



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

**INTIMIDADE E ESCRITA AUTOBIOGRÁFICA NA
NEWSLETTER AUTORAL**

MARIANA REIS FROIS

Rio de Janeiro

2021



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

**INTIMIDADE E ESCRITA AUTOBIOGRÁFICA NA
NEWSLETTER AUTORAL**

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social – Jornalismo.

MARIANA REIS FROIS

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Pires Jr.

Rio de Janeiro

2021

FICHA CATALOGRÁFICA

CIP - Catalogação na Publicação

FF929i Frois, Mariana Reis
Intimidade e escrita autobiográfica na
newsletter autoral / Mariana Reis Frois. -- Rio
de Janeiro, 2021.
91 f.

Orientador: Paulo Roberto Pires Jr.
Trabalho de conclusão de curso (graduação)-
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola
da Comunicação, Bacharel em Comunicação Social:
Jornalismo, 2021.

1. Newsletter autoral. 2. Boletim. 3.
Escrita autobiográfica. 4. Intimidade. 5.
Blogs. I. Pires Jr, Paulo Roberto, orient. II.
Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
Centro de Filosofia e Ciências Humanas – CFCH
Escola de Comunicação – ECO
Curso de Jornalismo

Em 19 de novembro de 2021 realizou-se a sessão pública de defesa do Projeto Experimental do curso de JORNALISMO do(a) aluno(a) Mariana Reis Frois, DRE nº 115047547, intitulado Intimidade e escrita autobiográfica na newsletter autoral.

A Banca Examinadora foi composta pelos seguintes **professores**:

Examinador 1: Prof^a. Dra. Maria Helena Junqueira

Examinador 2: Prof^a. Dra. Fernanda da Escóssia

Orientador(a): Prof. Dr. Paulo Roberto Pires Jr.

Avaliado o trabalho, os membros da Banca atribuíram grau 10,0 ao Projeto Experimental do aluno(a). Nada mais havendo a observar, fica lavrada a presente ata, que vai datada e assinada pelos professores membros da Banca e pelo(a) aluno(a).

Rio de Janeiro, 19 de novembro de 2021.

Professor(a) Examinador(a) 1

Paulo
Roberto Pires

Digitally signed by Paulo Roberto Pires
DN: cn=Paulo Roberto Pires,
ou=Instituto Moreira Salles, ou,
email=paulo.pires@ims.com.br, c=BR
Date: 2021.11.22 14:15:07 -02'00'

Professor(a) Orientador(a)

Professor(a) Examinador(a) 2

Aluno(a)

AGRADECIMENTOS

Escrever os agradecimentos deste estudo é finalmente poder sentir que um ciclo chega ao fim. Por diversas vezes ao longo desses anos pude contar com pessoas incríveis ao meu redor, que me ajudaram diariamente a encontrar forças para concluir a graduação e seguir em frente.

Agradeço à minha família por ter ajudado a me tornar quem sou. Com o passar dos anos, fui vendo o presente que é ter vocês ao meu lado. Agradeço à minha avó Solange por ter me criado e me passado ensinamentos que jamais vou esquecer. Por ter privilegiado meus estudos e sempre acreditado em mim, sem nunca duvidar do meu potencial. Esse diploma também é seu.

Aos meus pais, Robson e Marília, por sempre terem incentivado a minha educação. Vocês me permitiram ser quem sou, sem nunca me pressionar a percorrer caminhos que não eram meus. Com a base que vocês construíram, me sinto confiante enquanto indivíduo e segura para caminhar.

Ao meu irmão, Henrique, por ter me ajudado a amadurecer – mesmo quando ainda era um bebêzinho – e por manter viva em mim a vontade de deixar o mundo melhor para as próximas gerações. Isso aqui também é por você, e quero que você se sinta tão livre e amparado para dar os seus próprios passos como eu me senti, graças à família.

Ao meu amor, Rodrigo, por ser a pessoa que acompanhou cada momento desta monografia e me ajudou imensuravelmente no processo. Sem você, não sei o que teria sido. Agradeço imensamente por você ter se desdobrado para me apoiar. Repórter dedicado durante o dia, editor paciente durante a noite. A você, meu revisor de riso fácil e lágrimas mais fáceis ainda: muito obrigada. Seu cuidado quase inacreditável com o meu projeto fez toda a diferença e, em todos os momentos em que duvidei de mim, foi fundamental ter ao meu lado um companheiro que nem por um segundo sequer pensou que eu não fosse capaz. É um privilégio estar ao seu lado e você merece todo o afeto do mundo. Essa conquista é nossa, e não vejo a hora de comemorar.

Ao professor Paulo Roberto Pires, que aceitou me orientar e me fez descobrir que a relação entre orientador e orientanda não precisava ser complicada: muito obrigada! Você fez com que eu me sentisse apoiada e me deu a sensação de estar cada vez mais perto de finalizar esse trabalho, coisa que antes parecia tão distante. Torço para que outras pessoas possam ter

uma experiência de orientação tão agradável e leve quanto a que você me proporcionou.

Aos amigos que estiveram comigo, que ouviram meus maiores anseios e me apoiaram, agradeço demais. Quem tem um amigo tem tudo. E eu tenho tudo mesmo. Me sinto a pessoa mais sortuda do mundo sabendo que estou rodeada de gente que me ama, que mesmo nos dias mais difíceis está lá. Essas bonitas relações de troca me trouxeram até aqui. Agradeço especialmente à Seita da Jararaca, esse grupo de amigos que já virou uma entidade. João, Johanns, Karla, Letícia, Lucas, Marcos, Nathalia e Ruggeron: vocês são incríveis! Muito obrigada pelas gargalhadas, festas e longas conversas sobre tudo. Nas horas boas e nas horas ruins, vocês estavam lá. Os anos de graduação foram muito melhores porque eu tinha vocês comigo. Estar com a Seita é uma das minhas sensações favoritas, e eu sou muito grata por termos nos encontrado.

Amo muito todos vocês e sou feliz por contar com tantas pessoas maravilhosas que, de alguma forma, contribuíram para que uma menina nascida em Bangu e criada em Padre Miguel e Campo Grande pudesse se formar em jornalismo pela ECO – UFRJ. Nunca foi fácil. O sono interrompido às 4h da manhã, às vezes 3h30, a disputa pelo lugar no trem, o balanço interminável do subúrbio do Rio até a Central do Brasil, o dinheiro contado, o cansaço do estágio, a volta para casa com as ruas desertas, o bairro silencioso, o corpo exausto implorando por descanso, mas sabendo que tinha que estar de pé no dia seguinte para percorrer a cidade inteira mais uma vez. Tudo isso era quase insuportável, mas ficava um pouco menos difícil de enfrentar por causa de vocês.

Nas horas em que o desânimo batia e dava vontade de largar tudo, eu só pensava naquela música do Emicida que diz: “Quem costuma vir de onde eu sou, às vezes não tem motivos pra seguir. Então, levanta e anda”. E foi assim que eu fiz. Essa vitória é toda nossa.

FROIS, Mariana Reis. **Intimidade e escrita autobiográfica na newsletter autoral.**
Orientador: Paulo Roberto Pires Jr. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em
Comunicação Social – Jornalismo). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2021

RESUMO

Este trabalho se propõe a analisar as newsletters autorais e o compartilhamento de textos confessionais e autobiográficos realizados neste meio. Com a popularização da internet, o espaço virtual passou a ser preenchido por relatos íntimos que mobilizaram internautas e desenvolveram relações em volta do formato. No ciberespaço, o *eu* encontrou um lugar para se externalizar, dando vazão às intimidades. Antecessores das newsletters, os blogs surgem, assim, calcados, em parte, na experiência do diarismo virtual e da criação de uma espécie de conteúdo particular que antes era visto em cartas, diários e confissões eclesiásticas. Após um período de grande sucesso, contudo, eles perderam público e caíram no esquecimento, cedendo terreno para outras plataformas. Estas, porém, não lograram preencher de imediato o vazio deixado pela ausência dos blogs, que comportavam relatos mais extensos e marcados por uma descrição mais detalhada, e por vezes performática, do *eu*. As newsletters, ou boletins autorais, vêm para renovar essa função, abrigando aqueles que não conseguiram em outras plataformas satisfazer o impulso da autoafirmação biográfica e buscavam um substrato para viabilizar uma forma específica de exposição pessoal. Com entrevistas a três autoras de newsletters, o presente estudo investiga as origens e as possibilidades do formato, em torno do qual já surgiram comunidades virtuais cuja ligação se fundamenta num desnudamento discursivo do *eu*, numa troca permanente de intimidades, reflexões e revelações.

Palavras-chave: newsletter; blogs; escrita autobiográfica; intimidade; boletim; confissão.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 COMUNICAÇÃO EM ESPAÇOS DIGITAIS	13
2.1 Olhar a si para falar com o outro.....	16
2.2 Construção da intimidade na <i>web</i>	20
3 BLOGS: O COMEÇO DE TUDO	28
3.1 O <i>homo psychologicus</i> agora fala para o mundo: das confissões eclesiais à exposição virtual	29
3.2 A exibição de si na escrita íntima e a relação com os leitores	34
3.3 ‘Blog não encontrado’: o início do fim do movimento blogueiro	39
4 A COMUNICAÇÃO EM NEWSLETTER	43
4.1 Um novo jeito de fazer newsletter.....	45
4.2 Um passado não tão distante: a relação das newsletters autorais com cartas e diários	47
4.3 A constante aposta de morte do e-mail e os caminhos que levaram à reinvenção	54
5 O caminho até aqui	57
5.1 Por que as autoras escolheram a newsletter	58
5.2 Curadoria do <i>eu</i> : o conteúdo íntimo nas páginas das newsletters	62
6 CONCLUSÃO	71
7 Referências bibliográficas	74
8 APÊNDICE 1: ENTREVISTA COM ALINE VALEK, AUTORA DO BOLETIM “UMA PALAVRA”	77
9 APÊNDICE 2: ENTREVISTA COM ANNA VITÓRIA ROCHA, AUTORA DO BOLETIM “NO RECREIO”	81
10 APÊNDICE 3: ENTREVISTA COM DUDS SALDANHA, AUTORA DO BOLETIM “DUDS VS. BAIXO ASTRAL”	88

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais dominam a experiência dos usuários de internet. No ciberespaço, milhões de indivíduos registram a própria existência em plataformas que se nutrem das performances do *eu*, criando uma versão online de si mesmos. Essa jornada mistura o compartilhamento de opiniões, a exposição de experiências pessoais e a escuta, mesmo que superficial, do que o outro tem a dizer.

No início da popularização da internet como a conhecemos hoje, os blogs se assentaram como um espaço de escrita autobiográfica e exposição intensa dos usuários. Em sua estrutura, a plataforma se valia de modelos inspirados em formas de comunicação precursoras, como as cartas e os diários. Com a decadência dos blogs – processo que se repetiu posteriormente com outras redes –, a narração autobiográfica em sua forma mais extensa e meditativa, dotada daquele verniz de sinceridade absoluta que caracteriza o relato confessional, ficou sufocada na internet. As newsletters autorais surgem nesse ínterim como um lugar aparentemente seguro, um tanto quanto sigiloso e sem limites para a exposição do *eu*.

Esta pesquisa parte de uma observação pessoal sobre o crescimento dos boletins autorais nas redes. O período levado em consideração neste estudo é de 2018 a 2021. Nas próximas páginas, serão reconstruídos os contextos históricos que permitiram às newsletters se consolidar. Além disso, esta monografia analisará, na esteira da popularização do formato, três boletins de escritoras brasileiras: “Uma Palavra”, da escritora e ilustradora Aline Valek, “No Recreio”, da jornalista e pesquisadora Anna Vitória Rocha”, e “Duds vs. Baixo Astral”, da jornalista, roteirista e ilustradora Duds Saldanha.

As newsletters autorais são publicadas numa plataforma conhecida de longa data dos usuários da *web*, o e-mail, mediante envio para os leitores assinantes. Sua singularidade, portanto, não está no meio, mas na mensagem. Num contraponto a duas características fundamentais e complementares das demais ferramentas de socialização virtual, a velocidade e a concisão das interações, os boletins se distinguem duplamente: não têm limite de caracteres e, por isso, pressupõem uma leitura mais demorada.

A origem delas, contudo, não se esgota no e-mail. Na árvore genealógica cibernética, a escrita autobiográfica praticada hoje nos boletins também se deve aos blogs, especialmente no quesito estético. Na década passada, a dispersão dos chamados blogueiros, antes uma comunidade ativa e coesa, deu espaço a outras ferramentas, destinadas a explorar às últimas

consequências funcionalidades que, no imaginário de um devir cibernético que vigorou na virada do século XXI, embasavam a promessa do potencial da internet em oposição aos demais meios: o imediatismo, a variabilidade da comunicação (com textos, imagens, vídeos) e a universalidade do acesso ao conteúdo. Nasceram, então, redes mais ágeis e amplas, que ofereciam uma maior gama de possibilidades aos usuários, e que operavam — e ainda operam — numa lógica numérica, de acúmulo, em que o excesso de informações, interações e seguidores está diretamente relacionado à noção de sucesso.

Com a chegada das newsletters, porém, o fim se encontra com uma espécie de recomeço. Frente aos blogs, os boletins autorais representam uma nova estaca zero, uma repetição do momento em que a expressão autobiográfica via *web* deu seus primeiros passos, com textos longos e fortemente marcados pelos signos da intimidade. O usuário de internet, nocauteado pela fatigante multiplicidade de maravilhas que um dia lhe atraiu, agora busca um retiro: um espaço reservado, propício à reflexão, onde só entra aquilo que ele escolheu a dedo.

Numa análise apressada, o formato mais extenso das newsletters pode ser entendido como um manifesto oculto contra a maneira contemporânea de compreender e experimentar o tempo, como se nos convocasse a gastar mais das horas que não temos com um texto de alguns milhares de caracteres. Com seu ar de autenticidade e singularidade, os boletins simplesmente reafirmam, no entanto, a concepção de que o tempo hoje — ao contrário do que foi na Idade Média, por exemplo — é uma preciosidade, um ativo. Eles só propõem uma maneira alternativa (e alegadamente menos supérflua) de investir esse tempo. Em outras palavras, as newsletters respondem a uma demanda pela internet com curadoria, a uma busca por um conteúdo que possa agregar maior valor ao tempo do que a leitura desinteressada da *timeline*.

O e-mail desempenha um papel insubstituível nessa dinâmica. O que chega por meio dele é pessoalmente direcionado àquele leitor – afinal, para receber um newsletter, o usuário precisa buscá-la e assiná-la, ou seja, assumir a função de agente do evento comunicacional que se dará naquele contexto. Uma newsletter não se anuncia, não se oferta, não surge na tela sem aviso. Deslizar o *feed* é como andar na rua e bater os olhos em mensagens em alguma medida públicas, ou receber panfletos das mãos de desconhecidos. Já receber uma newsletter é como receber uma correspondência aguardada que chegou direto à caixa de correio.

Para analisar essas particularidades, o presente trabalho foi dividido em quatro capítulos. Juntos, eles traçam uma rota de investigação que vai desde o estudo dos primórdios da comunicação na internet até a análise das newsletters autorais em si, com foco nos três boletins selecionados.

No capítulo de abertura, será abordado o surgimento da internet e a construção das relações desenvolvidas no ciberespaço, com um olhar mais aprofundado sobre os costumes que marcaram o período que se estende da década de 90 ao começo dos anos 2000. Castells (2003), com sua percepção da *web* como um panóptico eletrônico, analisa a formação das redes tendo o usuário como o fator central, discorrendo sobre as comunidades que se formaram nesse contexto. Sob a perspectiva de Recuero (2009), o processo de elaboração das redes é indissociável do surgimento das relações na *web*, tendo em vista a intensidade dos laços que fundamentam as interações e moldam o campo virtual. Nesse sentido, os primeiros anos dessa espécie de *eu* digital testemunham o começo da performance individual na internet, que possibilitou a construção da subjetividade vigiada de que fala Bruno (2004).

Com a intimidade revelada, pessoas puderam manifestar identidades que antes estariam possivelmente sufocadas pela hegemonia da mídia de massa, como aponta Lemos (2002). Ainda no primeiro capítulo, veremos como os internautas lançaram as bases do que veio a ser tendência posteriormente na internet, numa lógica descentralizada. E também como o alarido polifônico da *web* nos leva a repensar questões de intimidade, a indagar de onde vem a urgência de querer se expor, conhecer o alheio e, mais que isso, interferir na vida privada, como pontua Sibilia (2016).

Trata-se de uma tendência de exteriorização do *eu* que encontrou uma vertente nos blogs, incubadores de um novo modo de encarar a intimidade no âmbito virtual, bem como de uma nova forma de retratar a própria existência diante do outro. Portanto, no segundo capítulo, voltaremos o olhar para esta plataforma. A partir das ideias de Perrusi e Efken (2019), traçaremos um paralelo detalhado entre o blog e a newsletter, mostrando como o declínio de um se relaciona com a ascensão de outro.

Para apresentarmos o processo de evasão da *blogosfera* que culminou na expansão dos boletins autorais, narraremos a metamorfose histórica da noção de privacidade, que nasceu junto à burguesia e teve como expressão inicial o compartilhamento de relatos pessoais fora do domínio discursivo da religiosidade, como consta nos “Ensaio” de Michel de Montaigne. Quando o homem se dá conta de sua existência como um indivíduo, separado da família e da igreja, ele inicia sua transformação em *homo psychologicus*, como mostra Sibilia (2016). A confissão, então, não é mais motivada exclusivamente pela penitência, como mostraremos em diálogo com Slade (2007).

Também faremos um estudo da própria estrutura dos blogs tal como eram em seu surgimento, seus aspectos visuais e textuais, além de uma descrição da experiência que os usuários tiveram nesta plataforma que, de modo pioneiro, punha em tela as intimidades de uns

e outros num mesmo repositório comum e, por que não, público. As primeiras comunidades que se formaram em torno da ferramenta – marcadas por um compartilhamento de intimidades cuja intensidade era até então inédita na internet, levando em conta a quantidade de autores e espectadores que os blogs eram capazes de reunir – caracterizam toda uma geração de internautas.

Num exercício duplo de autoanálise e autoexposição, os autores dos blogs refletem, partilham e constroem relações e movimentos em volta de suas experiências e traumas, analisando e sendo analisados, performando e presenciando performances que formam relacionamentos baseados nos princípios de reputação, visibilidade, popularidade e autoridade, como indica Recuero (2009) e será visto mais adiante.

No desfecho deste capítulo, mostraremos o declínio e o legado da plataforma. No turbilhão das novas redes, a febre dos blogs terminou gradualmente. Eles tiveram, contudo, uma função proeminente numa transformação provocada pela internet de modo geral, conforme diz Sibilía (2003), com os relatos ordinários ganhando uma visibilidade anteriormente tangível apenas aos grandes relatos, ao que é considerado canônico. Naturalmente, quando o formato se esvaziou, deixando poucos adeptos remanescentes, a demanda latente por uma comunicação mais delongada, reflexiva e íntima passou a carecer de uma rede, uma comunidade que lhe desse concretude.

Assim, sem muito alarde – ou ao menos sem o alarde característico do nascimento de outras plataformas populares surgidas na década passada –, as newsletters autorais começaram a surgir aqui e ali, como um espaço construído pelo próprio autor e distribuído somente a quem se interessou por receber o conteúdo. Em virtude de suas possibilidades e mesmo de suas limitações, o e-mail foi escolhido como a plataforma que abrigaria o novo modo de interagir.

No terceiro capítulo, abordaremos brevemente os primeiros boletins enviados por empresas, que ajudaram a popularizar o termo newsletter, tendo como base estudos de Perrusi e Efken (2019). Em seguida, analisaremos mais profundamente os registros autobiográficos que o e-mail passou a comportar, na esteira do sumiço dos blogs.

Veremos, então, como a newsletter se transforma lentamente num espaço também pessoal, inicialmente apenas flertando com uma comunicação direcionada e específica, mesmo quando enviada para muitos. Com o aprimoramento das formas de sociabilidade virtual – e dentro de uma plataforma mais seletiva –, observaremos como os boletins pessoais estimulam o velho hábito de consumir e ser consumido narrativamente.

Nesse ponto, adentraremos, enfim, a atmosfera das newsletters autorais. Para dialogar

com algumas observações e pontos abordados, serão compartilhados trechos das entrevistas realizadas pela autora deste estudo com as escritoras dos três boletins descritos no trabalho. Em seus relatos, Aline Valek, Anna Vitória Rocha e Duds Saldanha discorrerão sobre a relação que têm com o espaço virtual e sobre o próprio conteúdo das newsletters, além de refletir sobre a performance do *eu* na internet e sobre a externalização de reflexões privadas com um público ávido por conteúdo e, até certo ponto, desconhecido.

Na parte final do capítulo, o foco se voltará para a crença constante de que os e-mails e os boletins digitais não sobreviveriam às atualizações da internet. Tal análise dará ensejo à lembrança de uma iniciativa brasileira pioneira no campo virtual: a *mailzine* CardosOnline, que, no fim da década de 1990 e início dos anos 2000, juntou os conceitos de *fanzine* e e-mail em newsletters repletas de contos, crônicas, críticas, textos autorais e opinião. Projetos como este ajudaram a gestar o que viriam a ser os boletins pessoais e exemplificaram que o e-mail, enquanto ferramenta, não estava tão datado quanto se pensou em meados da década passada, já que os seus possíveis usos passaram por uma profícua reinvenção.

No último capítulo deste trabalho, serão abordadas exclusivamente as três newsletters que inspiraram a realização deste estudo. Traçaremos primeiramente um breve perfil de cada uma das autoras e suas jornadas pela internet. Nesta parte, as entrevistas com as escritoras ganharão maior destaque, permeando a análise e dialogando com as referências do estudo.

Para entender melhor suas personalidades e as motivações por trás de seus trabalhos, foram enviadas quinze perguntas por e-mail para cada uma. Os questionamentos abordam aspectos da existência na *web*, anseios e limites da exposição virtual, o ofício da escrita autobiográfica e o processo de construção de intimidade com o público que consome o conteúdo dos boletins.

Por fim, uma proposição trazida por Sibilia (2016) a partir de uma metáfora de Sigmund Freud nos fará refletir sobre como as newsletters autorais podem ser representadas pelas cidades de Roma e Pompeia. Veremos como os boletins mesclam as duas concepções de temporalidade contempladas nessa analogia — de um lado, o retrato instantâneo e imutável de um objeto e, de outro, a preservação de um acervo crescente de fragmentos e símbolos alusivos a cada fase da história de um objeto em permanente transmutação, o *eu*. Deste modo, pretende-se mostrar como as newsletters autorais são uma maneira de organizar em registros as ideias e os fatos que dão contorno à personalidade de seu escritor, bem como um modo de compartilhar os resultados desse esforço de ordenamento histórico com outros sujeitos em processo de autoentendimento.

2 COMUNICAÇÃO EM ESPAÇOS DIGITAIS

Falar de si e com o outro é uma das práticas fundamentais da cultura humana. Pela expressão verbal e não verbal, os indivíduos compartilham suas angústias e se conectam pelo que é comum, cotidiano, mas também dialogam sobre o que vai além do banal. Essas interações despertam emoções, como empatia e aversão. Conforme a reação causada, o indivíduo pode experimentar o sentimento de pertencer a um grupo, desdobramento natural dos processos de identificação.

Se falar faz parte do conjunto de práticas que definem o exercício de ser alguém, é natural que esse hábito se estenda para os mais diferentes meios. Ao longo do tempo, foram experimentados diversos mecanismos de produção de conteúdo e conhecimento. Da sabedoria oral transmitida por gerações, ao registro em cartas e diários íntimos e, mais recentemente, a internet. Com o ritmo acelerado das relações e da tecnologia, esse espaço comunicacional – onipresente nos dias de hoje – não é mais uma surpresa entre as inúmeras formas de se conectar existentes na sociedade.

Ao escrever sobre o tema no início do século XXI, Castells (2003) acreditava que a internet não se resumia apenas a uma nova tecnologia. Em sua análise, ela ocupava outros espaços, definindo-se como um meio de comunicação e, simultaneamente, de conexões consigo e com o outro. Se, um dia, a comunicação mediada pelo computador representou a chegada de uma nova era, hoje ela é uma extensão da existência humana. Desse modo, o indivíduo-máquina se torna uma realidade, já que “[...] as pessoas adaptaram-se aos novos tempos, utilizando a rede para formar novos padrões de interação e criando novas formas de sociabilidade e novas organizações sociais” (RECUERO, 2009, p. 89).

O fenômeno da internet, então, ganhou uma dimensão social, e, nesse contexto, surgiram as primeiras comunidades virtuais formadas pelas ligações que a *web* possibilitou. Se, a princípio, o computador desempenhava funções mais mecânicas e informacionais, nas últimas décadas ele assume o papel de intermediário das relações humanas e possibilita a construção de teias que ligam um indivíduo ao outro. Esses espaços de conexão podem ser encontrados no e-mail, que logo se afirmou como uma ferramenta de manutenção de relações interpessoais entre membros de uma família ou empresa, grupos de amigos e até mesmo desconhecidos – e cujas especificidades vão ser exploradas mais adiante. Essas redes construídas nos e-mails também puderam ser encontradas nas salas de bate-papo – populares no final da década de 1990 e início dos anos 2000 –, pelos fóruns da internet, nas redes sociais

e nas newsletters autorais, objeto de estudo deste trabalho.

Das conexões que a internet permitiu, nasceram novas formas de autoexpressão. Isso mudou a maneira como nos expomos e interagimos, uma vez que a tela passa a ser a janela da performance de si para o outro. Essas novas maneiras de se relacionar se fundamentam no que você escolhe mostrar para quem está do lado de lá. Muitas vezes, essa interação se baseia na criação de identidades performadas e recai num processo de fragmentação do sujeito. Essa divisão do *eu* parte da realidade de que na *web* podemos escolher o que somos e quando somos, já que, diferentemente da vida real, a existência não é ininterrupta nem monitorada por olhares. A observação se restringe ao que o outro consegue enxergar diante da tela, de modo que o *eu* se torna uma performance, composta daquela parte de si que se preferiu mostrar para a plateia – neste caso, os internautas.

Viver num panóptico eletrônico equivale a ter metade de nossas vidas permanentemente exposta a monitoramento. Como vivemos existências compósitas, essa exposição pode nos levar a um eu esquizofrênico, dividido entre o que somos off-line e a imagem que temos de nós mesmos on-line, que assim internaliza a censura. (CASTELLS, 2003, p. 185)

Devido a isso, as interações e, posteriormente, as relações que se criam na internet estão suscetíveis ao fato de que, por escolha própria, o outro pode se apresentar como um fragmento de sujeito. No entanto, a natureza difusa e performática dessas interações não impede que as pessoas nelas envolvidas expressem o desejo de construir laços pela internet.

A interação mediada pelo computador é também geradora e mantenedora de relações complexas e de tipos de valores que constroem e mantêm as redes sociais na Internet. Mas mais do que isso, a interação mediada pelo computador é geradora de relações sociais que, por sua vez, vão gerar laços sociais. (RECUERO, 2009, p. 36)

Essas relações, assim como as existentes no que podemos chamar de vida real, estão condicionadas a critérios como empatia, identificação e interesse no que o outro pode dizer, assim como no material que será compartilhado naquela troca entre duas ou mais pessoas ou que dela resultará. É comum que usuários da internet estejam em busca de se conectar e construir com desconhecidos uma relação, firmada em traços de intimidade que se deslocaram dos encontros face a face para as interações que acontecem virtualmente. O ato de ouvir o outro apresenta uma oportunidade dupla de sentir-se representado no discurso alheio e, uma vez encontrada a ocasião, falar sobre si. Nesse ciclo, escutar é, ao mesmo tempo, a recompensa e o aval para se poder expressar o que se pensa, efeito do exercício de voltar o olhar para si e refletir sobre aquilo que conecta o sujeito a uma pessoa antes desconhecida.

