

# ANALISAR AS 'REDES SOCIAIS' COMO DISPOSITIVOS INFOCOMUNICACIONAIS: UMA PROBLEMÁTICA <sup>7</sup>

† Yves Jeanneret

## Introdução

Há pouco tempo, falar de “redes sociais” evocava a ideia de relações, de influência e de militância. Em alguns anos, no entanto, ao menos na França, essa significação quase desapareceu: as “redes sociais”, atual obsessão das mídias, tornaram-se os dispositivos materiais de comunicação na Internet. Pesquisadores já haviam observado, há cinco anos, que “a participação social conhece, nos blogs e por causa deles, um *avatar editorial*” (Candel; Jeanne-Perrier, 2007, p. 58). Tal observação alcança, atualmente, um *status* de evidência lexical. Tornou-se mesmo necessário fazer a distinção de “redes humanas” para ser compreendido quando se quer designar solidariedade, engajamento coletivo e relação. O objetivo deste capítulo é tentar compreender o que são realmente essas estruturas midiáticas e tecnológicas, como MySpace, Facebook e Twitter,

---

<sup>7</sup> Originalmente publicado em: JEANNERET, Y. Analyser les « réseaux sociaux » en tant que dispositifs info-communicationnels : une problématique. II Jornada Científica Internacional da Rede Mussi. **Anais** [...] Rio de Janeiro: Rede MUSSI, Ibict-UFRJ, Ictict/FIOCRUZ, 2012.

Republicado em: JEANNERET, Y. Analisar as “redes sociais” enquanto dispositivos infocomunicacionais: uma problemática. In: TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. (Orgs.). **Informação e redes sociais: interfaces de teorias, métodos e objetos**. Londrina: EDUEL, 2015.

Agradecemos aos editores da Editora da Universidade Estadual de Londrina (EDUEL) pela autorização para a republicação em português.

para citar apenas as plataformas que alcançaram um sucesso considerável na França (1) e, sobretudo, como vieram a ocupar o lugar de categorias sociológicas nas reflexões.

A fim de descrever algumas problemáticas expressivas de pesquisa nas Ciências da Informação e Comunicação francesas, abordo aqui esses objetos a partir de duas posições. A primeira consiste em não dissociar as formas midiáticas e textuais do universo de representações e de imaginários que as acompanha. Definir esses dispositivos como sendo redes sociais por si mesmas, ou seja, por metonímia, não permite descrever concretamente seu funcionamento; entretanto, o fato de serem assim qualificadas por seus atores mais diversos é um traço estruturante de sua dimensão cultural. A segunda posição é a de me colocar em uma escala de análise ampla o suficiente para considerar a filiação técnica e simbólica na qual se integraram tais redes durante várias décadas. Tentarei, assim, identificar certas estratégias mais significantes de problematização dos objetos e das práticas que parecem se destacar dessas pesquisas.

Proponho identificar quatro maneiras principais de transformar esse objeto concreto em objeto de pesquisa (Davallon, 2004), as quais consistem em considerar as “redes sociais” como um evento no projeto de transfigurar nosso ambiente cultural; como um estado definido da relação entre mídia e texto; como um momento na economia política da circulação dos saberes e como um questionamento da relação entre o trabalho de pesquisa e a inovação tecnoindustrial.

Essas abordagens centram-se na pesquisa sobre a dimensão infocomunicacional das práticas, abordada a partir das noções de mídia e de documento. Existem, evidentemente, muitos outros pontos de vista: técnicos, sociológicos, psicossociais etc.

## **Um episódio particular de uma saga taumatúrgica**

Permito-me abrir esta reflexão com um relato de experiência. Nos encontros que experienciei com interlocutores

sociais da universidade (industriais, políticos, militantes etc.), ao longo de duas décadas, pude constatar três processos paralelos: o retorno de certas tentativas fundamentais que acompanham a reflexão sobre a comunicação; o deslocamento dos equilíbrios nos modelos intelectuais de referência e a concentração da atenção em certos dispositivos que, em diferentes momentos, sucessivamente, possuíam a virtude de aparecer como o verdadeiro lugar da comunicação. Posso citar, por exemplo, a *interatividade*, o *online*, a *web 2.0* e as *redes sociais*. Trata-se de entidades que dizem respeito a diferentes níveis do processo de comunicação – e aos quais retornarei mais adiante –, mas que reúnem a capacidade de ser tomadas como mais reais que outras.

