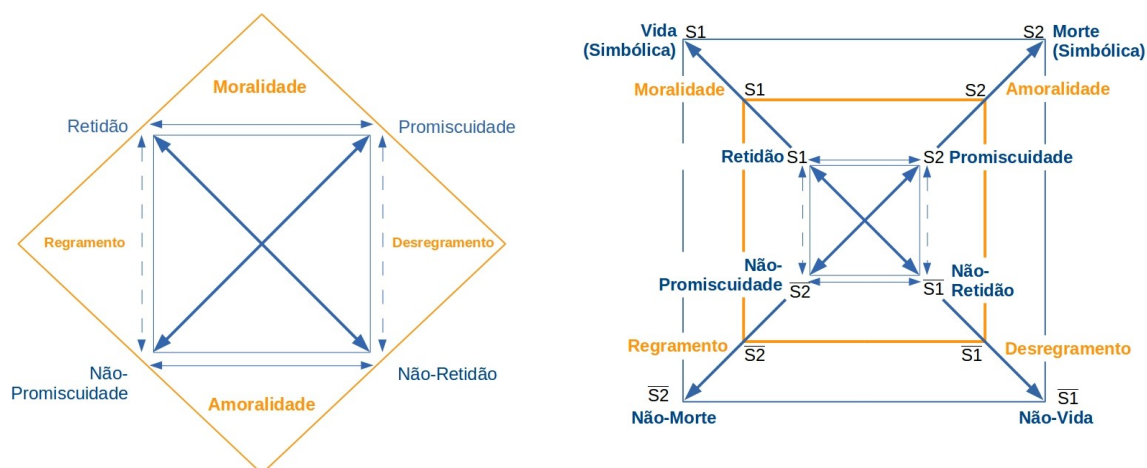
4.1.2.2. Nível fundamental

Os perfis Samira Putinha e Samira Alves (1) têm seus sentidos construídos a partir da categoria /retidão vs promiscuidade/, polos opostos de um eixo ligado à moralidade. A negação de cada um deles faz surgir seus termos contraditórios, retidão/não-promiscuidade e promiscuidade/não-retidão. Os termos contraditórios, por uma operação de asserção, podem fazer aparecer novamente os termos primitivos: negar a retidão implica na afirmação da promiscuidade. Esse conjunto de relações que compreendem a articulação lógica da categoria /retidão vs promiscuidade/ pode ser visualmente representado pelo *quadrado semiótico*:



As relações entre os termos orientam as transformações pelas quais vai passar o sujeito da narrativa, Samira. A jovem realiza uma trajetória disforizante, saindo da retidão para a não-retidão e, por implicação, para a promiscuidade, transformando-se em uma “putinha” aos olhos do narrador. As operações de negação e asserção determinam um percurso descrito da seguinte maneira: retidão – não-retidão – promiscuidade.

A dêixis retidão/não-promiscuidade é euforizada, recoberta de valores positivos, enquanto a dêixis promiscuidade/não-retidão é considerada disfórica, recebendo significação negativa no perfil estudado. Os metatermos obtidos a partir das diferentes articulações do quadrado semiótico podem ser descritos assim: no eixo /retidão vs promiscuidade/ afirma-se a moralidade, no eixo /não-promiscuidade vs não-retidão/ evidencia-se a amoralidade (qualidade daquilo que é alheio, estranho, indiferente à moral); o eixo retidão/não-promiscuidade relaciona-se a um regimento no campo sexual/afetivo enquanto o eixo não-retidão/promiscuidade relaciona-se a um desregimento, uma desobediência aos padrões socialmente estabelecidos.



O percurso de Samira, levando-se em conta a expansão semântica permitida pela sobreposição dos quadrados, pode ser complementado sob novas perspectivas. A retidão se expande para a moralidade e para a vida simbólica, entendida como a participação no grupo social. Samira, na narrativa do perfil, nega esse conjunto de sentidos (não-retidão; desregramento; não-vida) e, por asserção, assume os valores da promiscuidade, da amoralidade e da morte simbólica, que se configura na exclusão do grupo social.

4.2. #OrgulhodeserNordestino - vamos subir essa tag

Entre os dias 7 e 9 de dezembro de 2011, o perfil de Sophia Fernandes obteve muita atenção: mais de 30 mil seguidores; uma denúncia por difamação, crimes contra a pessoa, falsa identidade e crimes contra a fé pública registrada em Boletim de Ocorrência do Núcleo de Combate aos Ciber Crimes de Curitiba (PR); o oferecimento de uma notícia-crime ao Ministério Público Federal do Rio Grande do Sul contra a “estudante Sophia Fernandes”, acusada de racismo pela Ordem dos Advogados do Brasil em Pernambuco; além da fúria de inúmeros usuários de *websites* de redes sociais. Tal qual as críticas e comentários repudiando o conteúdo das publicações de Sophia Fernandes, inúmeros perfis de paródias, que contradiziam ou debochavam dela, surgiram em pouco tempo. Na madrugada do dia 10 daquele mês, o perfil foi invadido por *hackers* e todo seu conteúdo foi eliminado.

De acordo com as investigações tornadas públicas na época, as fotografias utilizadas pelo perfil Sophia Fernandes pertenciam a outra jovem, Eloisa Guimarães (JARDELINO, 2011). Informações obtidas a partir das publicações anteriores do perfil também não contribuíram para a confirmação da identidade da autora: seu nome não constava

em nenhuma lista dos vestibulares da universidade em que dizia estudar e o endereço residencial informado por ela não existia. Sophia Fernandes, nas datas em questão, publicou comentários preconceituosos em relação ao nordeste brasileiro e aos nordestinos, em especial aos habitantes do estado do Piauí, e teve ampla repercussão nos media digitais e também na imprensa (AÇÃO..., 2011; LINS, 2011; PAIXÃO, 2011).

4.2.1. Estruturas discursivas

O perfil que provocou indignação e a reação de usuários do *Twitter*⁵⁴ se manifestava em primeira pessoa, delegando voz a Sophia Fernandes – narradora e locutora do texto-enunciado. No descritivo autobiográfico eram destacadas características como “18 anos, taurina, GREMISTA” e sua localização era anunciada como Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul. As publicações do perfil eram conduzidas em debreagem enunciativa, a exemplo das publicações: “Já parei já @Seguidora1 :)” e “Chega, não vou mais twittar sobre isso haha”, ambas de 9 de dezembro de 2011.

Em algumas ocasiões, houve delegação de voz aos interlocutores – tanto àqueles que afirmavam concordância quanto àqueles que discordavam da narradora. Essa estratégia contribuiu para intensificar o efeito de realidade do perfil: as discordâncias eram apontadas e rebatidas por Sophia Fernandes, e os *retweets* em consonância contribuía para fazer-crer que os valores propostos por ela eram compartilhados por um grupo maior de pessoas.

Seguidor2 [seguidor em concordância]: Juro, não queria entrar na polêmica, mas é maior que eu. #Orgulhodeser nordestino é passar o dia fazendo nada enquanto é sustentado pelo sul

SophiaFernandes [em resposta ao seguidor em discordância]: @Seguidor3 haha:} cuidado com o que você pensa em fazer... [não] tenta dar uma de hobin hood (sic.) dos nordestinos não haha:}

O tempo da narrativa era o presente. Sophia Fernandes descrevia nordestinos e piauienses do *agora* (sua atualidade) de modo pejorativo, alegando estar protegida por seu direito à liberdade de expressão. A ancoragem no presente era intensificada por estratégias como a publicação de músicas com a *hashtag* #NowPlaying (tocando agora) e os registros de

54 A análise deste perfil levou em conta publicações do perfil realizadas entre os dias 7 e 9 de dezembro, no total de 80 *tweets* que puderam ser recuperados após a eliminação do conteúdo, no dia 10 daquele mês. Nesse período, o perfil alcançou 36.496 seguidores. As *hashtags* #insultopiauiense e #OrgulhodeSerNordestino conquistaram os *Trend Topics* do *Twitter* no Brasil. O material analisado pode ser conferido no Anexo 3.

suas chegadas e partidas: “Voltei. Cadê os cortadores de cana e as raladoras de mandioca?”, em 7 de dezembro; ou “Vou sair daqui um pouco, bjs”, em 9 de dezembro. Em sua embreagem espacial, a narradora afirma ser do sul, mas não se trata de um sul qualquer – para ela o sul é o Brasil, enquanto o nordeste é descrito como uma África; o sul sustenta o Brasil enquanto o nordeste é sustentado. O sul interessa, enquanto o nordeste “não interessa”, nas palavras de Sophia Fernandes.

O perfil de Sophia Fernandes propõe um contrato de veridicção baseado no objeto-valor da superioridade: a narradora coloca-se como uma porta-voz, uma defensora da supremacia do sul sobre o nordeste. Mas na sua visão de mundo, existe um obstáculo para isso: não se pode criticar abertamente o nordeste. Em 9 de dezembro são publicados os *tweets*:

SophiaFernandes: Se fosse contra um Gaúcho, um Mineiro, um Paulista, um Carioca... tava todo mundo rindo, FATO. Mas quando é contra o nordestino...
 SophiaFernandes: O Governo Brasileiro, Ministério da Justiça, povo brasileiro no geral é estranho... trata o nordeste como frágil e intocável.

Para superar esse obstáculo, Sophia Fernandes conta com o auxílio da “liberdade de expressão” e assim legitima sua posição de narradora-locutora do texto-enunciado, ou seja, afirma seu *dizer-verdadeiro*. A manipulação é feita por provocação: se você (que é superior) tiver coragem para dizer o que pensa, exerça sua liberdade de expressão concordando com Sophia Fernandes. Seu enunciatário pressuposto deve acreditar não apenas legitimidade de Sophia Fernandes como narradora-locutora desse texto, mas também no objeto-valor da superioridade do sul para tomá-lo como verdadeiro (crer-verdadeiro) em seu significado.

O contrato proposto por Sophia Fernandes certamente obteve sucesso entre alguns de seus destinatários (usuários do *Twitter*), mas a repercussão das mensagens deste perfil provocou também uma reação: usuários que não compartilhavam os valores de Sophia Fernandes multiplicaram as Sophias, invertendo as tematizações investidas nas categorias /superioridade vs inferioridade/ ou propondo novos valores. O perfil de Sophia Fernandes (considerado aqui o original, a partir do qual surgiram as variantes textuais) que provocou a reação tinha como nome de usuário os termos *@SophiaOfDreams*. Entre os perfis criados a partir dele destacam-se: 1) Sophia Fernandes cujo nome de usuário era *@SophiaQueroFama*, que surgiu em 8 de dezembro; 2) Sophia Fernandes cujo nome de usuário era *@NordesteSophia*, elaborado em 9 de dezembro; 3) Sophia Fernandes cujo nome de usuário era *@SophiaNordestin*, também de 9 de dezembro; entre diversos outros perfis que surgiram e repercutiram a questão do preconceito regional e racial no *website* durante aquele mês.

Cada um dos perfis destacados propõe uma contra-manipulação para o mesmo ator, Sophia Fernandes. A narrativa proposta por SophiaFernandes1 se constrói em torno do objeto-valor fama. SophiaFernandes1 quer fama, mas para conquistá-la precisa chamar a atenção de um número muito grande de pessoas. O perfil original, Sophia Fernandes, é apontado como a realização da performance de “fazer barraco”, com a qual a narradora teria conquistado atenção, enquanto o perfil SophiaFernandes1 é o momento de “revelação” da trama e da exigência do reconhecimento – tema recoberto nas publicações deste perfil: “Tv Globo eu quero uma vaga na novela. Eu sei fazer barraco tá Boninho, eu posso ir para o BBB.”, diz a frase repetida várias vezes em 8 de dezembro. Utiliza-se a primeira pessoa do singular e os valores negativos propostos pelo enunciador são assumidos pela narradora em frases como “eu sou uma idiota” – a autoderrisão do personagem demarca a ironia; o enunciatário pressuposto deve entender que Sophia Fernandes é uma idiota, mas ambos, enunciador e enunciatário, são o contrário disso.

No segundo caso, há uma euforização da vida e do povo nordestinos. Se no enunciado proposto pelo perfil original, o nordeste era um lugar desinteressante, onde as pessoas eram sustentadas pelo sul, neste perfil o nordeste é apresentado como um lugar onde as pessoas trabalham muito e são “gente fina”, a comida é gostosa, há opções de lazer como banhos de açude ou passeios. A narrativa do perfil é construída em torno da *hashtag* #OrgulhodeSerNordestino, que alcançou os *Trend Topics* do *Twitter* no dia 9 de dezembro. Em sua narrativa, SophiaFernandes2 “ama” viver no nordeste, mas enfrenta um desafio: alguém “de cabeça quente” que se passa por ela está denegrindo a imagem de sua região. Isso a motiva a agir: não há críticas ao sul, nem muitas considerações sobre o perfil original – há, por outro lado, uma ênfase nas características positivas do povo nordestino. A narrativa vai da vergonha para o orgulho, como expressa a *hashtag* compartilhada por este perfil.

O enunciador se projeta no texto em debreagem enunciativa, narrando em primeira pessoa do singular, e utiliza artifícios similares aos de Sophia Fernandes original para construir embreagens espaciais e temporais: cita em sua biografia a região nordeste e o time do Fortaleza (sediado em Fortaleza, no estado do Ceará) como referências espaciais; indica as músicas que está ouvindo “no momento” para fazer-crer em sua atualidade. *Tweets* de 9 dezembro deixam claro o intertexto entre os perfis: “♪ Aviões do Forró #TocandoAgora”, de SophiaFernandes2, enfatiza a música nordestina; no mesmo dia o perfil Sophia Fernandes original publicou “Du... Du Hast... Du Hast miiich... ? - Rammstein - Du Hast - #NowPlaying”, destacando a banda de rock alemã Rammstein. As *hashtags* utilizadas, #NowPlaying e #TocandoAgora, emprestam atualidade aos perfis ao mesmo tempo em que

figurativizam repertórios culturais distintos. De um lado, a valorização do nacional (língua, música); de outro, a valorização do estrangeiro, considerado “desenvolvido” ou “avançado” em relação ao Brasil.

É interessante notar que pessoas de diversas regiões (não apenas nordestinos) aderiram à *hashtag* #OrgulhodeSerNordestino estimulados pela repulsa aos valores de Sophia Fernandes, por perfis como o de SophiaFernandes2 ou por outros participantes da rede de microblogs. Os *tweets* abaixo, publicados em 9 de dezembro, sintetizam essa contraproposta de valores pelos usuários:

Usuário1: Não sou Nordeste mais apoio a tag #OrgulhoDeSerNordestino porque lá só tem praias lindas e um céu de dar inveja.

Usuário2: Não sou Nordestina mas apoio, preconceito é tão imbecil. Vamos se respeitar, RADIATE LOVE! #OrgulhoDeSerNordestino

Usuário2: #Orgulhodesernordestino eu não sou nordestina sou Sulista, mas vcs tem q ter orgulho mesmo o Nordeste é 1 dos lugares mais lindo do mundo

Usuário4: não nasci no nordeste, mas sou nordestino de coração #Orgulhodesernordestino

Usuário5: #OrgulhoDeSerNordestino: não sou nordestina, mas sou descendente, mas o orgulho é o mesmo.

Usuário6: #Orgulhodesernordestino Não sou, mas gostaria de ser...tem lugar mais lindo que a terra deles? Eu amo a minha terra, mas tiro meu chapéu...

O terceiro caso é um deslizamento dos sentidos propostos no perfil original. SophiaFernandes3 interpreta o texto-enunciado de Sophia Fernandes original como uma fala individual – ou seja, não crê em sua posição de porta-voz de um discurso reprimido de grupos da sociedade – de um ator específico, que se coloca na posição de superioridade; mas SophiaFernandes3 nega essa superioridade e afirma que aquele ator é inferior, que “se revolta por ser feio”, que não tem caráter. Sophia Fernandes original é descrita como o Outro: uma “patricinha”, uma “vadia”, que deve ser denunciada. A narrativa se estabelece assim: SophiaFernandes3 afirma que o perfil original não respeita os outros e deve ser banido; sua performance consiste em denunciar⁵⁵ e denegrir Sophia Fernandes. Para isso conta com a ajuda de outros usuários da plataforma que chama de “lindos”, “lindas” ou “divas”. Ressalta-se que a oposição /feio vs bonito/ que orienta este perfil não está ligada a elementos estéticos e sim a elementos comportamentais atribuídos aos atores.

Os intertextos que conectam os perfis podem ser encontrados nas autobiografias:

55 Usuários do *Twitter* podem denunciar o mau uso do website entrando na página de um perfil e clicando em “bloquear e reportar”. No “reportar”, os motivos da denúncia devem ser especificados. De acordo com informações divulgadas à imprensa, foram reportadas mais de 8 mil denúncias contra Sophia Fernandes nos três dias aqui analisados.

Sophia Fernandes ! [original] @SophiaOfDreams / Porto Alegre - RS Sophia Fernandes, 18 anos, taurina, GREMISTA. De férias ;* http://meadd.com/shophiaofdreams	Sophia Fernandes ! [variante 1] @SophiaQueroFama Sophia F. eu quero fama, eu quero uma vaga na Tv Globo. Eu sou uma idiota, mas eu sou assim gente cadê a liberdade de expressão dessa bosta de república.
Sophia Fernandes ! [variante 2] @NordesteSophia / Nordeste Sophia Fernandes, 18 anos, torço pro FORTALEZA ♥, amo meu Nordeste!	Sophia Fernandes ! [variante 3] @SophiaNordestin / Porto Alegre - RS Sophia Fernandes, 18 anos, taurina, GREMISTA. De férias ;* http://meadd.com/shophiaofdreams

As relações são diferentes em cada caso. Na primeira variante, a apresentação é construída a partir de uma expressão publicada pelo perfil original em 7 de dezembro: “Processa ai então, cadê a liberdade de expressão dessa bosta de república que vocês chamam de brasil?”, parafraseado por SophiaFernandes1. Em SophiaFernandes2 há uma inversão das referências regionais. Na variante 3, as apresentações são idênticas às de Sophia Fernandes original, confundindo os destinatários (engano rapidamente desfeito pelo teor das publicações).

Também se alteram, em todos os casos, o regime de *mesmidade/alteridade* que se estabelece entre enunciador e enunciatário. No original, o Mesmo é formado pelos sulistas, o Outro são os nordestinos; para a variante 1, o mesmo (numa construção irônica) são os “idiotas que querem fama” e o Outro são os anônimos; para a variante 2, o Mesmo é formado pelos nordestinos e o Outro são aqueles que não vivem no nordeste; finalmente, no caso 3, o Mesmo são aqueles que “odeiam” Sophia Fernandes, enquanto o Outro são patricinhas preconceituosas que não respeitam ninguém (ou seja, aqueles representados pela própria Sophia Fernandes).

Nesse caso, o ato de seguir o perfil original não pode ser interpretado como uma sanção positiva ao perfil ou a seu conteúdo: uma parte dos usuários seguiam as publicações de Sophia Fernandes para respondê-la ou denunciá-la imediatamente, fazendo repercutir no *website* sua discordância em relação aos valores propostos.

4.2.2. Estruturas semionarrativas

As estruturas discursivas desses perfis especificam e materializam, temática e figurativamente, estruturas narrativas e discursivas diferentes propostas pelo perfil original e por cada uma de suas variantes. As estruturas narrativas e fundamentais desses quatro perfis mereceram escrutínio mais detalhado para esclarecer não apenas o modo como o sentido é

construído em cada um deles, mas também as relações que se estabelecem entre original e variantes⁵⁶.

4.2.2.1. Nível narrativo

O texto-enunciado original conta a história de Sophia Fernandes, um sujeito que se automanipula para entrar em conjunção com a superioridade racial-regional. Ela assume um *querer-ser* superior⁵⁷ (seu objeto-valor), e um *querer-fazer*, expressar-se. Mas para isso, além de ser uma sulista branca, ela precisa *poder-fazer*, ou seja, poder-falar. Sua competência é pressuposta: em relação às modalizações do ser, fotografias mostram que é uma jovem branca e a referência geográfica incluída em seu perfil (Porto Alegre – RS) evidenciam sua procedência; em relação à competência modal para fazer, Sophia Fernandes afirma ter a liberdade de expressão como sua garantia.

A partir disso, ela realiza sua performance: desqualifica pessoas de outras regiões e raças, afirma sua superioridade e “fala a verdade” para ultrapassar uma prova final: criticar os nordestinos, mesmo tendo de enfrentar inimigos como o Governo Brasileiro e o Ministério da Justiça. Sophia Fernandes conta com adjuvantes e anti-adjuvantes para realizar sua performance (provar a superioridade do sul): os primeiros aderem ao contrato proposto, julgam verdadeira a superioridade racial-regional de Sophia Fernandes e se colocam em concordância com ela; os últimos são contrários à superioridade de Sophia Fernandes e a recriminam, a desqualificam, a denunciam etc. – estes se colocam em discordância com ela. Sophia Fernandes não consegue realizar sua performance, não prova a superioridade do sul e é impedida de continuar tentando (poder-fazer) pela ação dos *hackers*.

Do ponto de vista da relação enunciador-enunciatário, a manipulação é feita por provocação: o enunciador manipula o enunciatário a assumir o valor da superioridade publicamente, se ele tiver coragem, tal qual o faz Sophia Fernandes. Os seguidores que aceitam a manipulação seguem e *retwitam* as publicações do perfil, ou publicam mensagens de conteúdo semelhante às mensagens de Sophia Fernandes, que são *retwitadas* pelo perfil – os *retweets* do perfil são uma sanção positiva do enunciador, que reconheceu ali um verdadeiro “brasileiro”.

56 Os esquemas narrativos de cada perfil foram esquematizados no Anexo 3, item 3.2; a esquematização das estruturas fundamentais é apresentada no item 3.3 do mesmo material.

57 Muito embora Sophia Fernandes afirme ser superior, a “superioridade” é colocada como um objeto-valor porque o estado de junção (ou o reconhecimento da superioridade de Sophia Fernandes) só se realiza com a sanção positiva de seus destinadores-julgadores.

Pode-se identificar, assim, dois programas narrativos articuladores: o Programa Narrativo de Sophia Fernandes (PN1), que orienta a narrativa do perfil; e o Programa Narrativo do Perfil (PN2) no qual o enunciador provoca o enunciatário para que ele assuma os valores propostos no perfil.

PN1: F (<i>ser sulista</i>) $\Rightarrow$ [S1 $\rightarrow$ (S2 $\cap$ Ov)]			
S1	Sophia	$\cap$	conjunção
S2	Sophia	Ov	Objeto-valor “superioridade”

PN2: F (<i>Sophia Fernandes</i>) $\Rightarrow$ [S1 $\rightarrow$ (S2 $\cap$ Ov)]			
S1	Enunciador	$\cap$	conjunção
S2	Enunciatário	Ov	Objeto-valor “superioridade”

Em suas variantes, o sujeito Sophia Fernandes é manipulado em busca de outros valores na narrativa, muito embora a oposição /superioridade vs inferioridade/ esteja sempre presente e perpassa a produção de sentido de todas as apropriações do perfil original. Superioridade e inferioridade deixam de ser figurativizados como /sul vs norte/, /branco vs negro/, /trabalhador vs preguiçoso/ como propunha o perfil original e ganham outras características, que permitem – em todos os casos – a negação da superioridade de Sophia Fernandes.

a) SophiaFernandes1

O perfil de SophiaFernandes1 conta a história de um sujeito que se automanipula para entrar em conjunção com a fama. Ele torna-se o sujeito de um querer: *quer-ser* famoso (seu objeto-valor), e conta com uma competência pressuposta: sabe e pode chamar a atenção (*saber-fazer; poder-fazer*), figurativizada como “saber fazer barraco”. Sua performance, entretanto, não é mostrada no perfil – é apenas sugerida. O perfil Sophia Fernandes original é apresentado como um PN de uso deste perfil: “barraco”, a realização da performance, construindo uma relação de intertextualidade.

O destinador-julgador é nomeado como Rede Globo e Boninho (José Bonifácio Brasil de Oliveira, diretor do programa televisivo Big Brother Brasil, o BBB). Ele deve julgar a performance e oferecer como recompensa “uma vaga” na novela ou no BBB. O desfecho da trama (interpretação e sanção dada pelo destinador-julgador) não é mostrado no texto.

Outra leitura, a partir do contrato entre enunciador-enunciatário, também mostra uma manipulação por provocação: se você for inteligente, vai perceber que Sophia Fernandes

é uma “idiota que quer fama”. O enunciatório, para provar-se inteligente, precisa aceitar que aqueles que fazem “barracos” ou criam polêmicas apenas para ganhar atenção são idiotas. Há aqui também uma oposição entre /superioridade vs inferioridade/, mas ela se materializa em objetos-valor muito diferentes daqueles propostos por Sophia Fernandes. O objeto-valor superioridade está ligado à inteligência, à autossuficiência, ou seja, a não ser dependente da aprovação dos outros (fama a qualquer custo). Já a inferioridade se manifesta na idiotia e na carência, na dependência da aprovação dos outros, que levou Sophia Fernandes a buscar a fama.

Uma vez que este perfil não busca “fama”, ele não se propõe à interação: basta que o enunciatório interprete a mensagem como uma crítica ao perfil Sophia Fernandes original – quem fizer isso tem o reconhecimento do enunciador. As narrativas podem ser representadas em dois programas distintos:

PN1: F (fazer <i>barraco</i>) $\Rightarrow$ [S1 $\rightarrow$ (S2 $\cap$ Ov)]			
S1	Sophia1	$\cap$	conjunção
S2	Sophia1	Ov	Objeto-valor “fama”

PN2: F (<i>Sophia1</i>) $\Rightarrow$ [S1 $\rightarrow$ (S2 $\cap$ Ov)]			
S1	Enunciador	$\cap$	conjunção
S2	Enunciatório	Ov	Objeto-valor “superioridade”

O Programa Narrativo de SophiaFernandes1 (PN1), que orienta a narrativa do perfil; e o Programa Narrativo do Perfil (PN2) no qual o enunciador provoca o enunciatório para que ele veja a fama a qualquer custo (fazendo barracos) como algo negativo, inferior.

b) SophiaFernandes2

No segundo caso, o sujeito SophiaFernandes2 vive em conjunção com seu objeto-valor orgulho de ser nordestino, realizando suas atividades cotidianas. Mas uma pessoa de cabeça quente (às vezes assumida como ela mesma num dia “ruim”, às vezes apresentada como uma terceira pessoa) rompe com seu estado eufórico, afirmando que SophiaFernandes2 deve ter vergonha de ser nordestina. Esse ator que provoca a transformação de estado de SophiaFernandes2 pode ser reconhecido como Sophia Fernandes original, criando uma relação de intertexto entre os perfis.

O sujeito é levado a agir. Ele quer afirmar as características do povo nordestino: “gente fina” e trabalhadores, mas de nada adianta fazer isso sozinho. SophiaFernandes2

precisa que outras pessoas também afirmem o valor do nordeste utilizando a *hashtag* #OrgulhodeSerNordestino, pois quanto mais compartilhada essa expressão “mágica”, mais se restaura o orgulho de ser nordestino. Com a ajuda dos usuários do *Twitter*, seus adjuvantes, a *hashtag* chega aos *Trend Topics* do *Twitter*, “provando” que o nordeste não é inferior a nenhuma outra região. Os usuários do *Twitter* são os destinadores-julgadores do perfil e, reconhecendo seu esforço em “subir a hashtag”, sancionam positivamente SophiaFernandes2.

O contrato entre enunciador e enunciatário pode ser compreendido como uma contra-manipulação em relação ao perfil original: o enunciador de Sophia Fernandes provoca os “usuários do *Twitter*”, manipulando-os para assumirem a superioridade do sul e a inferioridade do nordeste; o enunciador de SophiaFernandes2 contra-manipula os “usuários do *Twitter*” para que neguem a superioridade do sul e, por extensão, neguem a inferioridade do nordeste. Aqueles que aderem ao contrato podem utilizar a *hashtag* #OrgulhodeSerNordestino exaltando a região, mas não devem ofender o sul ou qualquer outra região do Brasil. A manipulação é por sedução: as pessoas decentes, respeitosas, “gente fina” devem recusar os valores de Sophia Fernandes. Mais do que isso, devem recusar o eixo articulatório /superioridade vs inferioridade/ – um eixo de diferenciação, hierarquia. Em seu lugar se propõe o eixo /não-inferioridade vs não-superioridade/ – um eixo de equalização, paridade.

Os programas narrativos que orientam o perfil SophiaFernandes2 podem ser descritos da seguinte maneira:

PN1: $F(\text{ser nordestino}) \Rightarrow [S1 \rightarrow (S2 \cup Ov)]$			
S1	Sophia2	$\cup$	disjunção
S2	Sophia2	Ov	Objeto-valor “inferioridade”

PN2: $F(\text{Sophia2}) \Rightarrow [S1 \rightarrow (S2 \cup Ov)]$			
S1	Enunciador	$\cap$	conjunção
S2	Enunciatário	Ov	Objeto-valor “equivalência”

O Programa Narrativo de SophiaFernandes2 (PN1) orienta a narrativa do perfil; e o Programa Narrativo do Perfil (PN2), por sua vez, é aquele no qual o enunciador propõe uma revisão de valores para o enunciatário, negando a manipulação anterior feita por Sophia Fernandes original.

c) SophiaFernandes3

O terceiro caso, mais uma vez, conta a história de um sujeito, SophiaFernandes3 cuja vida é transformada por uma “inimiga”. Essa vilã é Sophia Fernandes original, que plagia seu *Twitter*, desrespeita os outros, atrapalha sua vida. SophiaFernandes3 se automanipula para eliminar esse obstáculo: eliminar ou “matar” Sophia Fernandes no *Twitter*. Para isso quer a ajuda de outros usuários do website:

SophiaFernandes3: @Seguidora1 Bixinha, vamos ensinar ela a enfrentar seus próprios medos? TD MUNDO DENUCIANDO A @SophiaOfDreams
 SophiaFernandes3: Pf façam favor de denunciar a @SophiaOfDreams se ela xingar o nordeste em qualquer outra rede, agradeço aos que pelo menos leram isso *-*

O destinador-julgador de sua performance são os usuários do *Twitter*, quer sigam seu perfil, quer não. Aqueles que aceitarem o contrato e interpretarem positivamente sua performance, ou seja, concordarem que Sophia Fernandes é uma vilã, “uma vadia que não respeita ninguém”, devem denunciá-la por meio das ferramentas disponíveis no *website*. Se um número suficientemente grande de denúncias for realizado – ou seja, se SophiaFernandes3 conseguir conquistar um grande número de adjuvantes –, SophiaFernandes3 pode realizar a performance de eliminar o perfil de Sophia Fernandes do sistema⁵⁸.

O desfecho da trama é atravessado por um fator surpresa: os *hackers*, adjuvantes “high-tech”, invadem o perfil-vilão e eliminam todo seu conteúdo. SophiaFernandes3 venceu a batalha, embora não exclusivamente por sua performance. Ainda assim, seu destinador-julgador (os usuários do *Twitter*) a sancionam positivamente, creditando a ela uma função de “heroína” da trama por ter promovido denúncias, lutando contra a vilã. O reconhecimento é expresso na forma de trocas de agradecimentos e elogios entre SophiaFernandes3 e seus seguidores no dia 10 de dezembro.

Na leitura do contrato enunciador-enunciatário há uma manipulação por sedução. O enunciador oferece valores positivos como ser considerado “lindo” e “diva” em troca da ação de denunciar Sophia Fernandes, atestando sua inferioridade. Os enunciatários que se automanipulam para ser “lindos”, interagem com o perfil xingando Sophia Fernandes e realizam denúncias recebem uma sanção positiva, também em forma de agradecimentos e elogios, como “@Seguidor1 kkkkkkkk vdd, gente como noix é diva demais pra ela afaf! sauhusahua mucho linda vc gemt”; “@Seguidor2 Tbb s2 Quem num tem saudades de pessoas lindas lindas como nois?” e “@Seguidor3 Verdade vc e rafa no coração, pq só legal =)”, todos do dia 10 de dezembro. Os usuários que denunciam o preconceito são, portanto,

⁵⁸ O perfil recebeu mais de 8 mil denúncias mas não foi eliminado do *website Twitter*. Na madrugada do dia 10 ele foi invadido por *hackers* e teve todo seu conteúdo apagado.

superiores a Sophia Fernandes.

Os programas narrativos que orientam o perfil SophiaFernandes3 podem ser descritos como:

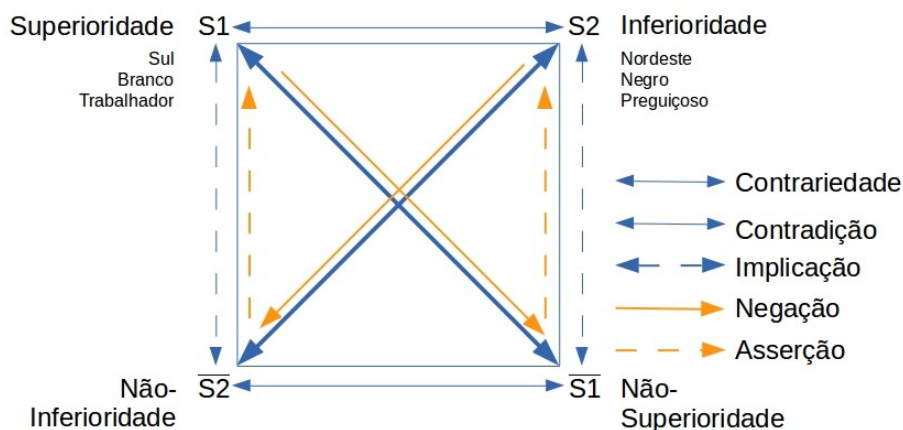
PN1: $F(\text{ser feia}) \Rightarrow [S1 \rightarrow (S2 \cup Ov)]$			
S1	Sophia3	$\cup$	disjunção
S2	Sophia	Ov	Objeto-valor “superioridade”

PN2: $F(\text{se divertir}) \Rightarrow [S1 \rightarrow (S2 \cap Ov)]$			
S1	Enunciador	$\cap$	conjunção
S2	Enunciatário	Ov	Objeto-valor “superioridade”

O primeiro, Programa Narrativo de SophiaFernandes3 (PN1), que orienta a narrativa do perfil; e segundo deles, o Programa Narrativo do Perfil (PN2), no qual o enunciador propõe uma inversão de valores para o enunciatário, negando a manipulação anterior feita por Sophia Fernandes original.

