

O LEITOR DE BLOG: CONFIGURAÇÕES MODAL E ENUNCIATIVA

Fernando Moreno da Silva¹

RESUMO

O trabalho tem como objetivo analisar a imagem do leitor brasileiro de blog. O diário virtual ou blog é uma página da internet atualizada regularmente. Quando se fala em analisar a imagem do leitor de blog, é preciso que se faça uma ressalva. Não se trata do leitor real, de carne e osso, mas de uma instância lingüística chamada de enunciatário (leitor pressuposto). O artigo estará fundamentado na semiótica francesa, com enfoque nos estudos das modalidades e da enunciação. Como metodologia e critério de escolha dos blogs para análise, buscou-se investigar os blogs mais acessados, partindo do pressuposto de que, nos mais visitados, seria possível extrair uma amostra do leitor em geral. A imagem alcançada revela que o blogueiro, além da heterogeneidade de temáticas que o impulsiona na leitura, é caracterizado por três fatores: narcisismo, pseudoliberalidade e ludicidade.

Palavras-chave: Blog. Semiótica. Modalidades. Enunciação.

BLOG

Blog, muitas vezes chamado de diário virtual, é uma espécie de página pronta na internet, na qual o autor pode publicar livremente qualquer tipo de texto. Ferramenta originária da internet, o *blog* foi criado em 1997 pelo norte-americano Dave Winer.

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

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

No *blog*, há um modo de enunciação marcado pela instantaneidade das relações. O principal atributo do *blog* parece ser a possibilidade de resposta do leitor. A participação do outro é fundamental nessa prática não somente pelo princípio dialógico da linguagem, mas porque o outro funciona no ambiente virtual como um termômetro ou um “índice da visibilidade do sujeito”, haja vista a instalação na página do contador de visitas, que contabiliza a quantidade de acessos.

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

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

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

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

CONFIGURAÇÃO MODAL DO BLOGUEIRO

A semiótica francesa ou da Escola de Paris é um modelo de descrição do sentido, ou seja, uma metalinguagem. Mas ela não se reduz a uma paráfrase, descrevendo o “quê”; ela foca “como”. Seu objeto de análise será sempre um signo, tomado no sentido amplo do termo (texto verbal, não-verbal e sincrético), enfim, tudo que carrega um sentido.

A organização de sua metodologia se organiza em torno da relação entre sujeito e objeto, ambos com investimento semântico de desejo, equivalendo o sujeito ao ser querente (ativo) e o objeto ao ser querido (passivo). Quando o sujeito está em poder de seu objeto, dizemos que esse sujeito está em conjunção com seu objeto; quando está privado dele, o sujeito em disjunção. Em grande parte, conjunção é um estado positivo, enquanto disjunção é negativo. Há casos, todavia, em que a conjunção é negativa. O vício de beber, quando em posse da bebida, é uma conjunção negativa. A disjunção — longe da bebida — seria positiva.

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

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

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

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

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

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

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

Representando os enunciados das modalizações intencionais, temos:

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

Quanto aos enunciados das modalizações existências, ei-los:

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

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

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

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

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

A modalização do ser, portanto, dá existência modal ao sujeito de estado, definindo estados passionais, que são efeitos de sentido de bem-estar ou de mal-estar, resultante da relação do sujeito com seu objeto. Esses estados passionais são chamados de “paixão”, que “devem ser entendidas como efeitos de sentido de qualificações modais que modificam o sujeito do estado” (BARROS, 2001, p. 61). A paixão (estado de alma) foca o sujeito de estado, que segue um percurso entendido como uma sucessão de estados passionais.