Frequentemente, essa focalização do olhar, que pode beirar a apoplexia, toma a forma da “requisição” (Labelle, 2007): o sentimento de se confrontar com os verdadeiros lugares da comunicação, da necessidade de “estar ali”, acompanhado de uma certa angústia quanto ao modo de concretizar uma ação. Por isso, não me surpreendi quando, ao conduzir recentemente uma série de entrevistas com atores no contexto de criação de uma cátedra, ouvi responsáveis de museus, consultores de agências de publicidade e jornalistas me explicarem que era indispensável atuar nas redes sociais, porque ali se encontrava o público jovem, enquanto manifestavam sua perplexidade sobre o que uma instituição ou uma empresa poderia fazer nos referidos meios. Na mesma época, uma estudante interveio no início de uma de minhas aulas para promover a organização de uma noite de iniciação ao Twitter, a fim de corrigir o pouco uso dessa ferramenta na escola e, diante de minhas perguntas, uma de suas colegas confessou que era necessário frequentar esse tipo de rede, pois os recrutadores excluíam aqueles que não participavam. Pouco tempo depois, uma estudante de mestrado, ao concluir uma formação sobre as teorias e as profissões da comunicação, evocou em sua dissertação “um mundo do qual muito se fala e cuja novidade parece um pouco intimidante”, e acrescentou: “somos considerados como nativos

digitais ou *digital natives* [...] e, no entanto, o *tweet* nos é bem menos familiar que a revista semanal de atualidades comprada na banca”.

Esses episódios não pretendem sugerir que a posição dominante atualmente ocupada, de fato, por alguns desses dispositivos seria artificial; eles convidam a ampliar o contexto de análise para colocar essas inovações recentes na linha de sucessão de inovações e requisições mais antigas, e abordá-las como um composto (Le Marec, 2002) que liga universo de discurso, propriedades pragmáticas dos dispositivos, imaginários da visibilidade social, envolvimento dos atores e dinâmica das trocas comunicacionais. Destaco, aqui, dois fenômenos que marcam atualmente a evolução das relações entre inovação midiática e usos: por um lado, essas ferramentas, que também são marcas (por isso, serão doravante denominadas “ferramentas-marca”), alcançam uma posição hegemônica não habitual em um mundo onde o uso é comumente garantia de imprevisto e de diferença; por outro lado, os usuários, promovidos a atores voluntários de um *empowerment* ambíguo (Bouquillion; Matthews, 2010), são envolvidos no trabalho (Dujarier, 2008) como nunca. Tais tendências acabam tornando ilusório o esforço desenvolvido outrora para distinguir o espaço dos dispositivos, aquele dos usos e aqueles dos “discursos de acompanhamento”, os quais manifestamente mantêm múltiplas interdependências.

O par especial das práticas e dos dispositivos determinados que as estimulam produz um efeito conjunto de singularização e de confusão paradoxal, embora explicável. A singularização resulta do fato de que essas ferramentas-marca adquirem uma presença que as separa do espaço global das mídias informatizadas (até então denominadas usualmente como “(N)TIC”, apelação hoje em franco desuso). Toma-se consciência ao colocar em série fórmulas que foram sucessivamente banalizadas: navegar na rede, fazer um *powerpoint*, *googlar*, ir ao Facebook, *twittar* (verbo).

Evidentemente, a banalização dos produtos em ferramentas-marca não é exclusiva das mídias informatizadas, como testemunham as expressões “abrir o *frigidaire*” ou “colar um *post it*”.