Se toda comunicação presume a existência de outrem (SIBILIA, 2016), há que se dizer

que a construção relacional estabelecida na internet é um tanto panóptica, uma vez que há alguém do outro lado, mas nem sempre há certeza de quem está lá, ou quando se faz presente. A exposição, portanto, é integral e ininterrupta. Mesmo quando o usuário está *offline*, o seu perfil, o equivalente ao corpo na *web*, está presente. Se, ao ouvir o outro, o usuário também busca uma brecha para falar, a procura pelo olhar e pela avaliação externa nada mais é do que a urgência de olhar para si e resgatar-se pela visão e legitimação alheia.

Os dispositivos contemporâneos vêm contribuir para a constituição de uma subjetividade exteriorizada onde vigoram a projeção e a antecipação. Exteriorizada porque encontra na exposição ‘pública’, ao alcance do ‘olhar’, escrutínio ou conhecimento do outro, o domínio privilegiado de cuidados e controle sobre si. (BRUNO, 2004, p. 116)

A construção desses laços nas redes, quando olhada de cima e por uma perspectiva mais ampla, mostra como a internet possibilita a criação de comunidades. É verdade que, ao marcar presença nas redes sociais, o usuário pode adotar uma atitude passiva e estar apenas procurando por informações. Mas, nesse ambiente, é comum que a troca seja guiada pela vontade de falar sobre si – quando o indivíduo se expõe ao alheio, ao desconhecido – e, simultaneamente, de receber o que vem do outro lado. O desejo de se conectar com algo ou alguém é o que mantém a bolha da internet coesa e, para isso, ela precisa despertar essa vontade em quem a consome. Quem constrói a *web*, ou seja, quem cria sites e plataformas virtuais, percebeu que a ferramenta precisa assumir um formato que desperte reconhecimento e tenha similaridade com quem a consome. Portanto, “é preciso, assim, colocar rostos, informações que gerem individualidade e empatia na informação geralmente anônima do ciberespaço” (RECUERO, 2009, p. 27).

Assim as redes sociais se fundamentam, com a necessidade de serem preenchidas pelas faces de usuários. Desse modo, as ferramentas assumem forma e se consolidam na teia cibernética. Mas sem as interações entre usuários, esses espaços não seriam nada além de plataformas que não teriam todo seu potencial explorado. Se em 1982 a revista *Time* anunciou que a personalidade do ano – reconhecida premiação do periódico – era o computador, em 2006 o ganhador do prêmio foi *você*. “Você controla a Era da Informação. Bem-vindo ao seu mundo”, dizia a capa da revista (tradução nossa¹). Da mesma forma que a revista americana percebeu, mais de vinte anos depois, que a máquina não é nada sem a presença do indivíduo, outros setores também notaram que é o usuário quem dá o tom da internet, e que sua relevância, assim como a do computador, está diretamente pautada na satisfação e no desejo

¹ No original: “Yes, you. You control the Information Age. Welcome to your world”.

de conexão que esses itens despertam no internauta.

Esse fator foi notado por quem opera a máquina atrás da máquina, ou seja, os desenvolvedores de internet. Nas últimas décadas, a grande determinação deles se direcionou para a criação de redes que entrelaçassem os usuários e os interligassem por princípios em comum. Uma vez presos àquele espaço, há maior garantia da continuidade da ferramenta e a iniciativa ganha sobrevida.

E qual a melhor forma de conectar consumidores *web* que não através da comunicação? Se no dia a dia as relações pessoais são baseadas em identificação e empatia, esses dois princípios puderam ser incorporados a meios digitais para garantir adesão e permanência de usuários. Surgem assim as redes sociais, que embalam a experiência internética do final da década de 1990 até os dias atuais.

Essas formas de expressão na internet são compostas, em sua essência, pelo emaranhado que interliga os usuários e pelas relações que se apresentam a partir disso (RECUERO, 2009, p. 69). O surgimento dessas redes e, conseqüentemente, da série de contatos entre as pessoas que delas fazem parte, veio para satisfazer um desejo sensível de uma parcela da sociedade, que já identificava o potencial de socialização que a internet concentrava. Uma outra parcela, que inicialmente não se engajou com a nova tecnologia, só aderiu às mídias sociais após reconhecer esse desejo de socialização virtual, que neste caso, a princípio, permaneceu latente.

Como crê Sibilia (2016, p. 25), “as tecnologias são inventadas para desempenhar funções que a sociedade de algum modo solicita e para as quais carece das ferramentas adequadas”. Com os devidos instrumentos em mãos, as pessoas engajaram-se nessas redes e puderam, a partir delas, redescobrir maneiras de interagir e praticar a sociabilidade em conjunto.

2.1 Olhar a si para falar com o outro

As conexões na rede surgem a partir das mais variadas interações, como escrever e enviar um e-mail, responder a uma mensagem num bate-papo eletrônico, acessar um site e contatar uma pessoa ou empresa, entre outros. Essas relações geram sentimentos em seus participantes, e essas sensações provocam a construção de um laço, formado por apenas duas pessoas ou por um grupo de indivíduos. É possível, inclusive, que internautas construam uma aliança dual, mas que está presa a uma malha mais complexa, como acontece em boa parte das redes sociais, em que os indivíduos podem se conectar numa dinâmica um a um, mas há

outras pessoas presentes, que observam o que acontece e podem interferir.

Para uma comunidade virtual se estabelecer, segundo Recuero (2009), é preciso que seus membros se engajem em um movimento de cooperação. “Sem cooperação, não há grupo”, define a autora (2009, p. 91), ao falar sobre os instrumentos sociais que operam a internet. Com eles, os usuários são interligados para a construção de uma jornada virtual permeada pelas relações interpessoais com outros internautas presentes na rede. Esses laços, desenvolvidos ao longo da trajetória de cada pessoa, variam de intensidade e podem assumir formas particulares, determinadas pelos critérios de sociabilidade que se construíram coletivamente entre os participantes daquela performance.

Laços fortes são aqueles que se caracterizam pela intimidade, pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Os laços fracos, por outro lado, caracterizam-se por relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade. Laços fortes constituem-se em vias mais amplas e concretas para as trocas sociais, enquanto os fracos possuem trocas mais difusas. (RECUERO, 2009, p. 41)

Essas ligações, após serem despertadas, precisam ser nutridas para continuar existindo na rede. Caso contrário, não chegam a ser desfeitas, mas perdem relevância e não geram movimento. Os fatores que levam alguém a estar presente na rede mundial de computadores podem ser muitos, mas é o olhar introvertido, ou seja, o pensamento autorreflexivo, que o leva a se conectar com outra pessoa. O usuário também descobre sobre si mesmo ao passear pela internet e se deparar com discursos que refletem a sua própria realidade, de modo que a tela se torna um espelho. Para Castells (2003), a internet se sustenta num sistema que tem o indivíduo como fator central, e isso se nota pelas redes: elas têm funções e reações voltadas para o conteúdo criado por quem a compõe. A rede não existe por si só, pois precisa de quem está dentro dela produza informação. Para que a roda social siga em atividade, o interesse no que os demais têm a dizer precisa existir. Impera, então, o pensamento máximo de que, para cultivar relações, é preciso não só relacionar-se, mas estar genuinamente disposto a fazer isso continuamente. Nesses ambientes virtuais, o indivíduo pode voltar-se para dentro ao mesmo tempo em que olha para fora, ao encarar o desconhecido. Comunicando-se, ele constrói sua própria essência na internet, ao passo que alimenta ao outro. A força resultante desses processos varia de acordo com a intensidade dedicada aos laços, que também podem sofrer variações conforme a correspondência entre os atores envolvidos.

As contas de redes sociais, assim como a própria *web*, “[...] podem ser vistas como formatos fluidos de construção de imagens identitárias” (LE MOS, 2002, p. 10). Se os vínculos estabelecidos pela internet se consolidam em movimentos de identificação e

espelhamento, é natural que eles estejam condicionados à fluidez das práticas identitárias que configuram o ambiente social da *web*. Desse modo, é também natural que esses vínculos se desfaçam, se rearranjam e se reconstruam de tempos em tempos. Outro cenário possível é que uma oferta de interação, ou mesmo uma chance de estreitamento de laços já estabelecidos, seja rejeitada. Em resumo, nem tudo que existe ali é mútuo. O risco de frustração que existe nas interações presenciais também incide sobre o trato virtual. Isso pode ser visto quando um usuário opta por não aceitar uma solicitação de amizade no Facebook, quando um perfil não retribui a outro a inclusão na lista Melhores Amigos do Instagram (que disponibiliza “por 24 horas” mídias fechadas para um pequeno grupo de pessoas), ou quando um comentário não é aprovado pelo moderador de um blog.

Um aspecto que é derivado da característica da força dos laços é que nem todos estes laços são recíprocos. É possível que [...] um ator A considere B como seu melhor amigo (laço forte) e que B, em retorno, não considere A como uma pessoa tão próxima (laço mais fraco) [...]. Quando os laços que conectam dois indivíduos possuem forças diferentes nos dois sentidos (AB e BA), tratam-se de laços assimétricos. Já os laços são considerados simétricos quando têm a mesma força nos dois sentidos (AB e BA). (RECUERO, 2009, p. 41-42)

Outra possibilidade de frustração social comum à internet e à vida real se relaciona com a posição reservada a um sujeito dentro de um grupo de mais de duas pessoas. Em ambos os ambientes, é possível que um indivíduo se sinta desapontado e menosprezado por não ter o destaque que ele pensava merecer, seja por não ter o número de amigos desejado ou por manter relações assimétricas, ou de engajamento relativamente fraco. Em outras palavras, tanto a internet quanto a vida real têm a capacidade de infundir no indivíduo a sensação de que ele ocupa uma posição subalterna na hierarquia social. O caso da internet, porém, tem algumas especificidades que podem intensificar a experiência da frustração. A presença nas redes sociais demanda do indivíduo uma atitude planejada, de busca por conexão e aceitação, ao passo que, na vida real, nem todo contato é voluntário, e nem toda oferta de interação é recusável. As trocas presenciais pertencem ao reino da fala e da oralidade, onde as maneiras e os dizeres são improvisados e espontâneos, ainda que sob alto nível de vigilância. Nas interações virtuais, por outro lado, prevalece a comunicação escrita, que possibilita um maior grau de autocensura e curadoria. O fracasso de uma personalidade decupada pelo crivo do mais aguçado autojulgamento tem peso maior do que o fracasso de uma personalidade criada no instante, de maneira irrefletida. Além disso, na internet, o nível de êxito social é quantificado por números de seguidores e interações. Não surpreende, portanto, que os próprios usuários venham registrando um desagrado crescente com essas plataformas sociais – razão, em alguns casos, de iniciativas como o “detox” digital, cada vez mais popular entre

internautas.

Apesar disso, a adesão às plataformas de contato nas redes persiste. As ferramentas se sucedem, mas a procura pela socialização virtual não parece ter sido superada. O internauta insiste nessa composição social, acredita Castells (2003), por fatores um pouco diferentes do que uniam comunidades no passado. Se, tempos atrás, a união de grupos dependia do componente cultural, esse não é o único fator para a conexão entre indivíduos na internet.

Talvez o passo analítico necessário para se compreender as novas formas de interação social na era da Internet seja tomar por base uma redefinição de comunidade, dando menos ênfase a seu componente cultural, dando mais ênfase a seu papel de apoio a indivíduos e famílias, e desvinculando sua existência social de um tipo único de suporte material. (CASTELLS, 2003, p. 131)

Isso significa que os meios tecnológicos têm condições de possibilitar laços tão fortes e mexer com as paixões tanto quanto qualquer outra relação construída fora dali. No despertar social provocado pelas redes, como a cultura não é mais a única liga que mantém essas conexões, outros itens aparecem na composição. Como já mencionado, o olhar para dentro é um desses fatores, assim como a vontade de falar, não só sobre si, mas também a respeito do outro. Uma vez que a materialidade da cultura não aparece sozinha na formação das ligações na internet, as pessoas passam a se conectar através do desejo comunicacional que há muito estava adormecido e engessado pelos meios de comunicação de massa.

A internet serve, assim, como uma forma de escoamento de discursos pessoais que foram há muito tempo inibidos pelos mass media. Trata-se, portanto, de uma apropriação social da web como forma de reeditar práticas antigas como os diários pessoais. (LEMOS, 2002, p. 4)

Como aponta o autor, a prática de se relacionar via internet está muito atrelada a comportamentos que antecedem a existência dos computadores e da comunicação feita por meio da máquina, remetendo a velhos hábitos, como o de alimentar as páginas de diários pessoais. No entanto, até o surgimento das redes sociais, esses hábitos nem sempre encontravam vazão nos meios de comunicação de massa. Os meios informativos que atingiam o grande público – e ainda o impactam –, como jornal, rádio, TV e cinema, monopolizavam a voz que ecoava para o receptor. Consumindo esse tipo de conteúdo, o ser humano pôde olhar para fora, para a cidade, para o alheio, mas sem precisar falar sobre si, pois as telas e os papéis estavam preenchidos pelo outro. A percepção tida do alheio era absorvida por quem recebia o que era produzido pelos meios de massa.

O modelo de comunicação Um-Todos, apresentado por Lemos (1997), supõe que o material gerado por esses meios saia de um único ponto (emissora televisiva, veículo

impresso) e se direcione a inúmeras pessoas, sem considerar necessariamente suas particularidades. A narrativa é do outro e tenta dialogar com inúmeros “uns”, mas não é fácil para o indivíduo tomar a narrativa para si, uma vez que ela não é produzida individualmente por quem a consome, e sim por uma grande mídia.

A internet representou uma mudança nesse sentido, pois a produção de informação passa a vir também das mãos de pequenos produtores, já que qualquer usuário pode fabricar conteúdo. Desse modo, a comunicação passa a seguir o modelo Todos-Todos, que é “uma forma descentralizada e universal – (tudo pode ser convertido em “bits” sons, imagens, textos, vídeo...) de circulação das informações” (LEMOS, 1997, p. 3).

Para existir e vigorar, as ferramentas de socialização presentes na internet dependem do desejo de falar que se manifesta em cada indivíduo. Essa compreensão fez da *web* um campo de exteriorização do *eu*, ligando cada ponto dessa teia por uma característica comum: a vontade sufocada de falar sobre si num espaço onde o outro também fala de si mesmo, onde um indivíduo pode esbarrar com testemunhos e narrativas similares aos seus próprios e estabelecer, assim, contatos com outras pessoas.

2.2 Construção da intimidade na *web*

A presença na internet pressupõe, na maior parte das vezes, uma vontade de estar ali que parte do próprio usuário – para além de atividades compulsórias em que a *web* é uma ferramenta útil, como pesquisas acadêmicas e acesso a sistemas de informação corporativos. Diante de uma prática que não é imposta, a formação das redes que interligam os usuários socialmente tende a ser espontânea e natural. O modelo Todos-Todos, por pressupor uma comunicação descentralizada e amparada na produção de conteúdo individual, consagrou um tipo de discurso pessoal e focado na identidade. Portanto, permitiu e incentivou conexões consolidadas por atividades como curtir ou reagir a um texto e passar adiante uma mensagem originalmente publicada por outro perfil. Essas conexões preliminares não raro se transformam em redes mais consistentes, como os seguidores de um perfil, leitores de um blog ou assinantes de uma newsletter.

Os laços criados em situações como essas dependem da vontade de quem está envolvido nessa dinâmica, e a teia de vínculos sociais começa a se traçar no momento em que os interesses se encontram. Para essa teia existir, basta que haja a mínima intenção de construir algo, seja uma relação superficial e breve – que não demanda uma dedicação muito forte de quem faz parte –, seja algo mais intenso e duradouro, estabelecendo, dessa maneira,

variadas formas de se existir na internet.

As pessoas adaptaram-se aos novos tempos, utilizando a rede para formar novos padrões de interação e criando novas formas de sociabilidade e novas organizações sociais. Como essas formas de adaptação e auto-organização são baseadas em interação e comunicação, é preciso que exista circularidade nessas informações, para que os processos sociais coletivos possam manter a estrutura social e as interações possam continuar acontecendo. Como a comunicação mediada por computador proporciona que essas interações sejam transportadas a um novo espaço, que é o ciberespaço, novas estruturas sociais e grupos que não poderiam interagir livremente tendem a surgir. (RECUERO, 2009, p. 89)

Ao cumprir sua função de facilitar a comunicação, a internet desempenha também um papel de estimulante no ato de se conectar com o outro. Ela dá voz e espaço, e agrupa pessoas que estariam separadas se não fosse a existência das redes sociais. Uma vez parte dessa dinâmica, o usuário encontra plataformas e experiências que motivam a sua continuidade dentro daquele espaço, como encontros e descobertas que não teriam sido possíveis de outra maneira. Essas experiências sociais têm como base a comunicação horizontal e livre, além da construção independente das redes (CASTELLS, 2003, p. 59). Por mais que possam existir hierarquias no ambiente virtual, a internet possibilita ao usuário conquistar poder de fala e cativar o público com maior facilidade e de maneira mais acessível do que os meios de comunicação clássicos.

Mas, ao mesmo tempo em que a internet dá espaço a quem antes não o tinha, ela também pode oferecer um microfone a quem propaga o ódio e a desinformação. Ao receber o título de doutor *honoris causa* em comunicação e cultura na Universidade de Turim, na Itália, em 2015, o escritor e filósofo Umberto Eco disse que as redes sociais dão o direito à palavra a uma “legião de imbecis” que antes costumavam falar somente “em um bar e depois de uma taça de vinho, sem prejudicar a coletividade”. Ainda em seu discurso, Eco afirmou que a TV cumpriu esse papel inicialmente, dando visibilidade ao que chamou de “o idiota da aldeia”.

“O drama da internet é que ela promoveu o idiota da aldeia a portador da verdade”, sintetizou o romancista². Como qualquer aldeia, a internet não é composta só por idiotas. Mas, como grande plataforma, é fato que há de se esbarrar com alguns – ou muitos, dependendo do local em que se está – enquanto se navega pelo espaço digital. “A internet não é neutra, porque seu uso, se não seu desenho, depende de condições sociais determinadas” (RÜDIGER, 2013, p. 37), e as condições recentes levaram a *web* a se reafirmar como um espaço de disputa de narrativas. Afinal, seu uso indevido foi um fator decisivo em eleições em todo o mundo, como na disputa presidencial de 2016 nos Estados Unidos – que culminou na vitória do

² Fala feita por Umberto Eco em 10 de junho de 2015, durante evento para receber o título de doutor *honoris causa* em Comunicação e Cultura na Universidade de Turim, na Itália.

candidato do partido republicano Donald Trump – e na de 2018 no Brasil – com a chegada do então candidato do PSL, Jair Bolsonaro, ao Palácio da Alvorada.

Com a intenção de prejudicar um adversário, enfraquecer partidos e movimentos sociais ou até mesmo atacar uma figura específica, atores políticos têm usado cada vez mais a internet para a produção e o disparo de notícias falsas, ou para a reprodução de discursos que vão contra o poder emancipatório que os espaços digitais poderiam ter.

A cibercultura não é, como seus meios, intrinsecamente participatória e democrática, visto que nela se confrontam forças sociais de todos os tipos. Os coletivos progressistas e as subculturas se articulam mais e melhor agora, mas quem tem a hegemonia nos seus fluxos de informação e saber são as forças reacionárias e conservadoras. (RÜDIGER, 2013, p. 70)

As forças que constituem esse movimento reacionário viram na internet um ambiente de comunicação livre e facilitada. Enquanto existem regras, hierarquia e processos para fazer parte da mídia de massa – como os já citados televisão, rádio e cinema –, no meio virtual tudo funciona de maneira um pouco diferente: é mais fácil produzir conteúdo, seja ele inofensivo, como uma *selfie* ou um relato pessoal num blog, seja ele um produto nocivo, que pode difamar algo ou alguém.

Não há nada que impeça um usuário ou um movimento de natureza política ou social de criar um perfil numa rede social e espalhar notícias falsas ou mensagens de ódio. A conta pode ser derrubada, como é dito na linguagem da *web* – o que equivale a ser apagado do espaço virtual, mesmo que só momentaneamente. Denunciar usuários ou grupos que agem de má-fé é um caminho possível para tentar minar esses comportamentos prejudiciais, mas não há nada até agora que previna, de fato, o aparecimento destes tipos de perfis, os chamados *trolls*.

Os atos de ameaça a face podem ser, assim, através do trolling, terrivelmente danosos para os atores envolvidos, levando à perda de capital social, ao silenciamento e mesmo ao rompimento das conexões que mantém as redes (por exemplo, através da retirada do perfil do site de rede social). A conversação em rede, assim, pode vir constituir-se em um ponto fundamentalmente negativo para as redes sociais online. (RECUERO, 2013, p. 12)

A face que apresentamos na internet busca a validação alheia, mas nem sempre a encontra. Em troca, pode receber ódio, desprezo, reprovação, sentimentos que não se criaram, evidentemente, na existência virtual. Por mais que sejam emoções que migraram do ambiente real, elas encontraram apoio e reverberação na *web*. Falar do outro, inclusive mal, é muito mais fácil quando não se olha diretamente para quem recebe a mensagem ou quando a punição para a atitude é imprecisa ou até mesmo desconhecida.

Fake news são, hoje, parte importante da dieta de informação obtida digitalmente. Não, naturalmente, porque só podemos mentir e inventar on-line, nem porque há alguma coisa inerente à vida on-line que estimula as pessoas à contrafação da informação, mas porque a crescente digitalização da vida inclui a intensa digitalização de tudo o que a vida comporta, inclusive a atividade de falsificar e alterar fatos para manipular as pessoas politicamente. (GOMES; DOURADO, 2019, p. 36)

A utilização da internet para fins destrutivos funciona não apenas como uma digitalização do que costumava acontecer presencialmente, mas é também uma prática em território até certo ponto desconhecido, como apontam Gomes e Dourado (2019). Inventar mentiras, criticar cruelmente e difamar são práticas já existentes no mundo, é claro. Mas, na internet, essas ações assumem outra forma e ganham uma nova potência, mais assustadora e irrefreável, e se abastecem pelo fato de acontecer em ambientes e situações em que nunca haviam acontecido antes. Além de se sujeitar à possibilidade de sofrer crimes virtuais e ataques de fúria, estar na internet também é estar disposto a lidar com o novo, com o desconhecido e o inesperado. Mais ainda do que na vida real.

Quando uma parcela da sociedade acredita que a mídia de massa não é mais suficiente para dar vazão ao que ela tem a dizer nem a seu desejo de consumo, esses meios passam a ser contestados e perdem parte de sua credibilidade. Eles tendem a não manifestar concordância irrestrita com as crenças defendidas por esses setores. A internet se mostra, assim, como um meio eficaz para se dizer o que quiser, mesmo que seja uma grande mentira. Ainda nessa lógica, é como se o indivíduo olhasse para os grandes grupos e veículos e não visse um espaço lá para si. Uma vez que aquele espaço não pode ser seu, o meio como um todo não é digno de seu merecimento. A *web*, pelo contrário, pode comportar tudo que é possível ser dito e reproduzido, muitas vezes sem filtro, às margens da lei e do bom senso. É o que Gomes e Dourado (2019) chamam de “epistemologia tribal”, condição em que o verdadeiro e falso dependem do interesse da tribo. Se agrada, é verdade e merece ser reverenciado e difundido. Caso não satisfaça a gostos particulares – que obedecem a critérios subjetivos, não objetivos – , é mentira.

Se, um dia, mesmo que só no campo das ideias, os computadores conectados em rede puderam “promover uma mudança de consciência num sentido igualitário, cooperativo e emancipatório” (RÜDIGER, 2013, p. 30), isso vem sendo posto em risco por interesses pessoais, muitas vezes obscuros e nocivos. Nesse contexto, a verdade é feita refém numa era em que as informações, mesmo as fundamentadas, devem satisfazer a desejos que, quando não cumpridos, distorcem o sentido do real para o seu extremo oposto. O que não é aprazível, logo é considerado mentira, pois a negação é um caminho mais fácil que a autocrítica.

Se “toda tecnologia tanto é um fardo como uma benção; não uma coisa ou outra, mas sim isto e aquilo” (POSTMAN apud RÜDIGER, 2013, p. 53), a internet é, na verdade, um instrumento dúbio, de efeitos imensuráveis, e não uma ferramenta de função única e previsível. Dependendo do sentido aplicado a suas diversas potencialidades, ela pode ser edificante ou destrutiva. Isso varia de acordo com o usuário que está por trás da máquina. O capitalismo, aponta Rüdiger (2013), comprovou a falta de neutralidade da tecnologia, pois ela representa as disputas sociais, só que, dessa vez, na frente da tela.

A formação das redes é simples, em muitos casos espontânea, e pode seguir um padrão experimental, sem que exista uma intenção para além de se comunicar com um ou mais receptores. O desejo de falar ainda é um fator que movimenta e compõe as maneiras modernas de sociabilidade, e esse simples anseio ajuda a construir as comunidades que se espalham digitalmente.

Os laços que são construídos nessas redes podem ser permeados pela intimidade que surge no que Sibilía (2016) aponta como novas formas de subjetividades ao se relacionar. É válido destacar que nem todas as interações feitas na internet despertam intimidade ou podem ser consideradas íntimas. Assim como nas relações do dia a dia, o que se desenrola na *web* pode ser superficial e não ultrapassar a barreira da jornada interior dos indivíduos, mas fato é que parte dos enlaces virtuais são, sim, envolvidos numa dinâmica de conhecimento do outro que proporciona um mergulho em questões pessoais e alheias que antes não estariam acessíveis.

Essa intimidade aparece quando alguém se expõe no espaço virtual, em um texto, vídeo, imagem, e permite que outra pessoa tenha acesso ao conteúdo pessoal que foi compartilhado. Existem, é claro, situações em que a intimidade é vazada, como em flagratos de famosos ou em divulgação de informações sem o aval dos envolvidos. Mas o campo da intimidade voluntariamente exposta é tão vasto que aqui prefiro me ater a ele.

Ao se expor nas redes, o internauta disponibiliza, para quem tem acesso ao espaço de que ele faz parte, uma permissão para que os olhares se voltem para ele. O panóptico aparece mais uma vez, pois, na exposição da intimidade, nem sempre dá para saber quando o outro olha de volta para você. Essa intimidade, portanto, nem sempre é recíproca. Numa rede social, o usuário pode escrever uma opinião pessoal ou sobre acontecimento de sua vida sem que os demais se engajem com isso. Mas, ainda assim, aquela intimidade foi exposta na rede. Mesmo que o outro não interaja com o usuário, ele teve acesso a essa demonstração de personalidade. Se o desenvolvimento da intimidade pudesse ser representado pela imagem de uma pista de corrida, o receptor, abastecido de informações íntimas sobre o autor da publicação – como

gostos, fatos, histórias e opiniões –, estaria mais distante do ponto de partida, que simboliza a inexistência de laços entre esses dois atores, e mais perto da linha de chegada, que representa a manutenção de laços fortes entre ambos.