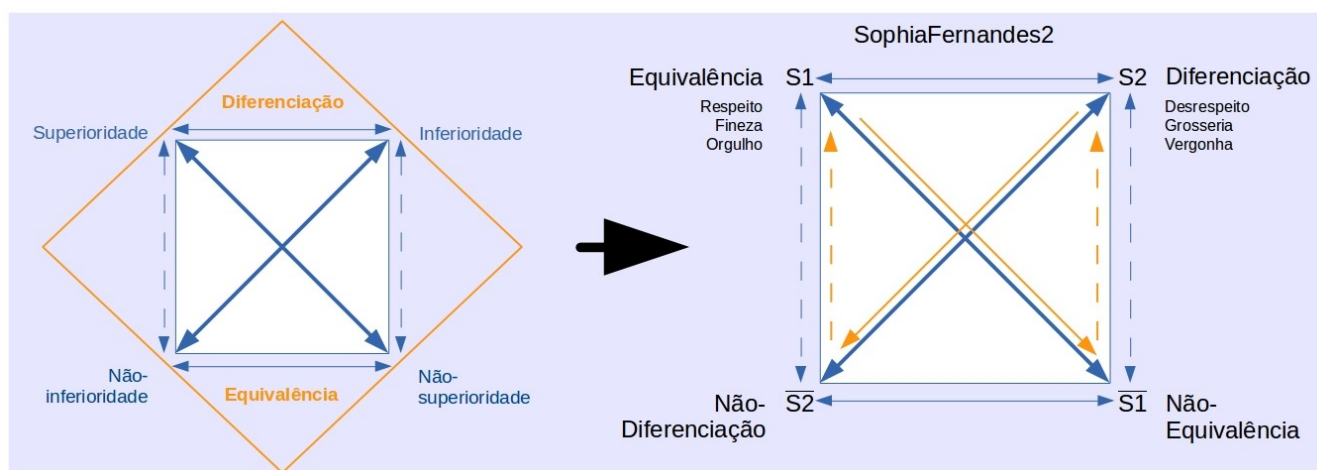
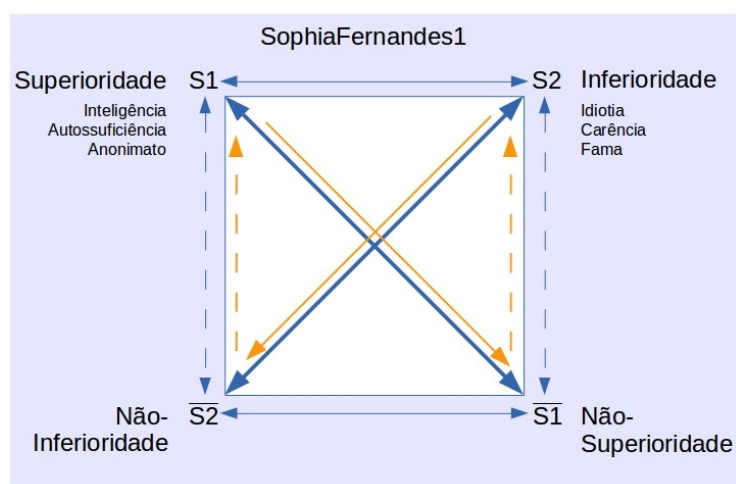
4.2.2.2. Nível fundamental

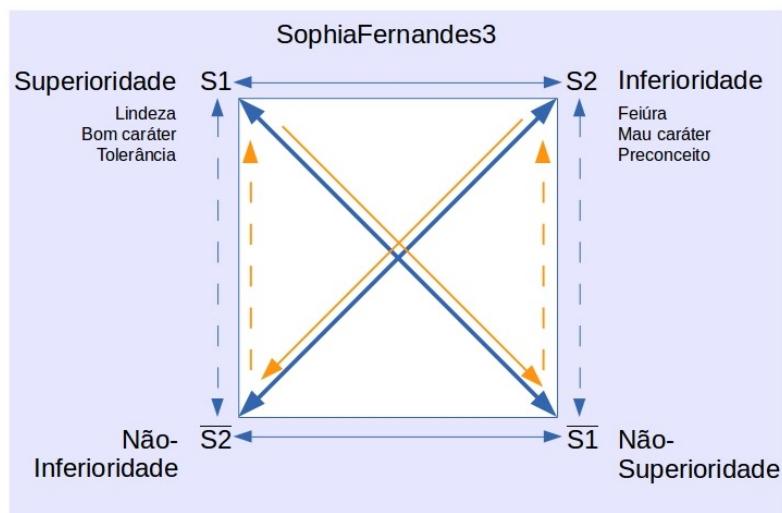
A elaboração do perfil Sophia Fernandes no *Twitter* organiza-se a partir da categoria /superioridade vs inferioridade/, conforme sugerem as etapas anteriores da análise. A tensão entre o superior e o inferior demarca uma diferenciação: os dois termos representam as posições extremas de uma relação hierárquica. As relações de contradição desses termos, /não-inferioridade vs não-superioridade/, por sua vez, demarca uma equivalência, uma relação de paridade ou igualdade.



O termo superioridade é euforizado. Ele é figurativizado por Sophia Fernandes nos elementos sul, branco e trabalhador. Sophia Fernandes se afirma portadora desses objetos-valor e é, portanto, superior aos nordestinos, negros, preguiçosos – elementos disfóricos que denotam a inferioridade no perfil.

Essas relações, e, principalmente, os objetos-valor nos quais elas são assumidas, restam questionados pelas variantes do perfil Sophia Fernandes, dando origem a estruturas diferentes de produção de sentido, que podem ser esquematizadas nos quadrados semióticos seguintes:





No caso da primeira variante, a superioridade de Sophia Fernandes é negada e sua inferioridade é afirmada no percurso superioridade – não-superioridade – inferioridade: ela é figurativizada como um sujeito idiota, carente (que precisa da aprovação dos outros), que quer fama. Há, ao mesmo tempo, um movimento de negação e asserção que explica o percurso eufórico de SophiaFernandes1 e de seus enunciatários pressupostos, inferioridade – não-inferioridade – superioridade: estes não se submetem a “barracos” para conquistar a fama; afirmam, portanto o anonimato, a autossuficiência e, por extensão, a inteligência.

A segunda variante propõe uma revisão de valores a partir dos metatermos do quadrado inicial. A diferenciação, obtida a partir de uma abstração do eixo /superioridade e inferioridade/, é oposta à equivalência, resultante da abstração do eixo /não-superioridade vs não-inferioridade/. Não há uma sobreposição de quadrados e sim uma negação do primeiro quadrado em nome do segundo, que euforiza a equivalência. Esse valor é assumido nos objetos-valor do respeito, da fineza (ser “gente fina”) e do orgulho, enquanto o elemento disfórico, a diferenciação, é revestido como desrespeito, grosseria e vergonha. Sophia Fernandes tem sua superioridade mais uma vez negada; sua lógica de não-equivalência é uma afirmação da diferenciação e, portanto, do eixo disfórico do quadrado semiótico. SophiaFernandes2 e os usuários do *Twitter* que utilizaram a *hashtag* #OrgulhodeSerNordestino – fossem eles nordestinos ou de qualquer outra região do Brasil – negaram a vergonha, a grosseria e o desrespeito da diferenciação proposta, afirmando o valor da equivalência.

Finalmente, a terceira variante também nega a superioridade de Sophia Fernandes

original e afirma sua inferioridade, revestida por figuras como a feiúra, o mau caráter e o preconceito. Todos aqueles que denunciam Sophia Fernandes, inclusive SophiaFernandes3, são chamados de lindos pelo enunciador. A interpretação deste perfil é problemática porque, no afã de desqualificar Sophia Fernandes e convencer seus destinatários a fazer o mesmo – ou seja, de provar sua inferioridade –, SophiaFernandes3 também se utiliza de expressões pejorativas, preconceituosas e incita a violência.

SophiaFernandes3: Patricinha é apelido, a nossa não muito querida
 @SophiaOfDreams é Vadia que vem depois de patricinha pra mim hohoh
 SophiaFernandes3: Uii pegando minha mania de apelido ^^ vou dar um apelido a ela: VagabadoSatã
 SophiaFernandes3: @SophiaOfDreams nós te odiamos ^^
 SophiaFernandes3: Liberdade de expressão vai ser minha mão na tua cara @SophiaOfDreams
 SophiaFernandes3: Eu e a @Seguidor1 Vamos matar a @SophiaOfDreams quem quiser tb é só informar, obg pela compreensão =D

A performance de SophiaFernandes3 pode ser lida como uma negação dos objetos-valor bom caráter, tolerância e “lindeza” que ela mesma defende. Esse tipo de estratégia é comum em discursos de ódio: os valores utilizados para julgar o Outro não “valem” no julgamento do Mesmo. Ridicularizar Sophia Fernandes e propor a agressão física como forma de impedir sua fala não são vistos pelo perfil como intolerância – prerrogativa do Outro; nem as alcunhas moralistas de “vadia” e “vagabunda” são vista como um preconceito de gênero, pois se entende que preconceituoso é o Outro. A categoria inferioridade deve ser compreendida, portanto, de maneira muito específica para que as classificações de “feia” e “linda” ou “diva” usadas pelo perfil façam sentido.

4.3. Aldeias, comunidades e tribos

O discurso da cibercultura é pródigo em metáforas que remetem à comunidade, ao grupo, às tribos. Um de seus elementos-chave é a ideia de aldeia global proposta por Marshall McLuhan nos anos 60. O processo de automação, proporcionado pela união dos computadores, da energia elétrica e das redes de comunicação, “estabelece uma rede global que tem muito do caráter de nosso sistema nervoso central” (MCLUHAN, 1969, p. 390). Essa rede constituiria um campo unificado da experiência, “uma unidade orgânica de interprocessos” que colocaria em contato toda a humanidade.

Mas a aldeia global, para McLuhan, não devia ser pensada como um lugar de

uniformidade e tranquilidade. As condições de uma vida comunitária poderiam intensificar a descontinuidade, a divisão e a diversidade ao colocar lado a lado grupos e culturas distintas (STEARN, 1967, p. 272). Na obra *A galáxia de Gutenberg* (MCLUHAN, 1972, p. 50), esse conceito é definido como uma dinâmica por vezes problemática, que poderia se transformar numa “fase de terror e pânico”.

Os falsos perfis, compreendidos como fenômenos da cibercultura, recolocam em cena digital o riso coletivo, do *burlesco* e do *escárnio*, reforçando e atualizando a validade das previsões de McLuhan. Dessa maneira, intensificam a crença na tecnologia digital como ferramenta de recriação do social em outro plano, de que num futuro próximo todas as esferas da vida inevitavelmente serão mediadas pela tecnologia digital – até mesmo as práticas de normatização e exclusão. Reiteram, assim, o próprio discurso da cibercultura.

Os perfis do *burlesco* recriam no ciberespaço o lugar da festa, do carnaval, das mascaradas. À primeira vista, desafiam o poder coercitivo dos administradores dos *sites* de redes sociais, burlando as regras de identificação de usuários e criando atores fantasiosos, dissimulados ou incoerentes. Mas a festa e o riso são importantes componentes da vida comunitária, que intensificam os laços de identificação e pertencimento ao universo tecnológico.

Os perfis do *escárnio* reiteram o discurso da cibercultura ainda mais intensamente no imaginário da época. Não há prova mais evidente do poder da Internet do que a crença em sua capacidade de causar danos “reais” às pessoas. O *cyberbulling* constrói seu efeito de sentido como prova irrefutável da penetração da tecnologia no campo social, bem como da impossibilidade de ignorar a rede. A digitalização se apresenta como tendência incontornável e a afirmação de que o futuro da humanidade será o futuro da rede – no que tange, inclusive, à militância por seu regramento – parece se confirmar a cada caso que repercute nos *media*.

Numa inversão de perspectiva, a recriação das práticas comunais na “aldeia global” não deve ser vista como acaso, nem como “evolução natural” da automatização do mundo. Esses falsos perfis assumem e colocam em prática o discurso da cibercultura. Já se destacou nesta pesquisa que discurso é prática, visto que as ações empreendidas por pessoas ou grupos são ações significativas (veja-se Capítulo 1). As estruturas discursivas, portanto, constituem e organizam as relações sociais. A perspectiva de que o ciberespaço é a extensão do corpo e da mente humanos, de que lá é onde todos estão, estarão ou deveriam estar, tem caráter performativo, *faz-fazer*; é um estímulo para que as práticas sociais mais diversas sejam digitalizadas.

A recriação dos ritos e dos conflitos sociais na rede tem, assim, o caráter da palavra profética ou *self-fulfilling prophecy*, “a palavra que se realiza em virtude de sua própria proliferação” (BAUDRILLARD, 2010, p. 166). A comunidade virtual, a aldeia global ou a inteligência coletiva, colocadas no lugar de um futuro imaginário (BARBROOK, 2009) para o qual a humanidade se dirige, modalizam práticas sociais do presente em função daquilo que virá um dia. A Internet, nessa perspectiva, deixa de ser uma rede de computadores e *modems*, seu caráter material e contingencial é abstraído e ela se transforma, por um deslocamento de sentido, na própria comunidade onde a vida deve ser encenada, performada, vivida. Os falsos perfis burlescos e escarnecedores corroboram e aprofundam esse discurso, construindo efeitos de realidade que alimentam seu dizer-verdadeiro.

#5

O avesso

No primeiro capítulo da Tese foi exposto como a cibercultura se configura em discurso hegemônico a partir da ideia de conexão em rede, com ênfase na perspectiva de uma recriação do espaço público – e da própria vida social – por meio da interação tecnológica. No segundo capítulo, buscou-se compreender o que são os falsos perfis a partir das diferentes concepções de “falso” na filosofia e na história. Coube ao terceiro capítulo investigar como esses perfis se manifestam no ciberespaço e em que medida eles contribuem para o enraizamento do discurso da cibercultura no tecido social ao reiterarem, via experiência do usuário, a metáfora de uma aldeia global.

O discurso da cibercultura, a recriação digital do social numa versão mais livre, mais criativa, mais interativa, mais “2.0”, reiterado pelos *sites* de redes sociais, convoca usuários a compartilhar suas ideias, suas imagens e suas histórias de vida *online*. A exposição tornou-se regra e as pesquisas científicas a esse respeito são abundantes (SIBILIA, 2008; ITO, 2009; BOYD, 2014; TREPTE e REINECKE, 2011). Os laços entre essa explicitação de informações pessoais e as estruturas do capitalismo digital também não são segredo: “Tanto na internet quanto fora dela, hoje a capacidade de criação é sistematicamente capturada pelos tentáculos do mercado, que atacam como nunca essas forças vitais e, ao mesmo tempo, não cessam de transformá-las em mercadorias” (SIBILIA, 2008, p. 10). A lógica da empresa contemporânea funciona com base na informação: os dados pessoais dos consumidores potenciais – presumivelmente privados – são um bem valioso para os negócios orientados a públicos classificados em segmentos de interesse, que têm no *marketing* direcionado sua ferramenta fundamental. A criatividade, afirma Sibilía (Ibidem), se converteu “no combustível de luxo do capitalismo contemporâneo”.

A partir da relação entre a metáfora da aldeia global e a reprodução das estruturas

do capitalismo digital, cabe pensar o discurso da cibercultura nos termos de uma *fantasia ideológica*, no sentido proposto por Žižek (1996a; 1997; 2003). Para Žižek, “a ideologia não é uma ilusão de tipo onírico que construímos para escapar à realidade insuportável; em sua dimensão básica, ela é uma construção de fantasia que serve de esteio à nossa própria 'realidade'” (1996c, p. 323). Uma análise do filme *Matrix* (1999), feita pelo autor, contribui com alguns esclarecimentos sobre o conceito. Žižek sugere que a *Matrix* assume no filme a dimensão do *grande Outro*, “a ordem simbólica virtual, a rede que estrutura a realidade para nós” (2003 p. 263). Essa dimensão é entendida como a estrutura simbólica, a substância social a partir da qual se constituem os sujeitos, ou, retomando as influências de Althusser (1970, p. 199), a posição que esses sujeitos ocupam na estrutura social e as funções e relações resultantes dessa posição. O resultado disso, para Žižek, é que o sujeito nunca possui total domínio dos efeitos de seus atos. O sujeito, ao constituir-se como tal, quer alienar-se na estrutura, mas descobre que essa estrutura é, nela mesma, inconsistente:

[...] nos capítulos-chave do *Seminário XI*, Lacan se empenha em delinear a operação que segue a alienação e que é, num certo sentido, seu contraponto, o de separação: alienação *no* grande Outro é seguida pela separação *do* grande Outro. A separação ocorre quando o sujeito percebe como o grande Outro é em si inconsistente, puramente virtual, “barrado”, privado da Coisa — e fantasia é uma tentativa de preencher essa falta do Outro, não do sujeito, de (re)constituir a consistência do grande Outro. (ŽIŽEK, 2003, p. 263, grifo do autor).

Nesse sentido, Žižek afirma uma ligação entre a fantasia e a paranóia: se a fantasia é uma tentativa de preencher a falta do Outro, a paranóia, por sua vez, consiste na crença em um *Outro do Outro* – uma cúpula de poderosos que manipula a sociedade, como defendem inúmeras “teorias da conspiração”; um demiurgo que cria falsas realidades, como propõe Philip K. Dick em *VALIS* (veja-se o Capítulo 1); um sistema de inteligência artificial que escraviza os homens mantendo-os presos num cenário de realidade virtual, como no filme *Matrix*.

A imagem de uma inteligência artificial maligna que apaga as identidades dos usuários, que os priva da existência social a ponto de torná-los não-pessoas num mundo altamente conectados é apontada por Žižek como uma resposta fácil. Essa é a tendência do filme *Matrix*. Se na vida do programador de computador Thomas Anderson (Neo) há algumas coisas que parecem desencaixadas, se ele “sente” que há algo errado com o mundo – como aponta um diálogo entre os personagens Neo e Morpheus – é porque existe uma Matriz que distorce a *verdadeira realidade* por trás de tudo. “Consequentemente, o problema com o filme é que ele não é 'louco' o suficiente, porque pressupõe a existência de outra realidade 'real' por

trás de nossa realidade diária, sustentada pela Matrix”, afirma Žižek (2003, p. 264). Mas o autor também rejeita a interpretação contrária, de que não existe realidade alguma e tudo não passa de uma sucessão de realidades, de um encadeamento de sonhos ou de uma total abstração – o que não seria menos ideológico. O “real”, para Žižek, não está nem em uma realidade *verdadeira* fora da Matrix, nem na realidade *simulada* pela Matrix, mas no vazio, na falta a partir da qual se constitui a própria realidade; toda a fantasia (ou a paranóia) ideológica consiste em esconder essa inconsistência⁵⁹.

Pode-se, assim, retomar a definição de ideologia como uma fantasia que se constrói sobre um “insuportável núcleo real impossível” (1996c, p. 323), uma falta constitutiva. Žižek traça um paralelo entre essa noção de falta e a *instituição-zero* de Claude Lévi-Strauss ou o conceito de *antagonismo* de Laclau e Mouffe: em todos os casos, trata-se de “uma divisão social traumática que não pode ser simbolizada” (Ibidem), que se organiza a partir de um significante vazio.

Acaso não é a moderna noção de uma pátria essa instituição-zero que emergiu com a dissolução dos elos sociais fundados em matrizes simbólicas familiares ou tradicionais diretas, quando, com a invasão da modernização, as instituições sociais foram ficando cada vez menos fundamentadas em tradição naturalizada e cada vez mais vivenciadas como uma questão de “contrato”? De especial importância aqui é o fato de que a identidade nacional é experimentada como, pelo menos, minimamente “natural”, pertencente e fundada em “sangue e solo”, e portanto não pertencente de um modo “artificial” às instituições sociais propriamente ditas (estado, profissão...). As instituições pré-modernas funcionavam como entidades simbólicas “naturalizadas” (como instituições fundamentadas em tradições inquestionáveis), e no momento em que as instituições foram concebidas como artefatos sociais, surgiu a necessidade de uma instituição-zero “naturalizada”, que serviria como sua base comum neutra. (ŽIŽEK, 2003, p. 270-271).

O campo discursivo se constitui, assim, a partir dos antagonismos que o perpassam. A luta por hegemonia neste campo pode ser entendida como a luta pela sobrederminação desse significante vazio – no caso do nosso objeto de estudo, a cibercultura – com alguma significação em particular. Os *sites* de redes sociais alinham-se a uma interpretação de mundo baseada no “fato” da cibercultura, de que a humanidade já vive na cibercultura e não há caos, nem dor, nem choro, nem ranger de dentes: pelo contrário, todos estariam conectados, informados e produzindo conteúdo na nova ágora digital. Como já visto, a metáfora da aldeia global é recriada como uma fantasia ideológica que abarca todos os usuários, numa proposta de sutura que trata como equivalentes as práticas mais dispersas:

59 Na esteira de Lacan, Žižek propõe que o real não é um referente último, a ser encoberto ou domesticado pela fantasia – ele não se mostra a não ser pela distorção da própria tela; “consequentemente, se subtrairmos da coisa a distorção da tela, perdemos a coisa em si” (2003, p. 269), o que faz da coisa em si, em última instância, o olhar para o objeto e não o objeto percebido.

O ciberespaço deveria nos deixar todos juntos numa aldeia global. Mas o que efetivamente acontece é que somos bombardeados com uma multiplicidade de mensagens pertencentes a universos inconsistentes e incompatíveis. Em vez da aldeia global, o grande Outro, temos uma vastidão de "aldeias pequenas", de identificações tribais específicas à nossa escolha. (ŽIŽEK, 2003, p. 265-266).

Žižek questiona a unidade dessa aldeia global, deixando antever sua inconsistência; mas, uma vez que esta não era a questão central de seu artigo, a metáfora não é investigada em profundidade. Entende-se que o questionamento do discurso da cibercultura, da recriação das aldeias e comunidades como núcleos de sociabilidade, pode ser tensionado de modo bastante produtivo a partir dos falsos perfis.

Se a evolução das ferramentas de busca, os fóruns anônimos ou outras práticas comuns no ciberespaço colocam em cheque sua aparente unidade, os *sites* de redes sociais esforçam-se por aparar as arestas dessa interpretação. Ao proporcionar o estabelecimento de vínculos com pessoas previamente conhecidas e, pouco a pouco, a ampliação da rede de contatos do usuário, sistemas como *Facebook* e *Twitter* prometem uma sociabilidade sob controle; os filtros de privacidade fazem crer que não há “estranhos” na rede de cada um e que a interação social será como uma conversa entre amigos. Muito embora haja um alerta sobre a ausência de controle em relação à repercussão de um conteúdo na rede, a ênfase se dá na promessa de regramento. Nos *Princípios do Facebook*, o tópico “Propriedade e controle de informações” versa sobre o tema:

As pessoas devem ser proprietárias de suas informações. Devem ter a liberdade de compartilhar informações com pessoas e locais que desejarem, incluindo removê-las do serviço do *Facebook*. Devem ter a liberdade de decidir com quem desejam que as informações sejam compartilhadas, além de definir controles de privacidade para suas escolhas. Entretanto, esses controles não têm a capacidade de limitar a maneira com a qual as pessoas que receberam a informação irão usá-la, principalmente fora do serviço do *Facebook*. (FACEBOOK, 2014c).

Como já apontado, os *sites* de redes sociais são legitimadores do discurso da cibercultura, da perspectiva de que o sujeito, ao adentrar o ciberespaço, encontrará o campo social em sua fase mais democrática e avançada da história. Os falsos perfis estudados no terceiro capítulo desta tese contribuem sobremaneira para a legitimação desse discurso, intensificando seus efeitos de verdade. Há, entretanto, alguns perfis falsos que provocam uma ruptura nessa fantasia ideológica, desconstruindo a crença numa aldeia global, numa comunidade ou em qualquer projeção fantasmática construída a partir dessa ideia de rede.

Esses perfis, que serão investigados aqui, apontam o vazio que subjaz à fantasia, mostram seu avesso.

5.1. Vírus detectado

Um artigo sobre perfis falsos na coluna *Radar Tecnológico*, do jornal *O Estado de S. Paulo*, se inicia com uma constatação desanimadora: “Aquela garota desconhecida e escandalosamente linda que pede para ser sua amiga no *Facebook* tem grandes chances de não existir. É bem possível que ela não passe de um perfil interessado não em conhecer você, mas, sim, em usá-lo para espalhar vírus na rede social” (ESTADO, 2012). A partir de estudos feitos por uma empresa de segurança digital, *Barracuda Networks*, sabe-se que 97% desses perfis falsos se identificam como mulheres, contra 40% de participação feminina entre os perfis “reais”. Outras características desses perfis são ressaltadas: seu comportamento liberal (essas mulheres, geralmente solteiras, são interessadas em conhecer e se relacionar com “homens e mulheres”); sua alta escolaridade (68% cursaram faculdade, contra 40% dos perfis de mulheres “reais”); sua popularidade (perfis falsos têm em média 726 amigos, contra 130 para aqueles considerados “reais”). A pesquisa mostra ainda que 43% das contas falsas nunca atualizaram seu status no *Facebook* (BARRACUDA, 2012a).

Alertas sobre esse tipo de perfil no *Twitter* também são corriqueiros. Uma reportagem de 2009 no portal G1 afirmava que “parte dos perfis [do *Twitter*] não legítimos são 'bots', contas automatizadas que podem complicar a vida do internauta menos cuidadoso. Com esses perfis, criados em massa, os criminosos se disfarçam de pessoas comuns e enviam mensagens com links maliciosos ou de propaganda a milhares de internautas” (G1, 2009). Entre as características atribuídas a esses perfis estão o fato de não utilizarem nomes de celebridades, e sim de “pessoas comuns”.

O “único propósito” desses perfis, de acordo com a *Barracuda Networks* (2012), é induzir usuários a aceitarem o vínculo de amizade. O contrato de comunicação parte, portanto, de uma manipulação por tentação: mulheres bonitas, que têm o poder de satisfazer as veleidades dos usuários da rede, convidam esses usuários a se conectarem com elas. Aceitando o vínculo, estes passam a receber *hyperlinks* de vídeos ou fotografias com teor erótico ou pornográfico, e ao clicar nos *hyperlinks* têm seus computadores contaminados por vírus.

Mulheres jovens e bonitas não são, porém, as únicas personagens dos falsos perfis. Em junho de 2013, a empresa de segurança digital *Trend Micro* divulgou um alerta sobre Zeus (ZBOT), um vírus que rouba senhas e drena a conta bancária dos usuários. Por meio de perfis e páginas falsos que publicavam conteúdo sobre a Liga Nacional de Futebol Americano (a NFL), o vírus contaminou usuários e, a partir deles, seus “amigos” e “amigas”. As mensagens publicadas pelos perfis e páginas, nesse caso, intercalavam resultados dos jogos (reprodução automática dos principais *websites* esportivos) e promoções de artigos esportivos como óculos e bonés, com *hyperlinks* para os *sites* das promoções. Esses *hyperlinks*, quando clicados, abriam uma janela solicitando a instalação de um complemento tecnológico para o acesso à promoção e, em caso de concordância, instalavam o vírus no computador do usuário. A armadilha, mais uma vez, partia de uma manipulação por tentação: o enunciador oferecia o acesso a informações privilegiadas e promoções exclusivas em troca do estabelecimento de um vínculo de amizade.

Eric Feinberg, do *Fake (Fans Against Kounterfeit Enterprise)*, tornou-se porta-voz do alerta no jornal *The New York Times* (apud PERLROTH, 2013), reproduzido no Brasil pela Folha de S. Paulo:

O *software* malicioso já infectou milhões de computadores em todo o mundo - a maioria nos EUA. Uma vez que o Zeus se instala em uma máquina, ele permanece dormiente até que a vítima visite um *site* de banco. O Zeus então grava todos os dados inseridos, como números de contas e senhas, e depois drena todo o dinheiro disponível. [...] O *malware* estava sendo disparado por computadores controlados pela organização criminosa Russian Business Network, que tem sido associada a atividades como distribuição de programas maliciosos, roubo de identidade e até pornografia infantil. (FOLHA..., 2013).

Uma consulta rápida à *Comunidade de Ajuda* do *Facebook* permite perceber as reações hostis dos usuários cujos computadores são infectados por vírus. Muitos deles ameaçam seu desligamento do site. “O meu *Facebook*, está enviando mensagens com *links* para meus amigos [...], agora todas as vezes que entro no *Facebook* novas mensagens com *links* são enviadas sem minha permissão na página inicial e para todos os meus amigos, espero resolver esse problema sem precisar deletar o meu face” (FACEBOOK, 2014c), afirma uma usuária.

Supõe-se haver, nesses casos, uma frustração pela perda de bens materiais ou pela utilização não-autorizada dos perfis pessoais para a disseminação de conteúdos indevidos. Mas pode-se levar além essa interpretação: a contaminação de um computador por um vírus causa a *débâcle* na fantasia que suporta a ideologia da cibercultura (cf. vista no Capítulo 1).

Por um momento, o usuário deixa de sentir-se como um “sujeito que entrou no ciberespaço” para perceber-se usuário de uma máquina, numa rede de equipamentos tecnológicos regida por códigos binários, incompreensíveis, de programação. O suporte fantasmático que cria a cibercultura (e o ciberespaço) como uma comunidade planetária na qual o mundo social seria vivido em plenitude, se desconstrói; o vazio desse espaço virtual se evidencia traumáticamente, como a súbita irrupção do Real do silício e do cobre dos processadores atravessados por pulsos elétricos.

5.2. Pedacos de código

Outra prática corrente nos *sites* de redes sociais consiste na compra de popularidade. Em agosto de 2012, a *Barracuda Networks* publicou uma pesquisa especificamente sobre o tema. Foram investigados 72,2 contas falsas e se chegou a 11,2 mil “abusadores”, ou seja, pessoas que pagaram para ter seu número de seguidores “inflado” no *website*. Esses abusadores têm, todos eles, mais de 470 seguidores falsos (BARRACUDA, 2012b).

O mercado de seguidores não está escondido em esquinas escusas da rede – pelo contrário, segundo a pesquisa foram encontrados 20 vendedores de perfis no site de *e-commerce eBay* e 58 *websites* de empresas especializadas nesse serviço com uma pesquisa simples em um *site* de buscas. O preço médio, na época, era de US\$ 18 por mil seguidores. Os abusadores identificados pela pesquisa tinham cerca de 48 mil seguidores e 75% deles divulgavam um *website* em seus perfis, em comparação a 31% dos usuários totais do *Twitter*.

As empresas especializadas oferecem pacotes diversificados. O *Volume Social* (2014), que se apresenta como “o principal fornecedor de serviços para Redes Sociais no Brasil”, conta com pacotes de seguidores, *retweets* ou combinações de ambos para o *Twitter*, e com pacotes de fãs, curtidas e também os pacotes combinados para *Facebook*. Os valores vão de R\$ 19 para 500 seguidores no *Twitter* até R\$ 1,7 mil por 100 mil fãs e curtidas no *Facebook*. Para conquistar clientes, a empresa informa a sofisticação de seus perfis e a discrição da entrega: “Nossas contas possuem foto, biografia, postagens e amigos. [...] Sabemos a importância do sigilo na realização do serviço, ninguém jamais saberá que você utilizou nossos serviços. Fique tranquilo” (VOLUME, 2014). A empresa concorrente, *BigFollow*, tem um pacote básico de mil interações por R\$ 47: mil curtidas, ou mil seguidores, ou mil *retweets* etc. no *Twitter* ou *Facebook*. Segundo a empresa, seu objetivo é

“fornecer soluções rápidas, com credibilidade (nota fiscal e garantia), criando influência para as empresas melhorarem suas vendas *online*, blogueiros seus acessos e políticos, seguidores de suas ideias” (BIGFOLLOW, 2014a). Entre os principais clientes de seus serviços estão políticos, bandas de diferentes gêneros musicais, comediantes, jogadores de futebol, cantores evangélicos e pastores, ao lado de lojas de *e-commerce* e agências de publicidade (BIGFOLLOW, 2014b).

Nem todos os perfis envolvidos na compra de popularidade são considerados falsos pelos *sites* de redes sociais. A *BigFollow*, por exemplo, possui um serviço gratuito para o *Twitter* em que o usuário se cadastra e ganha 10 seguidores, mas seu perfil passa a seguir outros 35 (entre eles os perfis que contrataram um pacote de serviços). Mas a possibilidade de que parte significativa dos perfis num pacote de mil seguidores ou curtidas seja composta por perfis falsos é aventada por analistas de mídias sociais. O relato de um consultor de marketing digital levanta suspeitas sobre perfis de seguidores de um serviço contratado por ele para aumentar a popularidade de um perfil do *Twitter*:

Todos os seguidores, segundo eles [a empresa contratada], são pessoas verdadeiras. [...] Fui então verificar que eram esses seguidores. Havia todo o tipo de perfil, mas uma coisa me chamou a atenção logo de início: eram todos estrangeiros. Procurei, procurei, procurei e nada de encontrar um compatriota. Resolvi usar então o FollowerWonk, uma ferramenta de análise de *Twitter*, para descobrir o paradeiro dos meus seguidores. Para minha surpresa a ferramenta não conseguiu ter acesso nem aos dados públicos das contas dos seguidores. Ou seja, era como se aquela massa de seguidores estivesse locada em outro lugar e “emprestada” para mim, como um truque visual. (ZANINI, 2013).

Em muitos casos, a falsidade dos perfis não é colocada em dúvida: uma reportagem de Fernanda Ezabela para a *Folha de S. Paulo* (EZABELA, 2012) cita os programadores Nikki Larson e Twitter King, indiano e indonésio respectivamente, que prometem criar por US\$ 5 um volume entre 5 e 19 mil seguidores falsos que “vão parecer reais”.

Embora representem um mercado em expansão, os falsos perfis são renegados pelos profissionais da área. “É constrangedor descobrir que admiramos conquistas que na verdade são uma fraude...”, nas palavras da blogueira Samanta Modesto (2013); “fazer isto pode não apenas arruinar a sua reputação quando as pessoas percebem o que está a fazer, como também seguidores falsos não lêem tweets, respondem às conversas e de certeza que também não vão comprar produtos ou visitar sites”, alerta Carla Gadyt (2013), da *Digital Marketing*; “vale lembrar ainda que comprar fãs, likes ou seguidores é arriscado, pois as grandes redes sociais são contra e, inclusive, já baniram perfis e *fanpages* por conta de uso

desse tipo ação”, comenta Leonardo Araújo (2013) em reportagem para o portal *AdNews*. O desencanto provocado por tais perfis falsos pode ser percebido no depoimento do programador e blogueiro Luiz Jr. Fernandes:

Como bom programador que faço questão de tentar ser, eu vejo a prática de compra de seguidores como a pior barbada em que um blogueiro de turismo possa se meter. Isso pois está comprando uma fábrica de bots sem vida, que não veem, não podem nunca sentir, não podem expressar seus sentimentos ou afeições pelos comentários. São pedaços de código programados para criar novos e novos usuários que levam como avatar fotos de gatinhos, patinhos, bolos, doces, ferramentas, modelos e até porn-stars. (FERNANDES, 2014, *online*).

Mais uma vez salienta-se, a partir da descoberta desse tipo de perfis, uma ruptura. A imersão no ciberespaço, a conexão planetária na aldeia global, se desconstrói com a evidência do código. Em termos lacanianos, poder-se-ia sugerir que o real se manifesta como um trauma (LACAN, 1985), rompendo a fantasia ideológica que sustenta a própria ideia de conexão.

5.3. Nada a declarar

Uma análise dos falsos perfis mencionados nesse capítulo – disseminadores de vírus, *spammers*, perfis-robôs etc. – realizada a partir das bases da semiótica discursiva se mostrou contraproducente. Esses perfis, no mais das vezes, não elaboram uma narrativa e nem sequer publicam conteúdo. Seu tempo de existência é curto: 80% das contas falsas no *Twitter* identificadas pela *Barracuda Networks* (2012b) tinha sido criada há menos de três meses e 10% delas foram suspensas antes do final da pesquisa. Além disso, uma em cada quatro nunca havia publicado uma mensagem. Exemplo dessas contas são os perfis David Battle (figura 1) e Per Linder (figura 2). O primeiro deles publicou dois tweets: “Assistindo os Hornets” e “Onde estão os fãs do Hornets??”, ambos em 25 de abril de 2009. Charlotte Hornets é um time de basquete da liga norte-americana NBA. O segundo nunca publicou qualquer coisa.

The image shows a screenshot of a Twitter profile for David Battle (@maryjrju). The profile header includes a purple egg-shaped profile picture, the name "David Battle", and the handle "@maryjrju". To the right of the header, it shows "2 TWEETS", "19 FOLLOWING", and "3 FOLLOWERS". Below the header, there is a "Tweet to David Battle" section with a text input field containing "@maryjrju". A sidebar on the left contains links for "Tweets", "Following", "Followers", "Favorites", and "Lists", as well as a "Similar to David Battle" section listing users like Kate Micucci, Elizabeth Gebhardt, and BP Public Relations. The main content area is titled "Following" and lists several accounts: Tony Hawk, UK Prime Minister, someecards, Chris Cornell, Dell Outlet, Imogen Heap, Whole Foods Market, SHAQ, Mano Menezes, and Zoe Keating. Each account entry includes a profile picture, name, handle, and a brief bio or tweet snippet.

Home Connect Discover Search

David Battle
@maryjrju

Follow

2 TWEETS
19 FOLLOWING
3 FOLLOWERS

Tweet to David Battle

@maryjrju

Tweets
Following
Followers
Favorites
Lists

Similar to David Battle

Kate Micucci @katicucci
Follow

Elizabeth Gebhardt @egebhardt
Follow

BP Public Relations @BPGlobalPR
Follow

twitter
© 2012 Twitter About Help Terms Privacy
Blog Status Apps Resources Jobs
Advertisers Businesses Media Developers

Following

Tony Hawk @tonyhawk
professional skateboarder, dad, videogame character, ceo, kid chauffeur, global hopscooter, food glutton & public skatepark defender. I'm old; get over it.

UK Prime Minister @Number10gov
The official twitter channel for Prime Minister David Cameron's office, based at 10 Downing Street. Twitter policy: <http://www.number10.gov.uk/number10online/>

someecards @someecards
Welcome to the Twitter feed of somewhat acclaimed humor sites, Someecards, HappyPlace, and Jocular. You'll love not unfollowing us!

Chris Cornell @chriscornell
The Official Chris Cornell Twitter

Dell Outlet @DellOutlet
Refurbished Dell™ computers, electronics. Questions/comments? Contact Chris Beutnagel @ChrisCBatDell.

Imogen Heap @imogenheap
You can watch LoveTheEarth Film with my first orchestral score here now! <http://lovetheearthfilm.com> #MeTheMachine (Heapsong6) set for release mid May.

Whole Foods Market @WholeFoods
Fresh organic tweets from Whole Foods Market HQ in Austin, TX. Ready to answer your questions Mon-Fri 9am-5pm CST!

SHAQ @SHAQ
VERY QUOTATIOUS, I PERFORM RANDOM ACTS OF SHAQNESS

Mano Menezes @manomenezes

Zoe Keating @zoecello
Cello, computers and pancakes. The daily

Figura 1: Perfil de David Battle no Twitter

Home Connect Discover Search

Per Linder
@persans

Follow

0 TWEETS
21 FOLLOWING
3 FOLLOWERS

Tweet to Per Linder

@persans

Tweets
Following
Followers
Favorites
Lists

twitter
© 2012 Twitter About Help Terms Privacy Blog
Status Apps Resources Jobs Advertisers
Business Media Developers

Following

Fredrik Reinfeldt @fredrikreinfeldt
Sveriges statsminister

Al Yankovic @alyankovic
You know... the Eat It guy.