Mas esse processo assume uma face peculiar, porque qualifica entidades que se colocam como um universo e não somente como uma ferramenta: estar no Facebook representa uma forma de vida diferente de criar um sítio de *internet*, por exemplo. A singularização também resulta paradoxalmente na indistinção, uma vez que é muito difícil saber se o que é designado pela classe genérica “redes sociais” é um aparelho técnico, um suporte, um protocolo de troca, um coletivo ou uma cultura. É a forma específica que assume a ideia de uma relação privilegiada entre uma ferramenta, uma forma midiática e uma cultura, uma “midiagenia” (fr.: “médiagénie”) particular definida como “o encontro entre uma mídia e um tipo de discurso, de escrita e/ou de edição, a primeira estando especialmente bem adaptada à comunicação do segundo” (Aïm, 2006, p. 35). É assim que se assiste, de certa maneira, à promoção de uma ferramenta à categoria de mídia e até mesmo de cultura midiática. Sabe-se que os objetos mais diversificados são hoje considerados como mídias (Patrin-Leclere, 2005); esse “tornar-se mídia” refere-se habitualmente a um processo de metaforização que faz da cidade, da loja ou da empresa uma mídia (Berthelot, 2005). Nesse caso, é por metonímia que uma panóplia documentária vem ocupar o lugar de toda uma cultura midiática. É desse modo que, no discurso dos atores, as “redes sociais” são colocadas em paralelo não com um outro sítio, mas com a própria *internet*, como quando um entrevistado declara, por exemplo: “eu não vou na *internet*, estou no Facebook”.

Os estudos sobre a escrita digital compreendem uma observação etnográfica das práticas de leitura-escrita que começam frequentemente por um olhar distanciado a respeito das telas dos monitores. Desde que o acesso à rede se difundiu socialmente, no fim dos anos 1990, o observador que entrasse em uma sala de consulta via telas muito diferentes que, de longe, manifestavam claramente modalidades e níveis de apropriação de hipertexto e de grafismo muito diferenciados. Quando os programas de edição corrente (CMS, “gestores de conteúdo”) apareceram, a generalização de certas diagramações, livremente inspiradas na

primeira página dos jornais, denunciava certo mimetismo das escritas, compensado pela heterogeneidade das estéticas gráficas. Embora o fenômeno pareça recuar atualmente, há dois ou três anos era possível entrar em uma sala de computadores e ver em todo lugar a tela branca povoada de miniaturas, como se fosse natural instalar-se diante do computador para ir ao Facebook. Então, como se viu, trata-se de uma marca muito particular, uma vez que ela encarna, ao mesmo tempo, uma mídia, um tipo de ferramenta, um modo de comunicação e um espaço de encontro.

A indiscernibilidade crescente dos níveis de mediação não é, aliás, exclusiva dessa ferramenta – muito menos do que alguns chamam de *microblogging* –; ela caracteriza de modo bem mais geral uma cultura atual da tela. Pensar em conjunto os discursos que anunciam essa novidade e a engenharia dos dispositivos que lhe dão corpo esclarece a dialética entre a autonomia crescente das ferramentas-marca e o caráter indiscernível das categorias de mediação. O laço que une inovadores tecnoindustriais, militantes da experimentação social e jornalistas em busca de atualidade explica a necessidade de reativar constantemente um imaginário recorrente de valor mítico no ritmo do aparecimento de novos produtos. Nesse contexto, prolifera um léxico que tem como particularidade autorizar um deslocamento metonímico constante entre substrato material, escritas, usos e lógicas sociais.

Voltemos nossa atenção à fórmula “redes sociais”. Primeira observação: essa fórmula é constituída de entidades muito conhecidas, pouquíssimo inovadoras e que podem até mesmo ser consideradas como tautológicas. A *internet* é uma rede de redes; a comunicação é um fato social. Sob esse aspecto, a fórmula “redes sociais”, pressupondo a existência de uma realidade não definida, é um desvio do que fez o sucesso da “sociedade da informação” (Labelle, 2001); do mesmo modo que todas as sociedades repousam sobre as práticas infocomunicacionais, as redes sociais não são mais redes do que a Web e não são mais sociais do que qualquer outra produção midiática. Trata-se de uma “inscrição fixa que desempenha um papel na afirmação de um ser particular, essa