Embora a intimidade não precise ser recíproca, já que o internauta pode jogar a sua narrativa ao vento e esperar pela reação que aquilo vai despertar, o desenvolvimento dessa proximidade acontece quando o relacionamento opera como uma via de mão dupla. A construção da intimidade se dá quando duas pessoas ou mais se enlaçam de maneira particular. Elas assumem a postura de quem deseja falar sobre si e ouvir o outro – o espírito requerido a quem vive uma experiência imersiva das redes –, de modo que os pontos envolvidos nessa relação se reconhecem e se identificam mutuamente.

Há um evidente deslocamento em direção à intimidade. Isto é, uma curiosidade ainda crescente por aqueles âmbitos da existência que costumavam ser catalogados de maneira inequívoca como privados, tanto no que se refere às celebridades de todos os tipos e épocas como a qualquer um. (SIBILIA, 2016, p. 61-62)

O desejo de saber sobre a vida alheia e conhecer alguém na intimidade é o que movimenta quem está online em direção às eventuais descobertas sobre o outro. Composta em boa parte por narrativas do *eu* e moldada à imagem de quem a constrói, a internet precisa do íntimo para existir porque, dialogando com o lado emocional, ela mantém seus usuários e os fideliza naquele espaço. O internauta tem sua necessidade de exposição e atenção alimentada ao se expressar nessas plataformas, cuja atmosfera sugere o tempo todo que a permanência de um sujeito ali será justificada caso ele queira falar sobre si ou reagir ao que o outro mostra. O indivíduo é levado a olhar para dentro e, assim, sob olhares alheios, empurrado – pela internet e seus mecanismos – em direção ao palco no qual coloca esses pensamentos para fora. O espaço online precisa de pessoas para existir e, mais do que isso, precisa das histórias que constroem essas pessoas, pois só humanizando o virtual é que é possível aumentar o alcance da rede social ou site e firmá-los na *web*. Por trás de cada perfil existe um usuário, e a melhor maneira de conectá-lo ao outro é pelo que eles têm em comum: narrativas pessoais.

Não se trata de uma privacidade violada, e sim de uma privacidade revelada de forma voluntária. O usuário entende que o apelo ao íntimo é um fato da internet e encara a narrativa de si como parte da condição de sua existência virtual.

As tendências de exibição da intimidade que proliferam hoje em dia – não apenas na internet, mas em todos os meios artísticos e de comunicação, bem como na mais modesta espetacularização diária da vida cotidiana – não evidenciam uma mera invasão da antiga privacidade, mas um fenômeno completamente novo. (SIBILIA, 2016, p. 114)

Para criar e alimentar essas narrativas, o internauta precisa, como propõe Sibilia (2016), se encarar como sujeito, se reconhecer enquanto personagem. Isso porque os relatos construídos na *web* são atravessados pelo forte tom autobiográfico, com marcas de oralidade (SIBILIA 2016, p. 66). O modelo Todos-Todos, descrito por Lemos (1997), pressupõe uma comunicação descentralizada e amparada na produção de conteúdo individual, o que consagrou um estilo de discurso pessoal e intimista. Essa forma de expressão, manifesta na linguagem de blogueiros, youtubers e produtores de conteúdo, se tornou um item vantajoso para influenciadores digitais, cuja ambição de visibilidade chega a levá-los a falsear ou exagerar o nível de intimidade impresso em cada interação. O conteúdo dessas expressões se caracteriza pela narração de vivências pessoais oferecida ao público, e seu compartilhamento vem imbuído de uma expectativa de troca, pois quem cria e divulga esse material espera que o outro também se abra na *web*. A internet, orientada para o *eu*, provocou seus usuários a mostrar quem são perante a tela e a se exibir para seus seguidores e espectadores, que passaram a aguardar pelo que cada um tem a compartilhar.

Essa exteriorização egoica é um dos fatores que dão sentido à *web*, permitindo que o outro se aproxime e te conheça. Quem fala pode ganhar atenção e seguidores, e ouvir respostas para questionamentos que antes se guardavam no peito, escondidos. Ao se revelar publicamente, o indivíduo satisfaz uma necessidade de comunicação e ainda ganha uma recompensa pelo ato. Essa gratificação pode vir de muitos jeitos e serve para estimular a repetição desse tipo de comportamento. Por outro lado, o que se ganha em troca da exposição nem sempre está explícito. Mesmo diante da incerteza da recompensa, os usuários constroem intimidade e exteriorizam o que antes permanecia internalizado. A narração de si na *web*, sobretudo de relatos íntimos, pode significar uma libertação para quem o faz, pois tem o efeito de aliviar a angústia existencial e soltar o sujeito das amarras do que antes era tido como particular e sigiloso (SIBILIA, 2016, p. 106-107).

A transição de comportamento que a chegada da internet promoveu – da confidência de informações privadas a pessoas próximas para a difusão pública de relatos e manifestações íntimas do *eu* – ganhou força com o surgimento das plataformas virtuais exclusivas para o compartilhamento de exposições pessoais, cujo primeiro exemplo popularizado foram os *weblogs*, ou simplesmente blogs.

Antes deles, era possível dividir histórias pessoais em e-mails ou salas de bate-papo, por exemplo. Mas os dois sistemas tinham limitações que impediam uma maior exposição dos relatos. No e-mail, era preciso ter acesso aos endereços eletrônicos de todos os destinatários, e isso presume que o remetente conheça cada um, mesmo que minimamente. Nas salas de bate-

papo, os populares *chats*, a existência era efêmera. O usuário só existia ali enquanto estava online: depois, as mensagens se perdiam e não era possível ter acesso a elas.

Em meio aos vertiginosos processos de globalização dos mercados, numa sociedade altamente conectada e fascinada pela incitação à visibilidade, percebe-se um deslocamento daquela subjetividade ‘interiorizada’ rumo a novas formas de autoconstrução. (SIBILIA, 2016, p. 48)

Com os blogs, a existência íntima, que já seguia numa tendência de exteriorização estimulada pela internet, ficou ainda mais exposta e acessível para o outro. Nas telas, cada um pôde criar sua própria página e falar sobre o que quisesse, inclusive sobre si mesmo, sem se restringir a uma lista de destinatários conhecidos. A dinâmica que estabelece vínculos de intimidade entre as pessoas pela rede mundial de computadores ganhou uma aliada com a nova plataforma, e o indivíduo teve a chance de reinventar sua maneira de comunicar aquilo que se passa em sua vida. Dessa forma, os blogs realçam um processo de escala global em que “[...] a intimidade se volta para fora, como que em busca de um olhar que a reconheça e lhe atribua sentido, existência” (BRUNO, 2004, p. 118).

3 BLOGS: O COMEÇO DE TUDO

Antes de falar das newsletters autorais, é preciso resgatar um recurso mais antigo, muito popular no final dos anos 90 e na primeira década dos anos 2000: os blogs. A prática da newsletter, definida pelo envio direto de boletins periódicos para a caixa de e-mail do assinante, ainda não havia se popularizado quando os blogs surgiram, caracterizados pela publicação de textos acessíveis a um número irrestrito de pessoas anônimas.

Eles não foram a primeira plataforma a dar vazão ao relato pessoal, cercado de intimidade e detalhes cotidianos. Afinal, antes deles já existiam os diários e, anterior à escrita, a comunicação oral. Apesar disso, os blogs podem ser considerados pioneiros por terem engendrado o usuário de rede social tal como ele é, um indivíduo que fala de si e se exhibe diante do olhar do outro. É importante encará-los como uma incubadora do que vieram a ser as newsletters autorais, já que “um novo gênero que surge indica que algo que está suficientemente estabilizado entra em desequilíbrio enquanto busca o equilíbrio da estabilidade na nova forma” (PERRUSI; EFKEN, 2019, p. 164). Neste caso, com a derrocada dos blogs, a newsletter assumiu grande parte da função comunicativa que antes era desempenhada por eles.

Até que isso acontecesse, no entanto, esse espaço multimídia teve um período de grande popularidade. Assim como outras plataformas, os blogs coroaram um processo que se iniciou em 1984, com o lançamento do Apple Macintosh, o primeiro computador para uso pessoal, e se consolidou com a chegada da *world wide web*, espaço virtual para compartilhamento de informações e convivência universal na internet. A popularização do computador de uso pessoal deu a milhões de pessoas pelo mundo a chance de existir virtualmente, conectadas entre si. Isso acarretou algumas transformações nas práticas de sociabilidade, proporcionando o surgimento de tecnologias que foram absorvidas pelos internautas ao longo dos anos – entre elas, os blogs, uma das inovações cibernéticas que revolucionaram o jeito de se comunicar e aparecer para o outro pela tela de uma máquina.

Sibilia (2016) indica que em 2004 a internet abrigava cerca de nove milhões de blogs considerados confessionais ou autobiográficos, e esse número chegou a 140 milhões ainda em 2007. De acordo com a plataforma Software Findr, há hoje pouco mais de 500 milhões de blogs, de quaisquer gêneros, espalhados pela internet. A iniciativa se baseia em números de contas ativas divulgados por empresas de hospedagem de blogs, como o WordPress, mas também faz sua própria pesquisa em outras plataformas espalhadas pela web. Mesmo com a

imprecisão dos dados – afinal, muita coisa pode ficar pelo caminho e não ser contemplada pela varredura –, o número de blogs ainda é expressivo. Mas nem todos se enquadram no enfoque de Sibilía (2016), que analisava apenas os que existiam voltados para relatos confessionais e para a escrita de si na internet. Além disso, o alto número de blogs não representa seu poderio comunicacional atual, já que muitos encontram-se inutilizados ou nada mais são do que espaços usados para fins profissionais ou de divulgação de uma iniciativa ou marca, e por isso não podem ser considerados locais de reflexão e compartilhamento de histórias pessoais.

Se para entender as newsletters autorais devemos conhecer primeiramente os blogs, é preciso acompanhar a jornada que permeia a explosão deles entre os internautas. Isso envolve identificar as referências da plataforma em seu surgimento, considerando as fontes de que ela bebe e o que motiva seus usuários a continuar escrevendo. Esse esforço nos ajudará a analisar e interpretar o sucesso dos blogs, tarefa de igual importância para que se possa examinar as formas de sociabilidade e os espaços de comunicação que vieram depois.

É claro que fazer de si mesmo objeto de ficção não tem nada de surpreendentemente inovador. No entanto, o que parece estar em questão para a ficção que mostra a sua cara nos blogs é a possibilidade de jogar com essa consciência como um efeito calculado, embaralhando vida e ficção, refinando a apresentação de si através da teatralização. (AZEVEDO, 2007, p. 48)

3.1 O *homo psychologicus* agora fala para o mundo: das confissões eclesiásticas à exposição virtual

Falar sobre blogs de escrita íntima é, mais do que tudo, falar sobre seus autores. Não há como pensar naquele espaço de comunicação sem analisar quem está por trás dele. E, em se tratando de um ambiente aberto ao relato confessional, o conteúdo nele publicado pertence ao domínio da função emotiva da linguagem, remetendo diretamente a seu autor.

Para refletir sobre os autores de blogs, é necessário considerar as transformações da intimidade e da concepção do *eu* ao longo dos séculos. A maneira como alguém se traduz numa tela, assim como a escolha de se exibir virtualmente ou não, se relaciona com o *éthos* de cada fase do desenvolvimento das plataformas sociais. Por sua vez, esse desenvolvimento é permeado por um acúmulo histórico de práticas e costumes cuja dinâmica se desdobrou em diferentes formas de sociabilidade ao longo do tempo.

Como propõe Slade (2007), os blogs podem ser considerados banco de afetos dedicados àqueles que produzem o conteúdo, e quem está por trás disso alcançou uma espécie de direito de se intitular como autor. A autolegitimação desse rótulo é uma construção que

vem sendo trabalhada desde pelo menos meados do século XVIII, na Europa. O despertar para a possibilidade de ser autor, seja de uma narrativa ficcional ou de um diário elaborado com relatos pessoais, veio com a consolidação da sociedade burguesa e do entendimento do que é ser um indivíduo, compreendido aqui sob uma perspectiva humanista, segundo a qual cada pessoa é uma peça única do quebra-cabeças que forma a coletividade.

Sibilia (2016) atribui a mudança de paradigma ao momento em que o homem se deu conta de sua existência pessoal e singular. Quando o indivíduo percebe que o que ele tem de mais especial é sua própria perspectiva, composta de suas opiniões e vivências, ele se diferencia e se separa dos demais. Neste aspecto, os homens se tornam seres independentes: existem coletiva e individualmente, distinguidos por seus feitos e trajetória pessoal.

Pode-se dizer que uma antecipação dessa nova forma de relato pessoal, que só viria a se consolidar no século XIX, foram os “Ensaaios”, de Michel de Montaigne, publicados no século XVI (SIBILIA, 2016). Neles, o escritor francês inaugura um gênero marcado pelo discurso autobiográfico e especulativo, no qual o *eu*, identificado por suas experiências, serve de âncora para uma meditação exploradora, desgarrada dos apelos religiosos que então davam tom ao relato confessional.

Neste sentido, os “Ensaaios” representam um processo de subversão da prática da confissão, que nasceu nos confessionários eclesiásticos. Com o poder de dar acesso ao reino dos céus, a confissão religiosa dividia o mentor religioso do fiel, o sagrado do profano. Por isso, durante séculos, a confissão esteve relacionada quase que exclusivamente ao pecado, à vergonha, ao indizível. Confessar era falar sobre algo muito íntimo, que dizia respeito à dimensão espiritual do sujeito. Como lembra Pimentel (2011), os protestantes ingleses até mesmo “faziam anotações sobre suas condutas e trocavam uns com os outros para analisarem a possibilidade de salvação dos pecados” (PIMENTEL, 2011, p. 4).

Por outro lado, apesar de sua natureza religiosa, os escritos de Santo Agostinho também contribuíram para o surgimento do relato autobiográfico tal como o conhecemos. Em seu livro “Confissões”, ele aconselha os cristãos a se voltarem para dentro, pois ali encontrariam a Verdade. A essa premissa Sibilia (2016) atribui o surgimento de uma nova noção de interioridade, caracterizada pela reflexão introvertida, cuja dimensão humanista ecoa a sociedade moderna e as formas de vida urbanas.

No entanto, de maneira geral, foi o individualismo burguês que começou a desconstruir o ato de olhar para si como uma tarefa exclusivamente religiosa, pautada na aceitação divina. O costume de escrever sobre si, mesmo que de início ninguém lesse, transformou-se em uma característica do indivíduo comum. Assim, também se tornou mais

corriqueiro o ato de se pensar sobre quem se é, bem como sobre os diferentes modos de ocupar o mundo, analisando a história de cada indivíduo com um olhar para a relação entre o *eu* e os costumes da sociedade.

Todos escreviam para firmar seu eu, para se autoconhecerem e se cultivarem, imbuídos tanto pelo espírito iluminista de conhecimento racional do que se era, como pelo ímpeto romântico de mergulho nos mistérios mais insondáveis da alma. Nessa busca individual generalizada, esse tipo de escrita de si tornou-se uma prática habitual, que daria à luz uma infinidade de textos introspectivos com o selo daquela época. (SIBILIA, 2016, p. 96-97)

O pensamento burguês do século XIX se produzia nos diários íntimos espalhados pelos quartos, cujas portas, fechadas, escondiam indivíduos mergulhados numa autorreflexão que não mais se relacionava necessariamente com a busca de respostas divinas ou salvação religiosa. O olhar para si se tornava um fim em si mesmo. O homem notou que existe, e que nada o impedia de contemplar essa existência de maneira despretensiosa.

Como aponta Sibilía (2016), foi durante esse período que o que compreendemos como privacidade começou a tomar forma, em virtude do desenvolvimento urbano e industrial da sociedade. A jornada burguesa de redescobrimto do eu foi amparada na ressignificação da própria ideia de individualidade, permitindo ao homem sobrepor seus anseios particulares à influência de instituições como a família e a igreja. Desta maneira, em sua privacidade, os escritores – ou, finalmente, autores – puderam voltar o olhar para sua vida interior e relatá-la. Assim se criaram os diários íntimos. Neles, o autor mantinha com a obra uma relação de identidade: escritor e conteúdo se entrelaçavam em páginas carregadas de segredos e reflexões, reforçando a construção de um eu que cultiva a individualidade, valoriza a intimidade e atribui grande parte de sua experiência ao que vive interiormente. Neste sentido, “nascia e se fortalecia, assim, um tipo de sujeito que se tornaria objeto de uma disciplina científica de vital importância na formação da subjetividade moderna: a psicologia. É por isso que alguns estudiosos se referem a essa criatura como *homo psychologicus*” (SIBILIA, 2016, p. 98).

Em sua busca pessoal, essa criatura transita dentro de sua interioridade almejando esbarrar, durante a jornada, com um suposto sentido das coisas, que estaria perdido na imensidão da própria existência (SIBILIA, 2016). Sendo assim, a escrita de relatos pessoais foi uma das formas encontradas para trilhar o caminho que poderia levar ao autoconhecimento e ao descobrimento do que se é, do que configura a individualidade do ser. Esse mergulho pessoal, que antes estava em grande medida restrito aos confessionários, agora podia ser lido nas páginas de um caderno, geralmente secreto.

Contudo, havia exceções para a etiqueta da confidencialidade que se estabeleceu na sociedade burguesa europeia dos séculos XVIII e XIX. Relatos pessoais também eram trocados através de cartas, que davam vazão à necessidade de falar de si, mas ainda estavam pautadas pelo escrutínio do olhar alheio, que analisaria e ponderaria as ações do indivíduo. Quando traduzido num texto epistolar, o mergulho na intimidade deixa de ser introduzido e passa a ser também alterdirigido, buscando na perspectiva do outro considerações sobre o eu. Neste ponto, o relato pessoal encontrado nas trocas de cartas pode ser comparado a confissão eclesiástica. Porém, “não se trata mais de confessar para apagar o que de vilania se encontra, mas de registrar, medir, comparar; troca-se a figura da penitência pela do relatório, do arquivo. Que espantosa coação se impôs a toda gente, de tudo dizer para tudo controlar” (SLADE, 2007, p. 130).

Portanto, ao compartilhar em texto aquilo que ele entende por privado, o homem demonstra o desejo de se conhecer a si mesmo e de tomar as rédeas da própria existência, mas também de deixar registros e se conectar ao outro pela busca da validação. “Mostre-se como for”, diz Sibilía (2016), sintetizando os modos de exibição do eu na internet. Mas a frase também pode ser aplicada a outros espaços de exteriorização, sejam os diários — que, em teoria, não têm leitores além do próprio autor —, sejam as cartas, endereçadas a um ou mais destinatários.

Por outro lado, esses espaços de desafogo também permitem que o indivíduo se vigie, se controle e se censure. Quando o homem escreve sobre quem ele é, ele documenta a si mesmo, e isso possibilita que ele se veja como que de fora, amplamente. Mesmo dentro de si, ao falar sobre sua vida, sua mente e seu corpo, o indivíduo pode olhar para si com certo estranhamento, como se encarasse outra pessoa. Essa dinâmica de exteriorização se completa quando o indivíduo, além de falar e ler sobre si mesmo, também lida com o julgamento alheio. O controle, então, é duplo: é do autor, que se debruça e reflete sobre o eu, e também do destinatário, que é quem recebe o conteúdo recebido e delibera sobre ele.

Todos morremos, sofremos e sonhamos, todos podem ser interessantes – nova contradição em termos. Esse mecanismo é particularmente agradável no que permite ao homem comum, quer quanto às raras diferenças verticais, quer quanto à performance, enxergar, nas vidas que lhe parecem admiráveis, a sua. Bem ali no que elas têm em comum, e, assim, de mais baixo. Talvez com isso, se aquele que é tido como digno de atenção tem em sua vida algo igual ao que há na vida daquele que o admira, esse último sinta que também pode alcançar uma performance digna de atenção. (SLADE, 2007, p. 125)

Em suma, ao longo dos séculos, o hábito da confissão se transformou e se expandiu, deslocando-se dos confessionários para as páginas dos diários pessoais e das cartas — cujo

conteúdo, repleto de relatos corriqueiros e mundanos, deu um caráter secular a uma atividade antes identificada com a purgação espiritual e a dimensão mística do sujeito. Esse costume atravessou o tempo e, quando a internet chegou, foi transportado para o mundo virtual.

Neste novo panorama, a *web* provou não ser exclusivamente uma repetição do que chamamos de vida real, mas, sim, uma realidade contígua e complementar a ela. Por isso, relatos de práticas cotidianas podem ser encontrados no ciberespaço, mas adequados, em forma e conteúdo, ao meio em que são veiculados. Essa adaptação reflete, entre outros fatores, a velocidade com que as interações digitais podem acontecer no mundo globalizado. O emissor conta hoje com novas tecnologias para a publicação de conteúdo, que pode ser transmitido em diferentes mídias para locais de difícil acesso presencial, a uma velocidade quase instantânea.

Assim, no final do século XX, a internet estimulou o contato íntimo e a troca de textos entre pessoas com o surgimento do e-mail, uma das primeiras e mais populares ferramentas de comunicação cibernéticas. E a função socializadora dessa plataforma foi explorada a ponto de propiciar o nascimento de outra ferramenta, os blogs, que se definiam como “uma espécie de diário íntimo, só que publicado na internet” (SIBILIA, 2016, p. 9). O conteúdo da nova plataforma tinha ainda maior alcance que os e-mails, já que estava disponível a qualquer internauta, e não só aos integrantes de uma lista de contatos. Com a popularização dos blogs, os usuários da plataforma se viram cada vez mais estimulados a falar sobre si e dialogar com o outro.

Também no aspecto da forma, os blogs em muito se assemelhavam às agendas e às cartas. Isso porque contavam com alguns elementos já tradicionais, como a indicação de dia, mês e ano de publicação – bem como a indicação de hora, a depender do layout do blog. Assim como a do diário, a formatação da plataforma organizava e separava os escritos, podendo haver também a interposição de títulos ou de cabeçalhos entre os textos.

Deve-se considerar o diário como um registro de experiências pessoais e observações passadas, identificado como um documento pessoal, em que o sujeito que escreve inclui interpretações, opiniões, sentimentos e pensamentos, sob uma forma espontânea de escrita, com a intenção de falar para si mesmo. O diário é, portanto, um retrato de quem o escreve, já que o diarista registra, praticamente no momento em que vive, uma experiência, captando as disposições do espírito e os pensamentos mais íntimos. (PIMENTEL, 2011, p. 5)

Tudo isso lembrava a prática da escrita diária e do envio de cartas, mas também consolidava um novo gênero, que misturava elementos encontrados em outros formatos, porém contava com novidades e certa originalidade. Afinal, antes dos blogs, nunca se havia podido escrever de maneira ilimitada e para tantas pessoas ao mesmo tempo.

Como os internautas agora se deparavam com uma infinidade de possibilidades no ato de publicar uma mensagem, sem ter dimensão de quem seria atingido por aquele conteúdo, os chamados diários virtuais passaram a compilar os mais diversos relatos, muitos deles íntimos e banais. Como já foi dito, isso pôde ser visto antes em cartas, diários e até mesmo e-mails, mas com a diferença de que, desta vez, o mundo inteiro seria capaz de testemunhar a vida de uma pessoa qualquer em seus detalhes mais triviais. Nesse intercâmbio, aqueles que escrevem passaram também a se sentir dignos de visualizações e holofotes, por mais desimportante que fosse seu produto. Criou-se, assim, um contexto de incentivo a uma escrita que pode ser considerada ordinária.

A classificação pode aludir não apenas ao caráter pouco valorizado da produção, mas também a uma marca muito comum aos relatos que surgem nos blogs: o exercício cotidiano do registro de impressões banais, o comentário leve sobre coisas sem muita importância. Assim, além da crônica-escrita de si, o blog é também escrita do tempo, uma espécie de crônica literária do presente e da própria subjetividade autoral. (AZEVEDO, 2007, p. 51)

Com a chegada do novo formato, nascido no início deste século, o homem que encontrou sua voz no ciberespaço ajudou a derrubar de vez o panorama comunicacional do século XX, quando a vasta maioria dos habitantes do planeta ainda não tinha computador pessoal nem fazia parte de nenhuma rede virtual. Assim, bastava que o indivíduo tivesse acesso à internet para se autodocumentar, narrando experiências pessoais e compartilhando pormenores da própria existência com desconhecidos. Nesta transição, o *homo psychologicus*, que costumava encarar sozinho o mistério da existência, se viu capaz de conversar com o mundo inteiro. E demonstrou ter vontade de se apropriar desses novos espaços, com a intenção de dizer tudo o que tinha a dizer.

3.2 A exibição de si na escrita íntima e a relação com os leitores

As motivações para criar um blog podem ser muitas, e nem sempre se juntar à *blogosfera* significa optar pelo caminho dos relatos pessoais. No entanto, o estudo das newsletters autorais exige que nossa análise se atenha exclusivamente a esse segmento de blogs, caracterizado pela proeminência da figura do autor e pela escrita íntima, composta de opiniões, sentimentos e histórias particulares.

O que era encontrado em um blog nem sempre podia ser encontrado em outro, o que simbolizava o fato de que cada endereço tentava ser único e apresentar um material diferenciado dentro da plataforma. Essa busca pela autenticidade denotava um esforço de fidelização do leitor, numa estratégia que se valia dos sentimentos de identificação e

exclusividade. Isso dava tempero aos blogs autorais: não bastavam que fossem diferentes, era preciso que fossem únicos – o que se verificava tanto no conteúdo de cada autor quanto na linguagem por ele usada. Neste sentido, para o blogueiro (e, por consequência, seus leitores), a singularidade da forma e do conteúdo produzidos se tornou tão indispensável quanto são as características pessoais que identificam uma pessoa na vida real.

Na maioria das plataformas de blogs, ter um domínio próprio era gratuito. Isso contribuiu para a enxurrada de blogs que surgiu ainda na virada do século XX para o XXI, como já foi dito. Mas, ao investigar esse fenômeno, é importante refletir sobre o que levava um blogueiro a escrever sobre si para além dos apelos psicológicos inconscientes do relato biográfico, como a busca de controle narrativo sobre a própria vida. Escrever num blog também é documentar, fazer registros. Documentar a si mesmo, registrar vivências, registrar a época em que se vivia. Além de confidenciar intimidades, o autor satisfazia seu desejo de estar marcado no tempo. Afinal, depois que o real acontece, a recordação mental é o caminho mais rápido para reaccessá-lo, e registrar a recordação em uma mídia segura é uma maneira de garantir que ela não se perca. Nesse sentido, a menos que tivessem alguma falha, os servidores de blogs se apresentavam como plataformas acessíveis de veiculação de conteúdo – ao contrário, por exemplo, da publicação editorial – e ao mesmo tempo intangíveis, o que tornava o material digitalizado, em tese, menos perecível e vulnerável do que o registro em papel. E isso permitiu que o homem experimentasse um novo método de externalização da memória, com um outro tipo de manejo sobre o registro de fatos e sentimentos.

A agenda de transpor a dor para um dispositivo, sobretudo um que existe num meio imaterial, não é, a priori, um desejo de isolar a dor? De afastá-la? Sentir a dor através de uma prótese não é querer-se alheio a ela? Na tentativa de isolar a própria essência — agora por meio da técnica, traduzindo-a para o código binário —, o homem não tenciona já separar a dor do código humano, fazer com que ela deixe de ser parte de sua essência? (SLADE, 2007, p. 48)

O questionamento se aplica àquela parcela dos blogs pessoais que, ao narrar vivências íntimas, dialogava também com as dores de seu autor. Como o próprio Slade (2007) pontua, o sofrimento pode, por si só, valorizar e aumentar o prestígio daquele que porta a dor. Assim, muitos espaços confessionais on-line – incluindo os blogs – favoreceram o hábito da superexposição das intimidades individuais, sendo frequentemente apoiados nisso. Afinal, o pathos do internauta que narra sua dor pela internet resulta não só do conteúdo da narrativa, mas também do tratamento formal que esse conteúdo recebe – e, devido à natureza social das plataformas citadas neste trabalho, a lógica desse tratamento opera segundo o que parece ser uma espécie de estética da sinceridade: quanto maior a propensão do narrador de romper com

as convenções de sociabilidade, causando desconforto e estranhamento com seu relato, mais compungente e visível esse relato tende a ser.