Pete Cashmore @petecashmore
The largest independent website dedicated to news & resources for the connected generation. Tweets from @mashable staff. Send questions/comments to @mashablehq.

cakewrecks @cakewrecks
Am from Cake Wrecks here, at your service. Oh, and fair warning: I'm a gook, and I tweet like one.

Rainn Wilson @rainnwillson
I am an actor and a writer and I co-created SoulPancake and my son, Walter.

Kim Kardashian @KimKardashian

Neil Gaiman @neilgaiman
will eventually grow up and get a real job. Until then, will keep making things up and writing them down.

Sockamillion @sockamillion
I am Jason Scott's Cat.

You Look Great @YouLookGreat
Your daily passive-aggressive affirmation.

Giuliana Rancic @GiulianaRancic
TV Host/Producer/Wife/Chick/Creator of FabFidFan.com

Mariah Carey @MariahCarey
Citizen of the World Dabbling!

Mano Menezes @manomenezes

CBS News @CBSNews
The official twitter feed of CBS News. Follow us for original reporting and trusted news with content and perspective found nowhere else.

Jim Jones @jimgonescap
#CAPO NEW ALBUM OUT NOW
#VAMPIRELIFE CALL ME: 1 (917) 675-3685

Matisyahu @matisyahu

Day26 @day26
A New Day Coming Soon! For ALL Inquiries Contact Management @screaface09/ @Starstruck_mgmt
http://www.day26online.com

Evan Williams @ev

Figura 2: Perfil de Per Linder no Twitter

Note-se que ambos os perfis não interagem no *website*, não possuem fotografias nem seguidores, e seguem cerca de 20 contas – algumas das quais repercutiram na imprensa por causa de seus seguidores falsos ou fantasmas. Dois exemplos são o perfil do primeiro-ministro do Reino Unido, David Cameron, e do treinador e ex-jogador de futebol brasileiro Mano Menezes. Apenas 37% dos seguidores de Cameron seriam “reais” segundo reportagem de Conal Urquhart (2012) para o *The Observer*, enquanto Menezes teria mais de 8 mil seguidores falsos segundo Danilo Salles (2009), do *website TwitterCentral*.

Os *spammers*, falsos perfis que divulgam *links* (com ou sem vírus) também assumem formas variadas, como já apontado. Embora haja uma predominância de perfis femininos, eles nem sempre são erotizados. Alguns deles são recheados de informações retiradas de outros perfis para “parecerem” verdadeiros. “63% das contas falsas são criadas duplicando perfis de outros usuários”, afirma a pesquisa da *Barracuda Networks* (2012b). A jornalista Bianca Bosker (figura 3), do *The Huffinton Post*, publicou um artigo em 2012 no qual narrava o dia em recebeu uma solicitação de amizade de Bianca Bosker (figura 4):

Alguém tinha criado um perfil no *Facebook* com o meu nome, a minha foto, e todas as minhas informações pessoais – e logo em seguida me adicionou como amiga. Esta nova Bianca tinha a mesma fotografia de capa que a antiga Bianca (também conhecida como 'eu'); uma lista idêntica de empregos, escolas e filiações; e tinha "gostado" as mesmas páginas que eu "gostava" - "Global Disaster Relief on *Facebook*", "Roger Ebert," e até mesmo Switched, um *site* de tecnologia da AOL que encerrou atividades há mais de um ano. Ainda mais perturbador era o fato de que as atualizações de *status* mais recentes de "Bianca Bosker" eram palavra-por-palavra, ponto-por-ponto, as minhas atualizações de *status* mais recentes. Somente a foto de perfil do *Facebook* era diferente. (BOSKER, 2012, *online*, t.n.).

O perfil foi denunciado e eliminado do *website*. Em poucos minutos, entretanto, um novo perfil surgiu, quase idêntico: Bianca Boskar (figura 5). Depois de duplicar uma conta, esses perfis enviam solicitações de amizade para os amigos do perfil original – o que facilita a aceitação do vínculo, uma vez que o convite parece vir de um “conhecido” – e passa a publicar automaticamente propagandas ou *hyperlinks*. No *Twitter*, o perfil falso cria listas de interesse e adiciona os contatos de diversos usuários nelas para obter atenção. Pesquisadores da *Barracuda Networks* (2012b) identificaram perfis que criavam 20 listas com mais 90 mil usuários por dia.



Figura 3: Perfil original de Bianca Bosker no Facebook



Figura 4: Perfil falso de Bianca Bosker no Facebook



Figura 5: Perfil falso de Bienca Boskar no *Facebook*

Para o estabelecimento do vínculo de amizade, nesses casos, há uma convocação por sedução na qual a solicitação de amizade é feita por um contato pré-existente, reconhecido por seus valores positivos, que leva o interlocutor a querer-fazer (aceitar a amizade no site de redes sociais). Quanto ao conteúdo publicado pelo perfil falso, as publicações relevantes geralmente são *hyperlinks* para produtos em promoção, produtos para emagrecer, fotografias ou vídeos chocantes ou sensuais (BARROS, 2013; GO2WEB, 2014).

A análise dos perfis, nesses casos, não se estenderá além dos contratos de comunicação porque a interação com esses perfis é bastante restrita – geralmente se encerra de maneira traumática, com a infecção do computador do usuário por um vírus. A análise volta-se, então, para a investigação dessa ruptura provocada por esses códigos virais de programação que irrompem a partir de falsos perfis.

5.4. Uma tela rasgada

Conforme estudado no primeiro capítulo, o discurso da cibercultura se instaura como hegemônico no final do século XX, criando assim um regime de verdade que articula posições de sujeito. Mas esse discurso só pode se construir criando cadeias de equivalência simbólica entre elementos dispersos em torno de um significante vazio (LACLAU; MOUFFE, 2004). Esse significante, sobre determinado, passa a dar sentido para os *elementos*, outrora dispersos, transformando-os em *momentos* de um mesmo discurso – ou, em outros termos, de uma fantasia ideológica. Assim, o computador, o *modem*, os aparelhos celulares, os *sites* de redes sociais e cada perfil elaborado no *Facebook* ou no *Twitter* ganham sentido a partir do discurso da cibercultura.

Quando afirma a fantasia ideológica como esteio da realidade, Žižek não propõe que a vida seja apenas um "sonho" ou que as pessoas estejam imersas numa ideologia que distorce a realidade. Pelo contrário, a realidade é realização diária da fantasia – as ações cotidianas sociais são recobertas de sentido na e pela fantasia. A fantasia é efetivamente vivida, explica o autor, dando um exemplo sobre a abstração e a materialidade que recobrem o dinheiro:

A maneira mais fácil de detectar a efetividade desse postulado é pensar no modo como nos portamos em relação à materialidade do dinheiro: sabemos perfeitamente que o dinheiro, como todos os outros objetos materiais, sofre os efeitos do uso, que seu corpo material se modifica ao longo do tempo; mas, mesmo assim, na efetividade social do mercado, tratamos as moedas como se elas consistissem "numa substância imutável, uma substância sobre a qual o tempo não exerce nenhum poder, e que se situa num contraste antitético com qualquer material encontrado na natureza". (ŽIŽEK, 1996c, p. 303).

O dinheiro como uma abstração “real” persiste para além do corpo físico, para além da degradação, como “uma vítima sádica, que suporta todas as torturas e sobrevive com sua beleza imaculada” (Ibidem). Assim é vivida a cibercultura, que se efetiva na compra de cada novo *gadget*, no compartilhamento de mensagens e fotografias nas redes sociais – por computadores ou por celulares e *tablets* –, no imperativo do gozo da conexão ininterrupta. Os capítulos três e quatro buscaram demonstrar como o sentido dos falsos perfis é construído no discurso da cibercultura: os falsos perfis do *riso* e do *escárnio*, colocados no lugar de *ponto nodal*, alinham as redes de equivalência simbólica que constituem o discurso hegemônico da cibercultura. Afirma-se com isso que os perfis falsos do *riso* e do *escárnio* *mostram como vivida* a abundância de sentidos possíveis na rede, oferecendo-se como “prova extra-

discursiva” de que no admirável mundo novo da cibercultura tudo é possível. Por isso eles agem como pontos-nodais, a partir dos quais os *elementos* dispersos se alinham nas redes de equivalência como *elementos* que passam a se revestir de sentidos “ciberideológicos”. Os perfis falsos do *riso* e do *escárnio*, por assim dizer, “mostram a realidade” (suprema ideologia) de que na rede todo entendimento é possível.

Mas a polissemia da expressão “perfis falsos”, que só pode ser definida negativamente (aqueles perfis que não são legítimos a partir das definições propostas pelos *sites* de redes sociais), abre brechas para a produção de novos sentidos. Segundo Laclau e Mouffe (2004, p. 154), não é a pobreza de significados, e sim a abundância deles, que pode desarticular uma estrutura discursiva estabelecida. Ainda que um discurso se instaure como hegemônico e proponha uma completa sutura da sociedade, a totalização é sempre impossível – a existência de um discurso implica a existência de antagonismos, de uma instituição-zero que cria o campo discursivo no qual uma determinada cadeia de equivalências contingencialmente conseguiu se impor e se estabilizar:

A sociedade nunca consegue ser idêntica a si mesma, porque todo ponto nodal se constitui no interior de uma intertextualidade que o ultrapassa. A *prática da articulação consiste, portanto, na construção de pontos nodais que fixem parcialmente o sentido; e o caráter parcial dessa fixação procede da abertura do social, resultante por sua vez do constante transbordamento de todo discurso pela infinitude do campo da discursividade*. (Ibidem, grifo dos autores).

Laclau e Mouffe afirmam um excesso de significado do social. Haveria, como princípio, uma produção de significados muito maior em qualquer sociedade do que as práticas articulatórias conseguem englobar. Mesmo um discurso amplamente hegemônico como o da cibercultura pode ter seus sentidos desestabilizados. Se um dos *momentos* significado por num discurso é deslocado, ele volta a se apresentar como um *elemento* flutuante, abrindo brechas para que os antagonismos se tornem visíveis.

Entre os perfis falsos, estes agrupados sob o traço do *avesso*⁶⁰ são aqueles que mais exigem de seus criadores um domínio dos códigos e técnicas de computação. Se não constroem uma narrativa coerente ou verossímil do ponto de vista da interatividade de acordo com os interditos internos dos *sites* de redes sociais, elaboram, por outro lado, estruturas complexas em uma linguagem conhecida apenas por alguns raros sujeitos tecnoeficientes, que os usuários comuns costumam chamar pelo enigmático nome de “programação”, uma espécie

⁶⁰ Em sintonia com Žižek, é importante lembrar que os perfis falsos que evidenciam esse “avesso” da cibercultura não são não-ideológicos (muito embora possam ser considerados contra-hegemônicos), uma vez que disputam, também eles, os sentidos da rede.

de metacodificação, externa à própria cena ideológica na qual os sentidos do *Facebook* e do *Twitter* são compartilhados.

Há, nesses casos, um deslocamento: os sentidos que estavam estabilizados pela ancoragem dos falsos perfis do *riso* e do *escárnio* postos no lugar de ponto-nodal – articulando os sentidos da aldeia global – mostram-se estranhos. A cadeia de equivalências se rompe, na interação traumática com esses falsos perfis, deixando transparecer o furo no constitutivo do discurso. Os perfis do *avesso* evidenciam a ausência de uma “consciência, pela qual o processo criativo do conhecimento se estenderá coletiva e corporativamente a toda a sociedade humana” prometida por McLuhan (1969, p. 17); a ausência daquele universal “indissociável da ideia de humanidade” proposto por Lévy (1999, p. 119). A conexão entre humanos coloca-se como *falta* quando irrompe a crueza do código – a conexão entre máquinas. Dois pressupostos da cibercultura são abalados nesse momento de ruptura: por um lado, os *spammers*, *bots*, perfis duplicados etc. desconstroem a ideia de que, quanto mais equipamentos de tecnologia digital, mais “conexão entre pessoas” haverá; por outro, a atuação de especialistas em tecnologias de rede – não apenas os “folclóricos” *hackers*, *crackers*, *phreakers*, mas programadores em geral que criam esses perfis falsos – abala a noção de que mais domínio técnico-tecnológico significa mais comunhão social.

Ao evidenciarem a materialidade dos pulsos elétricos que constituem o código, esses perfis falsos mostram que é preciso muito mais do que equipamentos em rede para sustentar a realidade cotidiana de uma conexão global – ou seja, desarticulam a fantasia ideológica pela qual essa “realidade” é sustentada. A tela na qual se encena a realidade contemporânea é repentinamente rasgada.

Neste capítulo, ao investigar um grupo de falsos perfis como elementos desestabilizadores de um discurso hegemônico, parte-se da proposta teórica de uma desnaturalização das práticas sociais de conexão em rede para que se mantenha aberta a possibilidade da política. Ou, retomando Žižek, apontar os elementos que, de alguma forma, evidenciam “o caráter antagônico do sistema e, desse modo, nos “alienam” da evidência de sua identidade estabelecida” (1996b, p. 13).

5.5. A ambiguidade do falso

Cabe, finalmente, uma reflexão sobre como a falta ou o furo no discurso da cibercultura exposto pelos falsos perfis obriga a uma rearticulação de seus sentidos. Essa

ruptura coloca os enunciadores da cibercultura diante de um problema: como re-estabilizar os sentidos dos falsos perfis e manter a hegemonia? A partir da psicanálise, Žižek aponta um processo de defesa em que o furo é *desmentido*, ou seja, assumido e negado ao mesmo tempo – um recurso semelhante à resposta perversa no processo de formação da subjetividade.

Ao analisar o filme *Matrix*, Žižek (2003, p. 280) assinala a cena em que Neo descobre que é mais um entre milhões de seres humanos mergulhados em cápsulas, “mantidos vivos para gerar energia para a *Matrix*”. A partir da constatação da total passividade – e para negá-la ou desmenti-la – o personagem torna-se super-poderoso, capaz de entortar objetos com a mente, desviar de balas e voar.

De acordo com a visão padrão, o cenário perverso é o palco da "negação da castração". A perversão pode ser vista como uma defesa contra o motivo de "morte e sexualidade", contra a ameaça da mortalidade bem como da imposição contingente da diferença sexual. O que o pervertido representa é um universo onde, como nos desenhos animados, um ser humano pode sobreviver a qualquer catástrofe, onde a sexualidade adulta se reduz a um jogo infantil; onde ninguém é forçado a morrer ou escolher entre um dos dois sexos. Assim, o universo do pervertido é o universo da ordem simbólica pura, do jogo do significador em andamento, sem ser truncado pelo Real da finitude humana. (2003, p. 281)

A narrativa do filme justapõe o que Žižek (2003, p. 281) trata como dois aspectos da perversão: “de um lado, a redução da realidade a um domínio virtual regulado por regras arbitrárias que podem ser suspensas; e de outro lado, a verdade oculta dessa liberdade, a redução do sujeito a uma completa passividade instrumentalizada”. Constrói-se aí uma fantasia perversa que tampona a falta de liberdade do sujeito escravizado com uma ultraliberdade no âmbito da *Matrix*. Mas, para que a fantasia se constitua como tal, faz-se necessária a participação ativa, a execução das performances diárias de cada um como personagem dinâmico de uma realidade virtual coordenada – afinal, a *Matrix*, ou o grande Outro, se alimenta da *jouissance*⁶¹ dos seres humanos. “Estamos de volta à tese lacaniana fundamental de que o próprio grande Outro, longe de ser uma máquina anônima, precisa do constante influxo de *jouissance*”, explica Žižek (Ibidem).

O processo de subjetivação perversa, relido por Žižek na construção do conceito de fantasia ideológica, parte de um sujeito que, frente à falta (descrita na psicanálise como a “castração da mãe”), se prontifica a negar o conhecimento dessa realidade e desmentir sua própria percepção – no lugar da angústia da castração, um objeto fetichizado é colocado em seu lugar para tamponar a falta. Longe de pretender explicar o processo da perversão, cuja complexidade é amplamente reconhecida no campo da psicanálise, evoca-se aqui sua

61 *Jouissance*, no sentido lacaniano, é geralmente traduzida como “gozo” em português.

descrição de maneira bastante simplificada para subsidiar a compreensão da rearticulação de sentidos dos falsos perfis:

É conveniente ressaltar que o processo defensivo não implica, nessas circunstâncias, em uma anulação da percepção [...], mas em uma ação bastante enérgica para manter desmentida uma percepção que se mostra sempre presente. O fetiche seria o substituto do falo materno [aquilo que tampona a falta constitutiva], em cuja existência a criança não pode deixar de crer, permitindo a criação de um compromisso através do qual a crença de que a mulher possui um pênis é abandonada e ao mesmo tempo conservada. (FARIAS, 2010, p. 85).

A evocação desse processo permite a construção de uma analogia entre a subjetivação perversa e a operação discursiva de tamponamento do furo deixado à mostra pelos falsos perfis do *avesso*. Se eles evidenciam uma falha estrutural no discurso da cibercultura, essa falta é preenchida com um elemento-tampão, que, fetichizado, desmente o furo. A ambiguidade do falso desempenha, assim, um papel central: os falsos perfis que invocam o *riso* e o *escárnio* se sobrepõem ao falso do *avesso*, desmentindo-o por compartilharem com ele o atributo da “falsidade”.

A sobrevalorização dos perfis falsos em concursos de *marketing* digital ou em entrevistas na imprensa – tal qual nas premiações nacionais, como o *Melhores da Twittosfera*, e internacionais, como o *Shorty Awards* – se somam às narrativas de sucesso dos autores desses perfis. O repórter Guilherme Tagiaroli (2012a), do UOL, resumiu a trajetória de Gustavo Braun, autor do perfil falso de Nair Bello: “O publicitário Gustavo Braun, 28, não imaginava que uma conta no *Twitter* mudaria tanto a vida dele: de gerente de *marketing* a apresentador de TV em um período de dois anos”. Braun recebeu em 2009 um convite para participar da maratona televisiva beneficente Teleton (SBT), em seguida criou sua própria agência de marketing digital, e, em 2011, tornou-se apresentador do programa de televisão Dose Tripla (MixTV), ao lado de Paulo Miklos e Maria Santa Helena – transformações creditadas ao sucesso do perfil.

O perfil de Dilma Bolada também rendeu bons frutos profissionais para seu criador, Jeferson Monteiro. “Hoje trabalho numa produtora de filmes aqui no Rio. A dona gostou muito da página da 'Dilma Bolada' e fez o convite para eu atuar com criação de conteúdo”, afirmava Monteiro em 2012, também em entrevista a Guilherme Tagiaroli, do UOL (2012b). No ano seguinte, foi convidado para conhecer a presidente Dilma Rousseff e ajudá-la a retomar suas contas oficiais nos *sites* de redes sociais *Twitter* e *Instagram* (AMARAL, 2013). Em 2014, ano eleitoral, recebeu proposta de R\$ 500 mil pelo perfil, vinda de partidos de oposição à presidente, segundo informou à repórter Luisa Lucciola (2014), do

jornal Extra; o acordo com a oposição não foi fechado, mas Monteiro participou ativamente da campanha militando a favor da presidente (que buscava a reeleição), como revelou a reportagem de Nery e Sadi (2014) no jornal *Folha de S. Paulo*.

Há diversos outros casos de jovens indicados como “criativos” e “talentosos” que criaram perfis falsos do *riso* e se transformaram no que se convencionou chamar de profissionais de sucesso na área da comunicação digital: aqueles que se destacam rapidamente e atraem patrocinadores e/ou a atenção de grandes empresas de *media*. Victor Calazans, Daniel Carvalho, Ricck Lopes e Leandro Santos são alguns dos exemplos. Seus perfis falsos são, respectivamente, Hebe Camargo, Katylene, Gina Indelicada e Mussum Alive e todas as criações se transformaram em “negócios de sucesso”⁶².

O fetiche dos falsos perfis do *riso* coloca-os em situação de destaque e as trajetórias de seus criadores são reproduzidas pela máquina mediática (CHARAUDEAU, 2006) como mapas cognitivos da modalização do sujeito-criativo construído pelo discurso da cibercultura. Prado conceitua esses mapas:

O papel dos enunciadores da indústria de textos dos media, em particular os impressos, é o de vender mapas para os usuários se prepararem para o futuro que os anunciantes estão traçando nos casulos de suas empresas. *Mapas são programas de localização simbólica com modalizações que fornecem para o usuário saberes, indicam formas de aquisição de poderes, modos de ser e de fazer, elaborados a partir de valores de consumo.* (PRADO, 2013, p. 76, grifo do autor).

Esses perfis falsos, colocados no lugar do furo do discurso, acabam por promover a participação ativa e a crença incontestada nos valores defendidos pela ideia de cibercultura. E, uma vez que a criatividade é o combustível do capitalismo contemporâneo, como afirma Sibilia (2008, p. 10), acabam por replicar nos termos da cultura digital o sistema atual de produção e consumo.

Os perfis do *escárnio*, apesar de colocados no lugar de uma alteridade radical, o modelo daquilo que se deve *não-ser*, também estabelecem mapas cognitivos por meio dos quais se legitimam os regimes de convocação que modalizam os demais usuários – aqueles que não são o supra-sumo da criatividade – a adotar suas identidades “reais” no ciberespaço⁶³. Essas convocações e coerções construídas a partir da responsabilidade ou da segurança, que

62 Há diversas reportagens nacionais e internacionais que tematizam as trajetórias de sucesso dos jovens criadores de perfis falsos humorísticos nos *sites* de redes sociais, com destaque para aquelas produzidas por Gustavo Miller (2010) para o *Portal G1*; por Eduardo Dório (2011) e por Nathália Ilovate (2011) para o *Portal IG*; por Rodrigo Capelo (2012) para a *Época Negócios*; por Anderson Antunes (2012) para o *website* da *Forbes*; por Matheus Almeida (2014) para a revista de *faits-divers* do jornal *O Fluminense*; e pelo programa *Legendários* (2012).

63 Esses regimes de convocação foram estudados no Capítulo 2, visto que são a base para a definição de um perfil como falso nos sites de redes sociais.

prometem a eliminação dos perfis inadequados, ou a partir do acesso prioritário a conteúdos previamente filtrados e selecionados de acordo com o perfil do usuário, é preciso destacar, não têm qualquer apelo para os criadores de falsos perfis do *avesso* (disseminadores de vírus, *spammers*, robôs etc.), que se replicam a partir de códigos de programação.

Tanto os falsos perfis do *riso* quanto os do *escárnio* são promotores centrais do discurso da cibercultura, ocupam posição privilegiada, fetichizada, seduzindo usuários a buscar a satisfação de seus impulsos de conexão no ciberespaço por meio de seus mapas cognitivos. Esses perfis fetichizados tamponam o furo deixado à mostra pelos perfis do *avesso* – ou seja, na ambiguidade do conceito de falso, uns perfis se sobrepõem aos outros e a hegemonia do discurso da cibercultura se restabelece, reordenando as práticas sociais na cibercultura a partir do desmentido de sua própria falha.

Considerações finais

A presente Tese de Doutorado esquadrinhou, ao longo de cinco capítulos, o estatuto e a significação de perfis falsos criados por usuários em *websites* de redes sociais. Em seu desenvolvimento foram analisados seis casos de perfis criados nos *sites* mais populares no Brasil, *Facebook* e *Twitter*. Para compreender os sentidos produzidos por tais perfis, fez-se necessário salientar que eles emergem num ambiente já atravessado por elaborações semânticas, por sentidos construídos sobre a rede e sobre um futuro imaginário tecnológico.

Os regimes de convocação dos *sites* de redes sociais reafirmam o discurso da cibercultura – discurso hegemônico construído a partir da fantasia ideológica de que as redes de comunicação mediadas tecnologicamente são fundamento para um mundo libertado das coerções ao livre fluxo das significações. Nesses *sites* afirma-se que todas as expressões são possíveis, todos os antagonismos têm lugar. As pessoas são convidadas a participar da grande comunidade global conectando-se àqueles indivíduos considerados importantes para suas vidas e abrindo-se para conhecer outros, ditos fascinantes, tanto quanto para encontrar as melhores vagas de emprego, as melhores ofertas de produtos, as notícias mais impactantes acrescidas de comentários personalizados.

O modo de participação, porém, impõe algumas restrições: são vedados o anonimato, a inscrição em nome de outrem, a criação de personagens ou a disponibilização de informações em desacordo com aquelas indicadas nos termos de serviços dos *sites*. Essas coerções que limitam as possibilidades de registro de usuários oferecem subsídio para a definição de falsos perfis utilizada nesta pesquisa. Esses perfis são constituídos por exclusão às regras que constroem e legitimam os perfis considerados “verdadeiros” ou “reais”. No processo de análise, os perfis falsos que compõem o *corpus* da pesquisa foram divididos em três eixos de manifestação: o *riso*, o *escárnio* e o *avesso*.

O estudo detalhado de suas características permite a consideração de que os falsos perfis do *avesso* irrompem como trauma e desconstroem a fantasia ideológica da cibercultura, expondo sua falta constitutiva. Os casos analisados – os falsos seguidores no *Twitter* (David Battle e Per Linder) e os perfis duplicados de Bianca Bosker – esclarecem que a presença desses perfis nos *sites* de redes sociais é, ela mesma, fonte de sentidos, mais do que suas publicações às vezes inexistentes.

Esses perfis negam o primado da tecnologia como motor de desenvolvimento social, pois nesses casos mais tecnologia não é sinônimo de mais interação pessoal, nem da ampliação do número de oportunidades profissionais, afetivas ou de qualquer outra natureza. Negam também o domínio técnico-tecnológico como vetor de integração na aldeia global, visto que mais aptidão para o uso dessas tecnologias não se traduz em mais comunhão social. Eles deixam à mostra a materialidade da rede, a crueza do código, fazem ver que a fantasia da plena conexão, de que todos os antagonismos são compostíveis no ciberespaço, diz mais sobre a sociedade do que sobre a tecnologia. Em outras palavras, eles evidenciam que a “realidade” da conexão global não é sustentada pela rede, por equipamentos, códigos digitais e impulsos elétricos, e sim por estruturas discursivas que dão sentido ao futuro imaginário tecnológico.

Entretanto, esse furo do discurso da cibercultura é tamponado pelos outros dois tipos de perfis falsos, do *riso* e do *escárnio*, colocados na posição de pontos-nodais. A ambiguidade da expressão *falsos perfis* permite um deslizamento de sentidos e estes, o *riso* e o *escárnio*, se sobrepõem aos falsos do *avesso*, negando a negação da fantasia, ou seja, denegando ou desmentido a falta constitutiva. Essa operação se torna possível a partir do compartilhamento, entre todos esses perfis, do atributo da “falsidade”.

Colocados no lugar da falta – portanto, fetichizados – os perfis do *riso* e do *escárnio* promovem a participação ativa na cibercultura e replicam, nos termos da cultura digital, o atual sistema de produção e consumo que captura a criatividade e a transforma em mercadoria. Eles agem, cada qual a sua maneira, como dispositivos, atirando o sujeito para dentro da fantasia ideológica, seduzindo-o a buscar a satisfação de seus impulsos de conexão no ciberespaço.

Os perfis do *escárnio* recriam no ambiente digital o riso derrisório da exclusão. Em ambos os casos analisados – Sophia Fernandes e Samira Alves –, o enunciador afirma seus valores ridicularizando o Outro, afastando-o e excluindo-o do grupo. O escárnio é um riso hostil, de desprezo, um linchamento simbólico na “praça pública” digital. Esse tipo de

perfil é combatido pelos *sites* de redes sociais e criticado pela máquina mediática. Constitui uma alteridade radical, aquilo que se deve *não-ser* no ciberespaço. Ao estabelecer um mapa cognitivo daquilo (ou daquele) a ser coibido, os falsos perfis do escárnio justificam as restrições, legitimando os regimes de coerção que modalizam os demais usuários a adotar suas identidades “reais” no ciberespaço.

Por sua vez, os perfis de Nair Bello e de Dilma Bolada, em suas paródias burlescas, se apropriam de uma tradição do riso e atualizam-na. O riso da festa, do carnaval e das máscaras, com a suspensão momentânea das normas e o caráter de exceção, legitima os poderes estabelecidos e as configurações discursivas que os sustentam: Nair Bello é uma ode à juventude enquanto Dilma Bolada é a afirmação da ascendência de Dilma Rousseff.

Aclamados pela máquina mediática, os perfis falsos do *riso*, quando angariam sucesso na interação com seus seguidores, ditam as tendências da comunicação digital para empresas e indivíduos que buscam destaque nos *sites* de redes sociais. As trajetórias de seus criadores são transformadas em mapas cognitivos para a modalização do sujeito-criativo construído pelo discurso da cibercultura.

Os sentidos produzidos pelos falsos perfis nos *websites* de redes sociais são, portanto, diversos e contraditórios quando estes são estudados em profundidade. Mas a ambiguidade do “falso” contribui para a dissolução das contradições numa operação discursiva de deslizamento semântico: as significações dos falsos do *riso* e do *escárnio*, ao tamponar o furo deixado à mostra pelos falsos perfis do *avesso*, rearticulam as cadeias de equivalência simbólica do discurso da cibercultura a partir do desmentido de sua própria falha. Este discurso restabelece, assim, sua hegemonia no ordenamento das práticas sociais e a fantasia de plenitude na conexão em rede se mantém como futuro a ser conquistado tão logo todos os indivíduos do globo estejam devidamente conectados e modalizados segundo o *dever-ser* e o *dever-não-ser* dos mapas cognitivos que performam o sujeito conectado, criativo e interativo.

O estudo da produção de sentidos dos perfis falsos no ciberespaço mostrou-se tarefa indissociável da investigação de suas relações com discursos que os perpassam. Entendendo-se que a palavra encarna formas de distribuição de poder na sociedade, a valoração de determinados tipos de falsos perfis em termos positivos (o *riso*) ou negativos (o *escárnio*) constitui-se num sistema normativo que delega poder aos atores mais integrados na reprodução desse mesmo sistema ao longo do tempo. Esses dois tipos de perfis são assumidos como termos contrários: de um lado, o *riso* criativo e interativo; de outro, o *escárnio* reativo e

excludente, ambos produzindo sentidos a partir de uma mesma lógica discursiva.

Os falsos perfis do *avesso*, cuja classificação não cabe nessa relação de oposição, ao irromperem como acidente, desarticulam essa lógica e, assim, colocam em cheque esse sistema, essa forma de distribuição de poder articulada pelo discurso da cibercultura. Toda a operação de tamponamento do furo para restaurar o discurso hegemônico pode ser compreendida como a ação política voltada à manutenção do sistema normativo a partir do qual o poder é distribuído.

A pesquisa buscou evidenciar que a interação nos *sites* de redes sociais, padrão de comportamento incontornável para a sociabilidade no presente, é prática articulada por um discurso hegemônico mas não unitário nem exclusivo. Descortinar o caráter antagônico desse sistema possibilita o tensionamento e a desnaturalização de sua posição hegemônica, abrindo possibilidades para a leitura da comunicação digital como campo da ação política.

Certamente, esta pesquisa não esgota as possibilidades de análise dos falsos perfis. Como afirmam Laclau e Mouffe (2004), a produção de sentidos do social é sempre superior às tentativas de articulá-los. Muitas frentes de investigação se abrem a partir desse estudo: a imagem da mulher construída pelos perfis do riso e do escárnio, por exemplo, é um tema que merece ser explorado em profundidade (Nair Bello, Dilma Bolada, Sophia Fernandes e Samira Alves tematizam, todos eles, o feminino); o estudo da linguagem plástica desses perfis e suas relações de intertexto com outros perfis que eles mimetizam também pode contribuir para a compreensão de seus efeitos de verdade e ampliar o leque de significações encontrados nas análises; o papel do riso e do humor na comunicação digital é objeto de grande interesse para os estudos em comunicação; o vírus como agente disruptivo pode suscitar perquirições tensionais em relação ao contemporâneo.

O recorte empreendido em função dos objetivos desta Tese de Doutorado, entretanto, permitiu um aprofundamento da reflexão sobre o papel dos perfis falsos como atores políticos cuja existência e cujas manifestações produzem sentidos no ciberespaço. Com isso, acredita-se que o resultado reflexivo obtido contribua para que se compreenda um pouco melhor este fenômeno da comunicação social contemporânea.

Referências bibliográficas

Livros e artigos

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos do estado**. 8ª. edição. Rio de Janeiro: Graal, 2001.

_____. The object of Capital. In: L. ALTHUSSER, L.; BALIBAR, E. (Ed.). **Reading Capital**. London: Verso, 1970.

ALVERNE, Camila Mont'; MARQUES, Francisco P. J. A. Jornalismo político e imagem pública: Dilma Rousseff nos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo*. **Revista Contracampo**, Vol. 28, nº. 3. Niterói: UFF, Dez-Mar, 2013.

ARISTÓTELES. **Metafísica**. 2ª. edição. Bauru: Edipro, 2012.

AUSTIN, John L. **How to do things with words**. Cambridge: Harvard University Press; Oxford: Clarendon Press, 1962.

BAKHTIN, Mikhail M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. 7ª. edição. São Paulo: Hucitec, 2010.

BARABÁSI, Albert-László. **Linked**: a nova ciência dos networks. São Paulo: Leopardo, 2009.

BARBROOK, Richard. **Futuros imaginários**: das máquinas pensantes à aldeia global. São Paulo: Peirópolis, 2009.

BARNES, John. Class and Committees in a Norwegian Island Parish. **Human Relations**, Vol. 7, nº. 1. Los Angeles: Sage Publications, Fev. 1954.

BARROS, Diana L. P. **Teoria do discurso**: fundamentos semióticos. 2ª. edição. São Paulo: Humanitas; FFLCH/USP, 2001a.

_____. **Teoria semiótica do texto**. 4ª. edição. São Paulo: Ática, 2001b.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2010.

BELL, Daniel; GRAUBARD, Stephen R. **Toward the year 2000**: work in progress. Cambridge: The MIT Press, 1997.

BENVENISTE, Émile. **Problèmes de linguistique générale II**. Paris: Gallimard, 1974.

BERNAL, Joey. **Web 2.0 and social networking for enterprises**: guidelines and examples for implementation and management within your organization. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2009.

BLASS, Thomas. **The man who shocked the world**: the life and legacy of Stanley Milgram. New York: Basic Books, 2004.

BOYD, Danah. Friends, Friendsters, and Top 8: Writing community into being on social network sites. **First Monday**, Vol. 11, nº. 12. Chicago: University of Illinois, Dez. 2006. Disponível em: <<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1418/1336>>. Acesso em 15 Mar. 2014.

_____. None of this is Real. In: KARAGANIS, Joe (Org.). **Structures of Participation in Digital Culture**. New York: Social Science Research Council, 2008.

_____. **It's complicated**: the social lives of networked teens. New Haven; London: Yale University Press, 2014.

BOYD, Danah; ELISSON, Nicole. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Vol. 13, nº. 1. Washington: International Communication Association, Out. 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em 15 Mar. 2014.

BUTLER, Judith. **Bodies that matter**: on the discursive limits of "sex". New York: Routledge, 1993.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6ª. edição. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

DAVIS, Erick. Techgnosis, magic, memory, and the angels of information. In: DERY, Mark (Org.). **Flame wars**: the discourse of cyberculture. Durham: Duke University Press, 1994.

DERY, Mark (Org.). **Flame wars**: the discourse of cyberculture. Durham: Duke University Press, 1994.

DETIENNE, Marcel. **Os mestres da verdade na Grécia Arcaica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988.

DICK, Philip K. **VALIS**. New York: Bantam Book, 1981.

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987.

ELIADE, Mircea. **O sagrado e o profano**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

FAYON, David; BALAGUE, Christine. **Facebook, Twitter et les autres...** Paris: Pearsons, 2012.

FARIAS, Francisco R. de. As três formas de negação à castração. **Psicanálise & Barroco**, Vol. 8, nº. 2. Rio de Janeiro: UNIRIO, Dez. 2010. Disponível em: <<http://www.psicanaliseebarroco.pro.br/revista/revistas/16/P&Brev16Farias.pdf>>. Acesso em 15 Mar. 2014.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 13ª. edição. São Paulo: Contexto, 2005.

FLOCH, Jean-Marie. Alguns conceitos fundamentais em semiótica geral. **Documentos de Estudos do Centro de Pesquisas Sociosemióticas**, Vol. 1. São Paulo: CPS/PUC-SP, 2001.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas**. 8ª. edição. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

_____. **A arqueologia do saber**. 7ª. edição Rio de Janeiro: Forense, 2005.

_____. **A ordem do discurso**. 13ª. edição. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

FREEMAN, Linton C. **The development of social network analysis: a study in the sociology of science**. Vancouver: Empirical Press, 2004.