nova sociedade ao mesmo tempo evidente e fugaz” (Labelle, 2011, p. 37). A polissemia do termo “rede” (que designa objetos muito diferentes, desde um protocolo de informática a relações de influência) e sua polivalência (que pode servir para qualquer coisa, da troca de saberes às práticas mafiosas) são conhecidas de longa data, notadamente sua aptidão em colocar, em um mesmo plano, a técnica, a linguagem e a sociedade (Souchier; Jeanneret; Le Marec, 2003). Essa última aparece de modo excepcional em contextos sociopolíticos como o do Brasil, em que a fórmula (*Redes sociais*) assume uma força cultural e militante específica (Marteleto; Thiesen, 2008; Couzinet; Courbieres, 2011). No campo da engenharia dos dispositivos informatizados, o adjetivo “social” conhece hoje, nesse espaço de discurso, uma usura (uma catacrese) que traduz a promoção, em diferentes esferas sociais e econômicas, da tecnologia de bases compartilhadas: indexação social, *curation sociale* (*social media curation*), livro social, televisão social. Porém, o termo não perde sua força simbólica, já que pode se encontrar associado, e até mesmo colocado em equivalência, a categorias extremamente pesadas do pensamento filosófico e antropológico, como a “comunidade”. A fabricação de plataformas de troca documentária simplificada cita todas as representações do coletivo, da eficiência do funcional à transcendência do identitário.

### **Um dispositivo infocomunicacional que não diz seu nome**

Para resumir, o quadro bastante esquemático esboçado anteriormente convida a recolocar a chegada dos dispositivos intitulados “redes sociais” em uma perspectiva extensa e a considerá-los um momento de várias dinâmicas sociais: engenharia das formas midiáticas, vida dos imaginários sociais, desenvolvimento das formas de troca social, emergência de personagens do coletivo. Todos esses fenômenos fazem referência a uma temporalidade mais longa que seu próprio aparecimento. Mas um exame atento dos dispositivos infocomunicacionais (Couzinet, 2009) em sua materialidade observável é indispensável,

à medida que todo esse universo de práticas, de representações e de formas de vida está associado, primeiramente, ao uso difundido desses dispositivos.

Nesse caso ou em qualquer outro, privilegiar uma abordagem comunicacional implica encarar o dispositivo em suas formas e conteúdos, nos “meios que ele emprega e nos mecanismos que asseguram seu funcionamento” (2) (Couzinet, 2009, p. 20). Entretanto, como se viu, não é a ideia de “rede social” que pode nos ajudar a identificar o modo de funcionamento desses dispositivos. É preciso tentar discernir uma pragmática comunicacional para saber se, para além da reiteração de motivos sociais em longo prazo, eles podem contribuir para deslocar as práticas. Em uma análise, constatar-se-á que esses deslocamentos são significativos, ou até mesmo decisivos. O fato de tais inovações estarem rodeadas por uma espécie de ecossistema ideológico não significa que sua chegada não afete realmente os diferentes planos de realidade antes evocados: materialidade das trocas, natureza das linguagens, orientação dos discursos, dinâmica das socializações. Entretanto, para compreender de que modo isso acontece, é preciso distinguir os planos de mediação que foram integrados até aqui e, antes, olhar atentamente em que consistem os dispositivos por si mesmos e, assim, relacionar deliberadamente o estudo preciso das mediações escritas da informação com a emergência de novas definições da identidade individual e social (Gomez-Mejia, 2011), inserindo-as na perspectiva de longa duração dessa dialética entre formatos documentários e figuração da relação social (Wrona, 2012).

Sob tal ótica, a criação desse tipo de dispositivo remete a uma intervenção no transcurso das comunicações sociais que exprime uma pretensão real de condicioná-las, instrumentalizá-las e regê-las. Condicioná-las significa configurar situações de comunicação que se especificam em termos de linguagens mobilizadas, de espaço-tempo das trocas, de papéis definidos, de modalidades de conservação, de disseminação e de transformação dos textos. Instrumentalizá-las quer dizer oferecer formatos de escrita,

material significante automatizado e protocolos de reformulação. Regê-las (3) significa realizar modalidades de delegação da enunciação, de coleta de textos e de publicação das contribuições que asseguram a influência dos atores da plataforma sobre a imagem do texto e as modalidades de troca midiática. Abordado sob esse ponto de vista, o trabalho do *designer* de informática não opera em ruptura com as disciplinas de arquivo, aquelas que definem o gesto editorial, o comentário, a mediação documentária, ao contrário, em um jogo de retomada, reconfiguração e otimização dessas estruturas.