Ainda a respeito do questionamento apresentado por Slade (2007), relatar em blogs experiências dolorosas não significa necessariamente uma tentativa de destacá-las da essência do indivíduo e torná-las um arquivo inacessível. Pelo contrário, ao compartilhar sua dor, o proprietário alimenta seu público de leitores, que se identificam no relato compartilhado e nele encontram consolo. Nesse ciclo, autor e leitores experimentam de maneira conjunta um processo de purgação, próprio do relato confessional. Nele, dores, problemas, lutos e questionamentos são neutralizados sob o efeito do vínculo da empatia, às vezes materializado em reações e interações virtuais, às vezes traduzido simplesmente na construção de uma comunidade de leitores.

Assim, o autor não esconde sua dor num espaço alheio a sua essência, mas a expõe numa espécie de museu da sua individualidade, na qual o *eu* mostra quem ele é e registra a própria vida, para que os outros contemplem o acervo intelectual e existencial do indivíduo que escreve, e a isso reajam como quiserem.

No limite, todo esse acervo pode ser incluído dentro do domínio da história ficcional. Afinal, apesar de se basear em acontecimentos reais, “qualquer esforço de arquivamento de si num blog é, necessariamente, a delimitação de um recorte de si mesmo, uma narrativa interessada como qualquer outra ficção” (SLADE, 2007, p. 55). E o interesse manifesto nesse esforço de exibição é pelo reconhecimento, pelo destaque, pela aclamação e pela afeição do leitor.

A composição dessa narrativa é resultado do simulacro da personalidade de quem a produz, e a manifestação desse fenômeno vem num momento em que a esfera pública perde espaço para o ego e as individualidades, como indica Castells (2003). O autor complementa a definição desse processo ao pontuar que ele leva “a uma redução da privacidade da comunicação na Internet – a uma transformação da Internet de espaço da liberdade numa casa de vidro” (CASTELLS, 2003, p. 183).

Nessa exposição via *web*, em que todos podem se mostrar e observar o outro, aquele que cria conteúdo vê no blog um espaço para analisar a si mesmo enquanto coloca para fora as questões que deseja. Ao mesmo tempo, aguarda no outro um gesto de validação, uma chance para a troca de opiniões, uma oportunidade de contato. Além disso, é também no compartilhamento virtual de intimidades que o autor registra e guarda parte de sua existência, podendo reencontrá-la quando quiser.

Além de ser um espaço de performance, registro e auto-observação do autor, esse

acervo virtual, composto de narrativas, memórias e reações alheias, é também um ambiente de troca de expectativas, já que quem escreve procura algo em quem lê, e quem lê procura algo em quem escreve. Os blogs, assim como as newsletters autorais, formam redes assíncronas, isto é, o material publicado naquele meio nem sempre poderá ser consumido em tempo real, ou, mais precisamente, nem sempre suscitará reações imediatas. Isso pode “esfriar” a interação, mas também pode tornar permanentes as respostas dos leitores e a repercussão do conteúdo publicado, pelo recurso caixa de comentários.

Durante os anos de maior popularidade da plataforma, os autores de blogs tinham o cuidado de responder aos comentaristas de suas publicações. Assim, se estabelecia na rede um relacionamento que se basearia nos princípios de reputação, visibilidade, popularidade e autoridade, como diz Recuero (2009) a respeito dos vínculos formados por comunicação em rede.

Considerando exclusivamente a relação dos blogueiros com seu público, a reputação se estabelece entre escritor e leitor, ou seja, consiste naquilo que o leitor pensa de quem escreve em determinado endereço. Por isso, como em qualquer outra plataforma, a reputação de um autor pode variar (e muito) conforme cada leitor. Nesta dinâmica, as opiniões tendem a se polarizar: fãs atribuirão a melhor reputação possível a seus ídolos blogueiros, e os *haters*, a pior.

Já visibilidade e popularidade são duas faces da mesma moeda. A primeira diz respeito a se o autor é notado por cada um dos nós que formam a rede em torno dele; a segunda, à posição que o autor ocupa no ranking de notoriedade dessa rede. Em resumo, todos que têm um blog são visíveis, mas nem todos têm a mesma popularidade, afinal, alguns sequer são populares. Por fim, a autoridade pode se definir como a capacidade que cada usuário tem de ditar moda ou influenciar seus contatos na rede.

Podemos ilustrar os componentes mencionados por Recuero (2009) dentro da perspectiva do autor de blog com alguns exemplos. Um blog pequeno, mas com público cativo e que proporciona trocas construtivas, é um blog com visibilidade e boa reputação. E essa reputação levará seus leitores a considerar e reproduzir suas opiniões, refletindo a autoridade concentrada ali. No entanto, uma baixa popularidade dificilmente fará com que ele tenha uma explosão de visualizações. Já um blog grande e controverso, assunto de uma profusão de comentários positivos e negativos, necessariamente terá popularidade e visibilidade altas, mas a reputação estará comprometida pelas críticas. Assim, sua autoridade também será questionada, como consequência das polêmicas em que o blog se envolveu.

A dinâmica desses fatores é o que configura os relacionamentos que se constroem em

rede e, por extensão, pelos blogs. As regras do jogo que determina o sucesso ou o fracasso de cada blog podem ser resumidas no fato de que toda atitude do blogueiro considerada positiva pelo público será reconhecida e repercutida, e toda atitude negativa, *idem*.

Na figura ambivalente do blogueiro se manifesta o caráter anti-heroico do tipo de escrita autobiográfica inaugurado pelas ferramentas de socialização do ciberespaço.

O forte interesse que essas histórias pequenas conseguem despertar, o raro fascínio desses micro-relatos vivenciais, talvez seja a outra face de um fenômeno bem debatido em anos recentes: a decadência dos grandes relatos que organizavam a vida moderna, tanto em nível coletivo como individual, e a queda do peso inerte das figuras ilustres e exemplares plasmadas nos relatos biográficos canônicos. (SIBILIA, 2003, p. 9)

Os blogs tornaram ainda mais evidente a percepção de que não é preciso se entender como um grande autor – numa perspectiva canonista ou monumental – para despontar na web e cativar o público. Aliás, nos blogs a noção de autoria era cíclica: muitos usuários que inicialmente apenas consumiam o conteúdo de blogueiros passaram a querer produzir o próprio material, pois o ingresso na *blogosfera* – ao contrário dos círculos literários, por exemplo – é franco. Assim, as mesmas pessoas se sucediam nas posições de autor e leitor, mantendo vivo o interesse por ambas as funções da rede.

Do ponto de vista do leitor, o diarismo virtual traz a possibilidade de se comunicar com o diarista. [...] A partir do momento em que o diarista responde, se estabelece aí a relação de cumplicidade. O leitor se sente escolhido, eleito para a função de confidente, nada mais prodigioso. [...] As fronteiras entre ‘autor’ e ‘leitor’ são cada vez menores, as funções se misturam, a linha divisória entre o público e o privado se enfraquece. (SCHITTINE apud SLADE, 2007, p. 31)

Nos blogs, portanto, ora se escreve, ora se comenta, ora se lê, ora se faz tudo isso ao mesmo tempo. Afinal, o blogueiro costumava ler o que a “concorrência” escrevia, ou simplesmente se interessava por outros conteúdos que não necessariamente se relacionavam com os que ele próprio produzia. Por darem forma a variadas relações, nas mais diversas intensidades, o capital social (RECUERO, 2009) movimentado pelos blogs era intenso, pois muitas interações aconteciam naquele espaço. Nem toda ação tinha influência a nível de capital social, pois era possível fazer um consumo furtivo do conteúdo da rede sem se integrar a nenhum movimento de blogueiros. Mas muitos vínculos criados entre blogs ou entre autores e leitores suscitavam interações frequentes, exercitando, assim, a sociabilidade entre os membros. Nesse sentido, os nós dessa rede se valiam de sua potência interativa para engrandecer seu capital social, que poderia ser relacional, com aprimoramento dos laços e aumento da afinidade entre os componentes da rede, ou cognitivo, quando o apelo da informação passada prevalecia.

3.3 ‘Blog não encontrado’: o início do fim do movimento blogueiro

Modas podem ser passageiras, o que não significa que, depois de seu auge e do frenesi do público, a tendência não pode se manter ainda em vigor. Ao pensarmos nisso, é possível fazer uma alusão às antigas agendas de papel. Febre na década de 90, elas mesclavam as confissões vistas em diários com uma espécie de lista de tarefas, anotações rápidas ou importantes. Essas agendas ainda existem, mas o seu momento de maior popularidade ficou no passado. Podemos encontrá-las de modo repaginado, como no *bullet journal* (diário em tópicos, geralmente feito em cadernos sem pauta e decorado com canetas pelo próprio usuário) ou no *planner* (espécie de planejador diário, semanal, mensal ou anual, que tem estrutura mais definida e menos livre do que o *bullet journal*). No fim das contas, as agendas não são mais o que já foram um dia. O mesmo pode ser concluído sobre os blogs.

A passagem do diário de papel para o diário digital – o blog – deu-se efetivamente pela agenda, que já demonstrava certo caráter multimídia. Com a facilidade de utilização da ferramenta, o blog passou a ocupar o lugar do diário de papel por ser, então, um facilitador de postagens de diversas mídias. (PIMENTEL, 2011, p. 16)

Os diários não desapareceram por completo, mas, como indica Sibilía (2003), a existência de uma manifestação similar na internet à ação manuscrita era continuamente desacreditada.

[...] os relatos autobiográficos, especialmente as diversas formas do diário íntimo, tiveram sua morte anunciada e confirmada efusivamente nas últimas décadas do século XX, sem que ninguém previsse seu repentino ressurgimento nos novíssimos ambientes virtuais e globais das redes eletrônicas. (SIBILIA, 2003, p. 5)

Os blogs, portanto, podem ter roubado um pouco do protagonismo dos registros analógicos, mas não completamente. Diários e agendas ainda existiam na época em que o blog nascia e, além disso, têm adeptos até hoje, como mostram o *bullet journal* e o *planner*. Mas, naturalmente, houve uma queda na tendência da produção de diários e agendas quando os blogs começaram a cativar internautas. Assim como, entre o final do século passado e começo deste, o registro de relatos pessoais migrou do analógico para o digital e ali tomou um outro aspecto, sem aniquilar as outras formas de registro, é natural que os blogs fossem superados (embora não exterminados) por uma outra novidade.

No entanto, não há como precisar exatamente quando nem como houve a virada de chave para os blogs, tornando-os obsoletos e carentes da energia que já tiveram. Mas é possível imaginar hipóteses que explicam o fato de a plataforma ocupar a posição que ocupa atualmente. Os blogs ainda existem, e nos mesmos servidores em que um dia se

popularizaram: Blogspot, Wordpress e outros. Mas o diarismo virtual que se abrigava ali hoje é visto em outros espaços, como o Twitter e o Instagram (principalmente na ferramenta Stories, com a diferença de que o conteúdo publicado se perde caso o usuário opte por não salvá-lo nos destaques de seu perfil).

Quando os blogs explodiram, as ferramentas da web tinham uma funcionalidade muito bem definida e até mesmo engessada. Por e-mail, era possível trocar mensagens com amigos, familiares, empresas e também desconhecidos, desde que se tivesse o endereço do destinatário. Nas salas de bate-papo se podia conversar com um público mais amplo, que abrangia, via de regra, ainda mais desconhecidos que os e-mails. No Orkut, possivelmente a primeira rede social com uma proposta semelhante à das plataformas mais populares atualmente – e cujo sucesso no Brasil representou um ponto fora da curva para os parâmetros da época –, já era possível criar outros tipos de interações e vínculos, desde publicar fotos e vídeos a mandar mensagens exibidas num mural visível a todos os membros de uma lista de contatos, além de pertencer a uma comunidade temática e participar de um fórum de discussão. Aliás, por efeito de suas funcionalidades multimídia, o Orkut lançou as bases do que viriam a ser as plataformas sociais em alguns anos. Por exemplo, o Facebook, surgido um mês depois do Orkut, em 2004, imitava seu irmão mais velho e concorrente ao tentar oferecer a maior quantidade possível de recursos num só site, com a intenção de dominar a atenção e o tempo livre do usuário. Por outro lado, plataformas de microblog, como o Twitter, ajudaram consolidar entre os internautas o hábito de compartilhar trivialidades em poucas palavras. Criado em 2006, o Twitter perguntava ao usuário simplesmente “*What’s happening?*” (O que está acontecendo?, em tradução nossa, permitindo inicialmente apenas publicações de até 140 caracteres. Todas essas redes foram aos poucos absorvendo o público que antes se concentrava nos blogs, tornando, em certa medida, ultrapassadas práticas que caracterizavam a plataforma sucessora dos diários íntimos, como a escrita reflexiva e a leitura demorada.

Os blogs passaram a ser visitados através de um link compartilhado no perfil do usuário das novas redes sociais. Como as redes sociais permitem um maior senso de comunidade do que os blogs, eles acabaram se tornando mais isolados, cada vez menos visitados e menos alimentados, à exceção dos blogs jornalísticos, políticos ou temáticos. As redes sociais enfocaram a característica dos blogs de então: a autoexpressão. (PERRUSI; EFKEN, 2019, p. 164)

Neste novo panorama, a procura pelos blogs para fins de escrita autobiográfica diminuiu. A plataforma não conseguiu se reinventar de modo que pudesse dialogar com as novas redes sociais, pois continuou sobrevivendo em seu universo particular. Quando muito, aparecia mencionada em publicações de outras redes apenas por links. E, com a escassez de

relatos autobiográficos, os blogs perderam audiência para outras plataformas, cujo conteúdo passou a saciar a “intensa fome de realidade” que eclodiu com o surgimento da função socializadora do ciberespaço, conforme definiu Sibilgia (2016). Essa característica quase antropofágica do ser humano, pela qual se devora o outro, consumindo e elaborando testemunhos de sua existência e fragmentos de sua opinião, passou a se consumir com um outro tipo de cardápio de individualidades, produzido à semelhança das novas plataformas.

Contudo, no meio desta jornada rumo à extroversão absoluta, às vezes o homem sente irromper dentro de si o desejo de trilhar o caminho inverso. Antes que todos os apelos para a exteriorização o tornem um ser completamente devassado, ele se volta para dentro. E há como tornar introvertida, mais exclusiva e menos gratuita, essa exibição de si? Na verdade, quando ataques cibernéticos e mensagens de ódio se tornam componentes do dia a dia nas redes sociais, a busca por alternativas se impõe. Com uma irremediável tolerância a discursos que, como pontuou Eco, em entrevista em 2016, trazem danos à coletividade, as plataformas sociais da internet acabam pressionando muitos de seus usuários a recuar dos espaços de maior visibilidade e restringir o alcance do próprio conteúdo para um público limitado e selecionado pelo próprio autor, evitando situações em que “a interação nos comentários dos posts terminava sendo uma roleta russa de discursos de ódio, pois o anonimato na rede propicia esse tipo de comportamento” (PERRUSI; EFKEN, 2019, p. 165).

Pensando em alternativas viáveis para canalizar uma vontade de expressão que não poderia se extinguir de repente, nem se limitar sob a ameaça do ódio, parte dos internautas que assistiram à derrocada dos blogs migrou para as newsletters autorais. Elas contêm epifanias, relatos, análises sobre o mundo e reflexões em torno do *eu*, assim como os diários íntimos e, depois, os blogs. No entanto, as newsletters só podem ser enviadas para quem está registrado, com nome e e-mail, na lista de destinatários. Nesta nova forma de interação, autor e receptor só podem dialogar entre si, o que torna a comunicação mais segura e ao mesmo tempo personalizada.

Diante da hostilidade dos ambientes mais frequentados da internet em relação a públicos específicos, não surpreende que as newsletters autorais tenham encontrado uma aderência maior e mais duradoura entre autoras mulheres, para quem o novo espaço se afirmou como uma zona aparentemente mais protegida e também um instrumento para sabotar os atores e dispositivos que, ao longo da história, tiveram o propósito de controlar e vigiar o gênero feminino.

Sabemos que sempre há o outro atravessando a constituição de sujeitos e sentidos e que esse outro, real ou imaginário, afeta a identidade do sujeito. No século XX,

tínhamos a ilusão de que havia um outro que controlava e vigiava a mulher; hoje, como podemos analisar pelos sentidos que circulam nos blogs, existem muitos outros que cobram, vigiam e controlam a mulher, que vão desde a indústria de cosmético, a moda, o mercado de trabalho, até a família. (FERRAREZI; ROMÃO; PACÍFICO, 2012, p. 255)

Isso pode ser ampliado para os espaços de convivência virtual, já que não são só as instituições, os sistemas e o mercado que pretendem exercer controle sobre as mulheres. Pelo contrário: de maneira geral, a realidade delas está atravessada por uma variedade de estruturas que denunciam a fundação patriarcal de nossa sociedade. E as redes sociais não estão isentas disso. Enquanto os blogs perdiam notoriedade e as redes sociais se tornavam cada vez mais multimídia, o ímpeto da escrita autobiográfica foi parcialmente sufocado pela atmosfera de medo e agressividade que se estabeleceu nas redes. Com isso, muitas pessoas – algumas das quais já tinham um público cativo e eram conhecidas por seus trabalhos – se viram obrigadas a ir para outro ambiente. Um ambiente que parecesse mais acolhedor e menos desprotegido. Um lugar adequado para receber o *eu* em sua manifestação mais franca e vulnerável, e que por isso pudesse tornar mais seletivo o público a que essa exposição se destinaria. Afinal, por que não o bom e velho e-mail?

4 A COMUNICAÇÃO EM NEWSLETTER

Para finalmente preencher um dos espaços que ocupa hoje – ou seja, aquele que é caracterizado por escritas autorais e com a presença de conteúdo íntimo –, a newsletter iniciou sua trajetória na comunicação empresarial. Os boletins informativos dos quais as newsletters pessoais se originaram podem ser definidos como uma espécie de publicação que poderia misturar informações úteis, notícias ou quaisquer assuntos que uma corporação considerasse relevante para o público externo. Assim, a companhia visava a fidelizar o cliente pela construção de um laço, com a intenção de fazê-lo lembrar da marca em negócios futuros.

Com essas publicações, focadas no público externo, o destinatário poderia associar a empresa aos conteúdos que eram enviados por ela. Nesse sentido, a newsletter funcionava como um meio institucional de comunicação, um porta-voz do que era importante ser dito. Assim, a relação com a marca se estreitava e se desdobrava em vínculos de reconhecimento e associação, como, por exemplo, quando um cliente passava naturalmente a correlacionar um estilo de escrita com determinada empresa, ou a identificar alguns assuntos com outra corporação, pelo fato de o tema ser recorrente nas newsletters enviadas.

Os boletins eram, e ainda são, uma forma de manter contato e também de ter os clientes sob vigilância, pois permitem que as empresas continuem conectadas com os consumidores mesmo tempos após a realização de um negócio. Dessa forma, as empresas conhecem melhor seu público – analisando os dados de abertura de e-mail, cliques em links, respostas a questionários, engajamento – e os clientes se sentem mais próximos das empresas, ao conhecê-las para além do nome estampado na nota fiscal. A comunicação se tornava personalizada, característica que veio a se consagrar com o passar do tempo, já que o meio empresarial passou a buscar cada vez mais se reportar ao cliente numa comunicação de modelo um para um. Esse modelo, adotado no universo corporativo com a newsletter empresarial, segundo Perrusi e Efken,

Nasceu da necessidade de algumas empresas comunicarem a seus clientes algumas informações. A newsletter se caracterizaria pela distribuição periódica de um boletim sobre determinado assunto como mensagem eletrônica, desde que o usuário tenha se cadastrado para recebê-la. (PERRUSI; EFKEN, 2019, p. 158)

Assim como as newsletters autorais são uma colcha de retalhos de outras plataformas e meios comunicacionais, esses modelos de boletins corporativos também se inspiravam em meios de comunicação mais antigos, como as próprias cartas, tendo uma estrutura que remontava à tradição epistolar. Isso se dava por causa de elementos recorrentes, como

cabeçalho, saudação e despedida, que não eram obrigatórios, é claro, mas marcavam presença em parte dos escritos de empresas dedicados ao público de consumidores.

É importante, no entanto, fazer uma breve distinção entre a newsletter empresarial e o e-mail marketing, uma ferramenta de escopo mais amplo. Enquanto as newsletters visam à construção de um relacionamento com o cliente, com o propósito de fazê-lo conhecer melhor a empresa, se conectar com ela e lembrá-la, o e-mail marketing tem como função, para além destas já citadas, captar dados de possíveis novos clientes para disparar comunicados – até mesmo em forma de newsletter – e converter essas conexões em vendas. Uma mesma empresa pode fazer uso das duas ferramentas, já que a newsletter é uma variação do e-mail marketing. Por isso, são confundidas com frequência.

Ambos podem ser incluídos no que se pode chamar de “publicidade solicitada”. A diferença é que o e-mail marketing coloca promoções e chama para compra, ou seja, tem um apelo imediato, enquanto a newsletter tem o propósito de manter um relacionamento com o cliente a médio ou longo prazo, isto é, tem o propósito de criar um vínculo com o leitor. (PERRUSI; EFKEN, 2019, p. 158)

Em resumo, as duas formas de comunicação via e-mail se entrelaçam. Isso porque “o e-mail marketing ajuda a despertar o interesse do destinatário, permite uma interatividade maior com o cliente, torna possível personalizar a mensagem e, ainda, pode medir a recepção da publicidade. Essa descrição também se aplica às newsletters de um modo amplo” (PERRUSI; EFKEN, 2019, p. 156). Ambos os modos de comunicar chegam para o leitor com seu consentimento, como salientam Perussi e Efken (2019), já que o e-mail é obtido após cadastro do destinatário, o que o diferencia, portanto, do temido *spam*.

Considerando essas informações, é possível perceber que as newsletters eram conhecidas como um meio de se chegar ao cliente, se aproximar e dialogar com ele, estando limitadas durante um bom tempo às comunicações empresariais.

Porém, a percepção de que a perda de interesse nos blogs deixou um vácuo a ser preenchido levou internautas egressos da *blogosfera* a ver no e-mail, uma plataforma às vezes desprezada porém nunca superada, uma oportunidade de manter o registro autobiográfico e íntimo na internet. Assim, o e-mail se renovou e revivesceu, tornando-se espaço fecundo de produção cultural na web. Em adição a suas funcionalidades burocráticas, a plataforma passou a ser incluída novamente sob o domínio da escrita criativa. Como numa outra época, não tão distante, os e-mails voltaram a transmitir histórias, anedotas e intimidades – com a diferença de que, desta vez, o envio não se limitava a parentes e amigos, mas se estendia a pessoas desconhecidas. Surgia, assim, o que compreendemos como newsletter autoral.

4.1 Um novo jeito de fazer newsletter

Na mídia, frequentes menções à nova maneira de compor newsletters passaram a acontecer a partir dos anos 2010. Em um artigo do *New York Times* de junho de 2014, o jornalista David Carr, setorista de mídia do veículo, em sua coluna *The Media Equation*, afirmou que “as newsletters estão se dando bem porque os leitores se cansaram do fluxo interminável de informações na Internet, e ter algo finito e reconhecível aparecendo em sua caixa de entrada pode impor ordem a todo esse caos”.

Com o sutil desaparecimento de grande parte dos blogs de relato pessoal e autobiográfico, que acabaram engolidos pelas novas redes sociais e seu caráter multitarefa, as manifestações mais íntimas do *eu* foram escoadas por outros espaços, dentre eles o próprio e-mail, como Carr apontou em seu texto. Sibilia (2016) defende que a rede digital se transformou, com o passar dos anos, em um espaço experimental e de aprimoramento das novas formas de existência e sociabilidade. Nesse contexto, o internauta teria razões e ferramentas para se aventurar em diferentes modos de se comunicar, como é o caso daqueles usuários que passaram a usar a newsletter para expressão pessoal e viram nelas um meio de se reportar ao outro.

As demais redes sociais estavam presentes caso o usuário quisesse migrar para lá o conteúdo outrora compartilhado nos blogs. Mas, como explica a jornalista e professora da New York University Josephine Livingstone, em artigo de 2015 para o *The Guardian*, “muito do que se passa por escrito na web hoje é som e fúria, significando pouco. Os usuários do Twitter se debatem em conflitos intermináveis uns com os outros; seções de comentários são turbulentas e fervem com injúrias. Newsletters, ao contrário, são silenciosas e privadas”, justifica. Sua descrição para o Twitter, citando interações conflituosas e comentários de ódio, também se aplica a outras redes. Acontece, porém, que nem todo mundo está disposto a correr o risco de ter de lidar com mensagens odiosas, enfrentar a ira de *haters* e escrever para uma quantidade desconhecida de olhos atentos. Existe a opção de tornar seu perfil privado, é claro, mas isso poderia afastar novos leitores genuinamente interessados no conteúdo, que não têm intenção de atacar quem está por trás da conta. Diante de tantos impasses envolvendo o alcance do que é escrito, assim como a segurança do autor e o caos informacional que as redes sociais por vezes podem abrigar, é compreensível que novas estratégias e ambientes comunicacionais tenham sido contemplados pela reflexão a respeito do assunto.

Assim, até mesmo o mercado adotou essa tendência, percebendo que os internautas passavam a direcionar um olhar mais atento e diferenciado sobre a escrita e a distribuição das

newsletters. Foi assim que surgiu a TinyLetter, plataforma para envio de boletins informativos totalmente gratuita, mas com limitações quanto ao número de assinantes e de disparos de e-mails. A TinyLetter deriva do Mailchimp, com o diferencial de que não faz cobranças. O esforço de criar um segmento mais acessível, com estrutura e serviço simplificados e de estética minimalista, denota como as grandes empresas perceberam que os usuários estavam recorrendo cada vez mais ao e-mail para criar conteúdo. O slogan da TinyLetter – “*Email for people with something to say*”, ou “E-mail para pessoas com alguma coisa a dizer”, em tradução nossa – mostra como ela se diferencia das outras opções, de enfoque empresarial. Esta plataforma, usada por algumas autoras de newsletter cujo conteúdo será explorado adiante, é direcionada para pessoas que simplesmente querem contar algo. Newsletters escritas por empresas começam a dividir espaço com conteúdos autorais, e as plataformas passam a acolher e destacar o indivíduo, com ferramentas que lhe permitiam expressar seus gostos, anseios e vivências pessoais.

Quanto mais a vida cotidiana é ficcionalizada e estetizada com recursos midiáticos, mais avidamente se procura uma experiência autêntica, verdadeira, não encenada. Busca-se o realmente real – ou, pelo menos, algo que assim pareça. Uma das manifestações dessa fome de veracidade na cultura contemporânea é o anseio por consumir lampejos da intimidade alheia. (SIBILIA, 2016, p. 247)

De um lado, a vontade de consumir o outro; do lado oposto, a vontade de ser consumido. Entre as duas possibilidades, encontram-se aqueles que manifestam ambos os desejos. Diante deste quadro se formam, se popularizam e se mantêm as novas newsletters pessoais, que costuram relatos íntimos com comentários sobre fatos da atualidade e impressões acerca de produtos da cultura popular.