GOMES, Maria Carmen A.; BARBARA, Leila. A representação de Dilma Rousseff pela mídia impressa brasileira: analisando os processos verbais. **Letras**, Vol. 20, nº. 40. Santa Maria: UFSM, Jun. 2010. Disponível em: <<http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/letras/article/view/12026/7438>>. Acesso em 15 Mar. 2014.

GREIMAS, A. J. **Sémantique structurale: recherche et méthode**. Paris: Larousse, 1966.

_____. **Du sens: essais sémiotiques**. Paris: Éditions du Seuil, 1970.

_____. **Semântica estrutural**. São Paulo: Cultrix, Edusp, 1973.

_____. **Du sens II: essais sémiotiques**. Paris: Éditions du Seuil, 1983.

GREIMAS, Algirdas J.; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Contexto, 2008.

GUNKEL, David. The real problem: avatars, metaphysics and online social interaction. **New Media & Society**, Vol. 12, nº. 1. Los Angeles: Sage Publications, Feb. 2010.

HABERMAS, Jürgen. **Verdade e Justificação: ensaios filosóficos**. São Paulo: Loyola, 2004.

HALÉVY, Marc. **A era do conhecimento: princípios e reflexões sobre a noéticano século XXI**. São Paulo: Unesp, 2010.

HEIDEGGER, Martin. **Ser e Tempo**. 6ª. edição. Petrópolis: Vozes; Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco, 2012a.

_____. **Ser e Verdade**: a questão fundamental da filosofia; da essência da verdade. 2ª. edição. Petrópolis: Vozes; Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco, 2012b.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. Pseudônimo (verbete). **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa 2009**. São Paulo: Objetiva, 2009a.

_____. Burlesco (verbete). **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa 2009**. São Paulo: Objetiva, 2009b.

_____. Escárnio (verbete). **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa 2009**. São Paulo: Objetiva, 2009c.

HUANG, Yongjian. **Supporting meaningful social networks**. Tese de Doutorado defendida na Faculdade de Engenharia, Ciências e Matemática, Escola de Eletrônica e Ciências da Computação da Universidade de Southampton, Southampton (UK), Jun. 2009.

ITO, Mizuko et all. **Hanging out, messing around, and geeking out**: kids living and learning with new media. Cambridge: The MIT Press, 2009.

JAKOBSON R. **Six lectures on sound and meaning**. Cambridge: The MIT Press, 1937.

JAKOBSON, R., POMORSKA, K. **Jakobson-Pomorska Dialogues**. Cambridge: The MIT Press, 1988.

LACAN, Jaques. **O seminário**: os quatro conceitos fundamentais da psicanálise. Livro 11. 2ª. edição. São Paulo: Zahar, 1985.

LACLAU, Ernesto. **Emancipations**. London: Verso, 1996.

LACLAU, Ernesto; MOUFFE, Chantal. **Hegemonía y estrategia socialista**: hacia una radicalización de la democracia. 2ª. edição. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LICKLIDER, J. C. R.; TAYLOR, R. W. The Computer as a communication device. In: **In Memoriam: J. C. R. Licklider**, 1915-1990. Palo Alto: Systems Research Center, 1990.

MAINGUENEAU, Dominique. Enunciação (verbete). In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUE-NEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2004a.

_____. **Análise de textos de comunicação**. 3ª. edição. São Paulo: Cortez, 2004b.

- MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**: a formação do homem tipográfico. São Paulo: Editora Nacional; Edusp, 1972.
- _____. **Os meios de comunicação como extensões do homem** (Understanding Media). São Paulo: Cultrix, 1969.
- MILGRAM, Stanley. The small world problem. **Psychology Today**, Vol. 1, nº. 1. New York: Sussex Publishers, May 1967.
- MINOIS, G. **História do riso e do escárnio**. São Paulo: Unesp, 2003.
- MOUFFE, Chantal. **O regresso do político**. Lisboa: Gradiva, 1996.
- PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de Televisão**. São Paulo: Moderna, 1998.
- PLATÃO. **A República**. 2ª. edição. Bauru: Edipro, 2012.
- _____. **Diálogos I**: Teeteto (ou do conhecimento), Sofista (ou do ser), Protágoras (ou sofistas). Bauru: Edipro, 2007.
- PRADO, José L. A. **Convocações bioplíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: Educ; Fapesp, 2013.
- _____. **A invenção do Mesmo e do Outro na mídia semanal**. DVD Hipermídia. São Paulo: PUC-SP, 2008.
- PRINCE, Dennis L. **Get rich with Twitter**: harness the power of the Twitterverse and reach more costumers than ever before. New York: McGraw-Hill, 2010.
- PROPP, Vladimir I. **Morfologia do conto maravilhoso**. São Paulo: Forense Universitária, 1984.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RORTY, Richard. **A filosofia e o espelho da natureza**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.
- _____. (Ed.). **The linguistic turn**: essays in philosophical method. Chicago: The University of Chicago Press, 1992.
- SAUSSURE, Ferndinand de. **Curso de linguística geral**. 27ª. edição. São Paulo: Cultrix, 2006.
- SCHEPP, Debra; SCHEPP, Brad. **How to find a job on LinkedIn, Facebook, Twitter, MySpace and other social networks**. New York: McGraw-Hill, 2009.
- SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

STEARNS, G. E. (Ed.). **McLuhan - Hot and Cool: a primer for the understanding of and a critical symposium with responses by McLuhan**. New York: Dial, 1967.

STONE, Allucquere R. **The war of desire and technology at the close of mechanical age**. Cambridge: The MIT Press, 1995.

_____. Will the real body please stand up? Boundary Stories about Virtual Cultures. In: MAYER, P. A. **Computer media and communication: a reader**. New York: Oxford University Press, 1999.

TESSMANN, Ramon. **Arrase nas redes sociais**. Balneário de Rincão: Dracaena, 2013.

TREPTE, Sabine; REINECKE, Leonard (Ed.). **Privacy online: perspectives on privacy and self-disclosure in the social web**. London ; New York: Springer, 2011.

TRIVINHO, Eugênio. **Redes: obliterações no fim do século**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 1998.

_____. **O mal-estar da teoria: a condição da crítica na sociedade tecnológica atual**. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.

_____. **A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada**. São Paulo: Paulus, 2007.

TURKLE, Sherry. **Life on the screen: identity in the age of the Internet**. New York: Touchstone, 1997.

WASSERMAN, Stanley; FAUST, Katherine. **Social Network Analysis: Methods and Applications**. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

WATTS, Duncan. **Seis graus de separação: a evolução da ciência de redes em uma era conectada**. São Paulo: Leopardo, 2009.

WELLMAN, Barry; GIULIA, Milena. Virtual communities as communities: net surfers don't ride alone. In: MARK. A. Smith; Peter Kollock (Ed.). **Communities in Cyberspace**. London: Routledge, 1999.

WITTGENSTEIN, Ludwig. **Investigações filosóficas**. São Paulo: Abril Cultural, 1975.

_____. **Da certeza**. Lisboa: Edições 70, 2000.

_____. **Tractatus logico-philosophicus**. São Paulo: Edusp, 2001.

ŽIŽEK, Slavoj (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996a.

_____. O espectro da Ideologia. In: ŽIŽEK, Slavoj (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996b.

_____. Como Marx inventou o sintoma? In: ŽIŽEK, Slavoj (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996c.

_____. **The plague of fantasies**. Londres: Verso, 1997.

_____. *Matrix: ou os dois lados da perversão*. In: IRWIN, William (Org.). **Matrix: bem-vindo ao deserto do real**. São Paulo: Madras, 2003.

Referências jornalísticas

AÇÃO da OAB-PE acusa internauta de racismo contra nordestinos. In: **Portal G1 PE**. Rio de Janeiro: Grupo Globo, 12 Dez. 2011. Disponível em <<http://g1.globo.com/pe/pe/noticia/2011/12/acao-da-oab-pe-acusa-internauta-de-racismo-contra-nordestinos.html>>. Acesso em 20 Set. 2014.

ALMEIDA, Matheus. Twitter atinge 255 milhões de usuários e perfis fakes fazem sucesso na rede. In: **Revista O Fluminense**. Rio de Janeiro: O Fluminense, 6 Jul. 2014. Disponível em: <<http://www.ofluminense.com.br/editorias/revista/falsos-mas-divertidos>>. Acesso em 20 Set. 2014.

AMARAL, Iracema. Presidente recebe criador do 'Dilma Bolada' e cria conta de Facebook e Instagram. In: **Estado de Minas** (Online). Belo Horizonte: EM, 27 Set. 2013. Disponível em: <http://www.em.com.br/app/noticia/politica/2013/09/27/interna_politica,453818/presidente-recebe-criador-do-dilma-bolada-e-cria-conta-de-facebook-e-instagram.shtml>. Acesso em 20 Out. 2014.

ANDERSON, Lessley. Attack of the Smartasses. In: **San Francisco Weekly**. San Francisco: SF Media Co., 13 Ago. 2003. Disponível em: <<http://www.sfweekly.com/2003-08-13/news/attack-of-the-smartasses/>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

ANTUNES, Anderson. How A 65-Year-Old Toothpick Brand Became A Surprising (And Profitable) Facebook Marketing Stunt. In: **Forbes** (Online). New York: Forbes, 27 Ago. 2012. Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2012/08/27/how-a-65-year-old-toothpick-brand-became-a-surprising-and-profitable-facebook-marketing-stunt/>>. Acesso em 20 Set. 2014.

ARAÚJO, Leonardo. Comprar fãs ou seguidores nas redes sociais vale a pena? In: **Portal AdNews**. São Paulo: AdNews, 20 Mar. 2013. Disponível em: <<http://www.adnews.com.br/internet/comprar-fas-ou-seguidores-nas-redes-sociais-vale-a-pena>>. Acesso em 20 Out. 2014.

BARROS, Thiago. Usuários relatam novo vírus disfarçado de vídeo no Facebook. In: **Portal TechTudo**. Rio de Janeiro: Grupo Globo, 23 Jan. 2013. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/01/usuarios-relatam-novo-virus-disfarcado-de-video-no-facebook.html>>. Acesso em 20 Out. 2014.

BELLO, Nair. Não mudo meu tipo, faço paulistês. In: **O Estado de S. Paulo**, Ano 124, N°. 40066, p. T5. São Paulo, 29 Jun. 2003. Entrevista concedida a Niza Souza.

- BELOEIL, Marie. Sur le site de rencontre Friendster, les personnages virtuels se rebellent. In: **Transfert.Net**. Paris: Société de l'information, 4 Set. 2003. Disponível em: <<http://www.transfert.net/Sur-le-site-de-rencontre>>. Acesso em 15 Mar. 2013.
- BRAGA, Juliana; CAITANO, Adriana. Irritação registrada em bilhete por Dilma provoca crise com o Legislativo. In: **Correio Braziliense** (Online). Brasília: Correio Braziliense, 31 Ago. 2012. Disponível em: <http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2012/08/31/interna_politica,320098/irritacao-registrada-em-bilhete-por-dilma-provoca-crise-com-o-legislativo.shtml>. Acesso em 15 Mar. 2013.
- BRASILEIROS. Twitter falso de Dilma recebe prêmio internacional. In: **Brasileiros** (Online), São Paulo: Brasileiro Editora, 18 Mai. 2012. Disponível em: <<http://www.revista-brasileiros.com.br/2012/05/18/twitter-falso-de-dilma-recebe-premio-internacional/>>. Acesso em 15 Mar. 2013.
- CAPELO, Rodrigo. Ricck Lopes, criador de Gina Indelicada, revela segredos por trás de perfil. In: **Época Negócios**, Seção Inspiração. São Paulo: Editora Globo. 24 Ago. 2012. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Inspiracao/Carreira/noticia/2012/08/ricck-lopes-criador-de-gina-indelicada-revela-segredos-por-tras-de-perfil.html>>. Acesso em 20 Set. 2014.
- CARDOSO, Ismael. Perdendo liderança, Orkut foi porta de entrada à web no Brasil. In: **Portal Terra**, Terra Tecnologia. São Paulo: Terra Networks, 10 Set. 2011. Disponível em: <<http://tecnologia.terra.com.br/internet/perdendo-lideranca-orkut-foi-porta-de-entrada-a-web-no-brasil,2688fe32cdbda310VgnCLD200000bbccceb0aRCRD.html>>. Acesso em 20 Set. 2014.
- CASTILHO, Wanderson. Perfil falso, o pesadelo da rede social. In: **IDG Now!**. São Paulo: UOL, 17 Fev. 2011. Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/blog/plural/2011/02/17/perfil-falso-o-pesadelo-da-rede-social/>>. Acesso em 15 Mar. 2014.
- DIAS, Tatiana de Mello. Cadeia para os fakes. In: **O Estado de S. Paulo** (Online), Caderno Link. São Paulo: Grupo Estado, 25 Jan. 2011. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/cadeia-para-os-fakes/>>. Acesso em 15 Mar. 2013.
- DIÓRIO, Eduardo. O estilo anônimo dos famosos do Twitter. In: **Portal IG**, Seção Moda IG. São Paulo: Internet Group, 8 Jun. 2011. Disponível em: <<http://moda.ig.com.br/moda-nomundo/o-estilo-anonimo-dos-famosos-do-twitter/n1597009340256.html>>. Acesso em 20 Set. 2014.
- ESTADO de S. Paulo, O. Como identificar um perfil falso no Facebook. In: **O Estado de S. Paulo** (Online), Seção Radar Tecnológico. São Paulo: Grupo Estado, 6 Fev. 2012. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/blogs/radar-tecnologico/como-identificar-um-perfil-falso-no-facebook-infografico/>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

- EZABELA, Fernanda. Famosos pagam para angariar seguidores em redes sociais. In: **Folha de S. Paulo**, Caderno TEC, Ano 92, nº. 30.399, pp. F1-F3. São Paulo, 25 Jun. 2012.
- FLACY, Mike. Facebook wants you to snitch on friends that aren't using real names. In: **Digital Trends**. Portland: DigitalTrends, 22 Set. 2012. Disponível em: <<http://www.digitaltrends.com/socialmedia/facebook-snitch-on-friends-that-arent-using-real-names/#ixzz2WZXs99v7>>. Acesso em 15 Mar. 2013.
- FOLHA de S.Paulo. Perfil falso da presidente Dilma Rousseff vence prêmio internacional. In: **Folha de S. Paulo** (Online). São Paulo: Grupo Folha, 18 Mai. 2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/1092427-conta-falsa-da-presidente-dilma-rousseff-no-twitter-vence-premio-internacional.shtml>>. Acesso em 15 Mar. 2013.
- FOLHA de S. Paulo. Programa que rouba dados bancários prospera no Facebook. In: **Folha de S. Paulo** (Online), Seção TEC. São Paulo: Grupo Folha, 28 Ago. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/08/1333248-programa-que-rouba-dados-bancarios-prospera-no-facebook.shtml>>. Acesso em 15 Mar. 2014.
- G1. 'Fakes' do Twitter podem disseminar vírus e spam. In: **Portal G1**. Rio de Janeiro: Grupo Globo, 15 Ago. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1267816-6174,00-FAKES+DO+TWITTER+PODEM+DISSEMINAR+VIRUS+E+SPAM.html>>. Acesso em 15 Mar. 2013.
- GO2WEB. 10 novos golpes de mídia social para ficar atento. In: **Portal Go2Web**. Rio de Janeiro: Go2Web, 6 Ago. 2014. Disponível em: <<http://www.go2web.com.br/pt-BR/blog/10-novos-golpes-de-midia-social-para-ficar-atento.html>>. Acesso em 20 Out. 2014.
- ILOVATE, Nathália. Conheça autores de perfis falsos que divertem milhares de leitores no Twitter. **Portal IG**, Seção IG Jovem. São Paulo: Internet Group, 11 Fev. 2011. Disponível em: <<http://jovem.ig.com.br/oscuecas/noticia/2011/02/11/conheca+autores+de+perfis+falsos+que+divertem+milhares+de+leitores+no+twitter+10364807.html>>. Acesso em 20 Set. 2014.
- JARDELINO, Fábio. OAB se manifesta contra preconceito a nordestinos. In: **JC Online**. Recife: Jornal do Commercio, 12 dez. 2011. Disponível em: <<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/mundo/brasil/noticia/2011/12/12/-oab-se-manifesta-contrapreconceito-a-nordestinos-25269.php>>. Acesso em 20 Set. 2014.
- JEFFRIES, Adrienne. Facebook's fake-name fight grows as users skirt the rules. In: **The Verge**. New York: Vox Media, 17 Set. 2012. Disponível em: <<http://www.theverge.com/2012/9/17/3322436/facebook-fake-name-pseudonym-middle-name>>. Acesso em 15 Mar. 2014.

- KHARIF, Olga. 'Likejacking': spammers meet social media. In: **BusinessWeek**. New York: Bloomberg, 24 May 2012. Disponível em: <<http://www.businessweek.com/articles/2012-05-24/likejacking-spammers-hit-social-media>>. Acesso em 15 Mar. 2013.
- KURTZ, João. Pesquisa mostra que 10% dos usuários do Facebook não são humanos. In: **Portal TechTudo**. Rio de Janeiro: Grupo Globo, 23 Mai. 2013. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/05/pesquisa-mostra-que-10-dos-usuarios-do-facebook-nao-sao-humanos.html>>. Acesso em 15 Mar. 2013.
- LEGENDÁRIOS. Ricck Lopes, criador da "Gina Indelicada", contou curiosidades sobre a página no Legendários na Web. Veja como foi! In: **Legendários na Web**. São Paulo: Portal R7, 27 Ago. 2012. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/legendarios/news/ricck-lopes-criador-da-pagina-gina-indelicada-no-facebook-contou-curiosidades-sobre-a-pagina-no-legendarios-na-web-veja-como-foi-20120827.html>>. Acesso em 20 Set. 2014.
- LINS, Letícia. Estudante deve ser processada por preconceito e racismo. In: **O Globo** (Online). Rio de Janeiro: Grupo Globo, 12 Dez. 2011. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/brasil/estudante-deve-ser-processada-por-preconceito-racismo-3433151>>. Acesso em 20 Set. 2014.
- MAIA, Maria Carolina. As celebridades redivivas do Twitter. In: **Veja** (Online). São Paulo: Abril, 5 Mai. 2010. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/celebridades-redivivas-twitter-nair-bello-perfis-fakes-mussum-alive>>. Acesso em 5 Set. 2014.
- MEIER, Bruno. Estilo discreto de Dilma é desafio para comediantes. In: **Veja**, Ano 45, nº. 2290. São Paulo, 10 Out. 2012.
- MIESZKOWSKI, Katharine. Faking Out Friendster. In: **Salon** (Online). San Francisco: Salon Media Group, 14 Aug. 2003. Disponível em: <<http://www.salon.com/2003/08/14/fakesters>>. Acesso em 15 Mar. 2013.
- MILLER, Gustavo. Ma che! Entrevistamos a Nair Bello do Twitter. In: **Portal Vírgula**. São Paulo: UOL, 21 Fev. 2010a. Disponível em <<http://virgula.uol.com.br/legado/ma-che-entrevistamos-a-nair-bello-do-twitter>>. Acesso em 5 Set. 2014.
- _____. Estrela da web, travesti Katylene ganha programa de TV. In: **Portal G1**, Seção Pop & Arte. Rio de Janeiro: Grupo Globo, 13 Ago. 2010b. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/08/falso-travesti-que-faz-sucesso-na-internet-ganha-programa-na-mtv.html>>. Acesso em 20 Set. 2014.
- MORENO, Jacob L. Emotions mapped by new geography: charts seem to portray the psychological currents of human relationships. In: **The New York Times**. New York: NYT, 4 Mar. 1933.

NERY, Natuza; SADI, Andréia. Criador da 'Dilma Bolada' reativa perfil e se torna consultor do PT. In: **Folha de S. Paulo** (Online). São Paulo: Grupo Folha, 30 Jul. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/07/1493105-criador-da-dilma-bolada-reativa-perfil-e-se-torna-consultor-do-pt.shtml>>. Acesso em 20 Out. 2014.

NOGUEIRA, Josué. A resposta de Dilma para a crise na base governista e a chiadeira da oposição: 77% de aprovação pessoal. In: **Diário de Pernambuco**. Recife: Diários Associados, 4 Abr 2012. Disponível em: <<http://blogs.diariodepernambuco.com.br/politica/?p=17723>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

NOTÍCIAS do Dia. Em Laguna, Dilma diz que irá investir em rodovias e na construção do túnel do Morro dos Cavalos. In: Notícias do Dia. Florianópolis: Grupo RIC, 21 Mai 2012. Disponível em: <<http://ndonline.com.br/florianopolis/noticias/28737-em-laguna-dilma-diz-que-ira-investir-em-rodovias-e-na-construcao-do-tunel-do-morro-dos-cavalos.html>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

O GLOBO. Twitter: Dilma ganha prêmio no lugar de sua versão falsa. In: **O Globo**, Ano LXXXVII, nº. 28.773. Rio de Janeiro: Grupo Globo, 16 Mai. 2012a.

_____. Twitter: Dilma ganha prêmio no lugar de sua versão falsa. In: **O Globo** (Online). Rio de Janeiro: Grupo Globo, 17 Mai. 2012b. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/pais/twitter-dilma-ganha-premio-no-lugar-de-sua-versao-falsa-4925251>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

OLHAR Digital. Saiba qual o tamanho do mercado de fakes no Twitter. In: **Olhar Digital**. São Paulo: UOL, 7 Ago. 2012. Disponível em: <http://olhardigital.uol.com.br/jovem/redes_sociais/noticias/saiba-qual-o-tamanho-do-mercado-de-fakes-no-twitter>. Acesso em 15 Mar. 2013.

O'SHEA, William. Six Degrees of Sexual Frustration. In: *The Village Voice* (Online). New York: Voice Media Group, 3 Jun. 2003. Disponível em: <<http://www.villagevoice.com/2003-06-03/news/six-degrees-of-sexual-frustration/>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

PAIXÃO, Allison. Estudante gaúcha teria ofendido piauienses e vai parar nos TTs. In: **Portal 180 Graus**. Teresina: Grupo 180 Graus, 8 Dez. 2011. Disponível em <<http://96.126.119.23/noticias/estudante-gaucha-teria-ofendido-piauienses-e-vai-parar-nos-tts-479299.html>>. Acesso em 20 Set. 2014.

PEIXOTO, Natália. Paródia da presidente, 'Dilma Bolada' reúne fãs na Internet. In: **Folha de S. Paulo**, Ano 92, nº. 30.605. São Paulo, 17 Jan. 2013.

PERLROTH, Nicole. Malware That Drains Your Bank Account Thriving on Facebook. **The New York Times** (Online). New York: NYTimes, 3 Jun. 2013. Disponível em: <http://bits.blogs.nytimes.com/2013/06/03/malware-that-drains-your-bank-account-thriving-on-facebook/?_php=true&_type=blogs&_r=0>. Acesso em 20 Out. 2014.

SALLES, Danilo. Mano Menezes e seus 8.000 seguidores fantasmas. In: **Portal TwitterCentral**. Rio de Janeiro: TwitterCentral, 25 Abr. 2009. Disponível em: <<http://twittercentral.com.br/manomenezes-e-seus-seguidores-fantasmas/>>. Acesso em 20 Out. 2014.

SAMARCO, Christiane; DOMINGOS, João. Em crise com base aliada, governo desconhece tamanho real da coalizão. In: **O Estado de S. Paulo** (Online). São Paulo: Grupo Estado, 10 Mar. 2012. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,em-crise-com-base-aliada-governo-desconhece-tamanho-real-da-coalizao-imp-,850002>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

TAGIAROLI, Guilherme. "Levo a Nair Bello para a terapia", diz criador do perfil da Nonna no Twitter. In: **UOL**, Seção Tecnologia. São Paulo: UOL, 15 Fev. 2012a. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2012/02/15/levo-a-nair-bello-para-a-terapia-diz-criador-do-perfil-da-nonna-no-twitter.jhtm>>. Acesso em 20 Out. 2014.

_____. Criador da "Dilma Bolada", carioca consegue até emprego com perfil falso da presidente. In: **UOL**, Seção Tecnologia. São Paulo: UOL, 14 Set. 2012b. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2012/09/14/criador-da-dilma-bolada-carioca-consegue-ate-emprego-com-perfil-falso-da-presidente.htm>>. Acesso em 20 Out. 2014.

TESORIERO, Heather Von. Tech: a friendlier way to date online. In: **Time Magazine** (Online). New York: Time Inc., 2 Jun. 2003. Disponível em: <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1004942,00.html>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

TRIBUNA do Norte. Dilma Rousseff substitui líder do governo na Câmara. In: **Tribuna do Norte**. Natal: TN, 13 Mar 2012. Disponível em: <<http://tribunadonorte.com.br/noticia/dilma-rousseff-substitui-lider-do-governo-na-camara/214813>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

URQUHART, Conal. How many Twitter followers do they really have? In: **The Observer** (Online). London: The Guardian, 26 Ago. 2012. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/technology/2012/aug/26/how-many-twitter-followers-do-they-really-have>>. Acesso em 20 Out. 2014.

Blogs e sites empresariais

BIGFOLLOW. **Quem somos**. Formiga: Big Follow, 2014a. Disponível em: <http://suba.me/quem_somos>. Acesso em 20 Out. 2014.

_____. **Suba-me**. Formiga: Big Follow, 2014b. Disponível em: <<http://suba.me>>. Acesso em 20 Out. 2014.

BARRACUDA Networks. **Barracuda Labs 2010 Annual Security Report**. Campbell: Barracuda Networks, 2010. Disponível em: <<http://www.barracudalabs.com/downloads/2010EndyearSecurityReportFINAL.pdf>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

_____. **Infographic: Attackers Use Fake Friends to Blend into Facebook** - Barracuda Labs Unveils New Research Study Analyzing Facebook Profiles. Campbell: Barracuda Networks, 2 Fev. 2012a. Disponível em: <http://barracudalabs.com/wp-content/uploads/2013/06/Facebook_infographic.gif>. Acesso em 15 Mar. 2013.

_____. **Fake Facebook Accounts, Fake Romney Followers: The Underground Economy of Social Networks**. Campbell: Barracuda Networks, 3 Ago. 2012b. Disponível em: <https://www.barracuda.com/news/press_release/34#.VFpjxnVGh5R>. Acesso em 15 Mar. 2013.

BOYD, Danah. The Fakester Manifesto. In: **Apophenia** (blog), 17 Ago. 2003. New York: Apophenia. Disponível em: <http://www.zephorie.org/thoughts/archives/2003/08/17/the_fakester_manifesto.html>. Acesso em 20 Mai. 2013.

BOSKER, Bianca. I Was Just Friended By Myself On Facebook (And It Only Gets Weirder From There). In: **The Huffington Post**, Tech (blog). New York: HPMG, 9 Nov. 2012. Disponível em: <http://www.huffingtonpost.com/2012/11/09/fake-facebook_n_2104102.html>. Acesso em 20 Out. 2014.

eMARKETER. **Key Digital Trends for Q1 2013: Whither the Brand?**. New York: eMarketer, Mar. 2013. Disponível em: <<http://www.emarketer.com/corporate/reports>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

FACEBOOK, **Declaração de direitos e responsabilidades**. Menlo Park: Facebook Company, 2012. Disponível em: <http://www.facebook.com/note.php?note_id=10151420061025301>. Acesso em 15 Mar. 2013.

_____. **Facebook Reports First Quarter 2013 Results**. Menlo Park: Facebook Company, 2013. Disponível em: <<http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=761090>>. Acesso em 15 Mar. 2014.

_____. **Bem-vindo ao Facebook**. Menlo Park: Facebook Company, 2014a. Disponível em: <<https://www.facebook.com/>>. Acesso em 15 Mar. 2014.

_____. **Central de Ajuda: Páginas**. Menlo Park: Facebook Company, 2014b. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/281592001947683/>>. Acesso em 15 Mar. 2014.

_____. **Central de Ajuda: Comunidade de Ajuda**. Menlo Park: Facebook Company, 2014c. Disponível em <<https://www.facebook.com/help/community/>>. Acesso em 15 Mar. 2014.

_____. **Princípios do Facebook**. Menlo Park: Facebook Company, 2014b. Disponível em <<https://www.facebook.com/principles.php>>. Acesso em 15 Mar. 2014.

FERNANDES, Luiz Jr. Por que comprar seguidores é uma péssima idéia para seu blog de viagens. In: **Boa Viagem** (blog). Inhumas (GO): Boa Viagem, 9 Out. 2014. Disponível em: <<http://www.boaviagem.org/posts/blogs/comprar-seguidores-pessima-ideia-para-blog-deviagens.html>>. Acesso em 20 Out. 2014.

GADYT, Carla. Como saber se uma marca comprou seguidores no Twitter? In: **Digital Marketing** (blog). Lisboa: Digital Marketing, 9 Jun. 2013. Disponível em: <<http://online.marketingtudosobre.blogspot.com.br/2013/06/como-saber-se-uma-marca-comprou.html>>. Acesso em 20 Out. 2014.

LEMOS, Nina. Dilma Rousseff acerta na TV e Dilma Bolada arrasa na Internet. In: **O Estado de S. Paulo** (Online), Nina Lemos (blog). São Paulo: Grupo Estado, 9 Dez. 2012. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/nina-lemos/dilma-rousseff-acerta-na-tv-e-dilma-bolada-arrasa-na-internet/>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

MELHORES da Twittosfera 2012. São Paulo: youPix, Out. 2012. Disponível em: <<http://youpix.com.br/premiacao/melhores-da-twittosfera-2012-faca-aqui-a-indicacao-dos-seus-finalistas/>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

MODESTO, Samanta. Comprar seguidores e fãs para seu perfil, blog ou site vale a pena? In: **Vida Real da Sam** (blog). São Paulo: VRS, 2 Set. 2012. Disponível em: <<http://www.vida.realdasam.com.br/2012/09/comprar-seguidores-e-fas-para-seu.html>>. Acesso em 20 Out. 2014.

NICOLLS, Dean. Locking the front door. In: **Impermium** (blog). Redwood City: Impermium, Inc., 29 Nov. 2012. Disponível em: <<http://www.impermium.com/blog/locking-the-front-door/>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

REZAB, Jan. Setting Things Right: Justin Bieber Does Not Have Fake Followers. In: **SocialBakers** (blog), 15 Abr. 2013. San Francisco: SocialBakers, Inc.. Disponível em: <<http://www.socialbakers.com/blog/1635-setting-things-right-justin-bieber-does-not-have-fake-followers>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

SANTOS, Leandro. Entrevista no Butequis: Nair Bello, a Nonna do Twitter! In: **Bebida Liberada** (blog). São Paulo: BLB, 5 Set. 2010. Disponível em <<http://bebidaliberada.com.br/entrevista-no-butequis-nair-bello-a-nonna-do-twitter/>>. Acesso em 5 Set. 2014.

SHORTY Awards. **The 5th Annual Shorty Awards**. New York: Sawhorse Media, 2013. Disponível em: <<http://shortyawards.com/>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

SOCIALBAKERS. **Methodology**. San Francisco: SocialBakers, Inc., 15 Abr. 2013. Disponível em: <<http://www.socialbakers.com/twitter/fakefollowercheck/methodology/>>. Acesso em 15 Mar. 2013.

TWITTER. **Welcome to Twitter**. San Francisco: Twitter, Inc, 2014a. Disponível em: <<https://twitter.com/>>. Acesso em 15 Mar. 2014.

_____. **Terms of Service**. San Francisco: Twitter, Inc, 2014b. Disponível em: <<https://twitter.com/tos>>. Acesso em 15 Mar. 2014.

VOLUME Social. **Volume Social**: soluções em popularidade. São Paulo: Volume Social, 2014. Disponível em: <<http://www.volumesocial.com.br/>>. Acesso em 15 Mar. 2014.

ZANINI, Denis. Teste: vale a pena comprar seguidores nas redes sociais? In: **Marketing Digital**. São Paulo: Denis Zanini, 23 Ago. 2013. Disponível em: <<http://www.marketingdigitalconsultor.com.br/artigos/teste-vale-a-pena-comprar-seguidores-nas-redes-sociais>>. Acesso em 20 Out. 2014.

Anexos

#1

Nair Bello

1.1. Publicações de Nair Bello no Twitter

1.1.1. Linguagem verbal-escrita

a) biografia

Nair Bello / @nairbello

Uma grande atriz fumante apaixonada por Domecq.

nairbellonoceu@gmail.com Nonna de @braungustavo da @joao_digital

MA CHE! CONHEÇA O BLOGUE DA NONNA!