É por isso que uma descrição empírica das “redes sociais” pede que estas sejam redefinidas como dispositivos de instrumentação das trocas documentárias de uma natureza particular, e que designarei, aqui, como dispositivos microdocumentários. Estes exploram, regem e instrumentalizam a transmissão rápida de mensagens curtas, a criação de coleções compartilhadas de tipo antológico (Doueïhi, 2008), a montagem padronizada de conjuntos unindo o texto, a imagem, o formulário, o pictograma, a citação. Trata-se de uma configuração muito densa e altamente automatizada de “pequenas formas” (Candel, Jeanne-Perrier; Souchier, 2012), formatos de escrita pré-formatados, compactos e padronizados, combinados a uma lógica de fragmentação e de miniaturização extremas. Essas ferramentas de escrita automatizadas permitem o controle do não especialista sobre gestos documentários simplificados e mínimos de coleta, de conservação, de transmissão e de classificação de unidades textuais e documentais tornadas acessíveis, não por uma mediação institucional de saber, mas pelo exercício de predileções individuais e coletivas diversas. Uma espécie de escritório de curiosidades aparelhado.

Logo, compreender-se-á, entretanto, que esses objetos não são percebidos como tal pela maior parte das pessoas que os utilizam. A densidade das mediações semióticas, logísticas e documentárias torna-se invisível por seu material muito banal em favor de um espaço de encontro onde se conversa, se cria

comunidade e se mantém visibilidade. Tudo isso se estrutura em um complexo mídia-texto especial que se apoia, ao mesmo tempo, sobre as propriedades materiais e logísticas do suporte e sobre os princípios semióticos, retóricos e poéticos de uma forma de expressão.

Assim encarados, esses dispositivos se inscrevem em uma série histórica. Primeiramente, vê-se que não são tão diferentes das “gerações” midiáticas precedentes. A transferência das ferramentas e gestos próprios às diversas profissões da informação e da comunicação para os amadores é uma tendência há tempos identificada nos escritos da tela, como, por exemplo, a cultura profissional dos tipógrafos (Souchier, 1996); ela sempre foi acompanhada de uma forma de vulgarização desses gestos; a fragmentação do texto e sua circulação por reprodução estão no centro da informática desde o início do tratamento de texto; a descontextualização dos enunciados já era o principal problema colocado pelas experiências do hipertexto; a abstração das formas que permitem sua reconfiguração constante desempenhou um papel determinante na engenharia de *software* “dinâmica”, o que possibilitou adaptar continuamente os objetos documentários aos usos; a delegação da enunciação e a antologia caracterizavam também as plataformas participativas (Tardy; Davallon, 2012). Sob essa ótica, as “redes sociais” aparecem, sobretudo, como a continuação do projeto de informatização da sociedade por outros meios.

Por outro lado, a chegada desses dispositivos materializa certo tipo de predileção na representação do potencial infocomunicacional das mídias informatizadas: ela encontra seu lugar em uma série. Recuando algumas décadas, constata-se que essas predileções foram objeto de valorizações diversas e de instrumentalizações sucessivas. Tais mudanças exprimem inclinações sucessivas que possuem valor de definição do social. Após a época da combinatória de dados (“hipertexto”), veio aquela da imersão ilusionista (“virtual”) e depois, a das escrituras criativas (“multimídia”). Os anos 2000 acompanharam a rejeição do visual

e o forte retorno do texto contínuo: o essencial era a valorização da escrita colaborativa que, para se desenvolver, solicitava o tratamento massivo da sequência de caracteres. Estamos, hoje, com Facebook e Twitter, no regime do contato, sobre o qual o que conta é o imediatismo do gesto; é o triunfo do “*cutucar*”, da “linha do tempo” e da “*tag*”.