Esses boletins informativos repaginados não raro remetem às publicações que costumavam figurar nos blogs, cujo conteúdo se associava às cartas e aos diários íntimos. É como se no espaço digital houvesse uma árvore genealógica em que, no fim das contas, os relatos biográficos e íntimos sempre acabassem por remeter ao que já foi feito em séculos passados, nas páginas de caderninhos secretos ou em correspondências para amigos, familiares e amantes. É fato que a newsletter autoral se conecta a outras formas de comunicação mais antigas, mas seu sucesso indica que os modos até então disponíveis de narrar e ser ouvido não bastavam. Se a newsletter pessoal surgiu e vingou, é porque havia em parte dos internautas uma demanda de comunicação, mesmo que fosse tímida se comparada às maiores redes sociais. Esse diagnóstico foi referendado por um breve estudo da agência de consultoria Pesquiseria, realizado em 2016, que analisava o novo “fenômeno” das newsletters autorais. A pesquisa concluiu que, sendo a internet “inundada por informações vindo de todos

os cantos e que mesclam assuntos muito relevantes com outros nem tanto, ter uma mensagem direcionada a você, com um tema de seu interesse e uma curadoria de conteúdo alinhada com seus gostos parece estar atraindo cada vez mais assinantes” (A VOLTA..., 2016).

Deste modo, o novo gênero provocou uma explosão de boletins periódicos, seduzindo potenciais autores pela possibilidade de escreverem no formato que lhes fosse atrativo e sobre qualquer assunto, sem precisar submeter seu texto a um editor ou a linha editorial de determinado veículo. Os únicos que poderiam julgar e responder ao material produzido ali seriam os próprios receptores do conteúdo, ou seja, os leitores. O internauta pode encontrar no formato de newsletter uma espécie de curadoria superespecífica, autorizando apenas os assuntos e autores que lhe interessam, o que justifica o esforço de acessar plataformas de e-mail para o consumo de conteúdo autoral. Neste modelo um para um das newsletters – em que o autor até pode falar para muitas pessoas, mas se reporta diretamente para uma quantidade controlada de usuários –, o leitor tem uma noção razoavelmente precisa do que vai receber e encontrar nos futuros boletins. Assim, a plataforma passa a ser vista como um refúgio, o lugar do que realmente importa. Dentro de um universo digital cada vez mais amplo e ruidoso, em que as impressões e os sentimentos têm um tempo de vida limitado pela agilidade das interações, as newsletters oferecem uma experiência demorada e monográfica, quase analógica, estando portanto cingidas por uma estética de pureza. Trata-se de um conteúdo personalizado e pensado para *você*, com o qual você pode interagir livremente, mas sem que os demais vejam – como era feito há tempos.

4.2 Um passado não tão distante: a relação das newsletters autorais com cartas e diários

As semelhanças que aproximam os boletins informativos pessoais das mais antigas formas de expressão do *eu* podem ser vistas em detalhes frequentemente encontrados até mesmo em e-mails ordinários, que não se enquadram no objeto de estudo da presente pesquisa. Data, título, remetente, destinatário, saudação e despedida são alguns desses detalhes, mas as similaridades entre as newsletters autorais e os diários e cartas vão muito além disso. Todos os pormenores da comparação entre os três gêneros partem de (e apontam para) uma afinidade básica entre eles: a propensão a comportar o *eu* em sua dimensão mais íntima.

Além de pertencerem aos gêneros autobiográficos, as cartas e os diários tradicionais são escritas íntimas. O estatuto dessas narrativas é ambíguo, sempre transitando a frágil fronteira entre as belas artes textuais e o documento extraliterário de valor meramente testemunhal, acerca de uma forma de vida ou de algum episódio histórico. Tais escritos costumam ser catalogados como pertencentes a um gênero

menor em termos estéticos; ou, no mínimo, como formas não canônicas do literário. (SIBILIA, 2016, p. 86-87)

Os assuntos que viram tema das mensagens – narrativas da vida pessoal, opiniões sobre polêmicas ou assuntos que estão em alta na sociedade – também mostram como a newsletter vem sendo usada como um canal para depositar memórias, confissões e trocar ideias com o outro.

Esses itens, que podem até parecer detalhes dispensáveis, na verdade são justamente o que torna os boletins informativos comparáveis a modos de comunicar mais tradicionais. Para ilustrar isso um pouco melhor, ao olharmos para a edição número 55 (lançada em 20/12/2019) da newsletter “Uma Palavra” – boletim que já se chamou “Bobagens Imperdíveis” e “Uma Newsletter” –, da escritora e ilustradora Aline Valek, podemos ver que a autora dialoga diretamente com o leitor ao comemorar uma década da existência de “seu espaço” próprio na internet. Na data de envio do boletim, Aline tinha, além da newsletter, um site onde publica textos, divulga seus livros e ilustrações.

Não estou nessa para “produzir conteúdo”, enchendo a linguiça de uma internet com timeline infinita, que demanda ser alimentada com novidades o tempo inteiro, para manter as pessoas presas às suas telas. Não estou aqui para preencher um espaço, em busca de “relevância” e de audiência a todo custo. Não. Estou tentando chegar a um lugar, e me alegra muito quando você aceita segurar a minha mão e vir comigo. (VALEK, 2019)

No trecho acima, a autora busca se distinguir de alguns outros criadores de conteúdo afirmando que não está presente na web apenas “para preencher espaço”. E atribui também ao leitor o sucesso da iniciativa, como se apenas por consumir o conteúdo da newsletter ele dividisse com Valek o mérito de sua criação. Com isso, o receptor pode se sentir diferenciado e prestigiado por celebrar junto com a autora o aniversário de dez anos de seu espaço na internet, com as várias formas e títulos que assumiu ao longo do tempo.

Essa passagem do boletim de Aline Valek remete à prática epistolar, na qual os remetentes escreviam para contar novidades: nascimento, noivado, aniversário de casamento, mudança de cidade etc. A única ressalva é que Valek usa uma ferramenta virtual para isso – e essa particularidade não deve ser ignorada, muito menos quando comparamos a escrita íntima na web com formatos analógicos de transcrição das narrativas pessoais. Sibilía (2016) crê que, com a transição do papel para o digital, “transforma-se também a subjetividade que se constrói nesses gêneros autobiográficos. Muda precisamente aquele *eu* que narra, assina e protagoniza os relatos de si. Altera-se o narrador, muda o autor, transforma-se o personagem” (SIBILIA, 2016, p. 81-82). Nas newsletters autorais, o remetente é tudo isso ao mesmo

tempo. Ainda no exemplo de Valek, ela é quem narra, escreve e protagoniza a história contada.

Essas histórias contadas, no caso de Valek, em seus boletins periódicos, para Bourdieu (2006) nada mais são do que a própria vida da autora em sua forma narrada, como um relato biográfico escrito a que foi atribuído algum sentido e, deste modo, compartilhado com o público. Ao escrever sobre si e dividir com os assinantes suas opiniões e fatos cotidianos que a acometem, Aline estaria organizando suas ideias, vivências, e a própria existência, além de estar dando sentido à vida.

Cabe supor que o relato autobiográfico se baseia sempre, ou pelo menos em parte, na preocupação de dar sentido, de tornar razoável, de extrair uma lógica ao mesmo tempo retrospectiva e prospectiva, uma consistência e uma constância, estabelecendo relações inteligíveis, como a do efeito à causa eficiente ou final, entre os estados sucessivos, assim constituídos em etapas de um desenvolvimento necessário. (BOURDIEU, 2006, p. 184)

Leonor Arfuch (2010), ao falar sobre relatos biográficos, confissões e memórias, de certa forma dialoga com o que vemos nas newsletters autorais. A autora afirma que são essas formas de comunicação citadas anteriormente que dão conta “dessa obsessão por deixar impressões, rastros, inscrições, dessa ênfase na singularidade, que é ao mesmo tempo busca de transcendência” (ARFUCH, 2010, p. 15). Falando de si e das particularidades que as perpassam, as autoras estudadas assumem em suas newsletters “um caráter de “inter-relações íntimas” entre pessoas interessadas no conhecimento do “humano” e, conseqüentemente, no autoconhecimento” (ARFUCH, 2010, p. 46-47). A definição utilizada pela autora para definir romances autobiográficos, alguns deles no formato epistolar, pode ser considerada também ao falarmos do objeto de estudo aqui analisado, pois os boletins autorais são quase inteiramente preenchidos com passagens autobiográficas. Se esse tipo de conteúdo autocentrado é o que compõe quase inteiramente as newsletters, podemos presumir que uma boa parte dos leitores presentes estão interessados em consumir essa jornada em que a autora organiza a própria vida através de relatos e memórias, mas para Bakhtin (apud ARFUCH, 2010), não se trata só disso. O valor biográfico, neste caso, o do que investigamos aqui, “não só pode organizar uma narração sobre a vida do outro, mas também ordena a vivência da vida mesma e a narração da nossa própria vida, esse valor pode ser a forma de compreensão, visão e expressão da própria vida” (BAKHTIN apud ARFUCH, 2010, p. 55). Vida essa que acontece em tempo real enquanto as autoras das newsletters aqui estudadas escrevem sobre suas vivências, autobiografando e relatando suas experiências, suas memórias, seus afetos e seus corpos, de modo que a escrita de si já não se separa mais de quem elas são de fato, como manifesta

Bourdieu (2006).

A predominância da função emotiva da linguagem, caracterizada pela insistência em uma primeira pessoa que grita “eu!” a todo momento, reforça o caráter epistolar dos boletins autorais. Nas cartas pessoais, as impressões do remetente prevaleciam sobre o compromisso com a narração objetiva dos fatos. Muitas vezes, o autor do texto também era o personagem principal das histórias que contava. A natureza confessional e secreta dos antigos manuscritos não foi superada com o surgimento das novas tecnologias de autoexpressão.

Obrigada pela companhia e por chegar até aqui. Não só no final desse texto, mas obrigada a quem continua lendo as coisas que eu escrevo, seja há muito ou pouco tempo. Esses dias parei pra pensar que estar na internet foi uma das, se não a, experiência mais definidora da minha vida até agora e é muito louco pensar nisso. Se você está lendo e fez parte desse ano (e vocês sabem que tô falando de vocês), obrigada. 2019 foi maluco, transformador e muito especial, e vocês são parte disso. Obrigada, com todo o amor do mundo. (ROCHA, 2020)

O trecho acima foi retirado da edição número 79 (enviada em 1/1/2020) da newsletter “No Recreio”, da jornalista e pesquisadora Anna Vitória Rocha. Nele, a autora faz menção direta aos assinantes de seu boletim e confidencia pensamentos íntimos sobre sua vida e percepções sobre o mundo. Anna também faz um resumo de como foi seu ano, com um tom de retrospectiva. Nesse sentido, a mensagem da jornalista, enviada justo no primeiro dia de 2020, pode soar como um cartão de fim de ano – daqueles que eram antigamente usados para desejar “Boas Festas!”, por exemplo.

Pode-se enumerar como outra característica das newsletters um dos atributos fundamentais da carta: o diálogo. Não é raro que os boletins façam questionamentos francos a seus leitores com o propósito de provocar reflexão e, eventualmente, discussão. Muitos consumidores se sentem seduzidos a responder ao autor, e assim se cria um ciclo de interações que acaba por estreitar o laço entre ambas as partes. Como na edição 52 (enviada em 22/10/2019) da newsletter de Aline Valek, em que a autora divulga uma pesquisa sobre seu público de leitores e pede: “Responde essa pesquisa feita por uma humana (e não uma megacorporação) que quer te conhecer?” (VALEK, 2019).

Ao propor questionamentos como este, Aline Valek reproduz e dá margem para uma observação que Arfuch (2010) faz sobre a maior variedade de discursos, e uma maior facilidade de fazê-los, que surge a partir da consolidação da democracia na América Latina nas últimas décadas, numa movimentação em que mais pessoas falam e tantas outras também podem discursar e ser ouvidas, pois há quem esteja disposto a escutá-las e, ressalta a autora, há liberdade e oportunidade para se expressar. Ouvindo o outro e mostrando que ela é tão “gente” quanto qualquer um, Valek reafirma a dissolução do privado, pelo menos em sua

newsletter, e se mostra disposta a ouvir seus semelhantes para, assim, construir uma comunicação cada vez mais no modelo um-um, mesmo que o conteúdo autobiográfico presente ali esteja todo calcado “na miríade narcisista de individual” (ARFUCH, 2010, p. 19). O comportamento autobiográfico encontrado nos boletins autorais é uma espécie de “exploração da teorização contemporânea do sujeito” (ARFUCH, 2010, p. 10), transformando o que até então considerávamos e conhecíamos como relatos autobiográficos, abarcando não apenas o canônico, mas também abrindo portas para narrativas mais triviais dos sujeitos autônomos modernos.

No espaço da newsletter, vemos a continuidade do que um dia já foi visto em outras espécies de relatos biográficos e autobiográficos mais antigos. Os leitores que acompanham o trabalho das autoras analisadas encontram “um novo e apaixonante tema de ilustração: não mais a fabulação em torno de personagens míticos ou imaginários, mas a representação de si mesmos nos costumes cotidianos e o desenho de uma moralidade menos ligada ao teologal” (ARFUCH, 2010, p. 45). A definição feita por Arfuch (2010), que se refere a cartas, contos e livros de outrora, se aplica ao que vemos agora entre as quatro linhas que compõem as telas dos dispositivos eletrônicos, já que o tipo de texto produzido ali nos boletins é autobiográfico. Também abrigam “tanto a prática do diário íntimo como a forma epistolar”, e alimentam, de certa forma, “uma mudança substancial nas relações entre autor, obra e público”, que já vemos há algum tempo, como afirma Arfuch (2010, p. 46-47) sobre demais registros autobiográficos.

Similar ao questionamento feito por Aline Valek que foi trazido nos parágrafos acima, Anna Vitória Rocha também iniciou uma série de reflexões pessoais na edição 78 de “No Recreio” (de 14/11/2019), em que cita a newsletter “*the tallest tree*”, da escritora e tradutora Carol Bensimon. No trecho original de autoria de Bensimon, ela reflete acerca da decisão de parar de escrever sobre si na internet, seja pela hostilidade de certos ambientes virtuais, seja pela tese de que, a depender dos privilégios de que dispõe e do lugar que ocupa socialmente, nem sempre o autor se sente no direito de compartilhar sua experiência de maneira ostensiva – prática a que, em seu caso particular, Bensimon deu o nome de “minha-experiência-de-branca-privilegiada-falando-de-pequenas-coisas-da-vida”. Ela conclui dizendo que, quando pensa no assunto, se lembra de Lucia Berlin e Alice Munro, e confessa que não sabe se ambas as autoras, já consagradas, escapariam dos julgamentos. Em sua newsletter, Anna Vitória Rocha recupera essa reflexão de Bensimon e provoca os leitores: “Se nem a arte deles está garantida, o que sobra pra mim?”. E completa: “Também não sei, mas fiquei cansada de pensar sobre isso sozinha”. Com essa frase, Rocha exorta o leitor a buscar uma resposta junto

com ela, abrindo-se à perspectiva alheia – movimento que aproxima o boletim de uma correspondência.

Por outro lado, as newsletters se assemelham também aos diários íntimos. Nelas, nota-se uma voz que remonta àquele tipo de personalidade que, segundo Sibilía (2016), mais se inclinava para a escrita autobiográfica em diários pessoais, o *homo psychologicus*:

[...] um tipo de sujeito que se supunha dotado de vida interior e, por isso, voltava-se para dentro de si com o objetivo de minuciosamente construir o seu *eu* em torno de um eixo situado nas profundezas daquela interioridade psicológica. (SIBILIA, 2016, p. 82)

Além disso, apesar de a newsletter já ter surgido suscetível à reprodutibilidade técnica, ela simula uma atmosfera de exclusividade que, segundo Sibilía (2016), se notava nas cartas e nos diários. Estes, como os boletins autorais, contavam histórias em primeira pessoa, traziam opiniões pessoais e faziam questionamentos muito particulares, tornando-se, em forma e conteúdo, irrepetíveis.

Neste sentido, dentre os diversos tipos de conteúdo disponíveis na *web* – reportagens, artigos, tuítes, publicações –, a newsletter apresenta multiplicidades de significados culturais. O leitor de boletim autoral já conhece o autor do texto de antemão e nutre por ele uma preferência que não se atém meramente ao aspecto fático ou informacional da comunicação. Trata-se de uma relação baseada em reconhecimento, identificação, singularidade e empatia. É como se, na newsletter, o apelo da personalidade do autor precedesse o apelo do conteúdo. Grosso modo, o consumo de newsletters remete à ânsia de ler um diário secreto que foi encontrado por acaso. Um deleite que resulta da expectativa de acessar os pensamentos mais profundos e obscuros de uma pessoa, e que por isso se baseia num interesse que excede o texto em si, que não poderia existir salvo por uma curiosidade a respeito da própria pessoa que o escreveu.

Assim, no comparativo com os diários íntimos, cabe analisarmos a marca individual do escritor sobre seu boletim autoral, que se manifesta não só por tendências temáticas e de conteúdo, mas também por indicativos estéticos e até mesmo visuais. Cada diário tem sua capa, decorada com aqueles enfeites e desenhos, e sua caligrafia, delineada pelo próprio punho do autor. Da mesma maneira, as newsletters se diferenciam por itens como: ilustração ou arte gráfica no topo da mensagem, assinatura, fonte estilizada, fotos, vídeos e GIF (abreviação de *Graphics Interchange Format*, ou Formato de Intercâmbio de Gráficos, em tradução nossa), em que há um agrupamento de imagens estáticas que formam um minifilme). Tudo isso auxilia na demarcação da singularidade do boletim autoral.

Nossas narrativas vitais ganharam contornos audiovisuais, inclusive multiplataforma, ou transmidiáticos; e, de modo crescente, também demandam uma interatividade imediata. Episódios triviais ou demoníacos são adestrados dessa forma; assim, os gestos cotidianos mais insignificantes revelam certo parentesco com as cenas dos videoclipes e das publicidades. (SIBILIA, 2016, p. 80)

Neste sentido, as newsletters dispõem de tantos recursos audiovisuais que a experiência de sua leitura se torna ainda mais única do que a de qualquer diário, valendo-se das novas ferramentas para flertar com o imaginário visual de quem lê. Cabe fazer a ressalva, no entanto, de que os boletins autorais pretendem ser lidos por muitos, enquanto os diários, em tese, têm como leitores exclusivos seus próprios autores. Não surpreende, portanto, que as newsletters revelem tamanho esforço em busca da sofisticação estética.

Ao pensarmos nos caprichos visuais que enfeitam a aparência dos boletins também vale fazer uma breve menção às agendas.

Na década de 1980, muitos jovens passaram a “fazer agenda”. Utilizavam agendas como um diário, aproveitando-se da data já impressa em cada página. O que as agendas traziam de diferente dos diários, entretanto, era seu conteúdo, o “recheio”. O texto escrito, característica marcante dos diários tradicionais, foi em grande parte substituído por imagens, fotografias, papéis de bombom, ingressos de cinema ou teatro e outros pequenos objetos repletos de recordação, acompanhados de frases curtas, como legendas. (PIMENTEL, 2011, p. 6)

Deste modo, além de se referenciar nas cartas e diários, os boletins autorais também trazem características gráficas que remetem às agendas. Como o e-mail oferece grande suporte a conteúdos visuais, os autores de newsletters podem deixar seu material ainda mais personalizado. Assim, o leitor associa ao remetente não só o miolo escrito da mensagem, mas também as imagens e vídeos que o acompanham – e por vezes o complementam.

Uma última semelhança entre as newsletters e as formas de composição analógicas reside no fato de que, apesar de todas as modernizações recentes, o processo de escrever um e-mail ainda é manual. Se antes o indivíduo se debruçava sobre uma folha de papel em branco com uma pena ou uma caneta na mão, hoje se senta ao computador diante de um arquivo de texto. Por isso, é possível atribuir certa nostalgia romântica à atitude de interromper a rotina diária para escrever um texto, calma e demoradamente, para uma outra pessoa, muitas vezes desconhecida. Desse modo, “as escritas de si ainda parecem exalar uma potência *aurática*” (SIBILIA, 2016, p. 65).

Em resumo, pode-se dizer que o processo de composição de uma newsletter é tão cercado de possibilidades que nele se vislumbram vestígios de outras formas de comunicar, de modo que “há tantos gêneros dentro da newsletter que se torna difícil afirmá-la como um gênero ou como um único gênero. Talvez a newsletter se aproximasse mais de um meio para

veicular todos os gêneros descritos.” (PERRUSI; EFKEN, 2019, p. 171).

4.3 A constante aposta de morte do e-mail e os caminhos que levaram à reinvenção

Como pontuou David Carr em sua coluna *The Media Equation*, as newsletters tiveram sua morte decretada precocemente e de modo exagerado. “As newsletters, um artefato da web à moda antiga que deveria morrer junto com as conexões *dial-up* (internet discada), não apenas ainda estão por aí, mas em plena evolução” (CARR, 2014, tradução nossa)³.

Carr crê que são justamente as limitações que fazem com que o boletim ganhe fôlego em tempos tão dinâmicos. Fatores como a finitude da mensagem, a restrição de assuntos abordados – que nada mais é do que uma curadoria – e a pequena quantidade de possíveis distrações presentes na plataforma do e-mail contribuiriam para a sobrevivência das newsletters. Ainda no artigo, Kate Kiefer Lee (apud CARR, 2014), gerente de conteúdo do MailChimp e TinyLetter, também dá sua opinião sobre o poder dos boletins informativos. “O bom do e-mail é que ele não desaparece. Ele fica na sua caixa de entrada e você precisa fazer algo com ele”⁴, resume Lee (apud CARR, 2014, tradução nossa). O e-mail e, por consequência, as newsletters, não são tão efêmeros quanto outros tipos de publicação digital. E não foram só os e-mails que tiveram o seu desaparecimento anunciado algumas vezes sem que a aposta se concretizasse. Sibilia (2016) lembra que até mesmo os relatos íntimos, presentes nos diários, já foram objeto dos questionamentos dos mais céticos, que não acreditavam que o gênero poderia sobreviver ao tempo.

Não é necessário se remontar muito longe no passado para notar que os relatos autobiográficos, especialmente as diversas formas de diário íntimo, tiveram sua morte anunciada e confirmada efusivamente nas últimas décadas do século XX, sem que ninguém previsse seu repentino renascer nos ambientes globais das redes eletrônicas. (SIBILIA, 2016, p. 104)

Assim como as maneiras de expressão autobiográfica em voga no século passado tiveram sua força posta em xeque, e-mails e newsletters também amargaram, em determinado momento deste século, um esquecimento forçado, tendo sua utilidade desacreditada para além de formas burocráticas e pouco criativas de comunicação. No entanto, num período em que os blogs, chats e sites começavam a se desenvolver e ganhar espaço, ainda na época da lenta internet discada e dos pesados *desktops*, o e-mail poderia ter caído em desuso ou

³ No original: “Email newsletters, an old-school artifact of the web that was supposed to die along with dial-up connections, are not only still around, but very much on the march.”

⁴ No original: “The nice thing about email is that it doesn’t go away. It sits in your inbox and you have to do something with it”.

simplesmente ter se tornado um meio de comunicação para fins muito específicos. Porém, seja pela liberdade e a interatividade que a plataforma permite ao autor, seja por sua interface simples, sempre houve ali quem ousasse reinventar o processo comunicativo, o que acabou por conferir à ferramenta novas funcionalidades.

E foi justamente esse furor criativo que levou o estudante de jornalismo André Czarnobai, aluno da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, a fundar a *mailzine* CardosOnline em 1998. A *zine* – termo que vem de *fan magazine*, ou simplesmente fanzine, isto é, revista de fãs – é uma espécie de revista independente, geralmente publicada por uma pessoa ou pequeno grupo, feita com material autoral ilustrado ou fotocopiado. O *mailzine*, como CardosOnline, seria, então, uma *zine* adaptada para o e-mail.

A motivação de Czarnobai (apelidado de Cardoso) para criar o que hoje podemos entender como um gênero precursor da newsletter autoral foi uma greve federal que acontecia na época e impactou os estudantes da UFRGS. Durante três anos, de 1998 a 2001, a *mailzine* teve 278 edições e mais de 5.000 assinantes, além de contar com colunistas como Daniel Galera, autor de “Cordilheira” (2008), “Barba ensopada de sangue” (2012), e Clara Averbuck, autora do popular blog “brazileira preta!”, que surgiu no início da primeira década dos anos 2000, e também autora dos livros “Máquina de pinball” (2002) e “Toureando o diabo” (2015) – à época, jovens universitários que começavam a despontar no cenário literário nacional.

O CardosOnline, que até hoje tem um domínio web para quem quiser conhecer o perfil e a trajetória profissional de seus autores, encerrou as atividades durante seu apogeu. Consensual, a decisão foi tomada porque cada um dos colaboradores da revista “se envolveu em projetos e rumos diferentes nos últimos meses, e também sentimos que a fórmula do COL [abreviação de CardosOnline] estava esgotando sua vida útil e o *zine* fechou o seu ciclo” (CARDOSONLINE, 2001).

Apesar disso, iniciativas como a de André Czarnobai e amigos foram fundamentais para determinar os rumos da produção autoral via e-mail. O sucesso do material distribuído pelo CardosOnline serviu para mostrar que, mesmo num momento de intenso movimento informacional e digital, com a chegada da web 2.0 e suas novas plataformas sociais, a comunicação por e-mail não estava ultrapassada nem restrita a um formato engessado. Analisando a trajetória do CardosOnline – observando seu conteúdo, o alcance que tinha entre os leitores, o êxito profissional de muitos de seus autores após o fim da publicação e o espaço que ocupa até hoje na memória de seus fãs –, conclui-se que o e-mail era (e ainda é) capaz de escoar a pulsão de criatividade e transformação que irradia de determinados sujeitos e comunidades virtuais. Enquanto esteve em atividade, o CardosOnline conseguiu consolidar

seu público, apesar de disputar espaço com os blogs, e deixou um legado reconhecido pela mídia de massa tradicional.

A partir de 1998, Czarnobai e cia. movimentaram o cenário da produção virtual de conteúdo no Brasil, um ramo da atividade cultural que à época dava seus primeiros passos e que estava longe de se tornar o negócio lucrativo que é hoje. Por isso, em se tratando de escrita íntima na web, é preciso considerar a influência do CardosOnline no contexto nacional. Embora tenha tido uma sobrevida curta, a *zine* foi um dos primeiros projetos digitais a mostrar que o e-mail pode ser usado como um espaço para decalcar o *eu*, descrevendo-o segundo suas opiniões e experiências, relatando-o, por exemplo, em histórias que aconteceram no trabalho, em casa, na vida amorosa, no país e assim por diante. “Fomos precursores do senso de comunidade e de interação entre produtores e consumidores de conteúdo, que a partir de determinado momento se tornaram uma coisa só”, resume o ex-colunista Daniel Pellizzari (apud ARRAIS).