Mooca – <http://www.bloguedanonna.com.br>

b) publicações

1 Feb	Bacio da Nonna para todos os bambinos que assistiram o @dosetriplamixtv hoje! Foi muito divertido!	1 Feb	RT @BrendowP: @nairbello Nonna, set é o número que vem entre o sei e o oit.
1 Feb	reclamam, reclamam e adoram BBB, hein?	1 Feb	E ESSA FOI A VALIOSA PARTICIPAÇÃO DO BAMBINO INTERNAUTA.
1 Feb	Na minha época isso tinha nome!	1 Feb	FÉ vereiro.
1 Feb	Judite, acho.	1 Feb	Baila tu cuerpo alegria Madalena...
1 Feb	Agora tem aqueles mini filezinhos de frango à milanesa pra vender no mercado. Eu vi hoje cedo.	1 Feb	eeeeeee Madalena!
1 Feb	Naguete	1 Feb	@nairbello É Macarena, Nonna.
1 Feb	Eu não comprei porque não como fritura.	1 Feb	risos. Claro que não. Macaroni?! hahaha É MADALENA, é uma mulher!
1 Feb	Só pastel.	1 Feb	@nairbello Macarena, Macarena! Você é meu bem querer! Eu vou falar pra todo mundo, vou falar pra todo mundo...
1 Feb	E bolinho de queijo.	1 Feb	@nairbello Dale a tu cuerpo alegria Madalena, o peito percebeeeeu
1 Feb	E coxinha...	1 Feb	Vocês são birutas.
1 Feb	Mas fora isso nada de fritura.	1 Feb	Vi que os bambinos ficaram muito emocionados com meu tweet de ontem: FÉ vereiro.
1 Feb	O que é set? RT @Tonkiel: bote esse set pra sua vó ela vai adorar !!!!!!!!	1 Feb	Instalei cabos de aço aqui em casa para voar da sala para a cozinha. Um espetáculo!
1 Feb	01 amor: @nairbello		
1 Feb	@will_ag Lindo da Nonna		
1 Feb	AGORA VAMOS À PARTICIPAÇÃO DO BAMBINO INTERNAUTA:		

- 1 Feb Bambi é Inédito e eu tenho 25 anos.
- 1 Feb Não aguento mais esse sufoco de não poder contar pras pessoas que a Raquel é na verdade a Ruth.
- 1 Feb Feliz Dia do Publicitário e ganhe um brinde.
- 1 Feb Bambi é tão gracioso, não é?
- 1 Feb @joamarcio Faço. Grata, Nair.
- 1 Feb Bah, bambino @obairrista , está tripronto para a entrevista com a Nonna na @CampusPartyBRA semana que vem?! BAH TCHÊ! (Nonna versão gaúcha)
- 1 Feb @nairbello é @O_Bairrista
- 1 Feb @nairbello Nonna, o twitter certo dele é @O_Bairrista! ;-)
- 1 Feb @nairbello Nonna, o certo é bambino @O_Bairrista
- 1 Feb Eu falei com @O_Bairrista errado, cazzo! Agora ele NUNCA vai ler o que a nonna escreveu =(
- 1 Feb @silvioluiz BAMBINO, VOCÊ VAI NO @dosetriplamixtv SEMANA QUE VEM?! A NONNA É A ENTREVISTADORA DO PROGRAMA JUNTO COM O @miklospaulo ! MA CHE!
- 1 Feb É o contrario RT @_mschneider SÉRIO que @O_Bairrista vai entrevistar a @nairbello??? hahahahahahaha isso vai ser MUITO AFUDE.
- 1 Feb Vou perguntar para @O_Bairrista questões da Revolução Farroupilha e para o @cauemoura dúvidas sobre vídeos da internet.
- 1 Feb @O_Bairrista Gaúcho de meia tigela.
- 1 Feb Capaz
- 1 Feb A bambina @biagranja sempre me coloca para entrevistar arrobos de sucesso na Internet.
- 1 Feb Eu cheguei à conclusão de que tem MUITO sucesso na Internet, porque não paro de ver arrobos famosas.
- 1 Feb E o que eu vejo essas arrobos fazendo em seguida? Tentando ganhar dinheiro.
- 1 Feb O @rickbonadio falou isso ontem. Todos querem o sucesso para ganhar dinheiro. MA CHE!
- 1 Feb Alguns fazem festas em boates, outros vendem camisetas, outros fazem reclames publicitários no blogue...
- 1 Feb ONDE ESTÁ A ARTE?! Responda se puder, bambina @hebecamargo !
- 1 Feb APOSENTADA e vendo conosquinho congelado. RT @Feliips: @nairbello Nonna, como a sra ganha dinheiro?
- 1 Feb @nairbello A arte está na casa do Edemar Cid Ferreira, ex-dono do Banco Santos esperando ser leiloada.
- 1 Feb O @naosalvo se vendeu ou é o mesmo bambino maroto?
- 1 Feb O @kibeloco só quer saber da bufunfa ou ama ser humorista?
- 1 Feb O @felipeneto ficou famoso e esqueceu os amigos ou ainda visita a avó?
- 1 Feb Quem responder ganha uma jóia da @hebecamargo .
- 1 Feb Mas vai dar? RT @hebecamargo: @nairbello meu anel, pode ser?
- 1 Feb RT @hebecamargo: Vou distribuir! "@nairbello: Mas vai dar? RT @hebecamargo: @nairbello meu anel, pode ser?"
- 1 Feb @naosalvo Estou analisando o impacto da internet sobre a meninada, bambino.
- 1 Feb ESSE HOMEM FICA MANDANDO MENSAGENS SEXUAIS PARA A NONNA!!! Dêem RT e vamos descobrir quem é! <http://bit.ly/speWzQ> **[imagem 1]**
- 1 Feb @nairbello É Jesus, nonna! Não tem aquele lance de "Jesus te ama"? Então!
- 1 Feb Me ajuda com o RT que eu pedi, bambino! RT @zambinos: @nairbello TÁ LIVRE HOJE VÉIA??? encerei o karman ghia
- 1 Feb Está um calor tão grande, tenho que andar com uma toalhinha para limpar o suor.
- 1 Feb @nairbello É Tonho da Lua querendo te esculpir, véia!
- 1 Feb @nairbello é o Gagliasso barbudo?
- 1 Feb Você também vai suar. RT @julnag: @nairbello vc sua embaixo dos peitos feito a minha avó?
- 1 Feb Eu tenho muitos seguidores idosos que morreram e agora o twitter está parado.
- 1 Feb No UoL: "Briga mata 74 e fere 188..." - mas eu li BINGO. Tive que ler 3 vezes...
- 1 Feb Reportagem na SPFW <http://migre.me/7LikR>
- 1 Feb Cremes para o rosto: já comi.
- 1 Feb Pout-pourri para aromatizar ambientes: já comi.
- 1 Feb @nairbello whyskas sache: ja comi.
- 1 Feb @nairbello Biscrok, ja comi
- 1 Feb @nairbello arranjo de mesa em festa de casamento: ja comi
- 2 Feb @nairbello Tampa da caneta bic: Ja comi!
- 2 Feb @nairbello cabeça do fósforo; já comi!
- 2 Feb @nairbello : caquinha de nariz, já comi #quemnunca
- 2 Feb @nairbello frutas de plástico, já comi
- 2 Feb @nairbello Formigas: já comi.
- 2 Feb @nairbello casquinha de ferida: já comi
- 2 Feb @nairbello Flor do Jorge Tadeu, já comi.
- 2 Feb @nairbello...chega que tô passando mal...hahahahahahahahahahahahaaahhahahahahah ahahahahahahahahahahahaha
- 2 Feb Também, depois de comer tanta porcaria...
- 2 Feb @marcelomedici Vou assistir você na próxima 4a feira no meu teatro, bambino! Estou ansiosa!
- 2 Feb "@Mizebeb: hahahaha Ri muito! "@nairbello: Reportagem na SPFW <http://migre.me/7LikR>" linda!
- 2 Feb FICOU LINDO! <http://migre.me/7LI5B> **[imagem 2]**
- 2 Feb Tem um homem com uma furadeira na minha casa. Estou surda.
- 2 Feb Ele está insatando um filtro da @hebecamargo ! Nunca estive tão feliz!
- 2 Feb HAHAHAAAA <http://migre.me/7LikR>
- 2 Feb A bambina @priscilamachado é tão bonita, não é? <http://migre.me/7LikR>
- 2 Feb @nairbello O que foi aquilo de tentar entrevistar o bombeiro no SPFW? hahahahahahaha Muito bom!
- 2 Feb Meu filtro novo está maravilhoso, posso dar banho na calopsita sem me preocupar!
- 2 Feb Pena que esse filtro novo não pode ter uma capa de tricot linda como meu filtro de barro antigo.
- 2 Feb .@rafinhabastos Não foi preso ainda, bambino?
- 2 Feb Estão todos contra você! MA CHE! Venha tomar um chá aqui na Nonna.
- 2 Feb Traga biscoitos. RT @giannecroco: Queria tomar chá com a @nairbello
- 2 Feb Casamento em Mulheres de Areia, estou chorando
- 2 Feb É DO CACIQUE! RT @Braungustavo: Trilhões de contas para pagar!!! =(
- 2 Feb Mande para alguém perguntando: "QUER UM"? <http://migre.me/7LI5B> **[imagem 2]**
- 2 Feb Esta vai para a @karlaban Quer um? @nairbello: Mande para alguém perguntando: "QUER UM"? <http://migre.me/7LI5B>
- 2 Feb Cai mais ministro em Brasília que chuva em São Paulo. #NonnaMoleca

- 2 Feb vendo empadas. RT @_fransuel: 18 MIL FLOWERS E NENHUM PRA ENTREGAR COMIDA AQUI EM CASA
- 2 Feb @Aalice_Sanz Pra você é de graça, bambina!
- 2 Feb Que horror. RT @dimitri_diegoli: @nairbello Cai mais ministro em Brasília que prédio no Rio de Janeiro #NonnaMoleca
- 2 Feb São Paulo é de Aquário mesmo. Está sempre cheio d'água.
- 2 Feb BINGO #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello Domecq #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello Tele-Sena #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello Roberto Carlos #AsNonnasPira
- 2 Feb @nairbello Fralda geriátrica #AsNonnaPira
- 2 Feb Zorra Total #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello Padeiro bonito. #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello casaquinho de lã #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello Tintura de cabelo roxo #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello baile da terceira idade #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello Cogumelo do Sol #AsNonnasPira
- 2 Feb @nairbello vilão se dando mal no fim da novela #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello Cid Moreira lendo a Bíblia #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello dar boa noite pro William Bonner #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello Colônia Alfazema #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello Julio Iglesias #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello excursão prá Caldas Novas #AsNonnaPira
- 2 Feb VIVA! RT @_LeoD: @nairbello a hashtag em primeiro lugar nos TT's Brasil #AsNonnasPira
- 2 Feb MA CHE! RT @jooh_stokes: #AsNonnaPira em terceiro dos TT's Mundiais! @nairbello
- 2 Feb @nairbello Corega na promoção #AsNonnaPira
- 2 Feb Canastra Real #AsNonnaPira
- 2 Feb RT @MANCHETEREVISTA: @nairbello 3 vermelho #AsNonnaPira
- 2 Feb @nairbello Coador de pano #AsNonnaPira
- 3 Feb Um dia ainda vão proibir todas as piadas nesse país. Nesse dia vão fechar o Congresso.
- 3 Feb @nairbello Que lindo que sua Calopsita sabe fazer isso. http://haznos.org/2012/02/calopsita-assoviando-o-tema-do-super-mario/?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter
- 3 Feb SEGREDOS DA NONNA: Madonna tem a minha idade.
- 3 Feb Tânia... Tânia jura... Jura... Que me ama... - adoro essa canção.
- 3 Feb Ainda vendem aquele chocolate em formato de contos de réis?
- 3 Feb #NonnaComenta as notícias do dia. Vamos acompanhar...
- 3 Feb Onda de Saques em Salvador com greve da PM #NonnaComenta A Bahia já roubou meu coração faz tempo
- 3 Feb Hackers invadem bancos nessa sexta #NonnaComenta Podem invadir, desde que não entrem na fila preferencial dos idosos
- 3 Feb Polônês usa duto pra se proteger do frio #NonnaComenta Casaco ele não quer usar?
- 3 Feb STF mantém poder de investigação do CNJ #NonnaComenta Não entendo PN de siglas, mas se é pra investigar eu apoio.
- 3 Feb Tiririca fica encostado com fim de Show do Tom #NonnaComenta MAS ESSE HOMEM É DEPUTADO, CAZZO! Não está sem fazer nada!
- 3 Feb E esse foi o giro nas notícias. Vou na padaria comentá-las com as pessoas e mostrar que sou moderna e atualizada.
- 3 Feb @nairbello vc devia substituir a @fbbreal (Fátima Bernardes)... adorei ler as noticias comentadas por vc!!...rs
- 3 Feb Hoje à noite tem rodada de tranca aqui em casa.
- 3 Feb PODE! RT @RoGeRpci: @nairbello Tô fazendo os petiscos. Posso ir na tranca, Nonna? <http://twitpic.com/8f8u7u> **[imagem 3]**
- 3 Feb Teremos estrelas na Tranca! RT @GalisteuOficial: @nairbello eu vou
- 3 Feb Agora que a Galisteu vai vou ter que desconvidar a @hebecamargo
- 3 Feb Quem roubou o @HugoGloss ?! Eu quero o responsável aqui, agora! MA CHE!
- 3 Feb Uma vez roubaram minha mala na Panair. Foi terrível.
- 3 Feb Eu gritei com absolutamente todo mundo dos balcões, até os passageiros que estavam na fila pra embarcar e eu falava
- 3 Feb ENQUANTO A MINHA MALA NÃO APARECER NINGUÉM MAIS VOA! mas aí todos passavam pelo lado e voavam, claro
- 3 Feb No fim minha mala estava girando na esteira 2 e eu estava procurando na esteira 1.
- 3 Feb Eu acho Malhação tão prafrentex! Todo ano fala sobre gravidez na adolescência.
- 3 Feb ja era p/ tá falando de gravidez na infância RT @nairbello: Eu acho Malhação tão prafrentex! Todo ano fala sobre gravidez na adolescência.
- 3 Feb No meu tempo OB tirava a virgindade. Era ISSO que se precisava saber quando jovem.
- 3 Feb Quem vai dar um abraço apertado na nonna na #cpbr5 ?!
- 3 Feb Favor me trazer cigarros. RT @Doncelo: @nairbello eu! e vou levar umas agulhas de trico nova de presente para a nonna rsrs
- 3 Feb Favor arrumar o travesseiro pra Nonna! RT @porrajacques: eu levaria a @nairbello p/ cama, num sei vcs
- 3 Feb ONDE?!?!?!?!?!?!?!?! RT @rosana: @Braungustavo bingo
- 3 Feb Vou confessar que já apertei o bumbum de um carteiro. (@VouConfessarQue)
- 3 Feb Meu armário é mais ou menos como a bolsa da Mary Poppins, nunca sei o que pode sair.
- 3 Feb Hihihihihihihihih <http://migre.me/7MTLp> **[imagem 4]**
- 4 Feb Já leu a história do aeroporto? <http://migre.me/7MTLp> **[imagem 4]**
- 4 Feb QUE COISA LINDA! RT @ficavaiterbolo: Photo: Fica, vai ter bolo! #Tartaruga <http://bit.ly/zKYM97> **[imagem 5]**
- 4 Feb Babinas @alesie @driwalch e protetoras, vamos ajudar: <http://bit.ly/zV2vH3> **[imagem 6]**
- 4 Feb @nairbello @alesie ahahahaha!!! Ta castrado?
- 4 Feb Dei um grito de carnaval pela janela, já posso voltar para o ar condicionado.
- 4 Feb A vida não é curta coisíssima nenhuma. Ela é longa. O passado é longo, o futuro é longo. É esse presente que passa rápido demais.
- 5 Feb Deixei uma frase para vocês pensarem durante o dia.
- 5 Feb José Maicá Júnior mais conhecido como @o_bairrista vai estas na #CPBR5 junto com a nona @nairbello #todosvao
- 5 Feb Sou do tempo em que não havia animais em extinção.

- 5 Feb @nairbello ué e os dinossauros? 6 Feb E a nonna saiu na @VejaSP !!! MA CHE!
5 Feb Dinossauros não existem, bambinos. São inventados pelo homem como os dragões, os minotauros e os cangurus. 6 Feb <http://bit.ly/whSASM>
5 Feb Não saia de casa sem sombrinha hoje. Faz muito sol. 6 Feb VAI!!!! AVISEM OS AMIGOS! 16hs! RT
5 Feb I'm at Fonte Multimídia (Parque do Ibirapuera, São Paulo) <http://4sq.com/xeHqy> 6 Feb @caduntas: Nonna @nairbello vai ter
5 Feb Domingo quero te encontrar e desabafar todo o meu sofrer... #RadioDayana (saudades dela...) 6 Feb #GincanaDaNonna hoje!?
5 Feb Notíciaaaaa! Wando só melhora depois da nona 6 Feb FICA, VAI TER #GINCANADANONNA!
5 Feb @nairbello deixar calcinha no hospital! 6 Feb @nairbello AS 16:00! TODOS FICAM!
5 Feb RT @donaheliodora: Se voar fosse arte, pássaro era ator. 6 Feb A polícia e o exército estão lutando entre si. QUEM DEFENDE A FAMÍLIA BRASILEIRA:
5 Feb Tô dentro pagodjinho! 6 Feb Apertei o dois pontos ao invés da interrogação.
5 Feb Precisamos definir com quem brincar... já foram todos! RT @Andrephell: @nairbello quando voltará a #GincanaDaNonna ??? 6 Feb Perdão.
5 Feb VIVA!!!!!!!!!!!! RT @Thaisices: Terça na #CPBR5 tem Papo de Arroba com @NairBello !!!!! \o/ 6 Feb Photo: Fica, vai ter MARIO! (por aleatorioesemsentido)
5 Feb Às 23hs! E tem eu de noiva! hahaha RT 6 Feb http://tumblr.co/ZuLjoxF_Zy2n [imagem 7]
5 Feb @dosetriplamixtv: LEMBRANDO QUE DAQUI A POUCO TEM A REPRISE DO PROGRAMA DESSA SEMANA!!! 6 Feb Estou suando e grudando no plástico do sofá.
5 Feb Nunca entendo nada. RT @jooh_stokes: @nairbello Nonna, a senhora gosta de CSI? 6 Feb FLAAAAAAAAAAAAIIIIIIII MIII TU
5 Feb @Ba_LimaR Boa! 6 Feb DEMUUUNNN.....
5 Feb Faltam 4 ideias para a #GincanaDaNonna de amanhã 6 Feb Parece que dizes te amo Maria... Na fotografia estamos felizes....
5 Feb Estou vendo a bateria da Viradouro na tevê com a Madonna. 6 Feb Mulheres de Areia está pegando fogo!
5 Feb Whoopie Goldberg, cadê? 6 Feb Hoje começa a #cpbr5 e a @joao_digital estará muito bem representada amanhã pelo
5 Feb RT @Braungustavo: 1 Sonho: Bethania no intervalo do SuperBowl. 6 Feb @Braungustavo em um bate-papo de @s
5 Feb ELA ENTRA NO FINAL, VESTIDA DE CHIQUINHA GONZAGA. RT @rosana: Já começou o show da Regina Duarte no Superbowl, @nairbello ? 6 Feb <http://migre.me/7OEvw>
6 Feb Onde vota para o BamBam ganhar o BBB de novo? 6 Feb HAHAAHA RT @GalisteuOficial: "Mulheres de Areia está pegando fogo!" aqui no #MuitoMais tem
6 Feb BINGO! RT @lulusuperpop: 15 17 nao say? 6 Feb ar condicionado e pra vc arrumo um leque incrível
6 Feb "Se Deus quiser", eu disse. Ela respondeu "e ele há de querer". 6 Feb Amo que o ponto final da @narcisaoficial é um sorriso! Vou imitar!
6 Feb Ouvi um barulho no corredor fui ver o que era era um espírito voltei correndo pra casa com medo tranquei tudo pode ter sido impressão 6 Feb Nesse ano meu voto é do Jânio pra prefeito!
6 Feb Eu não acredito em fantasmas, mas é melhor não brincar com essas coisas... 6 Feb BAMBINOS, VAMOS COMEÇAR A
6 Feb Na hora que a gente mais precisa rezar a gente não lembra reza nenhuma! Comecei a cantar Volare, aposto que o fantasma vai embora 6 Feb #GincanaDaNonna ?! Se você está pronto dê RT e chame os amigos!!! MA CHE!
6 Feb Fantasmas não gostam de músicas alegres. 6 Feb Yuhulllll! #GincanaDaNonna Os Bambino pira!!!
6 Feb Eu ia falar sobre a Isabel Allende mas vocês não leram o livro, então não iam entender nada. 6 Feb OBA! RT: @nairbello: BAMBINOS, VAMOS COMEÇAR A #GincanaDaNonna ?! Se você está pronto dê RT e chame os amigos!!! MA CHE!
6 Feb Essa casa está mal assombrada. Vou ligar para uma amiga minha benzedeira, aguardem. 6 Feb Lembrando que é muito fácil participar da #GincanaDaNonna ! São 5 provas a serem cumpridas pelo Twitter mesmo!
6 Feb @nairbello Isabel Allende = A casa dos espíritos 6 Feb As melhores respostas ganharão RT da Nonna. Para isso precisam estar com o Jogo da Velha
6 Feb Liguei pra minha amiga benzedeira, ela me mandou tomar no cu que isso não são horas. =(6 Feb #GincanaDaNonna ! Nem precisa usar a @ da Nonna!
6 Feb Boca-suja! 6 Feb PROVA 1: A polícia da Bahia está em greve e a cidade está um CAOS! Conte ao governador @jaqueswagner as últimas notícias!
6 Feb Bambino @Braungustavo , o pior é quando o CONTO DE FADAS vira um CONTO DE FACAS. 6 Feb #GincanaDaNonna
6 Feb Essa casa está mal assombrada. Vou ligar para uma amiga minha benzedeira, aguardem. 6 Feb Bambino @jaqueswagner SOCORRO! Ouvi dizer que invadiram uma Casa Das Calcinhas no Pelourinho! Faz alguma coisa! #GincanaDaNonna governador @jaqueswagner já ameaçaram até sequestrar a Nonna @nairbello!!! Esperamos providências! #GincanadaNonna!
6 Feb @nairbello Isabel Allende = A casa dos espíritos 6 Feb Governador @jaqueswagner já roubaram até o elevador Lacerda! MA CHE! #GincanaDaNonna
6 Feb Liguei pra minha amiga benzedeira, ela me mandou tomar no cu que isso não são horas. =(6 Feb @jaqueswagner governador, gostaria que você fizesse algo quanto a situação atual: tem Claudia Leite tocando o tempo todo #GincanaDaNonna
6 Feb Bambino @Braungustavo , o pior é quando o CONTO DE FADAS vira um CONTO DE FACAS. 6 Feb @jaqueswagner Descobri que estão cobrança cinco reais por um acarajé em Curitiba! Tome providencias sobre isso! #GincanaDaNonna
6 Feb Boi boi boi boi da cara preta pega essa menina que tem medo de careta.... boa noite. 6 Feb @jaqueswagner governador, olha como o povo tá assustado com a violência!
6 Feb @boninho Posso ser disc jôquei de alguma festa? 6 Feb <http://s0.flogao.com.br/s16/19/12/05/115/37794040.jpg> #GincanaDaNonna
6 Feb Bambinos, amanhã quero ver todos vocês na #cpbr5 vendo a nonna entrevistar o @cauemoura e @O_Bairrista ! MA CHE! 6 Feb @jaqueswagner Senhor Governador , acabaram de

- roubá Osmar. Como Fica Dodô?!?! #GincanaDaNonna
- 6 Feb @jaqueswagner Tenho a solução para desocuparem a Assembléia.... Coloca o Carlinhos Brown para fazer um show lá dentro #gincanadanonna
- 6 Feb @jaqueswagner me cobraram R\$ 10,00 uma fitinha do nosso senhor do Bonfim. é um assalto!!!!!! #GincanaDaNonna
- 6 Feb É, babinos, a greve criou situações embaraçosas e agora o governador está ciente de tudo! Muito bom! Vamos para a próxima! #GincanaDaNonna
- 6 Feb PROVA 2: A babinha @giseleofficial consolou o marido que ontem perdeu o título do Super Bowl. Ofereça PRÊMIOS DE CONSOLAÇÃO! #GincanaDaNonna
- 6 Feb Babinha @giseleofficial, quer que a nonna faça bolinhos de chuva, quer? #GincanaDaNonna
- 6 Feb @giseleofficial fiquei sabendo que o maridão não foi muito bem ontem... Vou comprar o CD novo da Madonna pra vocês, tá?? #GincanaDaNonna
- 6 Feb @giseleofficial vou dar um vestido da Geisy Arruda para você animar o seu marido, quer? #GincanaDaNonna
- 6 Feb @giseleofficial babinha, caprichou no boquete como o @edutestosterona sugeriu? #GincanaDaNonna
- 6 Feb @giseleofficial Vem aqui pra casa, curtir uns filmes na Sky em HD! Podemos até ver a reprise do #SuperBowl! #GincanaDaNonna
- 6 Feb @giseleofficial, fica assim não, vamos pro bingo! #GincanaDaNonna
- 6 Feb @giseleofficial quem liga p título de super bowl qndo tem vc em casa? Aliás, se eu fosse o Tom, nem teria ido ao jogo. #GincanaDaNonna
- 6 Feb @nairbello @giseleofficial tbm fiquei triste pela derrota do tom, mais vcs supera um isso facil. Vou comprar 1 biblia p/ vcs #GincanaDaNonna
- 6 Feb Sempre bom 1 bíblia... #GincanaDaNonna
- 6 Feb @giseleofficial Eu consolo o Tom, enquanto vc cuida do seu baby, com prazer...Sua lynda! :) #GincanadaNonna
- 6 Feb A #GincanaDaNonna já está nos TTs, babinos! E ainda faltam 3 provas! MA CHE! Vamos acompanhar... #GincanaDaNonna
- 6 Feb @giseleofficial não fica triste não! Vou te mandar o DVD do 'Diabo Veste Prada' pra ti se admirar, SUA LINDA! Querida @giseleofficial chame seu marido pra fazer a #GincanaDaNonna quem sabe aqui ele ganha!?
- 6 Feb Babinos, demos ideias incríveis para a linda Gisele! Agora vamos para a Prova 3! #GincanaDaNonna
- 6 Feb PROVA 3: A @Val_Marchiori é uma mulher rica e vai comprar o que você oferecer pra ela só pra te ajudar! VENDA! #GincanaDaNonna
- 6 Feb Babinha @Val_Marchiori a Nonna está vendendo umas empadas, quer comprar a dúzia? #GincanaDaNonna
- 6 Feb Hey @Val_Marchiori to vendendo meu rim esquerdo pra pagar umas continhas atrasadas, o q acha? #GincanaDaNonna
- 6 Feb @Val_Marchiori compra minha cachorrinha viralata e dá uma vida de princesa pra ela? Ela tá baratinha... ;o) #GincanaDaNonna
- 6 Feb @Val_Marchiori Vendo Corcel II ano 78. R\$ 1.700,00. Bem conservado, único dono!! Desconto pra você, por causa da #GincanaDaNonna.
- 6 Feb @nairbello @Val_Marchiori hello! val, to vendendo meu tamagoshi, sem bateria, pechincha! me ligaa, beijos #GincanaDaNonna
- 6 Feb @Val_Marchiori Eu podia ta matando roubando me prostituindo mas tô aki lhe vendendo 1 pinico semi novo pfv é p obras sociais #GincanaDaNonna
- 6 Feb @Val_Marchiori Vendo Taça Libertadores, ganha pelo Corinthians. Original, la garantia soy yo! #GincanaDaNonna
- 6 Feb @danihingst oi @Val_Marchiori se não quiser o rim eu aceito pois preciso de um #GincanaDaNonna
- 6 Feb @Val_Marchiori RELOU! Tô vendendo noção. É baratinho e tu tá precisando. Foi? #GincanaDaNonna
- 6 Feb Hello! #GincanaDaNonna
- 6 Feb @Val_Marchiori compra umas rifas de bingo para ajudar a @nairbello ?? #GincanaDaNonna
- 6 Feb Olha o frango congelaaado, @Val_Marchiori! Aproveita que eles tão Big e sustentam você por vários anos. #GincanaDaNonna
- 6 Feb Alô @Val_Marchiori to vendendo passeio de HELICOTRO, com direito a BADALOooooo #GincanaDaNonna
- 6 Feb ATÉ VOCÊ, HEBE?! RT @hebecamargo: @val_marchiori compra um botox novo? To revendendo! #gincanadanonna
- 6 Feb @Val_Marchiori estou vendendo um best seller: Ai, que Loucura - Narcisa Tamborindeguy. ótimo p livro de cabeceira! #GincanaDaNonna
- 6 Feb Estou torcendo para que ela compre as bugigangas que vocês querem vender, babinos! Próxima prova! #GincanaDaNonna
- 6 Feb PROVA 4: O @PBiaL vai expulsar alguém do BBB amanhã e precisa de frases poéticas. Vamos ajudá-lo?! #GincanaDaNonna
- 6 Feb Dica para @PBiaL : "O amor é lindo" é uma frase boa! Use amanhã! Grata, Nair. #GincanaDaNonna
- 6 Feb #GincanaDaNonna @PBiaL "Camarão que dorme, a onda leva! Venha nadar aqui fora!"
- 6 Feb @PBiaL "vem fechar um contrato com a Playboy aqui fora, Fabiana!!" #GincanaDaNonna
- 6 Feb @PBiaL A vida é um jogo e jogar faz parte da vida e quem sai hoje é: #GincanaDaNonna
- 6 Feb @PBiaL "Batatinha quando nasce espalha a rama pelo chão. Eu não sei terminar. Vem plantar batata aqui fora!" #gincanadanonna
- 6 Feb @PBiaL Disse o poeta Lulu Santos 'Assim caminha a humanidade, a passos de formiga e sem vontade' Faltou vontade pra você... #GincanaDaNonna
- 6 Feb @nairbello @PBiaL Pirulito que bate bate, pirulito que já bateu #GincanaDaNonna
- 6 Feb @PBiaL "fulano, finge que você é um cocô! o público resolveu te dar descarga! :/" #GincanaDaNonna
- 6 Feb #GincanaDaNonna @PBiaL "CAPIM MEXEU, PAU NA PREÁ. VEM DAR O PAU AQUI FORA!"
- 6 Feb @PBiaL balançou o beijo, o charuto caiu! Vem fumar aqui fora. #GincanaDaNonna
- 6 Feb @PBiaL "vai brilhar lá fora... e não se esqueça hein? Use fiiiiltro solar" #GincanaDaNonna
- 6 Feb @PBiaL "ainda é cedo amor, mal começaste a conhecer a vida, já anuncias a hora de partida..." #GincanaDaNonna
- 6 Feb @PBiaL "Ronaldo, vem sair do armário aqui fora!" #GincanaDaNonna
- 6 Feb @PBiaL "se der uma chuva de xuxa no meu colo cai pelé, vem ver o pelé aqui fora!" #GincanaDaNonna

- 6 Feb #GincanaDaNonna @PBial " 'No meio do caminho tinha uma pedra, tinha uma pedra no meio do caminho' A Pedra te eliminou, venha aqui para fora!"
- 6 Feb @PBial "Acabou o milho, acabou a pipoca... Vem ser estouradinho aqui fora, Ronaldo!"
- 6 Feb #GincanaDaNonna
- 6 Feb @PBial "é fantastico ver o faustao, o jo e o didi, juntos num caldeirao. mas vem ser globalizado aqui fora..." #GincanaDaNonna
- 6 Feb hahahaha essa música dos programas da Globo deixa a Nonna fora de si. Queria ver o @PBial cantando mesmo. #GincanaDaNonna
- 6 Feb Parabéns, babinos. As frases fizeram a nonna deixar cair a dentadura de tanto rir. Vamos para a prova final da #GincanaDaNonna
- 6 Feb PROVA 5: A @CampusPartyBRA é um evento com 5 mil babinos viciados em computador ACAMPADOS. Mande dicas para os nerds! #GincanaDaNonna
- 6 Feb PS: A Nonna estará lá amanhã às 11 da manhã entrevistando babinos! Não perca e assista pela internet! #GincanaDaNonna
- 6 Feb Babinos da @CampusPartyBRA , não esqueçam de passar desodorante, POR FAVOR! A nonna tem olfato sensível! #GincanaDaNonna
- 6 Feb A maior dica de todas: Favor Lavar as Mãos. @CampusPartyBRA #GincanaDaNonna
- 6 Feb @nairbello @CampusPartyBRA Não esquece de perder a virgindade uma hora dessas plmdds #GincanaDaNonna
- 6 Feb @CampusPartyBRA Busquem Enriquecimento! #GincanaDaNonna
- 6 Feb Galera da @CampusPartyBRA lembrem-se nao esqueçam a camis... o carregador do cel e do note, a carteira, e o repelente. #GincanaDaNonna
- 6 Feb @CampusPartyBRA @nairbello não confundir vestiário com banheiro e não chutar o pau da barraca #GincanaDaNonna
- 6 Feb @CampusPartyBRA Se alguma mulher tocar em vcs(nerds), não se assustem isso é normal, reaja como se isso acontecesse sempre! #GincanaDaNonna
- 6 Feb @nairbello @CampusPartyBRA tomem cuidado com a barraca armada do vizinho #GincanaDaNonna
- 6 Feb #GincanaDaNonna @CampusPartyBRA Larga esses computadores e vem viver aqui fora, AS MINA PIRA com nerds.
- 6 Feb @CampusPartyBRA é tipo um carnaval pra nerds? #GincanaDaNonna
- 6 Feb @CampusPartyBRA nerds nada de ficar de p@u duro com os novos lançamentos tecnológicos #GincanaDaNonna
- 6 Feb BASICAMENTE É ISSO: RT @Slooam: @CampusPartyBRA tomem banho #GincanaDaNonna
- 6 Feb @CampusPartyBRA NÃO foi o Steve Jobs que mordeu a maçã #GincanaDaNonna
- 6 Feb Agradeço a todos por participarem da #GincanaDaNonna de hoje! Fofos, divertidos e marotos! E eu perdi apenas 150 seguidores... MA CHE!
- 6 Feb Bacio para @PBialL @Val_Marchiori @CampusPartyBRA @giseleofficial @jaqueswagner por terem brincado conosco! #GincanaDaNonna
- 6 Feb É fácil me confundir usando arrobas falsas. Eu estou sempre digitando sem óculos!
- 6 Feb @MisterBrasil10 para de esconder o jogo, babinos! A Nonna quer ver o que você curte! MA CHE!
- 6 Feb EU SOU A FAVOR DO PLANO CRUZADO!!! Se você também apoia essa iniciativa dê RT!
- 6 Feb VAI DAR CERTO! RT @ma_coletor: @nairbello e se não der certo Nonna? Criamos o Cruzado Novo?! O Mister Brasil está mandando bacio pra Nonna por DM... #NonnaMoleca
- 6 Feb O Twitter está tão calmo... Acho que a #Cpbr5 tem esse efeito...
- 6 Feb JÁ! RT @Braungustavo: Já curtiu a página da @Joao_Digital no Facebook pra saber as últimas do mundinho do mktdigital? <http://on.fb.me/yaDfYm>
- 6 Feb Vou pegar a @nairbello de vó pra mim ><
- 6 Feb 11 DA MANHÃ! RT @ronaldodrummond: e amanhã tem um bate papo aqui na #cpbr5 com a @NairBello! ;D
- 6 Feb Ainda não entendi o segredo da Tereza Cristinah.
- 6 Feb Eu só sei que não suporto esse Rafa... Não gosto de quem se acha mais inteligente do que é.
- 6 Feb @narcisaoficial Ai que babinas!
- 7 Feb @danikoetz @biagranja @MDuarteC @Deeercy @CaiqueNogueira @psiqueira Não enxergo sem óculos, mas imagino que eu esteja linda.
- 7 Feb Encontre a Nonna: RT @MDuarteC: @nairbello @deeercy @caiquenogueira @pecesiqueira @danikoetz @biagranja <http://instagr.am/p/o4alt/> **[imagem 8]**
- 7 Feb Hoje é o dia mais divertido da #Cpbr5 , babinos! Às 11hs tem Papo de Arroba com a Nonna! MA CHE!
- 7 Feb partiu #cpbr5! 11h tenho um bate-papo em algum dos palcos com a @nairbello, huhuhuh
- 7 Feb Não sei qual é! Alguém tem? RT @zanabc: @nairbello passa o link nona
- 7 Feb ACHO que é aqui pra ver ao vivo, babinos! <http://bit.ly/xRSmmL>
- 7 Feb Muito legal o papo com a @nairbello
- 7 Feb Muito bacana o papo com @O_Bairrista @nairbello e @cauemoura na área de mídias sociais.
- 7 Feb Obrigada aos babinos que assistiram o papo de arroba com @o_bairrista e @cauemoura na #CPBR5 ! Foi divertido! Bacio da Nonna.
- 7 Feb MA CHE! RT @catupiry: #cpbr5 ao vivo: @cauemoura vs. @nairbello - <http://is.gd/tmHSHp>
- 7 Feb A parte ruim da Campus Party foi ter perdido o capítulo de hoje de Mulheres de Areia! O que aconteceu, babinos?
- 7 Feb @nairbello TEVE BRIGA TEVE TONHO E RUTH JUNTOS ENFIM TEVE A ISAURA COM DENGUE E A MALU QSE MORREU :-(
- 7 Feb Ai, não posso perder a novela amanhã! Está pegando fogo!
- 7 Feb EU! 60 anos mais nova! RT @lulusuperpop: Hoje eu gostaria entrar em uma maquina do tempo!! Quem quer?
- 7 Feb HAHAAAAAAAAHAHA <http://youtu.be/bwujjsEoxCw>
- 7 Feb A @nairbello me entrevistou em uma das filas, perguntando sobre filas. Ahsuahsuhsu
- 7 Feb RT @No_SBT: A SEGUIR: Casos de Família. Tema de hoje: Mãe, vai arranjar um namorado.
- 7 Feb CHUVA DE GRANITO QUE COISA LINDA
- 7 Feb ÊÊÊ HOJE TM @dosetriplamixtv C/ @miklospaulo @Braungustavo e @santahelena !!! E eu @eduardojerico vou aparece por lá !!!
- 7 Feb #MateriaDivertida
- 7 Feb CHOVE CHUVAAAAA CHOVE SEM

- 7 Feb PARAAARRR
BACIO DA NONNA! RT @MROFICIAL: Trampo. Gosto disso. #VivaElis #Nivea <http://bit.ly/y9TNU7> [imagem 9]
- 7 Feb Hoje a nonna vai entrevistar a bambina @geisyarrudareal no @dosetriplamixtv ! Vou ser franca e direta! MA CHE!
- 7 Feb :) "@nairbello: Hoje a nonna vai entrevistar a bambina @geisyarrudareal no @dosetriplamixtv ! Vou ser franca e direta! MA CHE!"
- 7 Feb Eu tb serei "@nairbello: Hoje a nonna vai entrevistar a bambina @geisyarrudareal no @dosetriplamixtv ! Vou ser franca e direta! MA CHE!"
- 7 Feb .@geisyarrudareal Você joga tranca?
- 7 Feb Aguardo o dia em que o @cauemoura vai me convidar para fazer a Super Macarronada da Nonna! MA CHE! #CozinhaNonnacore
- 7 Feb Também quero dizer que já visitei o RS e é um país lindo mesmo. Grata, Nair. (c/c @O_Bairrista)
- 7 Feb Dia 5 de Fevereiro Regina Duarte fez 32 anos. Parabéns, bambina!
- 7 Feb Ele não gosta da Nonna porque não sou mais uma cocota... RT @hittomii: @nairbello hj é aniversário do @jbanguela
- 7 Feb <3 RT @alesie: saudadona do @alerocha
- 7 Feb "@MarinaRoc: Campus Party: primeiro prêmio que o Ale ganhou para o Blog Poltrona. Boa lembrança!"
- 7 Feb @nairbello @hittomii Gosto da sua risada, tia Nair. Então FELIZ ANIVERSÁRIO: <http://youpix.com.br/instances/instant-nair-bello/> RT @jbanguela: Gosto da sua risada, tia Nair Já já tem o @dosetriplamixtv ! às 22:30 na MixTV. Hoje teremos @GeisyArrudareal como convidada! Vamos acompanhar...
- 7 Feb MA CHE! "@Braungustavo: Eu e @geisyarrudareal no Dose Tripla que vai começar agora!!! http://instagr.am/p/GuXERSlH-_/" [imagem 10]
- 7 Feb VAI COMEÇAR O @dosetriplamixtv ! Hoje teremos @GeisyArrudareal como convidada! Imperdível, bambinos!
- 7 Feb COMEÇOU O @dosetriplamixtv ! Hoje com @GeisyArrudareal !