Essas diferentes evoluções manifestam, apesar de tudo, uma tendência geral. Elas afetam a relação entre os diferentes níveis de estruturação da troca infocomunicacional. A integração dos diferentes tipos de signos sobre um mesmo suporte técnico e o uso constante *trompe l'œil* redistribuem as relações e as hierarquias entre as entidades e seu nível de integração. Com as “redes sociais”, afirmam-se uma hierarquia e encaixes particulares entre os níveis bem conhecidos do processo de comunicação, como a situação, o formato, o signo, o texto, o discurso e o documento. A enunciação é mínima porque é limitada pelo volume do texto e solicitada pela facilidade do gesto de designação. O par formado pelo elo funcional (logístico) e a designação (*déitica*) dominam, visto que é mais fácil coletar e assinalar do que argumentar ou narrar. A coleção de mônadas constantemente recompostas (Wrona, 2012) define um regime de representação do social em que tudo, saber, representação e pertencimento, tudo se torna instável, exceto os quadros do dispositivo.

Sob esse aspecto, essas plataformas documentárias mínimas aparecem como resultado do princípio da panóplia (Labelle, 2007, 2011) e revelam uma coleção de roteiros de interação heterogêneos, mas todos padronizados. A panóplia não se refere a um projeto global de domínio do social, mas a uma tática de disseminação de pequenos cenários de práticas por meio das ferramentas. É dessa forma que, nas panóplias integradas da “plataforma”, as noções de discurso, de texto e de documento tornam-se efêmeras ou indecidíveis: a discursividade é dificultada pela proscricção do desenvolvimento, a textualidade desloca-se do propósito para o contexto da escrita e o documento tende a se cristalizar em perfis, miniaturas e bilhetes. Em um universo como

esse predominam o gesto de designação, a enunciação mínima, o compartilhamento de objetos já construídos por outros, a reciclagem de documentos produzidos no espaço privado, a captura de discursos midiáticos em favor de um fluxo de comunicação de segundo nível, o que contribui para uma definição da relação infocomunicacional na qual a dimensão fática do contato prima sobre a dimensão cultural do sentido. Isso não significa, evidentemente, que um pensamento social não seria eventualmente elaborado por meio dessas trocas que, frequentemente, dão visibilidade a interpretações até então inacessíveis, mas o dispositivo condiciona fortemente a forma que tomam o comentário e a avaliação, com frequência, marcados pelo humor, pela conviência e pela ironia (Jeanne-Perrier, 2011).

A análise das mediações, no entanto, permanece decisiva, já que as “redes sociais” são um lugar de experimentação na arte das transmutações semióticas e manifestam o poder das operações que permite o jogo entre as diferentes camadas da inscrição nas mídias informatizadas. Tais dispositivos nascem de metáforas estruturantes cuja origem é, frequentemente, a prática documentária comum (retrato de apresentação, álbum de fotos, informações pessoais, informações de grupo, telegrama), deslocados para novos espaços sociais e, principalmente, dotados de novas funções, embora sua concepção se origine na montagem (Zinna, 2004) de protocolos de *softwares* já existentes, reunidos em conjuntos disponíveis e condensados. Essa enunciação editorial (Souchier, 1998), de natureza particular, assegura uma apreensão de unidades semióticas diversas, podendo ser reunidas, tratadas, acumuladas, completadas, graças ao jogo que permite a inscrição entre o código do programa, o cálculo, a base de dados, o *design* gráfico das “interfaces”. Assim, os atos de escrita podem ser contados para fazer aparecer os resultados; a ativação de sinais (clique sobre um pictograma “Curtir” ou sobre uma fotografia de um membro inscrito) pode ser reescrita como uma representação social (popularidade, amizade, comunidade); o acesso a coleções de formulários pode ser apresentado como a prova de relação. *Fulano*

*começou uma nova amizade com Fulana*, diz “o alerta”. Assim, esse universo de inscrições circulantes, constantemente recortadas e recompostas, oscila sem cessar entre três regimes de sentidos diferentes: o da escrita, que incorpora um gesto e suscita uma leitura, o do índice, que revela ou trai uma prática, e o do rastro, que se oferece a todas as vigilâncias.