Considerando que a escrita tem um papel decisivo na sociedade, como propõe Dias (2008), a dimensão “comunitária” do espaço virtual continuou em construção desde então, tendo no compartilhamento de relatos íntimos e narrativas pessoais a cola que une os integrantes desse universo. Se naquela época os e-mails eram escritos por jovens “desocupados e vanguardistas”, como define o ex-integrante do CardosOnline Marcelo Träsel (apud ARRAIS, 2008), hoje o leque de personalidades que se propõem a se comunicar por newsletters é bem mais amplo. “Resolvemos dar vazão à nossa prepotência usando aquele incrível meio de comunicação que permitia enviar *egotrips* (jornada egocêntrica, em tradução nossa) para o mundo inteiro”, recorda Träsel (apud ARRAIS, 2008). Iniciativas como o CardosOnline tornaram o e-mail um lugar em que tudo era possível para qualquer um, tanto do ponto de vista do emissor quanto do receptor; de modo que uma variedade cada vez maior de perfis (ou de “egos”) começou a orbitar em torno de produtos criados para a plataforma – e esses produtos, por sua vez, se tornavam cada vez mais diversos entre si.

5 O CAMINHO ATÉ AQUI

Para investigar as razões que levaram as autoras a escrever e enviar newsletters, é preciso primeiro analisar a trajetória que traçaram na web. Ao longo do tempo, Aline Valek, Anna Vitória Rocha e Duds Saldanha exploraram diferentes plataformas sociais – como Fotolog, Orkut, Twitter, Facebook –, mas o ponto comum entre todas é o blog. Para Antoun (2008), os blogs eram não somente um espaço para a publicação de relatos pessoais, mas também um ambiente que reunia a funcionalidade organizacional de alguns endereços da internet com a capacidade de difundir opiniões e notícias dos grupos de discussão.

As três autoras aqui analisadas tiveram sua passagem pelos blogs, que, como já foi dito, desempenharam papel transformador para a expressão íntima do *eu* na internet. Aline Valek contou ter participado de fóruns de discussão e até ter escrito *fanfics* (abreviação de *fanfiction*, refere-se às narrativas apócrifas criadas por fãs a partir de histórias consagradas da cultura pop, como filmes, sagas literárias, bandas), mas foi através dos blogs que desenvolveu uma presença mais constante na web. Ela é autora dos livros “As águas-vivas não sabem de si” (2016) e “Cidades afundam em dias normais” (2020), e teve algumas páginas de blog antes da atual, que fica hospedada em seu site.

Já Anna Vitória afirma ter descoberto o apreço que tinha pelo formato do blog na plataforma Fotolog. Numa rede social voltada para fotos, a jornalista gostava mesmo dos textos, segundo conta em entrevista para este estudo. Assim, criou um blog que ficou no ar de 2007 até 2016.

Durante esses quase 10 anos fiz muitas amizades, existia uma espécie de comunidade ali de gente (em sua maioria mulheres) com interesses parecidos que “se frequentavam” [...] Tem gente que só acompanhava à distância e é engraçado pensar no quanto eu sei sobre a vida de estranhos que acabam se tornando próximos mesmo que sem contato direto. Vi essas pessoas entrando na faculdade, se formando, casando, separando, tendo filhos, perdendo entes queridos... é uma vida toda que se divide. (ROCHA, 2020)

Após encerrar seu primeiro blog, Anna se juntou com mais seis amigas e criou o *Valkirias*, que ela define como “publicação de cultura pop e feminismo”. Neste ponto, as trajetórias de Anna Vitória Rocha e Duds Saldanha se entrelaçam. Duds, que já teve um blog dedicado à saga “Harry Potter” durante a pré-adolescência e fez parte da equipe de um site dedicado ao seriado musical “Glee”, começou a escrever sobre esportes e comportamento em 2017 para o portal criado por Rocha. Saldanha permanece no *Valkirias* até hoje, embora Rocha tenha saído do projeto – em que trabalhava como editora – em janeiro de 2020.

5. 1 Por que as autoras escolheram a newsletter

Ao traçarmos a rota que levou cada uma dessas autoras até o lugar que ocupam atualmente na internet, é inevitável notar o processo que se inicia com a queda de popularidade dos blogs e culmina na migração de usuários para outras plataformas que possibilitavam a publicação de relatos pessoais e o diálogo com leitores. Nesse sentido, os blogs entraram em desequilíbrio enquanto substratos das expressões mais íntimas do *eu*, que naturalmente passaram a buscar o equilíbrio da estabilidade em outras plataformas, como a newsletter.

Aline crê que “a presença de um autor online tem sido muito mais uma combinação de plataformas do que a escolha por um ou outro canal” (VALEK, 2020) e defende que “não dá para apostar todas as fichas num único lugar, se a internet é tão volátil”. Talvez por isso a autora mantenha, além de sua newsletter, site (com um blog dentro), podcast e redes sociais. A partir do discurso de Aline, portanto, percebemos que na internet os gêneros se encontram em permanente desequilíbrio e reorganização. Trata-se de um processo comum aos meios de comunicação anteriores à web, mas que nela ocorre com maior velocidade, e num grau mais intenso.

Tanto para Anna Vitória Rocha quanto para Duds Saldanha, as newsletters são uma alternativa para produtoras de conteúdo diante da derrocada dos blogs. Rocha diz que migrou de uma plataforma para outra depois de notar que muitos autores já o haviam feito, deixando os blogs esvaziados. Ela considera, inclusive, que o apelo dos boletins por e-mail deriva das “tentativas de resgate dessa 'blogosfera raiz’”, termo que alude à liberdade de formatos textuais e à comunicação com o leitor que os blogs permitiam. Para Duds, as newsletters se caracterizam por uma mistura: são, por um lado, um veículo de informações pessoais, tanto para autores quanto para assinantes; por outro, são um espaço “que não está exatamente público”. Esses dois fatores estão entre as razões pelas quais a produtora de conteúdo diz ter aderido às newsletters.

O canal aberto proporcionado pelas newsletters, que para Saldanha ajuda a tornar mais íntimas as interações entre escritores e leitores, remete às caixas de comentários dos blogs, legando aos boletins uma função importante da antiga plataforma. Afinal, “pode-se até dizer que um blog não é escrito apenas pelo blogueiro responsável, já que muitos são os interagentes que participam da escrita do blog como um todo” (PRIMO; SMANIOTTO, 2006, p. 18).

O estabelecimento de uma possível relação entre Aline Valek, Anna Vitória Rocha e

Duds Saldanha com os leitores de seus boletins pelo contato direto, de um para um, remete a um tópico já estudado e citado antes: a escrita de cartas. A troca de correspondências com entes queridos pode até ter se tornado escassa com o surgimento de plataformas facilitadoras da comunicação, mas o hábito de falar para o outro e também ouvi-lo ainda é cultivado em diversos espaços, como no caso das newsletters autorais. Como Perrusi e Efken (2019) apontam, o e-mail é um sobrevivente de muitas transformações que aconteceram no espaço web. Mesmo que essa ferramenta tenha passado por algumas ressignificações, boa parte de suas características foi conservada até hoje. Como, por exemplo, o seu viés textual e descritivo, que remete diretamente à prática epistolar.

Para Valek, os boletins pessoais aqui estudados desempenham uma função comunicacional semelhante à das cartas, mas não se limitam a isso. Segundo a autora, as newsletters têm um escopo mais multifuncional e apresentam uma maior pluralidade, tanto na forma quanto no conteúdo.

Muitas newsletters se apresentam como revistas de variedades, por exemplo. Ou boletim de notícias. Ela (*a newsletter*) permite o uso de uma linguagem que pressupõe uma conversa, e não apenas uma transmissão de conteúdo, mas os usos feitos disso são os mais variados possíveis – e, muitas vezes, ficam bem distantes do que podemos chamar de cartinha. (VALEK, 2020)

Duds Saldanha considera essa semelhança com as cartas o maior atrativo das newsletters, sendo este outro motivo da preferência da autora pelo gênero. Para Anna Vitória Rocha, a similaridade existe, mas é preciso fazer algumas ressalvas:

A diferença é que não temos muito controle sobre quem é esse outro. É muito fácil entrar num delírio de que só uma ou outra pessoa específica vai ler, e é ao mesmo tempo maravilhoso e assustador pensar que mais de 1000 pessoas leram aquilo que você escreveu. Confesso que não posso pensar muito nisso, senão desisto de escrever. (ROCHA, 2020)

No aspecto apontado por Anna Vitória Rocha, as newsletters se aproximam de outros formatos disponíveis na *web*, como vídeos, *stories* e fotos – o que acaba por influenciar o processo de composição e de edição de um boletim, como se nota pela fala da jornalista. Não se tem controle sobre quantas pessoas lerão uma newsletter, como tampouco se pode controlar quantos verão um vídeo no YouTube. A diferença é que, em última análise, o primeiro formato não tem como finalidade acumular o maior número possível de leitores, ao passo que, na segunda plataforma, o “sucesso” de um produto é medido por sua quantidade de visualizações. Contudo, os dois formatos carregam em sua montagem a mesma perspectiva episódica, ou até anedótica, da história do *eu*. Sibilía (2016), ao falar sobre a existência de vídeos pessoais em plataformas como o YouTube, os chama de “pílulas de momentos

presentes da vida de alguém, expostos um após o outro” (SIBILIA, 2016, p. 280). A mesma metáfora pode ser aplicada ao material que passa pela autocuradoria dos autores de newsletters e vira conteúdo em seus boletins. São como pílulas de quem elas são e do que pensam, escolhidas a dedo e enviadas de maneira periódica, mesmo que não exista uma frequência de publicação pré-determinada pelo responsável do título. Assim, para além das comparações com as cartas e os diários pessoais, as newsletters se assemelham até mesmo com vídeos formatados para a internet, dada a variabilidade de seu alcance e as implicações estéticas que isso traz para o texto veiculado.

Toda a mistura de gêneros, estilos e mídias que caracteriza os boletins autorais se torna ainda mais peculiar à luz do espaço em que eles estão hospedados. Escrevendo para um ou muitos, as três autoras aqui analisadas falaram de si, contaram suas histórias e expuseram suas opiniões por meio do e-mail, que “seria o primeiro gênero ancestral do que chamamos [...] de newsletter autoral” (PERRUSI; EFKEN, 2019, p. 154). Como os boletins pessoais presumem alguma troca, Valek, Rocha e Saldanha podem ser consideradas como exemplos bem sucedidos neste quesito. As três escritoras têm um considerável número de assinantes em seus boletins – que, juntos, somam quase 7.500 assinantes – e costumam interagir diretamente com seus leitores. É verdade que a conexão entre o produtor e o consumidor de conteúdo não é algo novo na web. É digno de nota, porém, que isso aconteça – e com regularidade – em um espaço tão antigo como o e-mail, uma vez que a internet disponibilizou uma miríade de modelos mais modernos e chamativos nas últimas décadas.

A newsletter é um gênero de certa forma anacrônico, pois se afirma como a antítese dos mais novos modelos de conteúdo – como o TikTok, que traz vídeos de até 15 segundos e cruza conteúdos de usuários de diferentes partes do mundo. De todos os processos comunicacionais que operam na web, de todos os métodos disponíveis para a criação de uma rede digital, o boletim autoral é, sem dúvida, o mais artesanal. Escritores e assinantes se correspondem sobre temas variados, perpassados pela troca de relatos íntimos, sem limitações de espaço, tempo ou forma.

Por isso, o formato newsletter também possibilita a construção de relacionamentos mais sólidos e íntimos entre autores e leitores. No artigo de David Carr para o *The New York Times* em 2014, o jornalista conta que, em sua hierarquia digital pessoal, o e-mail aparece em primeiro lugar pois veicula informações que se referem única e exclusivamente à pessoa que lê, atendendo a uma demanda individual. O contato estabelecido com quem lê as newsletters é, como ele disse, personalizado e diretamente voltado para cada indivíduo conectado ali, diferentemente das interações genéricas que podemos encontrar em outros ambientes virtuais.

Apesar de demandar certo esforço – de análise, curadoria e escrita, decidindo o que romperá a barreira da censura pessoal –, essa troca com o público é uma das funcionalidades da newsletter mais apreciadas pelas autoras entrevistadas. “Essa é minha parte favorita. Quando eu falo alguma coisa que as pessoas conseguem sentir”, diz a jornalista Duds Saldanha. Sua fala ecoa a experiência de Anna Vitória Rocha com os leitores:

As pessoas compartilham de tudo, desde um complemento ao que escrevi até histórias pessoais de coisas parecidas que elas viveram. Tem muitas histórias curiosas e emocionantes, é até difícil elencar, mas a edição (*em que falei*) sobre morte foi definitivamente a campeã (*de respostas*). Todo mundo tem um luto guardado e nossa sociedade não dá espaço para esse tipo de conversa, mas as pessoas precisam muito dividir essas dores. Quando dividi as minhas, foi como se um portal se abrisse e um montão de gente dividiu suas histórias comigo. Não consigo colocar em palavras como me sinto grata por isso, acho que é quase um superpoder acessar as pessoas dessa forma. Entendo que a maioria só precisa mesmo de um espaço seguro para falar [...] É de longe a coisa mais especial da newsletter. (ROCHA, 2020)

A escritora Aline Valek conta que também costuma receber muitas respostas dos leitores, com referências sobre os temas abordados por ela e respostas sobre as questões levantadas na edição – como quando falou sobre a tensão acumulada no maxilar e recebeu respostas de mulheres sobre a relação entre ansiedade e bruxismo. “Fico muito emocionada com o quanto as pessoas abrem o coração nesses e-mails. É um privilégio enorme ter conseguido criar um espaço onde esse tipo de troca pode acontecer”, diz Valek.

Pela fala das autoras entrevistadas neste estudo, é possível vislumbrar nas newsletters a mesma potencialidade literária que se concentra em gêneros como ensaios, romances e outros gêneros narrativos: emocionar pelo texto, este instrumento capaz de gerar intimidade e empatia entre pessoas absolutamente desconhecidas umas das outras. E, por este consolo, pela celebração recíproca de cada jornada individual, aliviar as angústias da existência.

No conteúdo veiculado, os boletins autorais mesclam influências não só de formatos consagrados e conhecidos – como o diário, o conto, a carta e o blog –, mas também reúnem diferentes mídias, o que é próprio de nosso tempo; e pela correspondência com o público, tão fundamental ao gênero quanto as próprias edições de newsletters remetidas às caixas dos assinantes, os boletins recuperam a troca de cartas, prática cuja morte já foi anunciada e repisada por saudosistas do método epistolar tradicional, mas cujo impulso sobrevive neste novo formato. Assim, enquanto incorporam elementos do ciberespaço e da era digital, as newsletters dão vazão a variadas necessidades comunicacionais que a humanidade observou em sua História, especialmente após o século XXI, quando a dimensão coletiva da vida perdeu espaço para o *eu*, o solitário e romântico *eu*, agora dotado de uma complexidade

psíquica e sentimental que lhe dá o tamanho de um universo, cercado de mistérios e encantos dignos de relatos caudalosos.

Esta repentina busca de visibilidade, portanto, essa ambição de fazer do próprio eu um espetáculo capaz de atrair a atenção dos outros, pode ser também uma tentativa mais ou menos desesperada de satisfazer um velho desejo humano, demasiadamente humano: afugentar os fantasmas da solidão (...) E quanto maior for a quantidade de admiradores que nos aplaudem e curtem, melhor servirão para sustentar a tão cultuada autoestima. (SIBILIA, 2016, p. 342)

Um *eu* que na suposição de Paula Sibilía (2016) pode se espetacularizar, mas continua assombrado pelos fantasmas da solidão.

5.2 Curadoria do *eu*: o conteúdo íntimo nas páginas das newsletters

Apesar do surgimento de novos métodos de interação na internet, os boletins não deixaram de existir; o e-mail “sobreviveu às muitas mudanças que ocorrem na internet, e, embora seu uso tenha se modificado relativamente, ele manteve a maior parte das suas características descritivas” (PERRUSI; EFKEN, 2019, p. 154). Como já foi apontado, as características do material presente nos boletins podem remeter às antigas cartas ou publicações que antes eram feitas nos blogs. Desta maneira, nota-se nas newsletters mais um vestígio do humanismo burguês que se consolidou no século XXI, que preza pelo individualismo e valoriza a exposição de si.

A depender do sujeito, do grupo e das circunstâncias, a voracidade pela narrativa íntima pode se manifestar em maior ou menor grau, mas devemos investigar as possíveis motivações desse desejo antes de identificá-lo no subtexto das newsletters. Nesse sentido, em primeiro lugar, cabe dizer que instâncias que davam suporte ao homem moderno, como a igreja e a família, oferecem um apoio débil ao indivíduo contemporâneo (SIBILIA, 2016). E essas transformações, na explicação de Sibilía (2016), teriam se refletido no comportamento do indivíduo em alguns aspectos, notadamente na propensão a se expor e na forma que essa exposição tende a ter. Em outras palavras, antes os relatos e confissões estavam em grande parte restritos aos ambientes religioso e familiar – espaços que davam ao sujeito, a um só tempo, controle e proteção. No entanto, a crise de ambas as instituições deslocou os tipos mais íntimos de expressão do *eu* para outro âmbito. E, com isso, a expressão do *eu* tomou outra forma.

Essas âncoras e proteções que amparavam o *eu* moderno, essas amarras que não apenas o sujeitavam e sufocavam, mas ao mesmo tempo o protegiam e guarneciam dos perigos exteriores. Afinal, além de lhe fornecer motivos de sofrimento, angústia, culpas e outros pesares da época, também lhe davam sentido e de algum modo o

sustentavam. (SIBILIA, 2016, p. 354)

Agora, com um tipo de subjetividade voltada para ambientes alimentados e abastecidos por intimidades, como as plataformas virtuais, o *eu* pode se sentir validado, ancorado, ouvido, controlado e observado por muitas outras vozes, que não se limitam nem se relacionam com as instituições uma vez responsáveis pela sustentação da sociedade. O *eu* é valorizado e o controle passa a não estar mais só nas mãos das instituições, mas de cada um que participa dessa dinâmica de exteriorização. Quanto mais olhares, maior a sensação de controle, e a performance do que se é também passa a ser otimizada, conscientemente ou não.

Por outro lado, esse estímulo à externalização de questões íntimas, também presente nas newsletters, serve como ensejo para uma viagem para dentro do *eu*, estabelecendo-se como um espaço de descobertas e autoanálise. Espaços como os boletins íntimos, em que se expõe a intimidade mas também se analisa a vida alheia, saciam a vontade daqueles que procuram por “preciosos tesouros de sentido” (SIBILIA, 2016, p. 87).

Se os leitores tendem a buscar por esses supostos “tesouros”, a curadoria do que será apresentado nesses ambientes é decisiva; nesse sentido, a mão do autor se sobressai, embora nem sempre ela tenha pleno controle de seus propósitos e suas realizações. Ao falar sobre como nasce um texto, Ana Cristina César afirma que “o impulso básico é mobilizar alguém, mas você não sabe direito quem é esse alguém; se você escreve uma carta, sabe; se escreve um diário, sabe menos” (CÉSAR apud SIBILIA, 2016, p. 90). No caso específico das newsletters, os autores têm o desafio de arrebatam desconhecidos por meio de aparelhos digitais, repletos de distrações, para que eles permaneçam entretidos e consumam o que está presente ali. Assim, a importância da curadoria nos boletins informativos se dá não só no sentido de seduzir a atenção do leitor, mas também de fidelizá-lo e até mesmo construir uma espécie de “linha editorial” da newsletter. Via de regra, por mais diversos que sejam os conteúdos exibidos em um boletim, eles têm uma coerência baseada em alguma marca estética ou temática.

O boletim “No Recreio”, de Anna Vitória Rocha, ilustra a questão da curadoria nas newsletters. Nas 20 edições analisadas, todas elas enviadas entre os anos de 2018 e 2020, Anna chega a dar suas opiniões sobre alguns temas mais gerais – como livros, filmes, música –, mas o foco é, sem dúvida, a narração de experiências pessoais, que frequentemente servem de gancho para reflexões de inclinação ensaística. Movido por um sentimento de identificação direcionado a um narrador-personagem que concentra em si as questões abordadas no texto, o leitor é conduzido a uma imersão sentimental no conteúdo do boletim. Essa característica do trabalho realizado por Anna Vitória Rocha pode ser considerada um dos fatores que levaram

sua newsletter a conquistar os leitores, como disse a escritora em entrevista concedida por e-mail para a autora deste estudo em 17 de outubro de 2020.

As pessoas que gostam de ler aquilo que eu escrevo são pessoas interessadas em pensar sobre a vida, refletir sobre o cotidiano, e tudo que envolve “ser uma pessoa no mundo” de um jeito leve e divertido. Me falaram isso um dia e eu achei muito bonito. E é um interesse que eu também tenho. É o tipo de conteúdo que mais gosto na internet. Gosto de saber sobre a vida das pessoas, o que elas pensam e sentem, como foi ver aquele filme, a história do cachorro, uma coisa meio velha fofqueira na janela vendo as pessoas passarem. (ROCHA, 2020)

Anna identifica em sua própria personalidade a vontade de ouvir o outro e de ser ouvida por ele. Cravejado de relatos especialmente íntimos, seu trabalho pode ser interpretado como uma manifestação – às vezes jocosa, às vezes dramática – desse desejo duplo. No número 81 de “No Recreio”, enviada em 17 de março de 2020, a jornalista diz:

Eu tenho um diário e não tem um único segundo desde que comecei essa empreitada em que deixo de achar isso hilário, porque é tão básico. Desde o início do ano me vi às voltas com uma crise existencial dessas que a gente acha que só existem nos filmes, ou que parecem tão ridículas e óbvias que podem acontecer com todo mundo, menos com você, até que elas acontecem. Quem sou eu?, Qual o meu valor?, Ninguém me ama!, Será que sou feia?, dentre outras questões. (ROCHA, 2020)

No trecho acima, por exemplo, a autora usa a plataforma do e-mail para revelar detalhes da expressão de sua intimidade em outro espaço, em tese sigiloso: o diário. Na entrevista dada para este trabalho, ela diz que sempre gostou de falar sobre a vida e seus sentimentos e, nos últimos anos, encontrou nos boletins autorais o espaço ideal para isso. “Vi na newsletter um formato que me permitiria chegar diretamente nas pessoas que tinham interesse em ler aquilo, num espaço mais intimista”, explica Anna.

A autora revela que frequentemente pensa sobre as intimidades expostas em seu boletim, cujo conteúdo vai desde reflexões sobre a música pop, com menção a artistas como Taylor Swift e Harry Styles, a temas como vulnerabilidade, morte e luto. Um dos impasses mais recorrentes durante a composição da newsletter, diz ela, é o medo de infringir os limites de sua própria privacidade.

Quando começo a me podar demais, o resultado nunca é como eu gostaria, e quando publico algo tão próximo que sinto vontade de jogar o notebook pela janela e nunca mais olhar na cara de ninguém, é quando recebo mais respostas. Quando existe verdade e vulnerabilidade em um texto, as pessoas se abrem de volta. (ROCHA, 2020)

Analisando a fala de Anna Vitória Rocha, pode-se inferir que o ambiente do e-mail, por ser mais controlável em termos de privacidade e flexível em termos de forma, favorece e suscita o compartilhamento de relatos mais íntimos do que aqueles presentes em outras

plataformas sociais. Ali, a exposição é menor a nível de alcance, mas maior a nível de profundidade. Apesar dos riscos envolvidos nesse processo, Anna entende que é da atitude de se pôr vulnerável diante dos outros que nasce um componente fundamental do trabalho literário, comum a newsletters, romances, ensaios, peças: a conexão entre o autor e o leitor, muitas vezes desconhecidos um do outro.

Assim, em face dos desafios trazidos pela publicação de determinados conteúdos nas newsletters, Anna privilegia o que ela chama de “transparência radical”, pois só com isso, segundo ela, é possível vislumbrar a verdade sobre si e ter a sincera atenção do leitor. A mais simbólica manifestação dessa recompensa são os relatos íntimos recebidos pela própria jornalista em resposta a alguns de seus depoimentos mais reveladores do ponto de vista pessoal. Para ela, muitas pessoas tendem a ter grande abertura para falar sobre si mesmas quando encorajadas pela sinceridade da própria autora.

Anna também acredita que a verbalização de seus sentimentos ajuda outras pessoas a organizar suas próprias questões e pensamentos. Como aponta Sibilía (2016), a escrita tem em seu aspecto organizador, que nos auxilia até mesmo a dar sentido à vida. Anna Vitória Rocha ainda explica que a vontade de expor reflexões na newsletter “No Recreio” vem do fato de ela ter descoberto na escrita íntima a sua voz como escritora.

Sempre fui muito introspectiva, penso muito sobre sentimentos, e é nessa associação entre o que sinto, o que observo do mundo e as coisas que vivo que consegui encontrar minha expressão artística. Existe um trabalho formal nisso, um exercício de autor. Escolho o que quero dividir, mas só me toca e me inspira aquilo que também é verdadeiro. E as pessoas se interessam porque aquilo é sobre elas também. O texto que funciona é aquele que consegue atingir o ponto de conexão entre o que é meu e o que pode ser dos outros, o que existe de universal e humano nas histórias. [...] A gente gosta de ler e pensar sobre a gente, e acho que o que eu escrevo ajuda as pessoas a pensarem sobre si e organizarem os próprios sentimentos, da mesma forma que tantos outros escritores fizeram e fazem isso por mim. (ROCHA, 2020)

Além de Anna Vitória Rocha, a ilustradora e jornalista Duds Saldanha também foi entrevistada por e-mail para este trabalho. Duds é criadora da newsletter “Duds vs. Baixo Astral”, que foi enviada pela primeira vez em maio de 2016 e atualmente tem 798 assinantes e 44 edições. Saldanha, ao contrário de Rocha, conta que nunca temeu ter se exposto demais em seus boletins autorais – mesmo que muitos deles contenham informações muito pessoais – pois sempre conheceu os limites de sua noção de intimidade. “Tem muita coisa que eu queria escrever e não escrevi por causa disso (*do medo de se expor demais*), mas eu não me arrependo de absolutamente nada que eu já enviei”, explica a autora em entrevista concedida em 28 de outubro de 2020.

Assim como Anna Vitória Rocha, Duds tece reflexões pessoais no conteúdo que envia

por e-mail, como no seguinte trecho (edição número 36 de seu boletim, publicada em 26 de abril de 2018), em que cita uma nota de seu *bullet journal*.

Eu estou muito feliz que você está fazendo de si mesma uma prioridade finalmente e está se permitindo ficar triste sobre as coisas. Você não precisa ser toda sorrisos o tempo todo e isso vai afastar algumas pessoas mas também vai trazer outras pra perto. Eventualmente. Eu sei que você se sente muito solitária agora mas vai passar. Talvez um pouco de solidão seja o que você precisa. (SALDANHA, 2018)

O texto é acompanhado de uma foto da página do *bullet journal* que contém a anotação, bem como por desenhos e outros pensamentos da autora. Vê-se, portanto, que, para Duds, o compartilhamento para muitas pessoas de passagens de um diário – um espaço cuja proposta é se manter sigiloso – não representa, por exemplo, uma infração de sua privacidade. Nesse sentido,

Longe do tão falado temor à invasão da privacidade, portanto, trata-se aqui de uma verdadeira vontade de evasão da própria intimidade, um anseio de ultrapassar os velhos limites para abrir infiltrações nos antigos muros divisores e, de algum modo, tecer contatos apesar de tudo. (SIBILIA, 2016, p. 341)

Em seu boletim, a escritora, a exemplos de outras autoras de newsletter, aborda uma vasta gama de assuntos: sucessos da cultura pop, política, indicações de livros, sua relação com o futebol, paixões e até mesmo descrições minuciosas de objetos colecionados ao longo da vida que foram encontrados durante uma mudança, por exemplo. Esses itens são vistos não como sinais da superexposição individual, mas, pelo contrário, como elementos reafirmadores do controle que ela exerce sobre o próprio discurso. “Eu compartilho minhas histórias de uma forma supercrua, sem filtro e com um humorzinho, e acho que as pessoas se identificam muito também. E porque eu falo muito bem sobre coisas pelas quais eu sou apaixonada” (SALDANHA, 2020). Essa sua característica como escritora – de “viver a própria verdade”, como ela mesma define – seria, segundo ela, uma das razões pelas quais seus leitores se sentem atraídos por seu conteúdo.