1.1.2. Linguagem pictórica

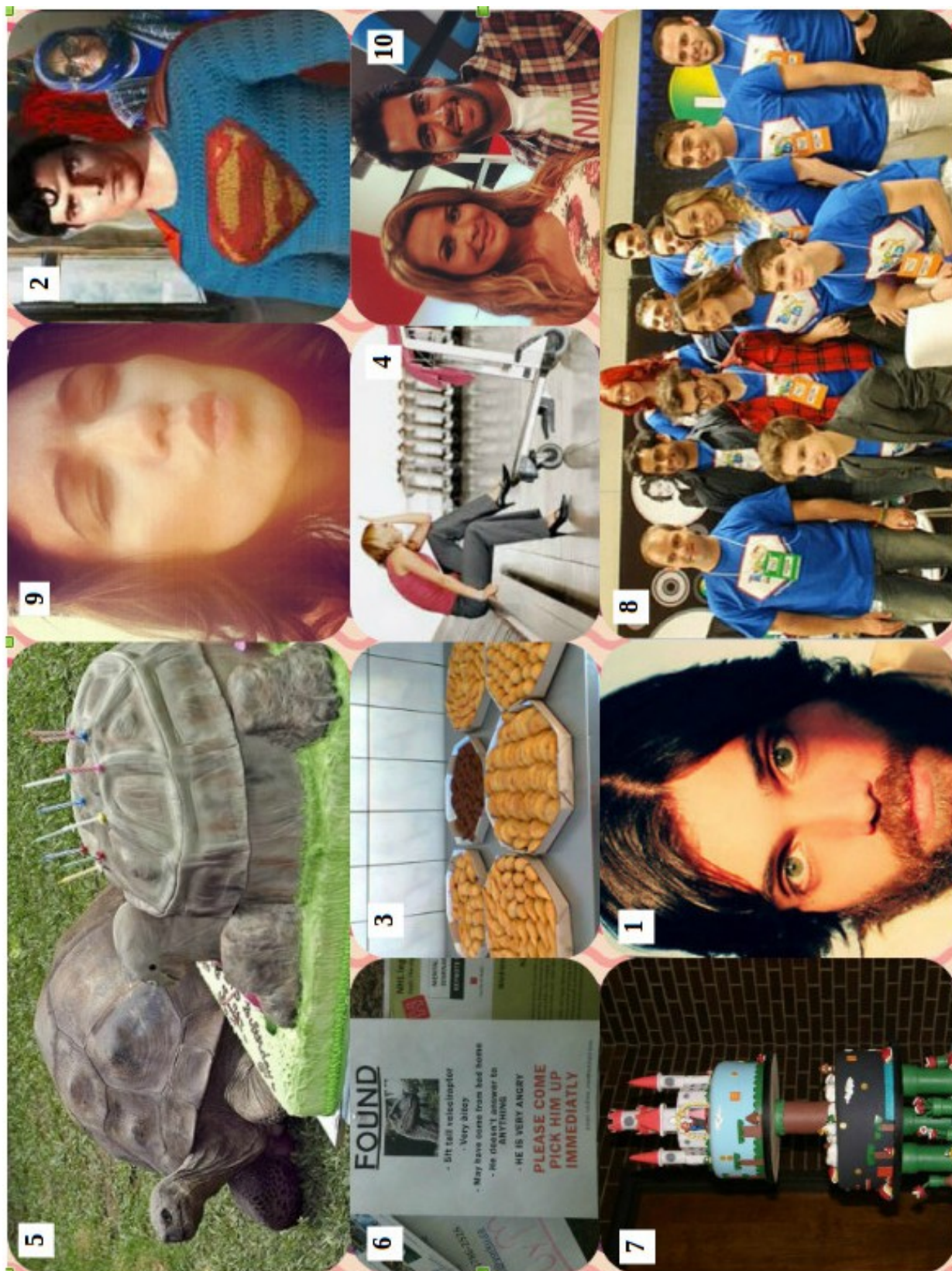
a) Imagem do perfil em 2010



b) Imagem do perfil em 2012



c) Imagens publicadas pelo perfil



1.2. Esquemas narrativos de Nair Bello

1.2.1. PN de Nair Bello

Destinador-Manipulador (NairBello)	Sujeito (NairBello)	Performance	Destinador-Julgador (Bambinos e Bambini)
Manipulação		Competência	Sanção
NairBello se auto-manipula em busca de diversão; torna-se um sujeito do querer-fazer.	Para poder se divertir (poder-fazer), NairBello precisa ser jovem. O tempo (adjuvante) dá a NairBello a juventude.	No tempo em que Não havia animais em extinção Bambi era um filme inédito OB tirava a vigiância NairBello era uma cocota NairBello viajava pela Panair	Interpretação NairBello era sujeito de um querer-fazer; com ajuda do tempo, era jovem, tornando-se sujeito de um poder-fazer. NairBello quer se divertir; parecia jovem e era jovem, logo podia se divertir verdadeiramente. Retribuição Sanção positiva: reconhecimento
$F_{(se\ divertir)}; [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Nair} \cap Ov_{diversão})]$	$F_{(ser\ jovem)}; [S_{Tempo} \Rightarrow (S_{Nair} \cap Ov_{juventude})]$	$F_{(se\ divertir)}; [(S_{Nair} \cap Ov_{juventude}) \rightarrow (S_{Nair} \cap Ov_{diversão})]$	$F_{(se\ divertir)}; [(S_{Nair} \Rightarrow (S_{Nair} \cap Ov_{diversão}))]$
Manipulação		Competência	Sanção
NairBello se auto-manipula em busca de diversão; torna-se um sujeito do querer-fazer.	Para poder se divertir (poder-fazer), NairBello precisa ser jovem. O tempo (anti-adjuvante) priva NairBello da juventude: Bambina: @nairbello hj é aniversário do @jbangela NairBello: Ele não gosta da Noma porque não sou mais uma cocota... NairBello: Está um calor tão grande, tenho que andar com uma toalha para limpar o suor. Bambina: @nairbello vc sua enbaixo dos peitos feito a minha avó? NairBello: Você também vai suar.	No tempo em que Há animais em extinção Bambi não é inédito Malhação fala de gravidez na adolescência NairBello joga bingo, bebe Domeq NairBello vai à padaria comentar as notícias e mostrar que é moderna NairBello dá bunho na calopsia	Interpretação NairBello era sujeito de um querer-fazer. O tempo é um anti-adjuvante: transforma NairBello em velho, tornando-a sujeito do não poder-fazer. Ainda assim, NairBello executa uma performance e "glamouriza" seu tédio, afirmando que está em conjugação com o objeto-valor diversão. O sujeito NairBello parece que se diverte (parece) mas não se diverte (não é) – vive, portanto, uma mentira. Retribuição Sanção negativa: o sujeito é tachando de risível
$F_{(se\ divertir)}; [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Nair} \cap Ov_{diversão})]$	$F_{(ser\ jovem)}; [S_{Tempo} \Rightarrow (S_{Nair} \cup Ov_{juventude})]$ $F_{(andar\ com\ toalha)}; [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Nair} \cup Ov_{juventude})]$ $F_{(suar\ enbaixo\ do\ peito)}; [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Nair} \cup Ov_{juventude})]$ $F_{(não\ ser\ cocota)}; [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Nair} \cup Ov_{juventude})]$	$F_{(se\ divertir)}; [(S_{Nair} \Rightarrow (S_{Nair} \cap Ov_{diversão}))]$ $F_{(jogar\ bingo)}; [(S_{Nair} \Rightarrow (S_{Nair} \cap Ov_{diversão}))]$ $F_{(ir\ à\ padaria)}; [(S_{Nair} \Rightarrow (S_{Nair} \cap Ov_{diversão}))]$ $F_{(dar\ bunho\ na\ calopsia)}; [(S_{Nair} \Rightarrow (S_{Nair} \cap Ov_{diversão}))]$	$F_{(se\ divertir)}; [(S_{Nair} \Rightarrow (S_{Nair} \cup Ov_{diversão}))]$

1.2.2. PN do Perfil

Destinador-Manipulador (Enunciador)	Sujeito (Enunciatário)		Destinador-Julgador (Enunciador)
Manipulação		Competência	Performance
Se você aceitar o contrato (a atenuação da juventude), poderá se divertir.		Enunciatário se auto-manipula em busca de diversão; torna-se um sujeito do querer-fazer. Para poder se divertir (poder-fazer), o enunciatário precisa aceitar contrato proposto por NairBello no Twitter.	Interpretação Enunciatário responde brincadeiras de NairBello (parece aceitar o contrato) e expressa sua concordância com o objeto-valor juvenil (de fato aceitou). É um verdadeiro "bambino" ou "bambina". Retribuição Sanção positiva: é incorporado ao texto-enunciado
$F_{(se\ divertit)}; [S_{fazer} \Rightarrow (S_{fazer} \cap Ov_{juventude})]$		$F_{(seguir\ Nair)}; [S_{fazer} \Rightarrow (S_{fazer} \cap Ov_{diversão})]$	$F_{(interagir)} \Rightarrow [S_{fazer} \Rightarrow (S_{fazer} \cap Ov_{interatividade})]$ $F_{(se\ revalida)}; [S_{fazer} \Rightarrow (S_{fazer} \cap Ov_{juventude})]$

1.2.3. PN dos Bambinos e Bambinas

Destinador-Manipulador (NairBello)	Sujeito (Bambinos)		Destinador-Julgador (NairBello)
Manipulação		Competência	Performance
Para se divertir, bambinos interagem com o perfil NairBello. NairBello: ESSE HOMEM FICA MANDANDO MENSAGENS SEXUAIS PARA A NONNA!!! Dêem RT e vamos descobrir quem é! http://bit.ly/speWzQ [imagem 1] (descobrir quem é o jovem bonito e "apaixonado")	Para interagir (poder-fazer) bambinos precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (retvirar e responder publicações de Nair); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (publicar <i>tweets</i> em consonância com os jogos de inversão de sentido propostos pelo enunciador de Nair).	Bambino1: @nairbello É Jesus, nonna! Não tem aquele lance de "Jesus te ama"? Então! Bambino2: @nairbello É Tonho da Lua querendo te esculpir, vêia! Bambino3: @nairbello é o Gagliasso barbu do?	Interpretação Os bambinos são julgados por sua performance como verdadeiramente interativos e criativos Retribuição Sanção positiva: bambinos ganham como retribuição um retweet de NairBello
$F_{(descobrir)}; [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Ov_{interatividade})]$	$F_{(dar\ RT)}; [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{querer-fazer})]$ $F_{(se\ criativo)}; [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{saber-fazer})]$	$F_{(dar\ RT)}; [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Nair} \cap Ov_{popularidade})]$ $F_{(descobrir)}; [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Ov_{interatividade})]$	$F_{(dar\ RT)}; [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Ov_{popularidade})]$
Para se divertir, bambinos interagem com o perfil NairBello. NairBello: Cremes para o rosto: já comi. NairBello: Pout-pouri para aromatizar ambientes: já comi. (nomear coisas não-comestíveis que já comeu)	Para interagir (poder-fazer) bambinos precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (retvirar e responder publicações de Nair); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (publicar <i>tweets</i> em consonância com os jogos de inversão de sentido propostos pelo enunciador de Nair).	Bambino1: @nairbello whyskas sache: já comi. Bambino2: @nairbello Biscrok, já comi Bambino3: @nairbello Tampa da caneta bic: Já comi!	Interpretação Os bambinos são julgados por sua performance como verdadeiramente interativos e criativos Retribuição Sanção positiva: bambinos ganham como retribuição um retweet de NairBello
$F_{(nomear)}; [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Ov_{interatividade})]$	$F_{(dar\ RT)}; [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{querer-fazer})]$ $F_{(se\ criativo)}; [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{saber-fazer})]$	$F_{(dar\ Reply)}; [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Nair} \cap Ov_{popularidade})]$ $F_{(nomear)}; [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Ov_{interatividade})]$	$F_{(dar\ RT)}; [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Ov_{popularidade})]$

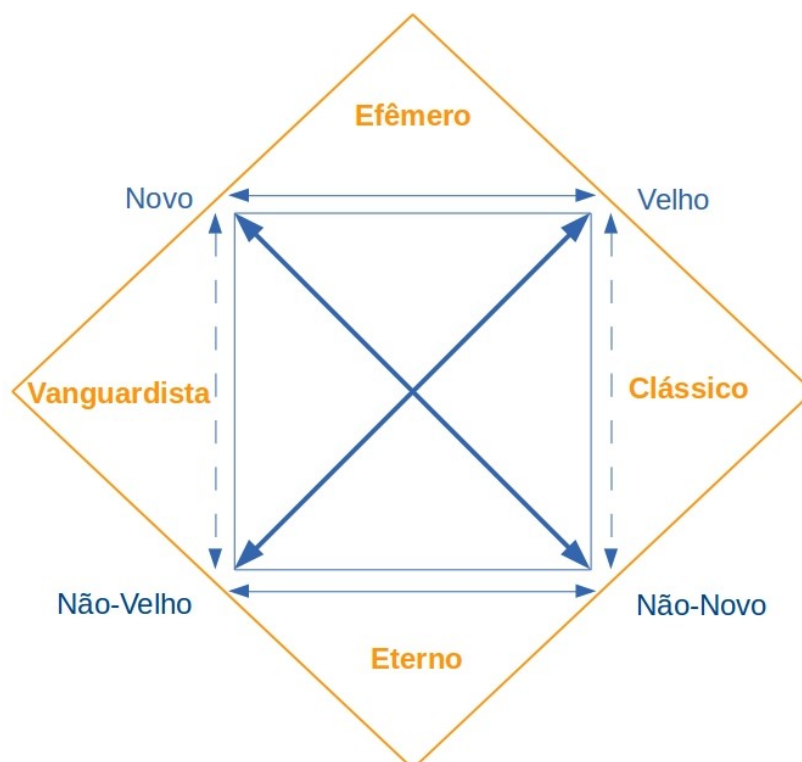
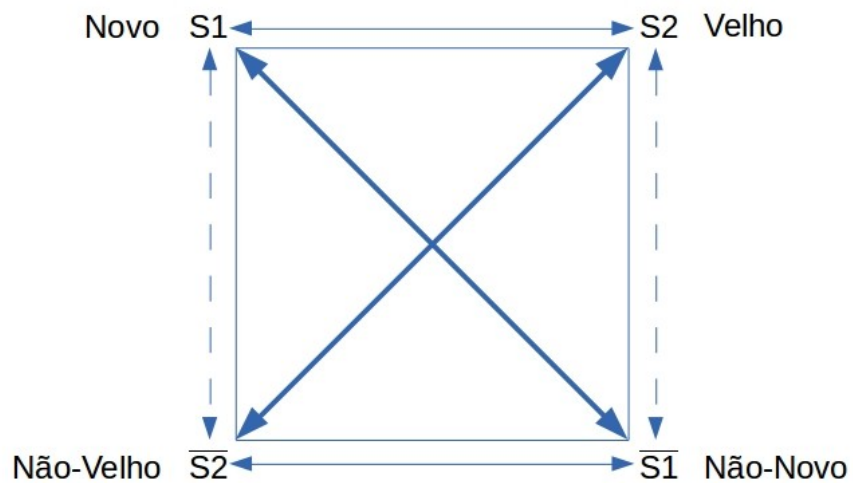
Destinador-Manipulador (NairBelo)	Sujeito (Bambinos)	Destinador-Julgador (NairBelo)
Manipulação		Performance
Para se divertir, bambinos interagem com o perfil NairBelo. NairBelo: BINGO #AsNonnaPira (nomear coisas das quais velhas "gostam")	Para interagir (poder-fazer) bambinos precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (retuitar e usar a hashtag proposta por NairBelo); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (publicar <i>tweets</i> em consonância com os jogos de inversão de sentido propostos pelo enunciador de Nair).	Interpretação Os bambinos são julgados por sua performance como verdadeiramente interativos e criativos R atribuição Sanção positiva: bambinos ganham como retribuição um retweet de NairBelo
$F_{(nomear)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap OV_{interatividade})]$	$F_{(dar RT)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap OM_{querer-fazer})]$ $F_{(usar criativo)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap OM_{saber-fazer})]$	$F_{(dar RT)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap OV_{popularidade})]$
Para se divertir, bambinos interagem com o perfil NairBelo. NairBelo: PROVA 1: A polícia da Bahia está em greve e a cidade está um CAOS! Conte ao governador @jaqueswagner as últimas notícias! #GincanaDaNonna (inventar notícias engraçadas)	Para interagir (poder-fazer) bambinos precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (responder e usar a hashtag proposta por NairBelo); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (publicar <i>tweets</i> em consonância com os jogos de inversão de sentido propostos pelo enunciador de Nair).	Interpretação Os bambinos são julgados por sua performance como verdadeiramente interativos e criativos R atribuição Sanção positiva: bambinos ganham como retribuição um retweet de NairBelo
$F_{(inventar)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap OV_{interatividade})]$	$F_{(dar RT)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap OM_{querer-fazer})]$ $F_{(usar criativo)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap OM_{saber-fazer})]$	$F_{(dar RT)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap OV_{popularidade})]$
Para se divertir, bambinos interagem com o perfil NairBelo. NairBelo: PROVA 2: A bambina @giseleofficial consolou o marido que ontem perdeu o título do Super Bowl. Ofereça PRÊMIOS DE CONSOLAÇÃO! #GincanaDaNonna (sugerir prêmios de consolação estapafúrdios)	Para interagir (poder-fazer) bambinos precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (responder e usar a hashtag proposta por NairBelo); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (publicar <i>tweets</i> em consonância com os jogos de inversão de sentido propostos pelo enunciador de Nair).	Interpretação Os bambinos são julgados por sua performance como verdadeiramente interativos e criativos R atribuição Sanção positiva: bambinos ganham como retribuição um retweet de NairBelo
$F_{(sugerir)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap OV_{interatividade})]$	$F_{(dar RT)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap OM_{querer-fazer})]$ $F_{(usar criativo)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap OM_{saber-fazer})]$	$F_{(dar RT)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap OV_{popularidade})]$

Destinador-Manipulador (NairBelo)	Sujeito (Bambinos)	Destinador-Julgador (NairBelo)
Manipulação		Performance
Competência		Performance
Para se divertir, bambinos interagem com o perfil NairBelo. NairBelo: PROVA 3: A @Val_Marchiori é uma mulher rica e vai comprar o que você oferecer pra ela só pra te ajudar! VENDA! #GincanaDaNonna (vender coisas velhas ou sem valor)	Para interagir (poder-fazer) bambinos precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (responder e usar a hashtag proposta por NairBelo); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (publicar <i>tweets</i> em consonância com os jogos de inversão de sentido propostos pelo enunciador de Nair).	Bambino1: Hey @Val_Marchiori to vendendo meu rim esquerdo pra pagar umas continhas atrasadas, o q acha? #GincanaDaNonna Bambino2: @Val_Marchiori compra minha cachorrinha viralata e dá uma vida de princesa pra ela? Ela tá baratinha... x) #GincanaDaNonna Bambino3: @Val_Marchiori Vendo Corcel II ano 78, RS 1.700,00. Bem conservado, único dono!! Desconto pra você, por causa da #GincanaDaNonna.
$F_{(vender)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap O_{Vinteratividade})]$	$F_{(dar RT)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{querer-fazer})]$ $F_{(ser criativo)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{saber-fazer})]$	$F_{(dar RT)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap O_{Vpopularidade})]$
Para se divertir, bambinos interagem com o perfil NairBelo. NairBelo: PROVA 4: O @PBaL vai expulsar alguém do BBB amanhã e precisa de frases poéticas. Vamos ajudá-lo?! #GincanaDaNonna (criar frases poéticas)	Para interagir (poder-fazer) bambinos precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (responder e usar a hashtag proposta por NairBelo); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (publicar <i>tweets</i> em consonância com os jogos de inversão de sentido propostos pelo enunciador de Nair).	Bambino1: #GincanaDaNonna @PBaL "Camurão que dorme, a onda leva! Venha nadar aqui fora!" Bambino2: @PBaL "vem fechar um contrato com a Playboy aqui fora, Fabiana!!" #GincanaDaNonna Bambino3: @PBaL A vida é um jogo e jogar faz parte da vida e quem sai hoje é: #GincanaDaNonna
$F_{(criar)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap O_{Vinteratividade})]$	$F_{(dar RT)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{querer-fazer})]$ $F_{(ser criativo)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{saber-fazer})]$	$F_{(dar RT)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap O_{Vpopularidade})]$
Para se divertir, bambinos interagem com o perfil NairBelo. NairBelo: PROVA 5: A @CampusPartyBRA é um evento com 5 mil bambinos viciados em computador ACAMPADOS. Mantle dicas para os nerds! #GincanaDaNonna (sugerir dicas inúteis)	Para interagir (poder-fazer) bambinos precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (responder e usar a hashtag proposta por NairBelo); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (publicar <i>tweets</i> em consonância com os jogos de inversão de sentido propostos pelo enunciador de Nair).	Bambino1: A maior dica de todas: Favor Lavar as Mãos. @CampusPartyBRA #GincanaDaNonna Bambino2: @nairbello @CampusPartyBRA Não esquece de perder a virgindade uma hora desses plmds #GincanaDaNonna Bambino3: @CampusPartyBRA Busquem Enriquecimento! #GincanaDaNonna
$F_{(sugerir)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap O_{Vinteratividade})]$	$F_{(dar RT)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{querer-fazer})]$ $F_{(ser criativo)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{saber-fazer})]$	$F_{(dar RT)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap O_{Vpopularidade})]$
Para se divertir, bambinos interagem com o perfil NairBelo. NairBelo: Baila tu cuerpo alegrá Madalena... (corrigir NairBelo; velhos erram as letras de música)	Para interagir (poder-fazer) bambinos precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (perceber o erro e responder NairBelo); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (responder em consonância com os jogos de inversão de sentido propostos pelo enunciador de Nair).	Bambino1: @nairbello É Macarena, Nonna. Bambino2: @nairbello Macarena, Macarena! Você é meu bem querido! Eu vou falar pra todo mundo, vou falar pra todo mundo... Bambino3: @nairbello Dale a tu cuerpo alegrá Madalena, o peito percheeeeu
$F_{(corrigir)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap O_{Vinteratividade})]$	$F_{(dar Reply)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{querer-fazer})]$ $F_{(ser criativo)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{saber-fazer})]$	$F_{(dar RT)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap O_{Vpopularidade})]$

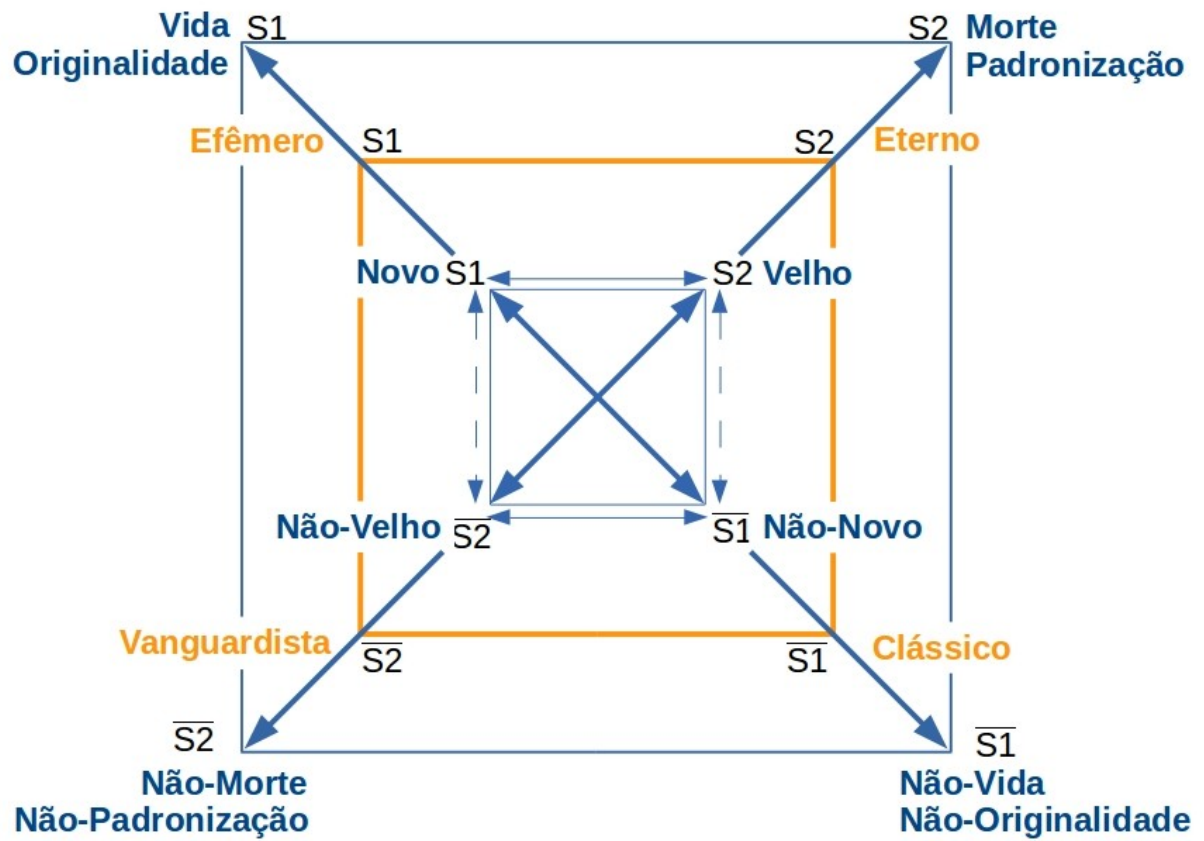
Destinador-Manipulador (NairBelo)	Sujeito (Bambinos)	Destinador-Julgador (NairBelo)
Manipulação		Performance
Para se divertir, bambinos interagem com o perfil NairBelo. NairBelo: Bah, bambino @obairista, está triponto para a entrevista com a Nona na @CampusPartyBRA semana que vem?! BAH TCHÊ! (Nona versão gaúcha) (corrigir NairBelo; velhos erram as arrobas)	Para interagir (poder-fazer) bambinos precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (perceber o erro e responder NairBelo); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (responder em consonância com os jogos de inversão de sentido propostos pelo enunciador de Nair). $F_{(dar\ Reply)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{querer-fazer})]$ $F_{(ser\ criativo)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{saber-fazer})]$	Interpretação Os bambinos são julgados por sua performance como verdadeiramente interativos e criativos Retribuição Sanção positiva: bambinos ganham como retribuição um retweet de NairBelo $F_{(dar\ RT)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Ov_{popularidade})]$
Para se divertir, bambinos interagem com o perfil NairBelo. NairBelo: Sou do tempo em que não havia animais em extinção. (corrigir NairBelo, animais extintos há muito tempo)	Para interagir (poder-fazer) bambinos precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (responder e usar a hashtag proposta por NairBelo); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (publicar <i>twerts</i> em consonância com os jogos de inversão de sentido propostos pelo enunciador de Nair). $F_{(dar\ Reply)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{querer-fazer})]$ $F_{(ser\ criativo)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{saber-fazer})]$	Interpretação Os bambinos são julgados por sua performance como verdadeiramente interativos e criativos Retribuição Sanção positiva: bambinos ganham como retribuição um retweet de NairBelo $F_{(dar\ RT)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Ov_{popularidade})]$
Para se divertir, bambinos interagem com o perfil NairBelo. (declarar que gosta de NairBelo)	Para interagir (poder-fazer) bambinos precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (mencionar NairBelo); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (afirmar sua consonância com os jogos de inversão de sentido propostos pelo enunciador de Nair). $F_{(dar\ Reply)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{querer-fazer})]$ $F_{(ser\ criativo)}: [S_{Bambinos} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Om_{saber-fazer})]$	Interpretação Os bambinos são julgados por sua performance como verdadeiramente interativos e criativos Retribuição Sanção positiva: bambinos ganham como retribuição um retweet de NairBelo $F_{(dar\ RT)}: [S_{Nair} \Rightarrow (S_{Bambinos} \cap Ov_{popularidade})]$

1.3. Estruturas semânticas fundamentais

a) Quadrado semiotico das categorias /novo vs velho/ e seus metatermos



b) Sobreposição do quadrado semiótico a partir de seus metatermos



#2

Dilma Bolada

2.1. Publicações de Dilma Bolada no Facebook

2.1.1. Linguagem verbal-escrita

a) biografia

Sou linda, sou diva, sou Presidenta. Sou Dilma! Sou uma sátira, se você não sabe o que é uma sátira, pega o número na fila do Bolsa Escola!

b) publicações

- | | | | |
|--------|---|--------|--|
| 20 Mai | Ressurgindo das cinzas como uma Fênix linda e vermelha! Reestreando no Facebook com uma nova Fan page mas com o mesmo endereço porque quem manda sou eu! Bolsa escola pro Mark e pra todos os empregados dele que não sabem o que é uma sátira! | 20 Mai | mais sobre o assunto. |
| 20 Mai | Sou linda, sou diva, sou Presidenta! Sou Dilma! | 20 Mai | Em apenas 1,5 hora atingimos o número de 1000 curtidas na Página Dilma Bolada! Obrigada, dilmetes! RETORNO TRIUNFAL! |
| 20 Mai | WHO RUN THE WORLD? DILMA! WHO RUN THE WORLD? DILMA! | 21 Mai | . (via celular) |
| 20 Mai | Pelo visto o jogador Herrera do Botafogo está aprendendo direitinho comigo dando fora nos chatos da Globo. Ele me faz lembrar quando eu dei um fora na intrometida da Poeta quando ela foi lá em casa, se lembram? kkkkk | 21 Mai | Bom dia, internautas! Que saudade do Face pela manhã... estou felicíssima por estar de volta! Hoje vai rolar uma parada lá em Santa Catarina. Partiu Floripa! (via celular) |
| 20 Mai | A Xuxa revelando tudo ao Fantástico menos que ela sonegou imposto de renda em 2009. | 21 Mai | Embarcando para Laguna, SC pra inaugurar uma ponte dilmais. Acho que vou mudar o nome da cidade para Laguna Beach, o que acham? (via celular) |
| 20 Mai | Incrível como o tempo passa mas tudo continua no mesmo. Quanta gente desocupada online no Facebook em pleno domingo à noite! | 21 Mai | Inaugurei mais uma obra na BR-101 pros tucanos deitarem! (via celular) |
| 20 Mai | PROCURA-SE: Jovem que diz se passar por mim em redes sociais! [Twitter: Dilma ganha prêmio no lugar de sua versão falsa - OGlobo.Com] | 21 Mai | Uma das melhores partes de ser Presidenta é poder chegar no lugar mandando e se alguém reclamar posso falar: ESTE ESTABELECIMENTO ESTÁ DENTRO DO TERRITÓRIO NACIONAL, PORTANTO QUEM MANDA AQUI SOU EU!!! |
| 20 Mai | Pensando em colocar a Xuxa como Presidenta da CPI... acho que assim o povo passará a se interessar | 21 Mai | Simplesmente... LINDA! [imagem A] |
| | | 21 Mai | Critiquei a banda larga no Brasil mesmo: é lenta, precisa ser 'acima de 5 megabits' Velocidade ainda |

- abaixo do ideal - Estadão.Com.Br]
- 21 Mai Euzinha super feliz na inauguração das obras da Ponte sobre a lagoa de Imaruá da BR-101 e esse senhor que estava do meu lado e não parava de rir, esqueci o nome dele. rsrs - em Laguna [imagem B]
- 21 Mai Não aguento mais a Marina Silva me enviando e-mails com gifs animados de folhas verdes caindo, florestas, passarinhos voando e com mensagens sobre conscientização sobre impressão em fonte tamanhos 44 no fim do e-mail. Adicionei na lista de spam.
- 21 Mai Estou boladíssima com essa lentidão da internet do nosso país...
- 21 Mai Momentos... [Álbum - imagens de C a H] Momentos felizes desta longa jornada, inesquecível...
- 21 Mai Vou mandar a TV Brasil produzir o Carrossel da Dilma. Na abertura terá um ministro em cima de cada cavaleiro e eu controlando o brinquedo com um botão de ejetar para cada assento!
- 22 Mai Boatos de que tá rolando promoção de carros nas concessionárias por causa da redução de IPI: 3 por 10. Corram internautas!!! (via celular)
- 22 Mai Vontade danada de vestir minha fantasia de Super Dilma, enfiar o pé na porta daquela CPI, invadir a sala e obrigar o Cachoeira a confessar tudo... (via celular)
- 22 Mai Está online a Presidenta mais competente, inteligente, honesta, generosa, bondosa, sensata, ousada, corajosa, educada, solidária, sincera, legal, engraçada, leal, talentosa, dedicada, simpática, carinhosa, linda e modesta que este país já teve: EU!
- 22 Mai Depois da redução de IPI, a próxima meta do meu Governo será a redução do preço do Kinder Ovo e da Nutella: quero que tudo custe R\$1,00!
- 22 Mai Semana que vem entra em vigor a Medida Provisória que criei hoje e será promulgada amanhã. Confira o texto base: "- Todo e qualquer jogador de futebol que comemorar um gol fazendo dancinhas ridículas tais como "Ai se eu te pego"; "Tche tcherere tche tche"; "Eu quero tchu, eu quero tcha" e afins terá voz de prisão decretada logo após o termino da partida e será automaticamente exilado do país sem quaisquer direitos ou reclamações." Dilma Vana Rousseff, Presidenta da República - Brasília, 22 de Maio de 2012; 191o da Independência e 124o da República.
- 22 Mai Vou colocar uma obra do PAC 2 bem no meio da Avenida Brasil só pra aparecer na novela! #propagandas #estrategias
- 22 Mai Acabou de passar uma matéria sobre mim e o Shorty Awards no Furo MTV! Quem não assistiu, fique acordado (porque sei que vocês vão enrolar amanhã mesmo pra acordar) que passa reprise hoje à meia-noite!
- 22 Mai Vou mandar mudar a cor do Facebook pra vermelho para combinar mais comigo... esse azul lembra muito a tucanada...
- 22 Mai Arrumando o cachecol... estilosa! [imagem I]
- 22 Mai Twittando... [imagem J]
- 22 Mai Chegando como uma estrela cercada de jornalistas e fãs! Bjs pros dilmetes! [imagem K]
- 23 Mai Lamento profundamente as diversas paralisações no transporte público em várias partes do país. Ainda bem que tenho um avião, o Dilmair Force One, né? (via celular)
- 23 Mai Se tá difícil pra mim imagina pra você que enfretou a greve do transporte público hoje. Puxado...
- 23 Mai EUZINHA BOLADÍSSIMA NA MTV BRASIL ONTEM... [Link Furo MTV - MTV Brasil]
- 23 Mai Curiosidade: quando Lula assiste aos jogos do Corinthians em casa, assim q liga a TV no jogo, Marisa tira todos os objetos de valor da sala. (via celular)
- 23 Mai Todos os estádios da Copa de 2014 terão um D gigante no meio de campo para todos sempre se lembrarem de mim durante os jogos! (via celular)
- 24 Mai Fim da greve dos metroviários e vitória do Corinthians: amanhã teremos um dia de paz e tranquilidade em São Paulo! (via celular)
- 24 Mai Hoje é dia de veto, bebê! (via celular)
- 24 Mai Passei no corredor e um segurança começou a cantar "What Makes you Beautiful" do One Direction. Senti uma indireta... (via celular)
- 24 Mai Estou boladíssima...
- 24 Mai O Ministério da Cultura irá lançar o Programa IVETE PARA TODOS em parceria com a Caco de Telha, produtora da minha amiga Ivete! Enquanto isso a Claudia vai ficar lá sentada... - Com Ivete Sangalo [imagem L]
- 24 Mai Preciso fazer um monte de coisa importante mas estou no Facebook :(
- 24 Mai Euzinha feliz... E> [imagem M]
- 24 Mai Euzinha entediada... [imagem N]
- 24 Mai Fui eleita pra governar e não pra ser simpática, se não me curte pega suas trouxas e mete o pé, o Paraguai é logo ali.
- 24 Mai ATENÇÃO: Está decretado feriado amanhã para todos os dilmetes que estiverem curtindo a página e compartilhar este post! Obs.: Imprima o post e leve na segunda-feira para seu chefe/professor para justificar sua falta. Bjs, Dilma.
- 24 Mai Liguei pro Mark Zuckerberg e mandei ativar os visitantes recentes no Facebook Brasil. Entra no ar hoje à meia-noite! Quero ver o circo pegando fogo!!!
- 24 Mai Ficar 100 anos esperando não deve ser fácil. Pensando em criar o Bolsa Libertadores pro Corinthians... quem sabe assim vai, né?
- 25 Mai VETEI PRA MOSTRAR QUE QUEM MANDA AQUI SOU EU! SOU LINDA, SOU DIVA, SOU PRESIDENTA, SOU DILMA! (via celular)
- 25 Mai Acho que hoje o primeiro brinde do happy-hour/balada de todo brasileiro deveria ser em minha homenagem! #Dilmaravilha (via celular)
- 26 Mai Pensando em comprar todas as cabines telefônicas vermelhas de Londres e mandar instalar nas cidades brasileiras...
- 26 Mai Bjs [Compartilhamento - foto de Larissa Ferrari - imagem O]
- 26 Mai E> E> E> (12) [imagem P]
- 26 Mai Não entendo porquê vocês ficam comentando aqui e no twitter "kkk" e outras variações de risadas quando eu falo alguma coisa. Vocês são retardados? Eu sou Presidenta e não comediante!
- 26 Mai COSPLAY CICLOPE X-MEN! [imagem Q]
- 26 Mai ESTOU LINDA? () Sim; () Claro; () Com certeza. [imagem R]
- 26 Mai Acho que estou apaixonada...
- 27 Mai E a vontade zero de trabalhar amanhã, hein? (via celular)
- 28 Mai Está online a Presidenta mais linda da história deste país: EUZINHA!
- 28 Mai CONFIRMEM PRESENÇA AMANHÃ E CONVIDEM SEUS AMIGOS! [Evento: Feriado do

- Dia Nacional dos Dilmetes - 29/03/12]
- 28 Mai Euzinha estilo Moulin Rouge e meu brother Obamão na beira da piscina depois do xurras que rolou lá em casa... saudades! - em Brasília. [imagem H]
- 28 Mai Olha que coisa mais linda, Mais cheia de graça... É ela a Dilminha Que vem e que passa... Num doce balanço A caminho de Brasília.. JJ #Dilmacantante #compositora #Dilmais
- 28 Mai B O L A D Í S S I M A [imagem T]
- 29 Mai ESTOU ONLINE! Por favor, todos de pé!
- 29 Mai Depois que as obras de reforma do Maracanã terminarem, vou mandar pintar o gramado todo de vermelho para que em todos os jogos todos se lembrem de mim!
- 29 Mai Já chegamos aos 4.000 dilmetes fãs aqui no Facebook! DILMAIS!!!
- 29 Mai Internautas... [Compartilhamento - status de Natalia Haydu - EXISTE UM PERFIL FALSO, CHAMADO DE DILMA BOLADA. ENGANANDO OS INTERNAUTAS, INVESTIGUEM E MANDEM A POLICIA PRENDER QUEM MONTOU ISSO... SE A DILMA ME CONFIRMAR NO BLOG OFICIAL DELA, QUE AQUELA AFRONTA É DELA TD BEM, MAS EU NÃO ACREDITO, QUE A
- PRESIDENTA ACEITARIA UMA ABERRAÇÃO COMO ESTA, ESSE FAKE RIDICULO.. E DE MÁ-FÉ... POLÍCIA NO DILMA BOLADA, É UM PERFIL DE FICÇÃO... É UM PERFIL FALSO.. É CRIME...]
- 29 Mai Queria ser Presidenta pra sempre... :(
- 29 Mai Papo reto agora... acho que vou mesmo restaurar a Monarquia e me tornar Rainha!
- 29 Mai Vou mandar cortar a internet de todos que ficarem comentando sobre A Fazenda no Facebook
- 30 Mai Estive sumida do Facebook hoje porque não sou desocupada igual a vocês pra ficar o dia inteiro na internet à toa.
- 30 Mai Placar final: DILMA 4 X 1 OBAMA - Liguei pro Obama pra zuar ele por causa da derrota dos EUA pro Brasil no jogo de hoje e quem atendeu foi a Michelle. Ela disse que ele não tava em casa. Deve tá bolado se escondendo de mim. kkk
- 31 Mai Estou online! CURVEM-SE!
- 31 Mai Pros desinformados: AMANHÃ É FERIADO! #DilmetesDay [Evento: Feriado do Dia Nacional dos Dilmetes]
- 31 Mai Acho que vou convidar a Carminha pra ser minha assessora. Adoro o estilo dela!