Qualquer texto pode discursivizar a subjetividade em seu discurso. Desta possibilidade, constroem-se o discurso apaixonado (quando há um tom passional, ou seja, o

sentimento subjaz ao ato enunciativo) e o discurso da paixão (quando esse sentimento é citado ou representado). Discurso apaixonado está na enunciação; discurso da paixão, no enunciado. A modalização, através da combinação de modalidades, permite-nos investigar não apenas os atos, mas as transformações dos estados do sujeito ou efeitos de sentido passionais. Assim, paixão é sinônimo de ordenação sintagmática de modalidades:

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

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

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

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

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

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

Sujeito modalizador e sujeito modalizado são os mesmos. Envolto num mundo no qual a fama é cultuada e louvada, não é de se estranhar que cada um de nós acalente desde a tenra

idade o desejo do reconhecimento. Isso, inclusive, é o que nos impulsiona para viver. Sendo um querer-fazer a modalização determinante, temos um dever autodestinado. Essa modalidade endotáxica (sujeitos sincretizados no mesmo ator) cria o sentido de individualidade ou subjetividade como caracteriza o homem pós-moderno, preocupado mais com as questões individuais do que com as coletivas. Uma prova dessa mudança de postura é a auto-ajuda, que, conforme defende Cortina (2006), deixou de ser apenas um gênero textual para se transformar num estilo difundido em diferentes meios. Trocando em miúdos, tornou-se um fenômeno.

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

Do ponto de vista da existência modal, antes do surgimento da blogosfera, temos um sujeito definido pelo desejo (querer-ser), pela impossibilidade (não-poder-ser) e pela necessidade (não-poder-não-ser ou dever-ser). Um sujeito desejoso, mas em falta. Seu estado patêmico é o da insatisfação. Insatisfeito com seu estado presente de temporalidade, ele é actualizado pela duratividade, ainda em curso.

Os portais, provedores da página pessoal, serão o sujeito do fazer que alterará a existência modal do sujeito de estado “internauta”. Sua existência resulta de um fazer executado por um sujeito transformador (fazer-ser). O destinador “portal” qualifica o internauta através da ferramenta “blog” (objeto-modal), que o torna competente, dando-lhe um poder-fazer. Seu objeto passa de desejável (querer-ser) e impossível (não-poder-ser) para desejável (querer-ser) e possível (poder-ser ou não-dever-não-ser). Em outras palavras, seu estado passa de disjunção para conjunção.

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

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

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

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

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

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

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

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

Na duratividade, temos dois aspectos: descontinuidade (aspecto iterativo) e continuidade (aspecto durativo). O blogueiro, para manter sua visibilidade e, portanto, sua

funcionalidade enquanto sujeito satisfeito, necessita da atualização constante, devendo repetir sua atividade dia a dia. Assim, do ponto de vista aspectual, ele é um sujeito descontínuo.

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

CONFIGURAÇÃO ENUNCIATIVA DO BLOGUEIRO

A abordagem da enunciação, ao lado das modalizações, é fundamental para toda e qualquer produção textual e discursiva.

Indispensável na produção de sentido, a enunciação é compreendida por duas vertentes: comunicação e produção. Na primeira, a enunciação é entendida por meio da relação do fazer-persuasivo de um produtor que visa a agir sobre um receptor, encarregado, por seu turno, do fazer-interpretativo. Essa primeira abordagem da enunciação é típica dos estudos da Retórica. Já no que diz respeito à produção, enunciação é um ato que põe em funcionamento a língua, produzindo um enunciado. É impossível estudá-la diretamente, porquanto é uma instância linguística pressuposta pelo enunciado. Mas como seu produto, o enunciado pode conter traços que reconstituem o ato enunciativo.

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

Abaixo estão os integrantes da enunciação, dispostos em níveis:

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

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

O enunciador equivale ao “eu” pressuposto, equivalente ao autor implícito. É bom lembrar que autor implícito não é o mesmo que autor real. Ambos, por vezes, coincidem-se, mas não obrigatoriamente. A figura de carne e osso, pertencente ao mundo extralinguístico, pode fingir, criando, no discurso, a imagem de uma pessoa totalmente diferente de sua autêntica personalidade. Ele não pertence, portanto, ao texto. O enunciador, ao contrário, é uma imagem construída ao longo do texto, uma idealização do ser que produziu o discurso corrente.