Ainda no esforço de entender as escolhas temáticas e estilísticas que caracterizam as newsletters analisadas neste estudo, também entrevistei a escritora e ilustradora Aline Valek. Ela criou seu primeiro boletim em 2014, com o nome de “Bobagens Imperdíveis”. A newsletter, que teve 129 edições, ganhou até um livro, de 117 páginas, que reunia alguns dos textos publicados ao longo de seu período de atividade. Atualmente Aline mantém um boletim chamado “Uma Palavra”, que até julho de 2020 tinha o nome de “Uma Newsletter”. “Uma Palavra” conta com 5.000 assinantes e já chegou a sua 70ª edição.

Ao conduzir um estudo que aborda especificamente a primeira newsletter de Valek, a

“Bobagens Imperdíveis”, Perrusi, Moraes e Efken (2018) concluem que, apesar de ter alguns dos mesmos propósitos que a propaganda (o que se nota, por exemplo, pelo uso de um discurso que visa a cativar os leitores e mantê-los fiéis ao consumo do material, além da divulgação de trabalhos realizados pela autora fora do espaço do e-mail), o boletim se desenvolve de modo mais diverso e com algumas motivações que excedem a simples associação com os gêneros publicitários.

Numa edição recente de “Uma Palavra”, enviada em 15 de outubro de 2020, Aline diz ao leitor: “Reencontro o caminho para escrever newsletter quando resolvo apenas escrever o que tem se passado na minha cabeça, na minha vida. Assim é que flui”. Com isso, Valek esclarece que o que está exposto em sua newsletter é, no melhor dos casos, seu próprio fluxo de consciência, seus próprios pensamentos verbalizados de maneira espontânea. Nesse sentido, no significado conferido pela autora a seu boletim, o leitor se torna o privilegiado espectador das manifestações mais ingênuas e imediatas do universo psicológico do indivíduo por trás do texto.

Em entrevista, Valek diz que, desde que começou a escrever no formato de newsletter, sentiu uma proximidade maior com os leitores. Seu boletim versa sobre assuntos como literatura, seriados de televisão, o hábito de colecionar selos na adolescência e até mesmo os desafios da quarentena imposta pela Covid-19, com reflexões a respeito do momento que a sociedade vive. Um escopo bem diferente daquele que Sibilia (2016) atribuiu aos blogs e redes sociais, por exemplo, ao dizer que eles não costumam refletir sobre grandes questões. Parte considerável das newsletters carrega um peso meditativo e filosófico, que por vezes perpassa discussões suscitadas por acontecimentos corriqueiros.

Somos indivíduos cada vez mais midiáticos, veiculando ideias e mensagens na intenção de “conscientizar” outras pessoas, interagindo através de mídias, baseando relações e conversas em produtos midiáticos (celebridades, filmes, séries, escândalos), “produzindo conteúdo” em busca de ocupar esse lugar que, no imaginário geral, consolidou-se como um espaço de poder: o emissor da mensagem. O “influenciador” pode parecer uma pessoa, mas acaba não sendo muito diferente de um canal de TV: um veículo que aluga espaço para propaganda (de marcas, de estilos de vida ou de ideias). Seu poder é medido pelo engajamento, ou seja, sua capacidade de lançar um estímulo e fazer com que o público responda de determinada maneira. (VALEK, 2019)

O trecho acima, destacado da edição 53 do boletim da autora, reflete sobre a existência dos influenciadores digitais, bem como sobre as funções, expectativas e responsabilidades dessas novas figuras do universo virtual. A newsletter de Valek, assim como a de Anna Vitória Rocha e Duds Saldanha, não apenas consiste no espaço escolhido para concentrar relatos pessoais e as manifestações do *eu*, mas também dá lugar a reflexões sobre a sociedade

atual e as relações humanas. Valek, em entrevista, afirma que o boletim autoral é, a um só tempo, um meio de comunicar notícias e fatos e um ambiente favorável para a autoanálise.

Um espaço para falar do que está acontecendo ao meu redor e nos meus processos internos, com um pouco mais de profundidade, um pouquinho de cada vez. É por onde compartilho minhas atualizações mais importantes: estou pensando isso, estou fazendo isso, estou lançando isso. E também o momento onde eu posso falar para as pessoas comprarem meus livros, algo sempre bom de lembrar. (VALEK, 2020)

Sobre os conteúdos mais íntimos de sua newsletter, a autora conta que sente a “todo o tempo” que poderia estar se expondo demais. Mas isso não a impede de se conectar com os leitores com a sinceridade característica das newsletters autorais. “Cada edição eu clico em enviar com a sensação de que me expus mais do que deveria, mas eu gosto desse jogo de contar segredos em público ou não seria escritora para início de conversa”, afirma. Nesse sentido, o ímpeto da exposição soa mais forte do que o medo do julgamento alheio. Se, no show do *eu*, o indivíduo faz da própria personalidade um espetáculo orientado para o olhar do outro (SIBILIA, 2016), Valek e outras autoras têm em suas newsletters um palco para os giros performáticos de um pensamento despretenso, que gira em torno do ego. Valek não esconde a razão pela qual gosta de escrever os boletins:

Em primeiro lugar vem do meu narcisismo, claro, mas também vem da minha busca na escrita, que eventualmente me conduz a falar do que dói, do que incomoda, de contar a verdade. Todos esses anos escrevendo newsletter e ainda me impressiona o quanto as pessoas se identificam, tomam aquele texto para a vida delas. Também parto do princípio de que não sou especial – apesar do meu ego detestar essa ideia – então se algo dói em mim, se algo me toca, é bem provável que toque outra pessoa também. (VALEK, 2020)

Influenciada pelo gênero ensaio, a experiência da newsletter autoral se mostra tão sensorial quanto intelectual. Assim, o escritor de boletim traduz-se em obra artística, na medida em que, no espetáculo do *eu*, “tanto o corpo como a personalidade constituem superfícies lisas nas quais todos os sujeitos devem exercer a sua arte” (SIBILIA, 2016, p. 336).

Além disso, ao transferir para seus boletins depoimentos tão íntimos e particulares, as autoras aqui estudadas – Aline Valek, Anna Vitória Rocha e Duds Saldanha – deslocam para o e-mail um pedaço de si, como se guardassem um breve registro de quem eram e do que pensavam naquele momento da vida. Desse modo, as newsletters também oferecem uma espécie de fotografia de personalidades e pensamentos, quase como se consistissem num santuário arqueológico do *eu*. Na curadoria que acontece durante a composição da newsletter, tudo que atravessa o filtro da autocensura é, de certa forma, um retrato imóvel, imutável e concreto, apesar de digital, das figuras que o criaram. Por outro lado, os boletins tendem a

mesclar diferentes cenas do passado e temas afetos à existência humana, compondo uma urdidura variada e matizada por múltiplos arquivos da memória.

Nesse sentido, ao refletir sobre a arqueologia do *eu*, Sibilia (2016) evoca uma metáfora que Sigmund Freud usa em “Delírios e sonhos na Gradiva de Jensen”, de 1907, que relaciona as cidades de Roma e Pompeia. Nesse símile, Roma representa a eternidade fragmentada em um sem-número de “estilhaços do passado, todos dispersos desordenadamente em diversas camadas históricas” (SIBILIA, 2016, p. 157). É o lugar onde “tudo fica entulhado no complexo porão da memória”, simbolizando “o impossível sonho de manter cada coisa para sempre em seu lugar” (SIBILIA, 2016, p. 157). Já Pompeia, subitamente petrificada sob a lava do Vesúvio, representa a eternidade condensada em um único instante, uma única imagem (SIBILIA, 2016).

Trata-se de duas temporalidades distintas e opostas, mutuamente excludentes embora complementares: ou é Roma, a multiplicidade de infinitas camadas porém sempre parcelares; ou é Pompeia, a totalidade preservada num momento singular. (SIBILIA, 2016, p. 158)

Como vimos até aqui, os boletins pessoais desempenham diferentes funções, sendo uma delas a de diário digital. Nesse sentido, retratar a própria persona em uma newsletter é uma maneira de conservar os diferentes aspectos da vida do autor em determinado contexto, com a possibilidade de consultar esses registros futuramente e, com isso, obter maior controle discursivo sobre a própria memória. Como qualquer outro tipo de documento pessoal íntimo, a newsletter pode conferir ao indivíduo a chance de se entender segundo aquele *eu* empedernido no papel ou na tela, infundindo em seu autor um sentimento de plenitude decorrente da consistência que o texto imprime à figura da pessoa que o escreveu. Além disso, em posse de registros íntimos antigos, o autor pode vir a experimentar a fantasia de que sua personalidade está mais integralmente constituída, ou mais “completa”, em virtude do contato com lembranças do *eu* que já se encontravam assoreadas no obscuro terreno da psique.

A vontade de conservação total e verídica do que se é [...] foi, sem dúvida, uma das chamas que acendeu o furor pela escrita de diários íntimos ao longo do século XIX e na primeira metade do século XX. Naquela plethora de textos intimistas, o próprio olhar se volta para dentro de si (introspecção) e para trás de si (retrospecção), em busca de edificar uma ambiciosa totalidade a partir dos infinitos cacos do tempo perdido. (SIBILIA, 2016, p. 179)

O esforço de organização implicado na iniciativa de escrever, assim como a conservação de múltiplos componentes do passado do sujeito, identificam os boletins autorais com um método arqueológico do *eu* que visa a preservar e narrar a história em fragmentos e símbolos, tentando manter tudo em seu devido lugar.

De uma maneira involuntária, porém, os boletins autorais também se associam com Pompeia na medida em que cada edição representa um corte sincrônico no transcurso do tempo, oferecendo um retrato fixo e imutável de um instante da vida de seu autor. É verdade que, ao contrário das chamas do Vesúvio, nenhuma newsletter é, por si só, eternizante: nenhuma edição de boletim autoral tem a pretensão de condensar todo o passado e toda a verdade histórica sobre uma pessoa em um só texto – afinal, tal como fotografias, as edições são várias e se sucedem. Contudo, um só acontecimento pode ser tema único de uma newsletter inteira, tornando-se, desta maneira, “um bloco de espaço-tempo congelado de uma só vez e por sempre” (SIBILIA, 2016, p. 158), como a imagem de Pompeia arruinada pelo fogo do vulcão.

Assim como a Roma da Antiguidade se separa da Roma medieval por diferentes camadas históricas, a escritora da edição mais recente de uma determinada newsletter já não é a mesma que publicou o número anterior: aquela está destruída. Mas estes mesmos boletins são uma espécie de petrificação do *eu*, já que os textos preservam a personalidade de suas autoras no momento em que certa edição foi enviada. Deste modo, embora o propósito das newsletters se identifique com o cenário de Roma, “um território em ruínas” onde cada escombro é um pedaço do passado (SIBILIA, 2016, p. 157), as newsletters também podem ser, tal como Pompeia, “[...] um instantâneo eternizado, genuína lembrança quase fotográfica de um momento único e irrepetível” (SIBILIA, 2016, p. 157).

6 CONCLUSÃO

Este trabalho se propôs a analisar e discutir o surgimento e a popularização dos boletins autorais enviados por e-mail. A partir da formação das redes virtuais, do estreitamento das relações via internet e da gradativa consolidação das comunidades cibernéticas, pudemos entender como se deu a criação e o escoamento de manifestações autobiográficas em espaços digitais. Nos capítulos iniciais, compreendemos o processo de concepção das plataformas de comunicação na *web* e vimos como elas se incorporaram à realidade contemporânea como uma extensão do que entendemos como vida real.

Ao longo da pesquisa, observamos que as newsletters se desdobraram dos blogs, que bebiam diretamente da fonte de outras formas de expressão comunicacionais mais antigas, como as cartas e os diários íntimos. A vontade de se expressar e conectar-se ao outro é característica do ser humano, e esse traço resiste à permanente transição entre diferentes formatos e plataformas. Fosse nas confissões eclesiásticas, nos diários individuais burgueses ou nos primeiros anos da internet, os testemunhos de um *eu* simultaneamente introvertido e exteriorizado sempre encontraram vazão e audiência.

Assim, notamos também que falar de si é um caminho para tentar entender quem se é, questionamento que parte de uma das maiores angústias particulares experimentadas pelo indivíduo moderno: a busca por um significado para a jornada – e para cada um dos episódios, muitos deles obscuros – da vida. A internet foi capaz de compilar relatos motivados pela culpa, pelas adversidades, pelos atrativos e as armadilhas de uma vivência pautada pela exposição virtual, enfim, pela necessidade de organizar no espaço e no tempo os fatos e as ideias que compõem a subjetividade de um indivíduo. Paralelamente, há ainda a sedução pelo consumo da vida alheia – uma dinâmica baseada, em última análise, na performance do *eu*, cujas manifestações, guiadas pela necessidade de validação afetiva, não se isolam de seu contexto de publicação, mas, pelo contrário, se moldam ao olhar do público.

Com o passar dos anos, o boom das novas redes sociais, mais espetaculares, alienantes e triviais, esvaziou os blogs, que caíram no esquecimento. Na ânsia de satisfazer todas as vaidades de um público cada vez mais permanentemente interconectado, esses novos espaços tornaram-se amontoados de mídias virtuais, uma espécie de poluição informacional, orientados a extrair do usuário o máximo de sensação com o mínimo de critério.

A resposta à demanda por uma expressão autobiográfica mais pormenorizada e reflexiva, que ficou adormecida após a queda dos blogs, veio de um antigo conhecido de

quem frequenta o ciberespaço. O e-mail serviu de escape para aqueles que buscavam ambientes menos ruidosos e alegadamente mais íntimos, com laços pautados pela identificação pessoal e interações marcadas pela aparência da autenticidade. Em outras palavras, as newsletters autorais propõem uma curadoria de conteúdo em oposição à conflagração irreversível de outros ambientes virtuais, com edições de periodicidade definida pelo autor, contrariando a sanha permanente por renovação de conteúdo que identifica as demais redes.

Nesta análise em particular, Aline Valek – da newsletter “Uma Palavra” –, Anna Vitória Rocha – do boletim “No Recreio” –, e Duds Saldanha – autora de “Duds vs. Baixo Astral” – compuseram o fio condutor das ponderações motivadas pelo objeto de estudo. As newsletters desenvolvidas pelas três autoras, a exemplo de diversas outras encontradas na internet, remetem a cartas e diários, têm um estilo mais demorado, textos maiores e, acima de tudo, um falar de si mais revelador, que dispensa grandes pudores e reservas. Sem abrir mão da constante performance que a exteriorização de si e o compartilhamento de experiências pessoais na internet implicam, os boletins exibem uma versão – ou melhor, algumas versões – de suas autoras. Retalhos amalgamados das identidades que elas assumiram ao longo da vida, em suas múltiplas vivências.

À margem do domínio discursivo de instituições que concentravam os relatos confessionais, como a família e a religião, as newsletters contribuíram para tornar a troca deste tipo de testemunho uma atitude mais acessível, mundana e prosaica. Conectados pela empatia e pela vontade de tragar a intimidade alheia, os leitores consomem personalidades que frequentemente lhes são desconhecidas. Em sua adesão a um formato que remete a gêneros do passado, as escritoras recebem de seus múltiplos destinatários observações e opiniões e, embora possam não conhecer alguns deles, são ouvidas, compreendidas, criticadas ou ignoradas. De todo modo, a exposição agora é feita por escolha.

Mesmo cumprindo os objetivos propostos inicialmente neste trabalho, a abordagem das newsletters autorais adotada no estudo não finda aqui, sendo possível explorá-la em pesquisas futuras. Um dos caminhos possíveis seria avaliar o consumo de boletins com enfoque no comportamento do público, para compreender como surge o desejo de consumir um conteúdo tão íntimo e confessional. Entrevistas com leitores das newsletters seriam bem-vindas, já que é preciso investigar detalhadamente suas expectativas e se elas foram correspondidas com o material recebido.

Outra maneira de dar continuidade ao trabalho seria analisar os usos terapêuticos da newsletter, a partir da hipótese de que a adesão ao formato esteja relacionada, em última

instância, com uma tentativa de expiação, de elaboração de culpas, traumas, lutos e outras experiências negativas. Isso implicaria levar ao limite a ideia de que os boletins funcionam como uma versão repaginada e mais moderna de um tipo de relato que se iniciou nas confissões eclesiais e assumiu outras formas nos espaços posteriormente identificados com a cura dos males, como a clínica médica. A proposta seria tentar responder à seguinte pergunta: teriam as newsletters um papel terapêutico para quem as realiza? Seria a exposição de vulnerabilidades pessoais uma espécie de punição autoinflingida (um tratamento desagradável, mas efetivo) que visa a purgar a dor e a mágoa, considerando sobretudo a surpresa que as próprias autoras dos boletins narram ter sentido ante a sinceridade de alguns relatos que elas ousaram publicar?

Uma terceira ideia de trabalho seria traçar uma análise etnográfica do fenômeno das newsletters, entendendo-as como um produto cultural vinculado a um nicho específico: comunicadores e artistas. Alguns deles assinam os boletins de maior destaque do cenário brasileiro. Há escritores, por exemplo, que já identificam suas newsletters como parte do processo criativo, numa atribuição involuntária que remete aos famosos diários mantidos por romancistas clássicos, como Kafka e Dostoiévski, onde constam reflexões sobre obras em desenvolvimento e o ofício da escrita de modo geral. Além disso, os boletins também são cada vez mais usados como um espaço de divulgação artística. Nesse sentido, podemos investigar a razão pela qual as newsletters tiveram maior adesão neste grupo específico, bem como as demais funcionalidades que o formato pode assumir nessas circunstâncias e, a partir disso, apresentar as fases da concepção de um produto artístico em que os boletins se mostram uma ferramenta útil.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A VOLTA da newsletter.** Pesquiseria e tendências, [S.l.], 26 set. 2016. Disponível em: <https://medium.com/pesquiseria-e-tendencias/a-volta-da-newsletter-51ad06060f55>. Acesso em: 3 jun. 2020.
- ANTOUN, Henrique. A web 2.0 e o futuro da sociedade cibercultural. In: **XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Natal, 2-6 set, 2008.
- ARFUCH, Leonor. **O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2010.
- ARRAIS, Daniela. **E-zine Cardosonline completa dez anos**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 17 set. 2008. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1709200821.htm>. Acesso em: 20 ago. 2020.
- AZEVEDO, Luciene. Blogs: a escrita de si na rede dos textos. **Matraga**, Rio de Janeiro, ano 14, n. 21, p. 44-55, jul./dez. 2007.
- BAPTISTA, Erica Anita; ROSSINI, Patrícia; OLIVEIRA, Vanessa Veiga de; STROMER-GALLEY, Jeniffer. A circulação da (des)informação política no WhatsApp e no Facebook. **Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação**, Juiz de Fora, v. 13, n. 3, p. 29-46, 2019.
- BOURDIEU, Pierre. A ilusão biográfica. In: AMADO, Janaína e FERREIRA, Marieta de Moraes. **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p. 183-191.
- BRUNO, Fernanda. Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, n. 24, p. 110-124, jul. 2004.
- CARDOSONLINE**. Disponível em: <http://www.qualquer.org/col/>. Acesso em: 20 ago. 2020.
- CARR, David. **For email newsletters, a death greatly exaggerated**. New York Times, New York, 29 jun. 2014. Disponível em: https://www.nytimes.com/2014/06/30/business/media/for-email-a-death-greatly-exaggerated.html?_r=2. Acesso em: 26 maio 2020.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: Do leitor ao navegador**. Conversações com Jean Lebrun. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo/Editora UNESP, 1998.
- CHARTIER, Roger. **Os desafios da escrita**. São Paulo: Editora Unesp, 2002.
- DIAS, Cristiane. Memória e escrita: o atravessamento de sentido das cartas no e-mail. **Língua, sujeito e história**, Santa Maria, n. 37, v.18, nº2, p. 35-49, 2008.
- FERRAREZI, Ludmila; ROMÃO, Lucília Maria Sousa; PACÍFICO, Soraya Maria Romano. Dizeres sobre o feminino em blogs da rede eletrônica. **Cadernos de Estudos Linguísticos**, Campinas, v. 54, n. 2, p. 245-260, 2012.
- GOMES, Wilson da Silva; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Santa Catarina, v. 16, nº 2, p. 33-45, 2019.

GONÇALVES, Márcio Souza. Para pensar comunicação, cultura e subjetividade: uma perspectiva de análise. **Matrizes** (USP), v. 14, p. 59-78, 2020.

GRABAUSKA, Fernanda. **Formador de escritores, e-zine CardosOnline será tema de debate na Feira do Livro**. Gaúcha Zero Hora, Porto Alegre, 05 nov. 2016. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/livros/noticia/2016/11/formador-de-escritores-e-zine-cardosonline-sera-tema-de-debate-na-feira-do-livro-8153093.html>. Acesso em: 20 ago. 2020.

LEMOS, André. A arte da vida: diários pessoais e webcams na Internet. *In: INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Bahia, 2002.

LEMOS, André. Anjos interativos e retribalização do mundo: sobre interatividade e interfaces digitais. **Tendências XXI**, Lisboa, n. 2, p. 19-29, 1997.

LIVINGSTONE, Josephine. Lena Dunham and why 2015 was the year of the email newsletter. *The Guardian*, Londres, 14 dez. 2015. Disponível em: <https://www.theguardian.com/books/2015/dec/14/lena-dunham-and-why-2015-was-the-year-of-the-email-newsletter>. Acesso em: 26 maio 2020.

PERRUSI, Martha Solange; EFKEN, Karl Heinz. Para pensar gênero: o caso da newsletter “Bobagens Imperdíveis”. *In: NETO, João Evangelista Tude de Melo; PERRUSI Martha Solange; FERREIRA, Sérgio Gonçalves (Orgs.). Filosofia do virtual: reflexões filosóficas acerca da Internet*. Porto Alegre: Editora Fi, 2019.

PERRUSI, Martha Solange; MORAES, Antonio Henrique Coutelo de; EFKEN, Karl Heinz. Análise de gênero do caso da newsletter “Bobagens Imperdíveis”: comunidade discursiva e propósito comunicativo. **Revista Eletrônica de Divulgação Científica em Língua Portuguesa, Linguística e Literatura Letra Magna**. Ano 14, n.23, 2018.

PIMENTEL, Carmen. A escrita íntima na internet: do diário ao blog pessoal. *In: Anais do VII Congresso Internacional da Abralín*. Curitiba, 2011.

PRIMO, Alex; SMANIOTTO, Ana Maria Reczek. Blogs como espaços de conversação: interações conversacionais na comunidade de blogs insanus. **e-Compós**. Brasília, n. 5. abr. 2006.

RECUERO, Raquel. Atos de Ameaça à Face e à Conversação em Redes Sociais na Internet. *In: PRIMO, Alex (org.). Interações em Rede*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIBEIRO, Ana Elisa. **Questões provisórias sobre literatura e tecnologia: um diálogo com Roger Chartier**. *Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea*, n. 47, p. 97-118, 2016.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura: perspectivas, questões e autores**. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

SIBILIA, Paula. **O Show do eu**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SIBILIA, Paula. Os diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica. *In: XII Encontro da Compós*. Recife, 2003.

SLADE, Francisco. **Para notar a ausência de um desconhecido – blogs e validação do discurso do autor**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura). Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.

SOARES, Magda. Novas práticas de leitura e escrita: letramento na cibercultura. **Educação e Sociedade**, Campinas, v.23, n.31, p. 143-160, 2002.

TERRA, Kenner. Memória, texto e cultura: interpelações para a leitura dos textos sagrados. **Estudos de Religião**, n.1, v. 28, p. 66-86, 2014.

8 APÊNDICE 1: ENTREVISTA COM ALINE VALEK, AUTORA DO BOLETIM “UMA PALAVRA”

MARIANA REIS FROIS: Conta um pouquinho sobre como é a sua jornada na internet (pode ser tanto como usuária quanto como produtora de conteúdo). Aqui eu gostaria de saber as coisas que você já fez pela *web*, de quais redes sociais já fez parte, quais modas aderiu e por aí vai.

ALINE VALEK: Quando comecei a habitar a internet, e era uma outra internet, eu frequentava fóruns online, onde eu também publicava fanfics. Conheci muita gente que escrevia pela internet, e eu achava muito chique ter amigos blogueiros, o que naquela internet também significava outra coisa. Tive alguns blogs antes de abrir o que é, até hoje, meu blog atual. Considero o blog meu endereço fixo na internet, onde centralizo o que escrevo e o que produzo, mas tento circular pelos espaços da internet usando como veículo a plataforma que estiver à mão. Menos Tik Tok. Não dá para mim.

MRF: Que posição você acredita que ocupa na internet? Você é mais consumidora ou produtora de conteúdo? Ou os dois, meio a meio?

AV: Internet é um lugar de muita mobilidade, muita volatilidade. Como eu enxergo, pelo menos. Por isso acho tão difícil responder essa pergunta partindo dessa premissa de que existem essas duas posições, a de quem consome e a de quem produz. Não acho que exista essa linha, que faz muito mais sentido em relação a mídias mais tradicionais, como a TV ou o rádio. Na internet, essas fronteiras tendem a se dissolver mais.

MRF: Como a gente já sabe, você tem uma newsletter autoral. Você lembra a data em que a criou e quantas edições tem? Poderia dizer o número de assinantes?

AV: Criei no início de 2014. Essa primeira newsletter, Bobagens Imperdíveis, teve 129 edições semanais. A newsletter atual, agora chamada Uma Palavra, está na 70ª edição e tem perto de 5000 assinantes.

MRF: No momento em que criou a newsletter, você já tinha um público nas suas redes? Por público, quero dizer seguidores orgânicos que não eram necessariamente seus familiares ou amigos.

AV: Eu estou há muitos anos falando com pessoas que só me conhecem pela internet, então sim :)

MRF: Caso sim, você acredita que esse público estava lá por qual razão?

AV: Ainda hoje tem momentos em que acho difícil acreditar, mas parece que é porque gostam mesmo do que escrevo.

MRF: Depois que começou a escrever a newsletter você sentiu uma mudança ou aumento do seu público nas redes?

AV: Senti uma proximidade maior com quem lê o que escrevo.

MRF: E o que te motivou a escrever a newsletter? Quais eram suas intenções?

AV: Na época, o Facebook começou a diminuir o alcance das publicações, então estava cada vez mais difícil levar meus textos às pessoas. A newsletter foi a minha forma de contornar isso e continuar a escrever e a ser lida. Tenho um texto explicando: <https://medium.com/@alinevalek/como-o-e-mail-mudou-minha-forma-de-blogar-c5fb2ab46133>

MRF: Essas expectativas do que você buscava ao escrever as news foram correspondidas?

AV: Eu não tinha muitas expectativas, a não ser continuar a escrever. Eu não imaginava que a minha newsletter ganharia a dimensão que ganhou, muito menos que newsletter cresceria tanto como esse movimento de publicação digital. Mais que isso, a prática de uma newsletter periódica me levou a produzir um grande volume de textos, o que permitiu desenvolver a minha escrita e posteriormente se desdobrar em uma série de conteúdos diferentes, como as zines, um livro e um podcast.

MRF: Hoje, o que a sua newsletter representa para você?