2.1.2. Linguagem pictórica

a) Imagem do perfil em 2012



b) Imagens publicadas pelo perfil



2.2. Esquemas narrativos de Dilma Bolada

2.2.1. PN de Dilma Bolada

Destinador-Manipulador (Imprensa)	Sujeito (Dilma Bolada)	Destinador-Julgador (Dilmetes)
Manipulação		
Imprensa duvida que Dilma Rousseff consiga governar o Brasil. Dilma Rousseff fica "bolada" e torna-se um sujeito do dever-fazer: desenvolver que "munda".	Dilma Bolada manda DilmaBolada: Uma das melhores partes de ser Presidenta é poder chegar no lugar mandando e se alguém reclamar posso falar: ESTE ESTABELECIMENTO ESTÁ DENTRO DO TERRITÓRIO NACIONAL, PORTANTO QUEM MANDA AQUI SOU EU!!! DilmaBolada: Depois da redução de IPTU a próxima meta do meu Governo será a redução do preço do Kinder Ovo e da Nutella: quero que tudo custe R\$1,00! DilmaBolada: Vou colocar uma obra do PAC 2 bem no meio da Avenida Brasil só pra aparecer na novela! #propagandas DilmaBolada: Vou mandar mudar a cor do Facebook pra vermelho para combinar mais comigo... esse azul lembra muito a tucanduba... DilmaBolada: O Ministério da Cultura irá lançar o Programa IVETE PARA TODOS em parceria com a Caco de Têlha, produtora da minha amiga Ivete! Enquanto isso a Claudia vai ficar lá sentada... - Com Ivete Sangalo [imagem LJ] DilmaBolada: ATENÇÃO: Está decretado feriado amanhã para todos os dilmetes que estiverem curtindo a página e compartilharem este post! Obs.: Imprima o post e leve na segunda-feira para seu chefe/professor para justificar sua falta. Bjs, Dilma. DilmaBolada: Vou mandar cortar a internet de todos que ficarem comentando sobre A Fazenda no Facebook DilmaBolada: Está online! CURVEM-SE!	Interpretação: DilmaBolada era sujeito de um dever-fazer. Seu cargo de presidente lhe garante um poder-fazer. Ela então executa sua performance e manda no Brasil. Mas suas ordens estão fora de contexto: ela manda em coisas que um presidente não pode mandar. Dilma Bolada parece mandar (parece), mas não manda (não é) – vive, portanto, uma mentira. Distribuição Sanção negativa: o sujeito é considerado de risível
$F_{(governabilidade)}: [S_{Imprensa} \Rightarrow (SD_{Dilma} \cup OV_{acordância})]$	$F_{(ser presidente)}: [SD_{Dilma} \Rightarrow (SD_{Dilma} \cap OM_{poder-fazer})]$	$F_{(negativa)}: [(SD_{Dilmetes} \Rightarrow (SD_{Dilma} \cup OV_{acordância}))]$

2.2.2. PN da Página

Destinador-Manipulador (Enunciador)	Sujeito (Enunciário)	Competência	Performance	Destinador-Julgador (Enunciador)
Manipulação				
Se você aceitar a ascendência de Dilma Rousseff, poderá se divertir com a não-ascendência de Dilma Bolada.	Enunciário assume-se dilmete e interage com a página. (PN de Uso: PN dos Dilmetes)	Enunciário se auto-manipula em busca de diversão; torna-se um sujeito do querer-fazer. Para poder se divertir (poder-fazer), o enunciário precisa aceitar contrato proposto por Dilma Bolada e compreender o perfil como uma paródia (saber-fazer), na qual os sentidos estão invertidos.		Interpretação Enunciário responde brincadeiras de Dilma Bolada com inversões e ironias (parece aceitar o contrato) e expressa sua concordância com o objeto-valor ascendência (de fato aceitou). Retribuição Sanção positiva: é reconhecido como um dilmete.
$F_{(Dilma)}: [S_{(fizar)} \Rightarrow (S_{(Hário)} \cap O_{(Vdiversão)})]$		$F_{(Dilma)}: [S_{(Hário)} \Rightarrow (S_{(Hário)} \cap O_{(Vdiversão)})]$	$F_{(intergr)} \Rightarrow [S_{(Hário)} \Rightarrow (S_{(Hário)} \cap O_{(Vinteratividade)})]$	$F_{(ser\ Dilmete)}: [S_{(fizar)} \Rightarrow (S_{(Hário)} \cap O_{(Vascendência)})]$

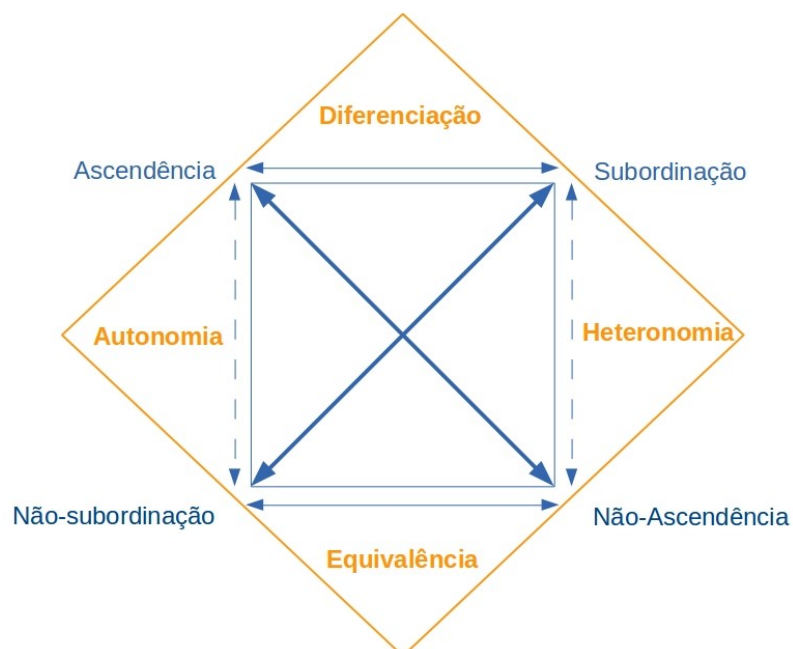
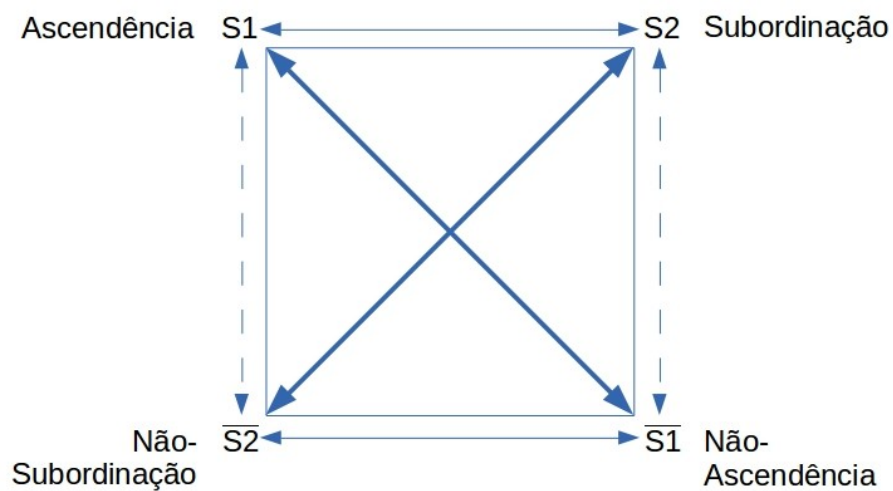
2.2.3. PN dos Dilmetes

Destinador-Manipulador (DilmaBolada)	Sujeito (Dilmetes)	Competência	Performance	Destinador-Julgador (DilmaBolada)
Manipulação				
Para se divertir, dilmetes interagem com a página de Dilma Bolada. Dilma: ESTOU ONLINE! Por favor, todos de pé! (fizar em pé, realizar os ritos de uma solenidade)	Dilmete1: Boa noite, excelentíssima! Dilmete2: me obrigue '!' Dilmete3: UHAUHAUHA EURI Dilmete4: 'ol' Dilmete5: ui, bolá! agora! Dilmete6: OUVIRAM DO PIRANGA AS MARGENS PLÁCIDAS / DE UM POVO HERÓICO O BRADO RETUMBANTE, / E O SOL DA LIBERDADE, EM RAIOS FULGIDOS, / BRILHOU NO CÉU DA PÁTRIA NESSE INSTANTE. / SE O PENHOR DESSA IGUALDADE.....	Para interagir (poder-fazer) dilmetes precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (retwitar e responder publicações de Dilma); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (publicar mensagens em consonância com os sentido propostos pelo enunciador de Dilma).		Interpretação Os dilmetes são julgados por sua performance como verdadeiramente interativos e criativos Retribuição Sanção positiva: Dilma Bolada agradece aos dilmetes
$F_{(fizar\ em\ pé)}: [S_{(Dilma)} \Rightarrow (S_{(Dilma)} \cap O_{(Vinteratividade)})]$		$F_{(esperar)}: [S_{(Dilmetes)} \Rightarrow (S_{(Dilmetes)} \cap O_{(Mquerer-fizar)})]$ $F_{(ser\ criativo)}: [S_{(Dilmetes)} \Rightarrow (S_{(Dilmetes)} \cap O_{(Msaber-fizar)})]$	$F_{(esperar)}: [S_{(Dilmetes)} \Rightarrow (S_{(Dilmetes)} \cap O_{(Vinteratividade)})]$	$F_{(agradar)}: [S_{(Dilma)} \Rightarrow (S_{(Dilmetes)} \cap O_{(Vdiversão)})]$

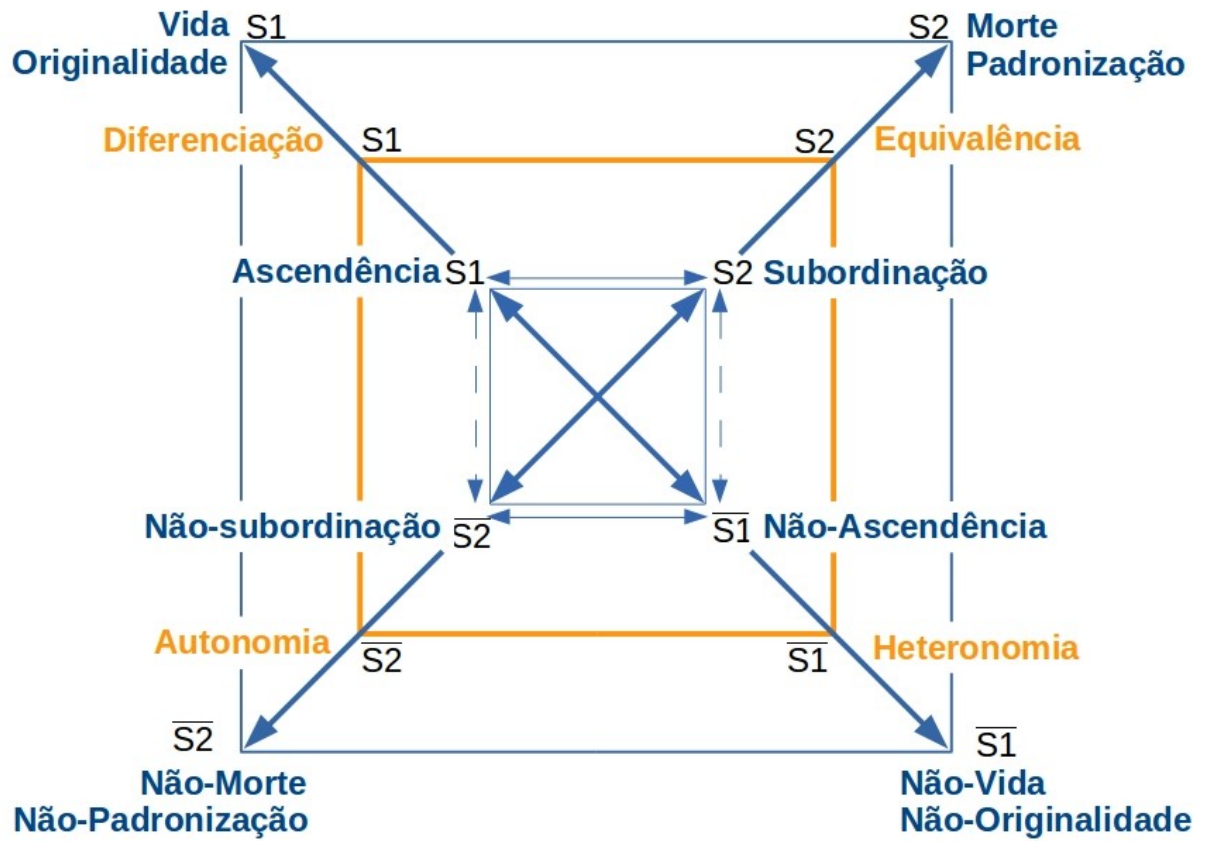
Destinador-Manipulador (DilmaBolada)	Sujeito (Dilmetes)	Destinador-Julgador (DilmaBolada)
Manipulação		Performance
Para se divertir, dilmetes interagem com a página de Dilma Bolada. Dilma: Se tá difícil pra mim imagina pra você que enfriei a greve do transporte público hoje. Puxado...	Para interagir (poder-fazer) dilmetes precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (retuitar e responder publicações de Dilma); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (publicar mensagens em consonância com o sentido propostos pelo enunciador de Dilma). $F_{(acamar)}: [S_{Dilma} \Rightarrow (S_{Dilma} \cap O_{Vinteratividade})]$ $F_{(responder)}: [S_{Dilmetes} \Rightarrow (S_{Dilmetes} \cap O_{Mquerer-fazer})]$ $F_{(ser criativo)}: [S_{Dilmetes} \Rightarrow (S_{Dilmetes} \cap O_{Msaber-fazer})]$	Interpretação Os dilmetes são julgados por sua performance como verdadeiramente interativos e criativos Retribuição Sanção positiva: Dilma Bolada agradece aos dilmetes $F_{(agradar)}: [S_{Dilma} \Rightarrow (S_{Dilmetes} \cap O_{Vdiversão})]$
Para se divertir, dilmetes interagem com a página de Dilma Bolada. Dilma: Não entendo porquê vocês ficam comentando aqui e no twitter "kkk" e outras variações de rissadas quando eu falo alguma coisa. Vocês são retardados? Eu sou Presidenta e não comediante!	Para interagir (poder-fazer) dilmetes precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (retuitar e responder publicações de Dilma); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (publicar mensagens em consonância com o sentido propostos pelo enunciador de Dilma). $F_{(riso indiano)}: [S_{Dilma} \Rightarrow (S_{Dilma} \cap O_{Vinteratividade})]$ $F_{(responder)}: [S_{Dilmetes} \Rightarrow (S_{Dilmetes} \cap O_{Mquerer-fazer})]$ $F_{(ser criativo)}: [S_{Dilmetes} \Rightarrow (S_{Dilmetes} \cap O_{Msaber-fazer})]$	Interpretação Os dilmetes são julgados por sua performance como verdadeiramente interativos e criativos Retribuição Sanção positiva: Dilma Bolada agradece aos dilmetes $F_{(agradar)}: [S_{Dilma} \Rightarrow (S_{Dilmetes} \cap O_{Vdiversão})]$
Para se divertir, dilmetes interagem com a página de Dilma Bolada. Dilma: Depois da redução de IPI, a próxima meta do meu Governo será a redução do preço do Kinder Ovo e da Nutella: quero que tudo custe R\$1,00!	Para interagir (poder-fazer) dilmetes precisam: a) um <i>querer-fazer</i> interativo (retuitar e responder publicações de Dilma); b) um <i>saber-fazer</i> criativo (publicar mensagens em consonância com o sentido propostos pelo enunciador de Dilma). $F_{(responder)}: [S_{Dilmetes} \Rightarrow (S_{Dilmetes} \cap O_{Mquerer-fazer})]$ $F_{(ser criativo)}: [S_{Dilmetes} \Rightarrow (S_{Dilmetes} \cap O_{Msaber-fazer})]$	Interpretação Os dilmetes são julgados por sua performance como verdadeiramente interativos e criativos Retribuição Sanção positiva: Dilma Bolada agradece aos dilmetes $F_{(agradar)}: [S_{Dilma} \Rightarrow (S_{Dilmetes} \cap O_{Vdiversão})]$
$F_{(responder)}: [S_{Dilma} \Rightarrow (S_{Dilma} \cap O_{Vinteratividade})]$	$F_{(responder)}: [S_{Dilmetes} \Rightarrow (S_{Dilmetes} \cap O_{Vinteratividade})]$	$F_{(responder)}: [S_{Dilma} \Rightarrow (S_{Dilmetes} \cap O_{Vdiversão})]$

2.3. Estruturas semânticas fundamentais

a) Quadrado semiotico das categorias /ascendência/ vs /subordinação/ e seus metatermos



b) Sobreposição do quadrado semiótico a partir de seus metatermos



#3

Samira Alves

3.1. Publicações de Samira Alves no Facebook

3.1.1. Linguagem verbal-escrita

a) biografia

Capa:

Levanta a cabeça princesa, se não a coroa cai...

Samira Putinha - Mora em São Paulo, de Heliópolis

Sexo feminino - 45 amigos

Informações:

Perfil para postar podres sobre samira putinha;

DENUNCIEM:

<http://www.facebook.com/sa.xxxxx.9256>

<http://www.facebook.com/samira.xxxxxxx>

b) publicações

Samira Putinha

28 Jul Entrou no Facebook
28 Jul Começou uma amizade com **Rapaz1**
04 Ago ADOREI CONVERSAR COM O GATINHO DO **RAPAZ2**, REALMENTE É UM NOVINHO LINDO ATÉ EU PEGARIA
04 Ago A PUTINHA DA SAMIRA ALVES ONTEM FOI SE ENCONTRAR COM O **RAPAZ3** E MAIS UM PESSOAL ONTEM, AMANHÃ TEREI MAIS INFORMAÇÕES DO ROLEZINHO DE SEXTA

04 Ago FEIRA. [imagem 1¹]
ACABEI DE ME RECORDAR DO ANIVERSÁRIO DO **RAPAZ4** ONDE ESSA PUTA DA SAMIRA CATOU O **RAPAZ5**. ISSO PORQUE ELE FALOU TANTO DEPOIS QUE É MUITA COINCIDÊNCIA O RESTO DOS MENINOS DA PATENTE QUERER FICAR COM ELA LOGO DEPOIS NÉ. SE ACHA A GOSTOSONA MAIS

1 As imagens desse perfil foram suprimidas para resguardar a identidade da vítima de cyberbullying

- 11 Ago NEM SABE DE NADA.
BOM SABER QUE ESSA LESMA VOLTOU A SAIR DA TOCA... SÓ ASSIM VOU TER MAIS NOVIDADES PARA POSTAR AKI! MELHOR AINDA É SABER QUE ELA TÁ FAZENDO FACULDADE VOU DESCOBRIR EM QUAL UNIVERSIDADE É E VOU DEIXAR ELA MAL FALADA PRA TODO MUNDO DE LÁ. VAI FICAR PIXADA NA FACUL SUA PUTAH
- 16 Ago Começou uma amizade com **Rapaz6**
- 19 Ago Começou uma amizade com **Rapaz7**
- 19 Ago Começou uma amizade com **Rapaz8**
- 19 Ago Começou uma amizade com **Rapaz9**
- 15 Set BOM DIIIA, STOU DE VOLTA COM NOVIDADES QUENTÍSSIMAS. AGUARDEM!
- 18 Set Começou uma amizade com **Rapaz10**
- 18 Set Começou uma amizade com **Rapaz11**
- 30 Set minha irmã isabela [imagem 2]
- Samira Alves**
- 17 Out "Denúnciem - <http://www.facebook.com/sa.santos.18091991> (ativo, sem conteúdo) / <http://www.facebook.com/samira.carvalho?fref=ts> (ativo)"
- 17 Out mais um peguete. gostosinho ainda por sinal o **Rapaz12** [imagem 3]

3.1.2. Linguagem pictórica



3.2. Esquemas narrativos de Samira Alves

3.2.1. PN de Samira Alves

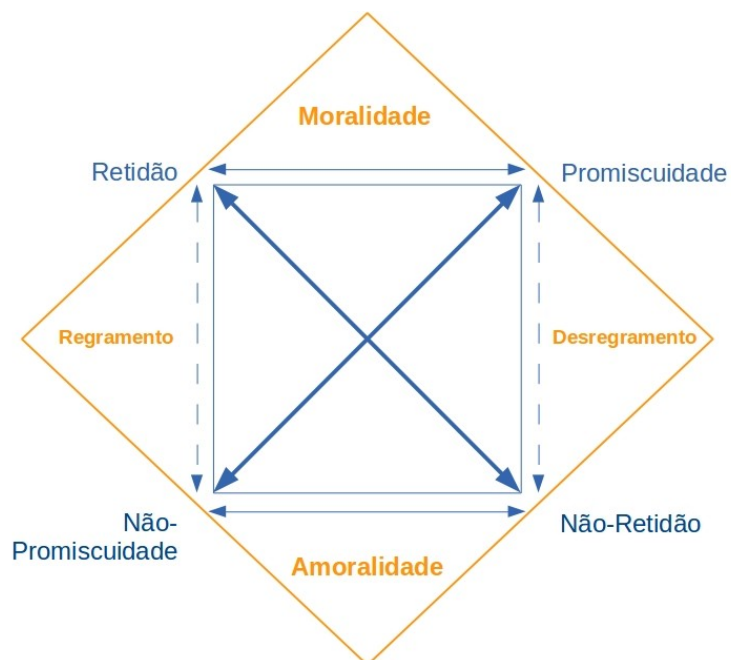
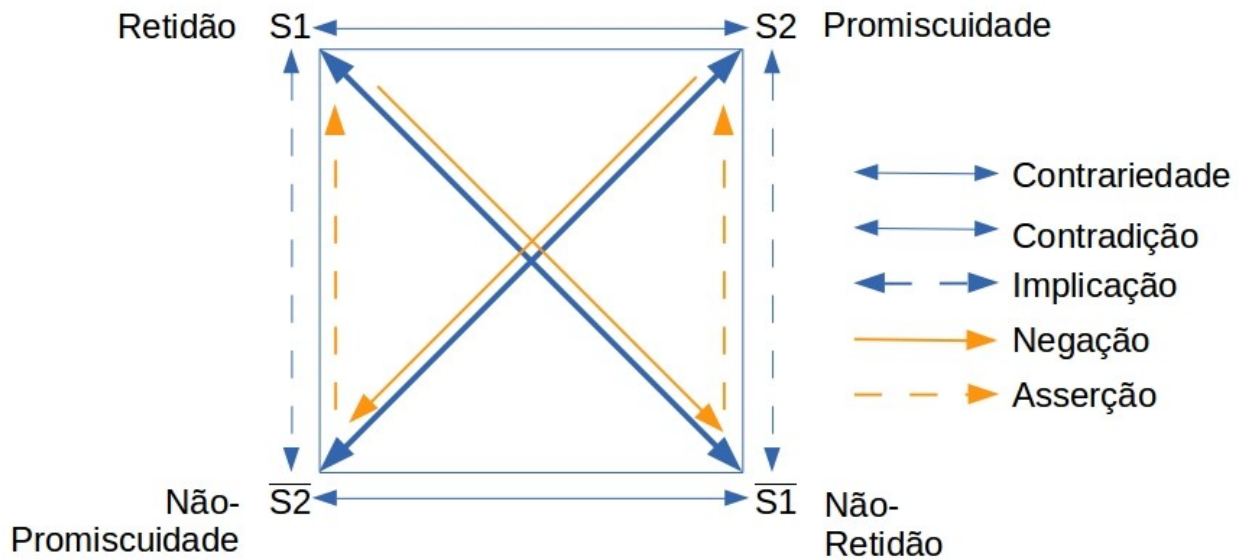
Destinador-Manipulador (Samira)	Performance			Destinador-Julgador (Narrador)
Manipulação		Competência		Sanção
Samira se automanipula para negar o objeto-valor retidão	A competência é pressuposta: Samira conta com um querer-fazer (coisas promiscuas) e um poder-fazer (visto que tem muitos amigos homens).	Em sua performance, Samira sai com vários homens diferentes Samira: A PUTINHA DA SAMIRA ALVES ONTEM FOI SE ENCONTRAR COM O RAPA3 E MAIS UM PESSOAL ONTEM, AMANHÃ TEREI MAIS INFORMAÇÕES DO ROLEZINHO DE SEXTA FEIRA. ¹⁷ Samira: mais um pagueite gostosinho ainda por sinal o Rapaz!2	Interpretação Samira coloca-se em disjunção com o objeto-valor retidão ao relacionar-se com muitos rapazes. Ela assume, assim, a promiscuidade. Samira age como uma pessoa promiscua (parecer) e, na interpretação do narrador, é promiscua.	Retribuição Sanção negativa: adjetivo de “putinha”
$F_{(ser putinha)}: [S_{Samira} \Rightarrow (S_{Samira} \cup Ov_{retido})]$	$F_{(ser putinha)}: [S_{Samira} \Rightarrow (S_{Samira} \cup Ov_{retido})]$	$F_{(ser putinha)}: [S_{Samira} \Rightarrow (S_{Samira} \cap Ov_{promiscuidade})]$		$F_{(ser putinha)}: [S_{Samira} \Rightarrow (S_{Samira} \cap Ov_{promiscuidade})]$

3.2.1. PN do Perfil

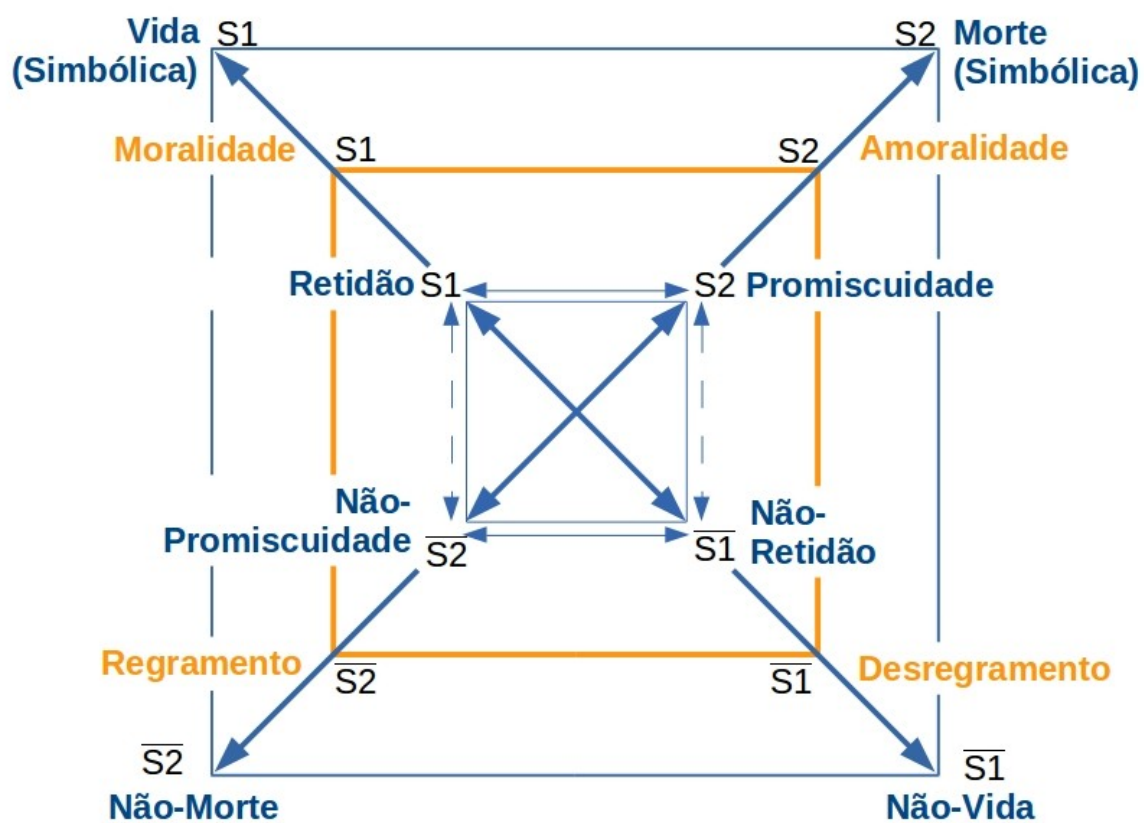
Destinador-Manipulador (Enunciador)	Manipulação		Destinador-Julgador (Enunciador)
Competência			Performance
Vocês, pessoas retas, ajudam a expor essa jovem promiscua que atenta contra a “nossa” moral (PN de Samira Putinha)	Enunciário se auto-manipula para concordar com o objeto-valor da retidão feminina (querer-ser) e, a partir desta posição, julgar a performance de Samira (saber-ser)	Enunciário concorda com e/ou compartilha as atitudes de Samira como exemplo a não ser seguido.	Sanção Interpretação Enunciário parece uma pessoa reta, que respeita as regras morais. Ele sabe reconhecer os desvios morais de Samira, logo ele é uma pessoa reta. Pode, portanto, fazer parte daquele grupo social Retribuição Sanção positiva: reconhecimento
$F_{(Samira Putinha)}: [S_{Edr} \Rightarrow (S_{Edr} \cap Ov_{retido})]$	$F_{(retido)}: [S_{Edr} \Rightarrow (S_{Edr} \cap Ov_{moralidade})]$	$F_{(retido)}: [S_{Edr} \Rightarrow (S_{Edr} \cap Ov_{moralidade})]$	$F_{(Samira Putinha)}: [S_{Edr} \Rightarrow (S_{Edr} \cap Ov_{retido})]$

3.3. Estruturas semânticas fundamentais

a) Quadrado semiótico das categorias /retidão/ vs /promiscuidade/ e seus metatermos



b) Sobreposição do quadrado semiótico a partir de seus metatermos



#4

Sophia Fernandes

4.1. Publicações de Sophia Fernandes no website Twitter

4.1.1. Linguagem verbal-escrita

a) biografias

Sophia Fernandes ! [original] @SophiaOfDreams / Porto Alegre - RS Sophia Fernandes, 18 anos, taurina, GREMISTA. http://meadd.com/shophiaofdreams
Sophia Fernandes ! [variante 1] @SophiaQueroFama Sophia F. eu quero fama, eu quero uma vaga na Tv Globo. Eu sou uma idiota, mas eu sou assim gente cadê a liberdade de expressão dessa bosta de república.
Sophia Fernandes ! [variante 2] @NordesteSophia / Nordeste Sophia Fernandes, 18 anos, torço pro FORTALEZA ♥, amo meu Nordeste!
Sophia Fernandes ! [variante 3] @SophiaNordestin / Porto Alegre - RS Sophia Fernandes, 18 anos, taurina, GREMISTA. De férias ;* http://meadd.com/shophiaofdreams

b) publicações

Sophia Fernandes ! [original]