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

Na produção enunciativa, o enunciador invariavelmente considera a quem se destina seu discurso, como numa comunicação epistolar, em que escrevemos sempre pensando naquele que irá ler a carta. Caso contrário, o discurso não alcança eficácia. Na Retórica, é o auditório, aquele para quem se destina o discurso, que determina a ação do orador.

Por ser levado em conta na construção do enunciado, afinal, ele é a razão de existir do discurso, havendo diálogo entre emissor e receptor, o enunciatário faz parte do processo produtivo, constituindo-se num co-enunciador. Daí ser válida a asserção de que o sujeito da

enunciação é composto por enunciador e enunciatário, já que este último influi visceralmente na forma e no conteúdo.

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

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

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

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

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

Se é na linguagem e pela linguagem que o homem se constitui como sujeito, conforme dizia Benveniste (1995), é pelo modo próprio de dizer de uma enunciação depreensível duma

totalidade enunciada (DISCINI, 2003), ou pela forma de vida, que se pode dar caráter e corporalidade ao blogueiro e, por consequência, ao leitor de *blog*.

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

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como podemos entender o período em que vivemos? Bauman (2001) usou como alegoria a fluidez a fim de retratar o período em que vivemos como “líquido”, que se substitui à “solidez” da fase anterior, com visão racionalista, universal e totalizante, engajada em valores e enraizada em perspectivas históricas e vindouras.

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

Assim, a internet foi uma circunstância criada pelo desenvolvimento tecnológico que, pela sua própria condição, a navegação pelo mundo todo a partir de um terminal de computador, introduziu uma nova forma de conhecer o mundo. O desprendimento que o mundo virtual proporcionou refletiu no blogueiro como “efeito colateral” a transitoriedade, a possibilidade de mudança.

Uma das características da era contemporânea é o extremo dinamismo, intimamente associado à idéia de leveza. O leve se desloca com facilidade. *Blogs* são leves, deslocam-se. Hoje crio uma página. Amanhã a abandono. Os *blogs* que aqui analisamos podem amanhã estar fora de funcionamento, sem atualização. Outros *blogs* podem conquistar a atenção dos leitores. Não se espera mais a duração eterna. “As comunidades em questão tendem a ser

voláteis, transitórias e voltadas ao ‘aspecto único’ ou ‘propósito único’. Sua duração é curta, embora cheia de som e fúria”. (BAUMAN, 2001, p. 228).

Como poderia o leitor de *blog* sair ileso de um contexto no qual ele estava até o pescoço envolvido: a fluidez da contemporaneidade. O sólido não sobrevive na modernidade líquida. Agora, contra o fetichismo da homogeneidade se privilegiam a diferença, o pluralismo, a fragmentação, a descontinuidade.

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

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

THE READER OF BLOG: MODAL AND ENUNCIATIVE CONFIGURATIONS

ABSTRACT

The work aims to analyze the image of the Brazilian player blog. The virtual diary or blog is a web page updated regularly. When it comes to analyzing the image of the reader of blog, it is necessary to make an exception. This is not the real player in the flesh, but in a body language called enunciatee (presupposed reader). The article is based on French semiotics, focusing on studies of modality and enunciation. As a methodology and criterion of choice of blogs to review, sought to investigate the most popular blogs, on the assumption that in the most visited, it would be possible to extract a sample of the general reader. The

image obtained shows that the blogger, in addition to the heterogeneity of the driving themes in the reading is characterized by three factors: narcissism, pseudoliberty and fun.

Keywords: Blog. Semiotics. Modality. Enunciation. Reader.

REFERÊNCIAS

BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria do discurso: Fundamentos semióticos*. 2. ed. São Paulo: Humanitas FFLCH/USP, 2001.

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

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

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

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

LASCH, Christopher. *A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio*. Trad. Ernani Pavanelli. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

SCHITTINE, Denise. *Blog: comunicação e escrita íntima na internet*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

Recebido em 11/05/2009
Aprovado em 12/07/2009