AV: Um espaço para falar do que está acontecendo ao meu redor e nos meus processos internos, com um pouco mais de profundidade, um pouquinho de cada vez. É por onde compartilho minhas atualizações mais importantes: estou pensando isso, estou fazendo isso, estou lançando isso. E também o momento onde eu posso falar para as pessoas comprarem meus livros, algo sempre bom de lembrar.

MRF: Os leitores costumam responder? E o que eles geralmente falam? Se tiver alguma história curiosa, emocionante, ou que você simplesmente ache válida de ser contada, eu adoraria ouvir!

AV: Recebo muitas respostas! Geralmente os leitores comentam assuntos relacionados ao tema da edição, às vezes me trazendo referências novas, que eu não conhecia, como indicações de vídeos, filmes, livros ou outros textos relacionados; às vezes me contam histórias pessoais, por exemplo, na última edição que enviei, sobre a tensão que o maxilar acumula, recebi muitas respostas, quase todas de mulheres, relatando que sofriam de bruxismo e dos efeitos da ansiedade no corpo. Já recebi algumas respostas sobre como o texto dialogou com alguma questão que a pessoa tem levado à terapia. Fico muito emocionada com o quanto as pessoas abrem o coração nesses emails, é um privilégio enorme ter conseguido criar um espaço onde esse tipo de troca pode acontecer.

MRF: Uma das coisas que investigo na minha monografia é a aparição e crescimento das newsletters autorais no mesmo período em que os blogs se tornavam menos populares e já não marcavam tanta presença nos hábitos de escrita do internauta. Você considera que a newsletter foi um canal que deu vazão para quem tinha o hábito de depositar relatos biográficos, opiniões e confissões do *eu* na antiga blogosfera?

AV: Foi um dos canais que recebeu dissidentes dos blogs, mas não o único. Muita gente foi para o youtube, outros se deram melhor no Instagram, outros ainda preferiram ficar com as threads de microblogagem do Twitter. Vários passaram ao podcast. E muitos continuaram nos blogs. Acho que a presença de um autor online tem sido muito mais uma combinação de plataformas do que a escolha por um ou outro canal. Não dá para apostar todas as fichas num único lugar, se a internet é tão volátil.

MRF: Para você, a newsletter é também uma espécie de carta? Acredita que ela remeta à tradição epistolar de escrever sobre si para o outro?

AV: A newsletter possibilita a comunicação nesse formato epistolar, mas não se limita a ele. Muitas newsletters se apresentam como revistas de variedades, por exemplo. Ou boletim de notícias. Ela permite o uso de uma linguagem que pressupõe uma conversa, e não apenas uma transmissão de conteúdo, mas os usos feitos disso são os mais variados possíveis – e, muitas vezes, ficam bem distantes do que podemos chamar de cartinha.

MRF: Em algum momento você já ficou com receio, ou sentindo que se expunha demais, durante a escrita ou envio de uma newsletter?

AV: Todo o tempo! Cada edição eu clico em enviar com a sensação de que me expus mais do que deveria, mas eu gosto desse jogo de contar segredos em público ou não seria escritora para início de conversa.

MRF: De onde você acha que vem a vontade de expor algumas de suas intimidades e pensamentos com os assinantes da newsletter? E faz ideia do porquê de os leitores gostarem tanto de ler sobre essas questões?

AV: Em primeiro lugar vem do meu narcisismo, claro, mas também vem da minha busca na escrita, que eventualmente me conduz a falar do que dói, do que incomoda, de contar a verdade. Todos esses anos escrevendo newsletter e ainda me impressiono o quanto as pessoas se identificam, tomam aquele texto para a vida delas. Também parto do princípio de que não sou especial – apesar do meu ego detestar essa ideia – então se algo dói em mim, se algo me toca, é bem provável que toque outra pessoa também.

9 APÊNDICE 2: ENTREVISTA COM ANNA VITÓRIA ROCHA, AUTORA DO BOLETIM “NO RECREIO”

MARIANA REIS FROIS: Conta um pouquinho sobre como é a sua jornada na internet (pode ser tanto como usuária quanto como produtora de conteúdo). Aqui eu gostaria de saber as coisas que você já fez pela web, de quais redes sociais já fez parte, quais modas aderiu e por aí vai.

ANNA VITÓRIA ROCHA: Sou cria da internet desde criança, com uns 7, 8 anos eu já pedia pra ir pra empresa do meu pai (onde tinha banda larga) pra ler tirinhas no site da Mônica e jogar no site da Barbie. Lembro de ler sobre blogs na revista Capricho, com uns 10 anos e ficar fascinada pela ideia. Dos 11 aos 13 tive vários blogs, mas era mais uma brincadeira entre eu e minhas amigas da escola, a gente gostava de mudar o template e postar imagens brilhantes. Nesse período também comecei a usar o Orkut (e aprendi um monte sobre HTML e edição de imagens nos fóruns de blogueiras) e o Fotolog. Postava todos os dias no Fotolog, e percebi que curtia mais escrever sobre meu dia a dia do que tirar fotos. Na época não existia celular com câmera, câmera digital ainda era um negócio muito caro, era tudo na webcam mesmo e muito Photoshop. Aí decidi que fazia mais sentido voltar pros blogs e aí criei o So Contagious, que foi minha casa na internet de 2007 a 2016. Os blogs estavam estourando na época, começando a render dinheiro, mas meu objetivo mesmo era ter um diário virtual, até porque era muito nova (13/14 anos), e falar sobre coisas que meus amigos da escola não tinham tanto interesse. Durante esses quase 10 anos fiz muitas amizades, existia uma espécie de comunidade ali de gente (em sua maioria mulheres) com interesses parecidos que “se frequentavam”, era muito gostoso. Algumas viraram amigas pessoais que estão na minha vida até hoje (já fui madrinha de dois casamentos de amigas que fiz nessa época), mas tem gente que só acompanhava à distância e é engraçado pensar no quanto eu sei sobre a vida de estranhos que acabam se tornando próximos mesmo que sem contato direto. Vi essas pessoas entrando na faculdade, se formando, casando, separando, tendo filhos, perdendo entes queridos... é uma vida toda que se divide. Quando entrei na faculdade de Jornalismo comecei a trabalhar em alguns outros projetos online, com a Revista 21, que não existe mais, a Pólen, que ainda tá no ar, e o Move That Jukebox, onde fui colunista por 4 anos. Eu passei a adolescência lendo o Move, site sobre música indie, e foi surreal ser chamada pra escrever lá por causa dos meus textos sobre música e cinema pro blog. Foi o primeiro lugar que me pagou pra escrever e aprendi muito com essa experiência. Quando estava na graduação

comecei a me aproximar mais do feminismo, ler e estudar a respeito, e foi batendo a vontade de escrever mais sobre isso, mas não achava que cabia no blog. Em 2016, me reuni com mais 6 amigas que tinham essa mesma vontade e criamos o Valkirias, publicação de cultura pop e feminismo, que ajudei a criar e onde trabalhei como editora até janeiro de 2020. O site cresceu muito rápido, de um jeito que nenhuma de nós esperava nem nos nossos sonhos mais ambiciosos, e foi uma experiência muito divertida e rica estar desse outro lado de “produtora de conteúdo profissional”. No meio dessas transições eu já não me sentia mais tão confortável no blog, e foi aí que veio a vontade de criar a newsletter. Era pra ser uma espécie de lado B do So Contagious, mas com o tempo fui vendo que era aquilo ali que ia fazer. Ano passado criei um blog meio na zoeira, o Trash Advisor, que era pra ser mais uma piada interna entre meus amigos. Lá eu resenhava bares, restaurantes, linhas de ônibus e outras experiências urbanas, meio que uma sátira do Trip Advisor, era bem legal. Mas minha vida foi ficando muito maluca e corrida pra ter tempo de atualizá-lo com frequência, e agora com a pandemia não faz mais sentido escrever em um lugar feito pra celebrar a vida fora de casa. Tirando essa longa trajetória autoral (kkkk), o Twitter é outra parte bem importante da minha vida online. Criei minha conta em 2008 e estou lá desde então. Mesmo com todos os problemas da rede, que são muitos, ainda é o lugar onde sinto que é minha casa na internet. Apesar do formato completamente diferente, ele tem muito da dinâmica que gosto tanto na blogosfera que é a de acompanhar a vida de estranhos, ou quase estranhos que se tornam amigos, platônicos ou na vida real. Tenho Instagram, usei Facebook por muitos anos, mas em nenhum deles tive essa sensação de pertencimento que acontece no Twitter.

MRF: Que posição você acredita que ocupa na internet? Você é mais consumidora ou produtora de conteúdo? Ou os dois, meio a meio?

AVR: Engraçado pensar nisso, não sei dizer. Acho que hoje estou em uma espécie de limbo, porque não atualizo mais a newsletter no ritmo de antes e saí do Valkirias. Oficialmente não produzo mais conteúdo, embora fale bobagens o dia todo no Twitter. Vira e mexe alguém aparece pra perguntar o que eu faço, quem eu sou, de onde eu saí, e é difícil explicar. Costumo brincar que sou blogueira aposentada, mas estou aos poucos trabalhando pra colocar um novo projetinho no ar. O que falta atualmente é tempo mesmo.

MRF: Como a gente já sabe, você tem uma newsletter autoral. Você lembra da data em que a criou e quantas edições tem? Poderia dizer o número de assinantes?

AVR: Eu criei a newsletter em 2016, e atualmente ela tem 83 edições publicadas e cerca de 1700 assinantes. Nos dois primeiros anos eu publicava com regularidade, variando entre edições semanais e quinzenais. A partir de 2018 o ritmo foi ficando mais irregular, e desde 2019 ela respira por aparelhos.

MRF: No momento em que criou a newsletter, você já tinha um público nas suas redes? Por público, quero dizer seguidores orgânicos que não eram necessariamente seus familiares ou amigos.

AVR: Tinha sim. Por estar na internet há muito tempo e ter cultivado uma comunidade com meu primeiro blog, acabei construindo uma audiência bem bacana. O Valkirias também trouxe bastante visibilidade pro meu nome e foi o período em que a newsletter mais cresceu.

MRF: Caso sim, você acredita que esse público estava lá por qual razão?

AVR: Acho que as pessoas que gostam de ler aquilo que eu escrevo são pessoas interessadas em pensar sobre a vida, refletir sobre o cotidiano, e tudo que envolve “ser uma pessoa no mundo” de um jeito leve e divertido. Me falaram isso um dia e eu achei muito bonito. E é um interesse que eu também tenho, é o tipo de conteúdo que mais gosto na internet, gosto de saber sobre a vida das pessoas, o que elas pensam e sentem, como foi ver aquele filme, a história do cachorro, uma coisa meio velha fofoqueira na janela vendo as pessoas passarem.

MRF: Depois que começou a escrever a newsletter você sentiu uma mudança ou aumento do seu público nas redes?

AVR: É difícil dizer se o crescimento veio com a newsletter ou com o Valkirias, porque as duas coisas aconteceram simultaneamente. Acho que foi um pouco dos dois. O público aumentou sim e sinto que furei um pouco da bolha que era meu círculo imediato de amigos vindos da blogosfera old school.

MRF: E o que te motivou a escrever a newsletter? Quais eram suas intenções?

AVR: Eu sempre gostei de falar sobre a vida, sentimentos e esse tipo de coisa. Era isso que eu fazia com o blog, mas com o tempo não me sentia mais confortável lá em partes porque muitas pessoas próximas acompanhavam e era meio estranho saber que minha família, as amigas da minha mãe, etc, iam ler aquilo. Em 2016 eu era recém-formada, estava na fase de procurar emprego, me inscrevi em um monte de processos seletivos, e não queria que a primeira coisa que um possível futuro empregador encontrasse ao digitar meu nome no

Google fosse o blog com um registro minucioso de toda a minha adolescência, pensamentos íntimos, essas coisas. O engajamento no blog também começou a cair muito e eu me sentia falando para as paredes ali. Ainda tinha bastante tráfego, mas pouquíssimo contato. Não tinha paciência ou interesse de ficar divulgando o blog nas redes sociais e vi na newsletter um formato que me permitiria chegar diretamente nas pessoas que tinham interesse em ler aquilo, num espaço mais intimista que era o que eu buscava naquele momento. Já acompanhava algumas newsletters gringas e curti muito, então foi uma transição natural.

MRF: Essas expectativas do que você buscava ao escrever as news foram correspondidas?

AVR: Sim, e foi muito além do que eu esperava. De cara a recepção foi muito positiva, os leitores realmente me acolheram de um jeito que acho que nunca tinha experimentado antes (e nunca mais experimentei desde então) e se mostraram muito abertos a esse tipo de conteúdo. E eu consegui elaborar e compartilhar coisas que nunca tinha discutido publicamente, às vezes nem com amigos. Foi um exercício de escrita e vulnerabilidade muito importante pra mim, não só como escritora, mas principalmente como pessoa.

MRF: Hoje, o que a sua newsletter representa para você?

AVR: Tenho pensado muito sobre o meu espaço na internet hoje em dia, o que busco com ela, e, como disse, me sinto em uma espécie de limbo. Escrever na internet foi uma experiência muito formativa na minha vida, eu cresci e fui tomando consciência de mim mesma enquanto escrevia sobre minha vida na internet. Eu aprendi a viver enquanto narrava minha própria vida. Parece que estou exagerando na profundidade, mas juro que é assim que me sinto. A newsletter surgiu em um momento de muitas mudanças na minha vida pessoal e acho que foi essencial pra que eu me entendesse e descobrisse meu lugar no mundo naquele momento, até que eu mudei de novo e aquela narrativa não fazia mais sentido. Por isso parei de escrever com regularidade, precisava me encontrar e dessa vez fora dessa narrativa pública e organizada. E como esse processo ainda não foi concluído, a newsletter existe no mesmo limbo que eu. Mas como acredito que sua pergunta esteja relacionada ao âmbito profissional, da comunicação, e não aos meus dramas psicanalíticos, hoje a newsletter representa uma ideia de comunidade muito bacana. Mesmo sem escrever regularmente, ainda tem um monte de leitores que me acompanham nas outras redes sociais, principalmente no Twitter, onde sigo compartilhando reflexões e temas que costumavam aparecer na newsletter. É muito legal perceber que existe uma pequena mitologia relacionada aos temas recorrentes, coisas que gosto e que as pessoas começaram a associar a mim, piadas internas, etc. Amo quando me

enviam alguma coisa relacionada a morte, Taylor Swift, vulnerabilidade, Harry Styles e afins e dizem que lembraram de mim, querem conversar a respeito.

MRF: Os leitores costumam responder? E o que eles geralmente falam? Se tiver alguma história curiosa, emocionante, ou que você simplesmente ache válida de ser contada, eu adoraria ouvir!

AVR: Sim, bastante. Essa é de longe a coisa mais legal da newsletter, o retorno das pessoas. Chega a ser um problema, porque não consigo acompanhar as respostas e responder todo mundo com a atenção e carinho que cada e-mail merece. As pessoas compartilham de tudo, desde um complemento ao que escrevi até histórias pessoais de coisas parecidas que elas viveram. Tem muitas histórias curiosas e emocionantes, é até difícil elencar, mas a edição sobre morte foi definitivamente a campeã. Todo mundo tem um luto guardado e nossa sociedade não dá espaço para esse tipo de conversa, mas as pessoas precisam muito dividir essas dores. Quando dividi as minhas, foi como se um portal se abrisse e um montão de gente dividiu suas histórias comigo. A mais tocante foi a de uma leitora que sofreu um acidente de carro com o namorado e viu ele morrer do lado dela enquanto o resgate não chegava. Ela escreveu que sentia uma necessidade muito grande de conversar abertamente sobre isso, mas ninguém conseguia escutar, achavam mórbido demais. Ela não queria falar do trauma, não queria falar de tristeza, mas só elaborar com alguém o que foi essa experiência de um jeito honesto, e foi isso que ela fez no texto. Também recebo muitas histórias de amores, término, passeios solitários pela cidade, histórias de shows, pessoas que começaram a gostar de algum artista que indiquei e criaram uma relação interessante com eles. Outra resposta mais recente que me tocou muito foi a de um homem que falou sobre a experiência de voltar a se relacionar depois do divórcio. Achei inusitado porque não tenho muitos leitores homens, principalmente homens heterossexuais mais velhos, e fiquei muito curiosa sobre o que levou ele até a newsletter e como um texto sobre um dos meus casos fracassados fez ele refletir sobre algo tão profundo na vida dele. Não consigo colocar em palavras como me sinto grata por isso, acho que é quase um superpoder acessar as pessoas dessa forma. Entendo que a maioria só precisa mesmo de um espaço seguro para falar, mas ainda me sinto mal por não conseguir responder à altura. Acabou se tornando um problema, apesar de adorar essa troca é algo que me drena emocionalmente e eu me sentia muito culpada por não conseguir dar a atenção que as pessoas mereciam. Um dia estabeleci que só ia agradecer e seguir em frente, se não ficaria maluca (ou passaria a vida respondendo e-mails). Mas é de longe a coisa mais especial da newsletter.

MRF: Uma das coisas que investigo na minha monografia é a aparição e crescimento das newsletters autorais no mesmo período em que os blogs se tornavam menos relevantes e já não marcavam tanta presença nos hábitos de escrita do internauta. Você considera que a newsletter foi um canal que deu vazão para quem tinha o hábito de depositar relatos biográficos, opiniões e confissões do eu na antiga blogosfera?

AVR: Sim, com certeza. Foi exatamente a minha experiência. Acho que o boom inicial que rolou entre 2016 e 2017 foi uma das muitas tentativas de resgate dessa “blogosfera raiz”, e que acabou não durando tanto assim.

MRF: Para você, a newsletter é também uma espécie de carta? Acredita que ela remeta à tradição epistolar de escrever sobre si para o outro?

AVR: Engraçado que sempre converso sobre isso com algumas amigas, acho que de certa forma sim. A diferença é que não temos muito controle sobre quem é esse outro, é muito fácil entrar num delírio de que só uma ou outra pessoa específica vai ler, e é ao mesmo tempo maravilhoso e assustador pensar que mais de 1000 pessoas leram aquilo que você escreveu. Confesso que não posso pensar muito nisso, se não desisto de escrever.

MRF: Em algum momento você já ficou com receio, ou sentindo que se expunha demais, durante a escrita ou envio de uma newsletter?

AVR: Sim, sempre hahaha. Sinto que me exponho demais, no geral, e um dos meus dilemas com a internet atualmente é que a exposição faz parte da identidade da minha escrita, mas a internet tem sido um lugar cada vez mais hostil a esse tipo de abertura. Sinto que sou muito sortuda por nunca ter sofrido ataques pessoais sérios, mas quando você escreve sobre coisas íntimas, muito suas, qualquer resposta atravessada já bate de um jeito diferente. E tentar limitar isso nunca tem um bom resultado, pelo menos pra mim. Quando começo a me podar demais, o resultado nunca é como eu gostaria, e quando publico algo tão próximo que sinto vontade de jogar o notebook pela janela e nunca mais olhar na cara de ninguém, é quando recebo mais respostas. Quando existe verdade e vulnerabilidade em um texto, as pessoas se abrem de volta. É uma relação muito louca. Lembro que pensei zilhões de vezes antes de enviar a edição sobre morte, justamente porque era um tema muito sensível para mim, eu falava sobre família, medos muito profundos, e me sentia muito exposta compartilhando aquilo. Cheguei a deixar a edição no modo privado por várias semanas. Mas é a edição com

mais respostas, que teve a repercussão mais intensa, e que as pessoas comentam até hoje. Então tem esses dois lados que estou trabalhando para conciliar.

MRF: De onde você acha que vem a vontade de expor algumas de suas intimidades e pensamentos com os assinantes da newsletter? E faz ideia do porquê os leitores gostam tanto de ler sobre essas questões?

AVR: Como adiantei na outra resposta, a escrita íntima foi o lugar onde encontrei a minha voz enquanto escritora. Sempre fui muito introspectiva, penso muito sobre sentimentos, e é nessa associação entre o que sinto, o que observo do mundo e as coisas que vivo que consegui encontrar minha expressão artística. Existe um trabalho formal nisso, um exercício de autor, escolho o que quero dividir, mas só me toca e me inspira aquilo que também é verdadeiro. E as pessoas se interessam porque aquilo é sobre elas também, o texto que funciona é aquele que consegue atingir o ponto de conexão entre o que é meu e o que pode ser dos outros, o que existe de universal e humano nas histórias, por mais que esses termos hoje sejam tão atravessados (justamente!) por especificidades que nem o melhor dos autores é capaz de alcançar a todo momento. A gente gosta de ler e pensar sobre a gente, e acho que o que eu escrevo ajuda as pessoas a pensarem sobre si e organizarem os próprios sentimentos, da mesma forma que tantos outros escritores fizeram e fazem isso por mim.

10 APÊNDICE 3: ENTREVISTA COM DUDS SALDANHA, AUTORA DO BOLETIM “DUDS VS. BAIXO ASTRAL”

MARIANA REIS FROIS: Conta um pouquinho sobre como é a sua jornada na internet (pode ser tanto como usuária quanto como produtora de conteúdo). Aqui eu gostaria de saber as coisas que você já fez pela web, de quais redes sociais já fez parte, quais modas aderiu e por aí vai.

DUDS SALDANHA: Eu comecei na internet muito cedo, com 11/12 anos, e eu tinha um blog onde eu falava sobre a minha vida e sobre notícias relacionadas ao universo de Harry Potter! Na época só tinham 5 livros publicados e poucos filmes, então tinha bastante assunto e eu postava quase todo dia. Depois que eu parei de publicar notícias e foquei só na minha vida eu resolvi fazer um blog pessoal chamado Promise, e na mesma época comecei a fazer Pixel Art e conheci muitas pessoas com quem eu falo até hoje no Dolls.com.br e em fóruns como o Dreaming Dolls e o Mahart. Eu comecei a produzir conteúdo efetivamente em 2009, quando entrei para um site de Glee chamado Gleek Out! Brasil que foi crescendo até se tornar a fonte mais confiável sobre a série aqui no Brasil –e, lá pro finalzinho da série, na América do Sul– e lá eu era webmaster e webdesigner. Por causa da faculdade (que eu comecei em 2010) eu saí do site em 2013, e em 2014 eu comecei a escrever para o blog e para as redes sociais do Indiretas do Bem. Em 2015 eu assumi a editoria de esportes da Revista Capitolina, mas saí do site em 2017 – depois de 2 livros publicados com ela, lançados pela Companhia das Letras. Em 2017 eu comecei a escrever sobre esportes e comportamento para o Valkírias. No final de 2018 eu saí do Indiretas do Bem e no Valkírias eu estou até hoje. Eu tive Fotolog, MySpace, Orkut (claro), comecei no Twitter quando nem postar foto podia, estou no Instagram há bastante tempo (não muito porque no comecinho era só pra iPhone) e sempre escrevi, seja em blogs pessoais, seja na internet e seja em sites como o Valkírias.

MRF: Que posição você acredita que ocupa na internet? Você é mais consumidora ou produtora de conteúdo? Ou os dois, meio a meio?

DS: Eu diria que eu sou 60% produtora de conteúdo e 40% consumidora. Não dá pra não ser consumidora sendo produtora, especialmente porque você precisa saber o que as pessoas estão consumindo. E porque toda vez que você posta algum conteúdo existe uma troca, e essa troca pode ser um link que uma pessoa compartilha com você ou uma história pessoal dela.

MRF: Como a gente já sabe, você tem uma newsletter autoral. Você lembra da data em que a criou e quantas edições tem? Poderia dizer o número de assinantes?

DS: Minha newsletter esteve em duas plataformas: no Tinyletter e no Mailchimp (a atual). A primeira edição dela saiu no Tinyletter no dia 11 de maio de 2016. Atualmente eu tenho 798 assinantes.

MRF: No momento em que criou a newsletter, você já tinha um público nas suas redes? Por público, quero dizer seguidores orgânicos que não eram necessariamente seus familiares ou amigos.

DS: Como eu sempre estive nas redes sociais, então sim. Muitos dos meus primeiros assinantes eram pessoas que eu não conhecia e que já me seguiam.

MRF: Caso sim, você acredita que esse público estava lá por qual razão?

DS: Eu compartilho minhas histórias de uma forma super crua, sem filtro e com um humorzinho, e acho que as pessoas se identificam muito também. E porque eu falo muito bem sobre coisas pelas quais eu sou apaixonada.

MRF: Depois que começou a escrever a newsletter você sentiu uma mudança ou aumento do seu público nas redes?

DS: Não, mas eu senti o contrário. Quem me seguia normalmente se inscrevia na minha newsletter meio que organicamente.

MRF: E o que te motivou a escrever a newsletter? Quais eram suas intenções?

DS: Poder compartilhar coisas que não fosse num blog. Poder me libertar de HTMLs e hospedagem e afins. E a minha intenção principal era só começar conversas, ou seja, eu queria que as pessoas lessem e me respondessem pra gente continuar aqueles e-mails.

MRF: Essas expectativas do que você buscava ao escrever as news foram correspondidas?

DS: Super! Eu tinha longas conversas.

MRF: Hoje, o que a sua newsletter representa para você?

DS: Já tem um tempo que eu parei de escrever, mas eu tenho saudade, e acho que é o mais importante. Tenho saudade do processo de escrever uma newsletter, de pensar em assuntos e de ficar ansiosa pelas respostas.

MRF: Os leitores costumam responder? E o que eles geralmente falam? Se tiver alguma história curiosa, emocionante, ou que você simplesmente ache válida de ser contada, eu adoraria ouvir!

DS: Bom, sim! As pessoas respondem muito. Num geral é só respondendo alguma pergunta que eu fiz, ou que aquela newsletter fez a pessoa rir... enfim. Coisas meio banais. Uma vez eu escrevi sobre sentir que eu “estava de volta”, psicologicamente falando, e uma pessoa me respondeu que também sentiu isso, que “era como se eu fosse bebê de novo, estivesse descobrindo tudo de novo, porque tudo voltava a ter cor e eu achava que eu fazia sentido de novo”; e essa é minha parte favorita. Quando eu falo alguma coisa que as pessoas conseguem sentir.

MRF: Uma das coisas que investigo na minha monografia é a aparição e crescimento das newsletters autorais no mesmo período em que os blogs se tornavam menos relevantes e já não marcavam tanta presença nos hábitos de escrita do internauta. Você considera que a newsletter foi um canal que deu vazão para quem tinha o hábito de depositar relatos biográficos, opiniões e confissões do eu na antiga blogosfera?

DS: Eu considero muito, especialmente do ponto de vista de que foi bem assim que aconteceu pra mim. Acho que é uma mistura de algo muito mais pessoal e que não tá exatamente público (embora seja), e é pessoal pra pessoa que responde também – não está num mural público de comentários.

MRF: Para você, a newsletter é também uma espécie de carta? Acredita que ela remeta à tradição epistolar de escrever sobre si para o outro?

DS: Sim, e é minha parte favorita!

MRF: Em algum momento você já ficou com receio, ou sentindo que se expunha demais, durante a escrita ou envio de uma newsletter?

DS: Não, porque eu sempre soube onde parar, sempre soube o que “podia”; escrever ou não. Tem muita coisa que eu queria escrever e não escrevi por causa disso, mas eu não me arrependo de absolutamente nada que eu já enviei.

MRF: De onde você acha que vem a vontade de expor algumas de suas intimidades e pensamentos com os assinantes da newsletter? E faz ideia do porquê os leitores gostam tanto de ler sobre essas questões?

DS: Acho que acabei respondendo lá em cima isso.