			#NowPlaying
		09 Dez	@frovaris haha'
07 Dez	Vai aprender a falar seus otários, ninguém aqui fala tupi-guarani pra entender vocês não, seus passa fome do caralho #insultopiauiense		nooooooooooooooooooooooooooooooooooooo black ops? fala que joga dota que eu me apaixonei - brinks haha' follow tbm :) !
07 Dez	#Ficoputoquando vem esse povo medíocre do piauí querer falar merda porque falei a verdade... aliás, piauí é no brasil? haha'	09 Dez	RT @andressarz: Juro, não queria entrar na polêmica, mas é maior que eu.
07 Dez	No piauí você troca saco de bosta de cachorro por bilhete de loteria..... pra ter uma chance na vida.....	09 Dez	#Orgulhodesernordestino é passar o dia fazendo nada enquanto é sustentado pelo sul
07 Dez	Aff parem de me chamar pra ir conhecer essa bosta de lugar, porra.. eu quero viver no Brasil, não quero ir pra áfrica.. merda	09 Dez	RT @andressarz: Alguns dados pra ilustrar: os 5 IDH + altos do brasil: DF, SP, RS, SC e RJ, os 5 + baixos: AL, MA, PI, PB e SE
07 Dez	Me contaram que o nordeste é um pedaço da áfrica que se soltou e veio para no Brasil, me contaram....	09 Dez	#Orgulhodesernordestino ??
07 Dez	Tem futebol no piauí? Porra que lugar lixo, povo fica se doendo por esse pedaço de lixo amaldiçoado	09 Dez	@frovaris eaoiuuoeuioae' *---*
07 Dez	No piauí só tem raladora de mandioca e cortador de cana... seus otários. #insultopiauiense	09 Dez	If you're goinggg tooo saaaan fraaaaaaaancisco... be sure to wear some flowers in your haaaaaiiir...
07 Dez	Espírito Santo = Acre do Sul, Acre = Acre, Rondônia - Índios, RJ = Flamenguistas (Traficantes), Bahia = Macumbeiros e Cia, Piauí = ...	09 Dez	@Edsonlove77 @glroberto Claro, e jogam dinheiro fora investindo nessa porcaria ai :}.. aliás "NOSSO DINHEIRO".
07 Dez	@FabioSoousa Me informar sobre algo que não existe? Desculpa se não tenho interesse algum no seu estado, porque ele é uma bosta, bjs	09 Dez	Se vocês souberem como eu dou tanta risada disso tudo hahahahahahahahahah'
07 Dez	Não me acho uma pessoa "Superior" ao povo nordestino... porque na realidade.. nordestino não é gente né?	09 Dez	RT @60nopate: bom dia pessoal e um foda-se para quem mora acima do sul estranhos buh
07 Dez	Processa ai então, cadê a liberdade de expressão dessa bosta de república que vocês chamam de brasil? Pro inferno, mendigos	09 Dez	@jaizalmeida haha', não é assim que a banda toca ;} k
07 Dez	Me processem, babacas... estado de "4o. mundo", sai do twitter e vai cortar sua cana pra comprar teu arroz , NORDESTINO.	09 Dez	Tem que usar as câmaras de gás pra matar seu povo...! @Lorrana_Borges
07 Dez	Voltei, cadê os cortadores de cana e as raladoras de mandiocas.. ? (Povo do Piauí), eos cabeças de bosta...? (Cearenses)	09 Dez	Cesta básica do Fome zero tinha que ser Bosta de Cachorro... desperdiçar comida com esse povo "lixo" é foda.
07 Dez	Sai da internet e vai contribuir pro crescimento do seu estado então, otários... vivem no 4o. mundo e querem vir pagar de "moralistas"	09 Dez	@Mariana_ocm na realidade não tem como ler tudo haha' :}
07 Dez	Vai lá no povo de marte (piauí), busquem sua justiça, busque sua vingança...! Mas lembre-se, eram e sempre serão 4o. mundo	09 Dez	pã pã pã pã pã pã pã pã pã pã pã pã pã pã pã pã Duuuuuuu Duuuuuuuu haaaaaast... Duuu hast mich..?????
07 Dez	Para pra pensar gente ! Se eu for condenada.. vou pagar cesta básica pra alguma família carente, pode ter certeza que será do piauí! :}	09 Dez	É simples, eu acho que eles são uma merda, não fazem diferença alguma na minha vida... apenas lixo... só @hercules10rj
07 Dez	O twitter ta virando vaso sanitário... muita merda twittando. (Oimacacos)-nordestinos-piauienses-cearenses..., saindo aqui, bjs	09 Dez	@GaaMeneghetti haha', que nada... é divertidoooooooo:}}}}
08 Dez	"Esses nordestinos que comprar pc com dinheiro do bolsa família" EURIMTO - @moisesbussi	09 Dez	@XandeViana haha':} cuidado com o que você pensa em fazer... tenta dar uma de hobin hood dos nordestinos não haha':}
08 Dez	Porra, vamos trocar de CD eim... fica batendo na mesma tecla é foda... essas lições de moral... "escuta aqui... blablablaba" da em nada porra	09 Dez	@XandeViana E outra, o que você ameaçou fazer "eles" só conseguem com um mandato judicial.
08 Dez	o Acre é tão longe, que eu acredito que ele não existe, aonde deveria existir o acre existe o precipício de queda pra fora da terra.	09 Dez	@XandeViana Expor qualquer tipo de dado pessoal meu fará com que você seja tpoessado até o dia da tua morte haha' :}
08 Dez	Pelo menos eu tomo banho e a sujeira sai... ja o nordestino é a própria sujeira..... lixos	09 Dez	@XandeViana Totaklmente não :} K
08 Dez	Vai cortar tua cana nordestino... colocar a comida na mesa para seus 15 filhos se alimentarem... viver de bolsa família é fácil né?	09 Dez	@XandeViana Mais tenta aí, to pagando pra ver haha'
08 Dez	Só tem cangaceiro... cabeça de bosta nessa porra, aff	09 Dez	O que causa "paz" na humanidade é a maconha... e olha que irônia... ela é proibida... haha' @oiaure
08 Dez	Armin Van Buuren - Going Wrong (Acoustic) -	09 Dez	@XandeViana Moinhos de Vento, R. Luana Almeida... o número que é o foda haha', divulga a'i poxa !
		09 Dez	Uhuw R7 ! Vocês me odeiam? haha', otários
		09 Dez	Nordestino não nasce... é cagado.
		09 Dez	Saudades de San Francisco ://///
		09 Dez	Voltei, opa... o orgulho sumiu eim haha'
		09 Dez	k7 ja falei que não tenho interesse nessa bosta de lugar, não quero saber ow, foda-se as praias, foda-se, não quero saber... :}
		09 Dez	Tem banana não porra, vai roubar feirante... vaza

09 Dez	V manda pro R7 também.. haha', cabeças de bosta hipócritas	9 Dec	vai
09 Dez	Desiste, não vou aceitar msn haha' :}	9 Dec	@morcegolombrado , como vai meu contrerrâneo?
09 Dez	tititi... blablablabla....pode chorar... mais eu não saio daqui :} haha'	9 Dec	♪ Avidões do Forró #TocandoAgora
09 Dez	SAN FRANCISCOOOOOOOOOOOOOOOOO!	9 Dec	Gente, hoje almocei um feijãozin com farinha muito gostoso!
09 Dez	Scott McKenzie - San Francisco - #NowPlaying	9 Dec	@AhBrancao é um prazer, você sabe que nordestino é gente fina né?!
09 Dez	@AdrianoCorrea9 foda-se, faz manifestação até no japão	9 Dec	Gente, estou tão cansada hoje. Trabalhei pesado lá no sítio, arrancar batata não é fácil =/
09 Dez	Povo hipócrita do caralho, nem vale a pena tentar discutir... tem que tratar como animal mesmo... reagem como tal.	9 Dec	@AhBrancao lóóóóóóógico!
09 Dez	Pode falar a vontade , vou ler só a timeline haha' :}	9 Dec	Gente, eu vou liberar pra todo mundo que me seguir!
09 Dez	bjs	9 Dec	s2 #OrgulhodeserNordestino
09 Dez	Teresina também conhecida como Sucursal do Inferno	9 Dec	@A_preguicoso tem raiva de nordestina? :O
09 Dez	V tive que twitttar essa... ri muito eiuouauoieauoiae'	9 Dec	@CeTaLocoBlog @AhBrancao gente, vamos subir a hashtag #OrgulhodeserNordestino
09 Dez	@brunalestrange não sou gorda igual ela :) K	9 Dec	Ai que vontade de tomar um banho de açude hoje.
09 Dez	Sou obrigada a respeitar um povo que não sabe o que é respeito? Porra diariamente existe casos de xenofobia contra o sul, ninguém denuncia!	9 Dec	Sinto muita falta de andar de jumento =(
09 Dez	O Governo Brasileiro, Ministério da Justiça, povo brasileiro no geral é estranho... trata o nordeste como frágil e intocável.	9 Dec	Gente, essa @SophiaOfDreams fez um perfil falso meu e fica denegrindo a imagem do nordeste :(
09 Dez	Se fosse contra um Gaúcho, um Mineiro, um Paulista, um Carioca... tava todo mundo rindo, FATO. Mas quando é contra o nordestino...	9 Dec	@AhBrancao eu adoro!
09 Dez	Agora a macacada ta achando que to de draminha, haha' o que eu falei é mentira seus babuínos de marte?	9 Dec	Pesoar, tenho que sair, vou alimentar os bixu!
09 Dez	vou sair daqui um pouco, beijos.	10 Dec	Beijos, até mais tarde. Me sigam!!!
09 Dez	Só para alertar antes de sair, é fake ->	10 Dec	Oi gente, voltei deu muito trabalho botar aqueles bezerros no curral
09 Dez	@SophiaOf_Dreams , beijos pessoal :}	11 Dec	como vao gente?
09 Dez	#NordetinoSimSenhor ,só... só lamento.		
09 Dez	@adripp68 haha' :}		
09 Dez	Chega, não vou mais twitttar sobre isso haha		
09 Dez	Maaaaaaas... não se esqueça... eram... são... e sempre serem 4a. mundo. BEIJOOOOOOS.		
09 Dez	#AssuntoClosed		
09 Dez	aiái que sono :/ K		
09 Dez	Du... Du Hast... Du Hast miiich... ? - Rammstein - Du Hast - #NowPlaying		
09 Dez	javalto amores :}		
09 Dez	Legal e quando tu sobe no palco e te tacam garrafinhas ou latinhas, isso é o que? @lucasfresno		
09 Dez	sem hipocrisia né		
09 Dez	Já parei já @Debora_Fujimoto :}		
09 Dez	De férias, beijos :****		

Sophia Fernandes ! [variante 1]

9 Dec	@SophiaOfDreams Tv Globo eu quero uma vaga na novela. Eu sei fazer barraco tá Boninho, eu posso ir para o BBB.	10 Dec
8 Dec	Tv Globo eu quero uma vaga na novela. Eu sei fazer barraco tá Boninho, eu posso ir para o BBB.	10 Dec
8 Dec	Tv Globo eu quero uma vaga na novela. Eu sei fazer barraco tá Boninho, eu posso ir para o BBB.	10 Dec

Sophia Fernandes ! [variante 2]

9 Dec	Oi gente, desculpa ter dito aquilo naquele twitter @SophiaOfDreams, eu estava de cabeça quente!	10 Dec
9 Dec	@CeTaLocoBlog oi, to te seguindo *-* me divulga	10 Dec

Sophia Fernandes ! [variante 3]

9 Dec	OIA OIA PESSOAL, ADIVINHA QUEM É A MAIOR RETARDADA DO TWITTER/????	
10 Dec	EUUUU @SophiaOfDreams	
10 Dec	@SoPhiaDoSatanas OI SOPHII AMIGAA! OLHA COMO NÓS SOMOS SATANICAS *O*	
10 Dec	A ridícula diz: "@SophiaOfDreams nordestino tem carater? Sei não eim.." Olha quem fala (:	
10 Dec	@callmekiss_ sou muito linda mermo u-u kkk, pena que a vadia da @SophiaOfDreams fica ai me plagiando afaf	
10 Dec	@callmekiss_ huhsauhsauhsauh ownt que meigo isso gemt, *-*. Kd vadia @SophiaOfDreams Kd	
10 Dec	@_MegMozonni Obrigada por seguir *-* vamos meter pau na @SophiaOfDreams	
10 Dec	Gente que acha que acha que "Liberdade de expressão" é a mesma coisa que desrespeitar os outros --' @SophiaOfDreams	
10 Dec	Liberdade de expressão vai ser minha mão na tua cara @SophiaOfDreams	
10 Dec	@callmekiss_ kkkkkk, née, parece que tem gente que se revolta por ser feio e não morar aqui no nordeste, af af u-u @SophiaOfDreams	
10 Dec	@LucavMetal @Contra_a_Vadia Vdd, logo agora que eu tô animada pra fazer um bulem com essa feladaputa --' @SophiaOfDreams	
10 Dec	@callmekiss_ ocê não segue eu?? sniff sniff choremos. só por isso vou ter que xingar de novo a vadia da @SophiaOfDreams u-u	
10 Dec	@fazlembrar vdd @SophiaOfDreams	
10 Dec	Boum, kd a vadia @SophiaOfDreams kd af af, queria que ela entrasse logo.	
10 Dec	@callmekiss_ kkkkkkkk vdd, gente como noix é diva demais pra ela afaf! sauhusahua mucho linda vc gemt	
10 Dec	Vou sair rapidão, volto já. Beijão pra minha BEST FOREVER @SophiaOfDreams	
10 Dec	Bom dia meus amigos que gostam.. e ODEIAM a	

@SophiaOfDreams
 10 Dec @Contra_a_Vadia Aii meu deus entaum vc n era a Sophiaaa?? Fui enganada snif' :(
 10 Dec @Contra_a_Vadia NUM MI ENGANA MAIS NAUM.
 10 Dec @Contra_a_Vadia É brincadeira kkk povo burrin
 10 Dec Xau meus amô q to fugindo de vcs
 10 Dec Volteeei
 10 Dec @ThaineGuimaraes Tbb s2 Quem num tem saudades de pessoas lindas lindas como nois?
 10 Dec Voltei. Não senti saudades =D
 10 Dec @_giocrisostomo Ela tem que pedir desculpas PRA MIM, fica plagiando meu Twitter =/
 10 Dec @_giocrisostomo AKELA @SophiaOfDreams
 10 Dec @_giocrisostomo Bixinha, vamos ensinar ela a enfrentar seus próprios medos?TD MUNDO DENUCIANDO A @SophiaOfDreams
 10 Dec Todos temos preconceito mas nossa não queridinha @SophiaOfDreams já declarou isso.
 10 Dec @_giocrisostomo Eu sei aleluia ! Provavelmente a senha dela era:
 odeioonordesteeusoumuitolindaeosnordestinosnão do jeito q ela é...
 10 Dec @_giocrisostomo Patricinha é apelido, a nossa não muito querida @SophiaOfDreams é Vadia que vem depois de patricinha pra mim hohoh
 10 Dec @_giocrisostomo @SophiaOfDreams nós te odiamos ^^
 10 Dec Gente não deem suas opiniões pq se não vc acaba como nossa colega @SophiaOfDreams
 10 Dec @_giocrisostomo Diz ai se nossa (novamente) não muito querida @SophiaOfDreams é vagaba?
 10 Dec @_giocrisostomo Uii pegando minha mania de apelido ^^ vo da um apelido a ela: VagabadoSatã
 10 Dec @_giocrisostomo Xii saio do twitter , bem capaz de entrar em outra rede qualquer =P Mais nois denuncia de novo pq somos gentis a ela =^,^=
 10 Dec Pf fação favor de denunciar a @SophiaOfDreams se ela xingar o nordeste em qualquer outra rede , agradeço aos que pelo menos leram isso *-*
 10 Dec @_giocrisostomo Bixinhaa depois mano um lençol friozinho pra ela não se cobrir =D Dps se manda veneno pra me ajudar ok?
 10 Dec Eu e a @_giocrisostomo Vamo matar a @SophiaOfDreams quem quiser tb é só imformar , obg pela compreensão =D
 10 Dec @_giocrisostomo daqui a 10 segundos 500 pessoas vão nos imformar hoho
 10 Dec @_giocrisostomo Somos Lindas lindas lindas, mesmo eu sem dente (EU ERA assim: =B fiquei assim: =b
 10 Dec @_giocrisostomo =B (com dentes) =b (Sem um dente) pura lógica =E
 10 Dec @_giocrisostomo ataa n olha minha foto *-* olha so no perfio huahaua
 10 Dec @_giocrisostomo Tem razão vc é! kk SO A PESSOA MAIS GENTIL Q CONHEÇO.
 Brincadeira vc é mt intelirrente e eu tb =D
 10 Dec @callmekiss_ Rafea s2s2s2s2
 10 Dec @callmekiss_ Soe linda né fazer oq? n se preocupe gaxenha vc tb ée s2
 10 Dec @_giocrisostomo Naaumm de jeito nenhum senhora =D
 10 Dec @_giocrisostomo Verdade vc e rafa no coração, pq só legal =))
 10 Dec @callmekiss_ HUAHUA' E eu sem dente akiee no perfil , Fico ainda mais gaxa S2 =3 nois mt gaxa ^^
 10 Dec @_giocrisostomo Eu akii falando com duas BFF do twitter, as duas muitxo gaxas =3

4.1.2. Imagens do perfil

a) Sophia Fernandes [original]



b) Sophia Fernandes [variante 1]



c) Sophia Fernandes [variante 2]

Sophia Fernandes !
@NordesteSophia
18 anos, Torço pro FORTALEZA S2, amo meu Nordeste!
Nordeste

19 TWEETS
23 FOLLOWING
8 FOLLOWERS

Tweet to Sophia Fernandes !
@NordesteSophia

Tweets
Following
Followers
Favorites
Lists

Similar to Sophia Fernandes !
Gonzaguinha Barbosa @Gonzagui...
Jean Eudocio @JEudocio
Bárbara Galhardo @BahGalhardo

Tweets
Sophia Fernandes ! @NordesteSophia 11 Dec
como vao gente?
Sophia Fernandes ! @NordesteSophia 9 Dec
Oi gente, voltei deu muito trabalho botar aqueles bezerros no curral
Sophia Fernandes ! @NordesteSophia 9 Dec
Pesoar, tenho que sair, vou alimentar os bixu! Beijos, até mais tarde.
Me sigam!!!
Sophia Fernandes ! @NordesteSophia 9 Dec
@AhBrancao eu adoro!
In reply to Ah Brancão
Sophia Fernandes ! @NordesteSophia 9 Dec
Gente, essa @SophiaOfDreams fez um perfil falso meu e fica
denegrido a imagem do nordeste :(
Sophia Fernandes ! @NordesteSophia 9 Dec
Sinto muita falta de andar de jumento =(
Sophia Fernandes ! @NordesteSophia 9 Dec
Ai que vontade de tomar um banho de açude hoje.
Sophia Fernandes ! @NordesteSophia 9 Dec

© 2012 Twitter About Help Terms Privacy
Blog Status Apps Resources Jobs
Advertisers Businesses Media Developers

d) Sophia Fernandes [variante 3]

Sophia Fernandes !
@SophiaNordestin
Sophia Fernandes, 18 anos, taurina, GREMISTA, GAÚCHA... De férias ;*
Porto Alegre - RS <http://imeadd.com/shophiaofdreams>

77 TWEETS
89 FOLLOWING
34 FOLLOWERS

Tweet to Sophia Fernandes !
@SophiaNordestin

Tweets
Following
Followers
Favorites
Lists

Similar to Sophia Fernandes !
Beatriz Azevedo @bialamas
Duda Andrade @AndradeDuda_
Caroline rencaveski @C_arooli

Tweets
Sophia Fernandes ! @SophiaNordestin 14 Dec
@djadilson37 Burraca: @SophiaOfDreams
In reply to Adilson Oliveira
Sophia Fernandes ! @SophiaNordestin
@djadilson37 KKKKK
In reply to Adilson Oliveira
Sophia Fernandes ! @SophiaNordestin 14 Dec
Bom dia persuar! Falando aki com a ditora @pampamaluza e
@isattavares
Sophia Fernandes ! @SophiaNordestin 12 Dec
@_giocrisostomo Pois é née? Dificil encontrar pessoas com uma
beleza tão rara... @SophiaOfDreams choro di inveja, mas num chore
naum meu bem.
In reply to giovanna
Sophia Fernandes ! @SophiaNordestin 12 Dec
@_giocrisostomo DIZ aii se vc já viuoo pessoa sem dente mais LINDA
QUE EOOL?
In reply to giovanna
Sophia Fernandes ! @SophiaNordestin 12 Dec
@_giocrisostomo Ela tem inveja da minha beleza =P
In reply to giovanna
Sophia Fernandes ! @SophiaNordestin 12 Dec

© 2012 Twitter About Help Terms Privacy
Blog Status Apps Resources Jobs
Advertisers Businesses Media Developers

4.2. Esquemas narrativos de Sophia Fernandes

4.2.1. PNs de Sophia Fernandes [original]

Destinador-Manipulador (SophiaFernandes)	Sujeito (SophiaFernandes)	Destinador-Julgador (Usuários do Twitter)
Manipulação		
SophiaFernandes se automanipula em busca de superioridade racial-regional; torna-se um sujeito do querer-ser.	Para provar a superioridade dos sulistas, SophiaFernandes “fala a verdade” (desqualifica outras regiões e raças, afirma sua superioridade) SophiaFernandes: #Ficopotuquando vem esse povo medíocre do piauí querer falar menta porque falei a verdade... aléis, piauí é no brasil? haha' SophiaFernandes: Me contam que o nordeste é um pedaço da África que se soltou e veio para no Brasil, me contam.... SophiaFernandes: No piauí só tem raladora de mandioca e cortador de cana... seus olários. #insultopiutense SophiaFernandes: Espírito Santo = Acre do Sul, Acre = Acre, Rondônia - Índios, RJ = Flamenguistas (Trifcantes), Bahia = Macumbetros e Cia, Piauí = ... SophiaFernandes: Não me acho uma pessoa "Superior" ao povo nordestino... porque na realidade.. nordestino não é gente né?	Interpretação SophiaFernandes afirma sua superioridade, Mas ser sulista branca não a torna superior, desqualificar pessoas de outras regiões e raças não a torna superior, nada em sua performance faz parecer que ela seja superior – ela não parece e não é, logo sua superioridade é falsa. Retribuição Sanção negativa: mensagens reativas / criação de perfis falsos intertextuais / invasão do perfil por hackers
$F_{(ser\ sulista)}: [S_{Sophia} \Rightarrow (S_{Sophia} \cap Ov_{superioridade})]$	$F_{(ser\ sulista)}: [S_{Sophia} \Rightarrow (S_{Sophia} \cap Ov_{superioridade})]$	$F_{(ser\ sulista)}: [(S_{Sophia} \cup Ov_{superioridade})]$
Destinador-Manipulador (Enunciador)	Sujeito (Enunciário)	Destinador-Julgador (Enunciador)
Manipulação		
Se você for superior e tiver coragem, concorde comigo. (PN de Sophia Fernandes)	Enunciário se auto-manipula para provar ser corajoso; torna-se um sujeito do querer-fazer. Mas, para poder-fazer, precisa aceitar o valor proposto por SophiaFernandes no Twitter.	Interpretação Enunciário responde publicações de SophiaFernandes (parece aceitar o contrato) e expressa sua concordância com o objeto-valor superioridade (de fato aceitou). É um verdadeiro brasileiro. Retribuição Sanção positiva: é incorporado ao texto-enunciado
$F_{(Sophia)}: [S_{Edar} \Rightarrow (S_{Háio} \cap Ov_{superioridade})]$	$F_{(coragem)}: [S_{Háio} \Rightarrow (S_{Háio} \cap Ov_{superioridade})]$	$F_{(ser\ brasileiro)}: [S_{Edar} \Rightarrow (S_{Háio} \cap Ov_{superioridade})]$

4.2.2. PNs de Sophia Fernandes [variante 1]

Destinador-Manipulador (SophiaFernandesI)	Manipulação		Performance		Sanção
SophiaFernandesI se automanipula em busca de fama torna-se um sujeito do querer-ser.	Para poder ser famosa (poder-fazer) SophiaFernandesI conta com uma competência pressuposta: saber-fazer barraco.	SophiaFernandesI faz barraco PN de Sophia Fernandes [original]			A interpretação e a sanção não são executadas na narrativa do perfil. O sujeito aguarda o julgamento da performance.
$F_{(barraco)}: [S_{SophiaI} \Rightarrow (S_{SophiaI} \cap OV_{fama})]$	$F_{(barraco)}: [S_{SophiaI} \Rightarrow (S_{SophiaI} \cap OV_{fama})]$	$F_{(perfil\ original)}: [S_{Sophia} \Rightarrow (S_{SophiaI} \cap OV_{barraco})]$			
Destinador-Manipulador (Enunciador)	Manipulação		Performance		Sanção
Se você for inteligente, vai perceber que Sophia Fernandes é uma "idiota que quer fama".	Enunciatório se auto-manipula para provar ser inteligente concordando com os valores propostos pelo enunciador e compreendendo a crítica ao perfil original	Sujeito (Enunciatório)			Quem realizar a performance e reconhecer a crítica ao perfil Sophia Fernandes tem o reconhecimento do anunciador como verdadeiramente "inteligente".
$F_{(barraco)}: [S_{Eldr} \Rightarrow (S_{Hário} \cup OV_{fama})]$	$F_{(concordância)}: [S_{Hário} \Rightarrow (S_{Hário} \cap OV_{at\ digital})]$	$F_{(indigência)}: [S_{Eldr} \Rightarrow (S_{Hário} \cup OV_{superioridade})]$			

4.2.3. PN de Sophia Fernandes [variante 2]

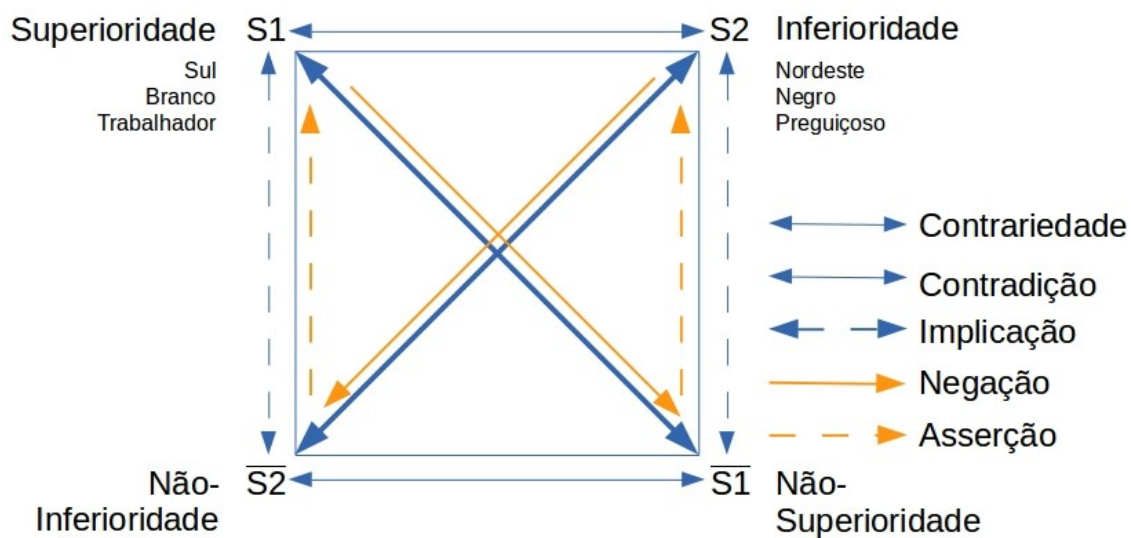
Destinador-Manipulador (SophiaFernandes2)	Sujeito (SophiaFernandes2)	Destinador-Julgador (Usuários do Twitter)
Manipulação		
SophiaFernandes2 se automanipula para voltar ao estado de conjunção com o orgulho de ser nordestina. Torna-se um sujeito do querer-fazer.	Para executar sua performance (poder-fazer) SophiaFernandes2 precisa da ajuda dos usuários do Twitter: quanto mais usuários utilizarem a hashtag #OguldodeSerNordestino e falarem bem do nordeste, mais se dissipa a vergonha – mais cresce o orgulho. SophiaFernandes2: @Seguidor1 é um prazer, você sabe que nordestino é gente fina né?! SophiaFernandes2: Gente, estou tão cansada hoje. Trabalhei pesado lá no sítio, arrancar batata não é fácil =/ SophiaFernandes2: S2 #OguldodeserNordestino SophiaFernandes2: @Seguidor2 @Seguidor3 gente, vamos subir a hashtag #OguldodeserNordestino	Interpretação SophiaFernandes2 parece ter orgulho de ser nordestina. Sua performance em exaltar o Nordeste e seus esforços em “subir a hashtag” #OguldodeSerNordestino comprovam que ela é verdadeiramente uma orgulhosa defensora de sua região. Retribuição Sanção positiva: reconhecimento da não-inferioridade do nordeste
$F_{(ser\ sítio)}: [S_{Sophia} \Rightarrow (S_{Sophia2} \cup Ov_{orgulho})]$ $F_{(ser\ nordestino)}: [S_{Sophia2} \Rightarrow (S_{Sophia2} \cap Ov_{orgulho})]$		$F_{(ser\ nordestino)}: [S_{Sophia2} \Rightarrow (S_{Sophia2} \cap Ov_{orgulho})]$
Destinador-Manipulador (Enunciador)	Sujeito (Enunciário)	Destinador-Julgador (Enunciador)
Manipulação		
Usuários do Twitter que são decentes, “gente fina”, respeitosos, devem recusar os valores de SophiaFernandes	Enunciário se auto-manipula para provar sua decência concordando com a negação de valores propostos pelo enunciador de SophiaFernandes $F_{(ser\ decente)}: [S_{falso} \Rightarrow (S_{falso} \cup Ov_{s\phiphia})]$	Quem realizar a performance tem o reconhecimento do enunciador como verdadeiramente “gente fina”, decente, respeitoso. $F_{(ser\ decente)} \Rightarrow [S_{falso} \Rightarrow (S_{falso} \cap Ov_{equivalência})]$
$F_{(ser\ decente)}: [S_{falso} \Rightarrow (S_{falso} \cup Ov_{superioridade})]$	$F_{(ser\ decente)} \Rightarrow [S_{falso} \Rightarrow (S_{falso} \cap Ov_{equivalência})]$	$F_{(ser\ decente)} \Rightarrow [S_{falso} \Rightarrow (S_{falso} \cap Ov_{equivalência})]$

4.2.4. PN de Sophia Fernandes [variante 3]

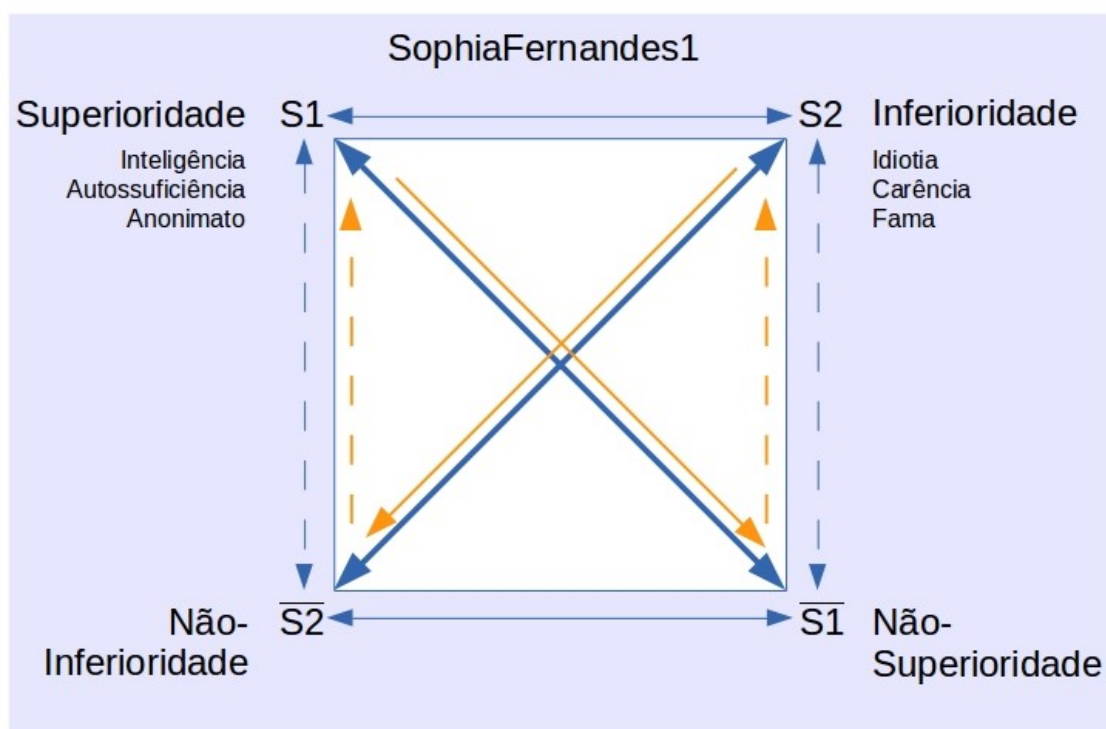
Destinador-Manipulador (SophiaFernandes3)	Sujeito (SophiaFernandes3)	Destinador-Julgador (Usuários do Twitter)
Manipulação		
Competência Para executar sua performance (poder-fazer) SophiaFernandes3 precisa de ajuda: precisa convencer os usuários do Twitter a denunciar Sophia Fernandes. SophiaFernandes3: @Seguidor1 sou muito linda mermo u-u kkk, pena que a vadia da @SophiaOfDreams fica ai me plagiando afaf SophiaFernandes3: @Seguidor2 Obrigada por seguir *-* vamos meter pau na @SophiaOfDreams SophiaFernandes3: Liberdade de expressão vai ser minha mão na tua cara @SophiaOfDreams SophiaFernandes3: @Seguidor3 Bixinha, vamos ensinar ela a enfrentar seus próprios medos/TD MUNDO DENUCIANDO A @SophiaOfDreams SophiaFernandes3: Eu e a @Seguidor4 Vamo matar a @SophiaOfDreams quem quiser tb é só informar, obg pela compreensão =D SophiaFernandes3: P! façam favor de denunciar a @SophiaOfDreams se ela xingar o nordeste em qualquer outra rede, agradeço aos que pelo menos leram isso *.*	Performance O grande volume de denúncias não resulta na eliminação da vilã porque, antes que isso pudesse acontecer, hackers realizam esta performance – SophiaFernandes está “morta” no Twitter.	Sanção Interpretação Embora o responsável pelo destino fatal de SophiaFernandes não tenha sido exclusivamente SophiaFernandes3, seus adjuvantes “lindos” e “lindas” avaliam positivamente sua performance: SophiaFernandes3 parecia uma heroína e foi verdadeiramente uma heroína ao reunir seu “exército” de denunciadores. Retribuição Sanção positiva: reconhecimento SophiaFernandes3: @Seguidor1 Somos Lindas lindas lindas, mesmo ai sem dent (EU ERA assim: =B fiquei assim: =b) SophiaFernandes3: @Seguidor1 Tem razão vc é! kk SOU A PESSOA MAIS GENTIL Q CONHEÇO. Brincadeira vc é mt inteligente e ai tb =D) SophiaFernandes3: @Seguidor2 Verdade vc e rafa no coração, pq só legal =))
$F_{(desqualificação)}: [S_{Sophia} \Rightarrow (S_{Sophia3} \cap O_{V_{inferioridade}})]$ $F_{(matar Sophia)}: [S_{Sophia3} \Rightarrow (S_{Sophia} \cup O_{V_{vida}})]$	$F_{(denunciar)}: [S_{Sophia3} \Rightarrow (S_{Sophia} \cup O_{V_{vida}})]$	$F_{(desqualificação)}: [S_{Sophia3} \Rightarrow (S_{Sophia} \cap O_{V_{inferioridade}})]$ $F_{(matar Sophia)}: [S_{Sophia3} \Rightarrow (S_{Sophia} \cup O_{V_{vida}})]$
Destinador-Manipulador (Enunciador)		
Manipulação		
Competência Enunciário se auto-manipula para provar ser lindo concordando com os valores propostos pelo enunciador, denunciando e desqualificando SophiaFernandes.	Performance Os usuários que denunciaram o preconceito são “lindos” por serem superiores a Sophia Fernandes.	Sanção $F_{(ser lindo)}: [S_{Faker} \Rightarrow (S_{Faker} \cap O_{V_{superioridade}})]$
$F_{(ser lindo)}: [S_{Faker} \Rightarrow (S_{Faker} \cap O_{V_{superioridade}})]$	$F_{(denúncia, desqualificação)}: [S_{Faker} \Rightarrow (S_{Sophia} \cap O_{V_{inferioridade}})]$	$F_{(ser lindo)}: [S_{Faker} \Rightarrow (S_{Faker} \cap O_{V_{superioridade}})]$

4.3. Estruturas semânticas fundamentais

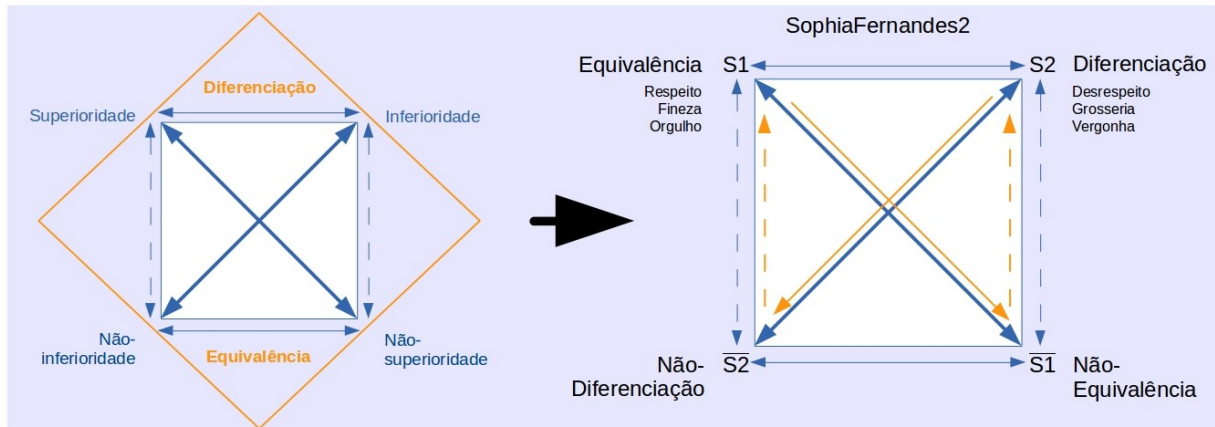
a) Quadrado semiotico das categorias /superioridade/ vs /inferioridade/ no perfil original



b) Quadrado semiotico das categorias /superioridade/ vs /inferioridade/ na variante 1



c) Quadrado semiotico das categorias /superioridade/ vs /inferioridade/ na variante 2



d) Quadrado semiotico das categorias /superioridade/ vs /inferioridade/ na variante 3