## **As ferramentas-marca no seio de uma economia política da trivialidade**

Em um contexto como esse, no qual as pequenas formas se recompõem sem cessar, é a trajetória dos objetos que domina, ao mesmo tempo que a gramática dos pequenos gestos mantém o contato. Mas, paralelamente, afirma-se uma indústria do texto e da mídia que difunde e normaliza as formas, os formatos, os *scripts* de ação, as rotinas discursivas (Candel; Jeanne-Perrier; Souchier, 2012). Nesse contexto, compreende-se que podem se desenvolver conjuntamente o simbólico, que une, e o diabólico, que separa. Essas ferramentas envolvem sempre a manutenção de uma comunicação relacional e criadora de convivência enquanto fragmentam, uniformizam e banalizam as modalidades de enunciação.

Tomando certa distância, o lugar que ocupam hoje esses dispositivos microdocumentários no espaço midiático das escritas na rede (às vezes qualificada de *self-media*) corresponde a um estado atual de desenvolvimento das indústrias da comunicação. O modelo clássico da produção de massa, a “indústria cultural”, descrita pelos teóricos da Escola de Frankfurt, repousa sobre uma pretensão comunicacional particular concentrada na força da mídia e do texto como lugar de desdobramento de uma retórica e de um imaginário. A fábrica de sonhos de Hollywood e Disney consiste em oferecer produtos culturais concebidos para ter todas as chances de ir ao encontro das preferências de um público que os especialistas aprenderam a observar e a antecipar. As “redes sociais” encarnam outro modelo bastante diferente das indústrias

da cultura e da comunicação, completamente indiferente ao conteúdo das mensagens e fundado na capacidade de fazer, de certas mediações, a passagem obrigatória da socialização e da visibilidade.

Louis Marin (1981) analisou a maneira pela qual o historiador do rei conseguiu fazê-lo acreditar na ideia da necessidade de seu trabalho, convencendo o político que essa escrita capta o público (Marin, 1981). A plataforma microdocumentária Facebook conseguiu se tornar, momentaneamente, a historiadora de uma geração, não por sua real capacidade de escrever a história, o que é indiferente, mas por impor pouco a pouco a ideia de que passar por essa mediação é indispensável para entrar no espaço visível do *self-media*. A narrativa permanece uma armadilha no universo da requisição (Labelle, 2011), a qual carrega uma concepção da comunicação como lugar onde se expõe, e não como mensagem a transmitir. Por outro lado, é isso que explica o papel especial que desempenham essas plataformas microdocumentárias na emergência de um espaço de visibilidade, onde a posição do amador reconhecido se torna um meio de conquistar o estatuto de especialista, mesmo que a contribuição voluntária seja difícil de distinguir do modo de carreira. Em certos casos, a exposição de uma “extimidade” (Tisseron, 2001), essa intimidade superexposta – e por sinal, bem documentada – é a via escolhida pelos indivíduos para conquistar, em troca de uma verdadeira conduta de risco, a notoriedade midiática e profissional (Jeanne-Perrier, 2012).

Como escreve Estrella Rojas (2009, p. 2), que baseia suas pesquisas na natureza documentária do Facebook, “[as] mediações documentárias são orquestradas por dispositivos sociotecnocognitivos [...] Na plataforma de rede social digital Facebook, o compartilhamento documentário está centrado nas práticas dos membros, ao mesmo tempo em que permanece estreitamente ligado às práticas relacionais.”

É o que explica o alcance cultural e político das práticas que surgem não de uma intenção premeditada, mas das próprias

modalidades de uma prática do texto que une identidade pessoal, categorias culturais e espaços de prática, como é o caso dos grupos engajados em uma redefinição do literário (Gomez-Mejia; Candel, 2009).

O dispositivo microdocumentário apresenta certo número de propriedades particularmente adaptadas a essa pretensão, que não explicam como tal ferramenta-marca “pegou” mais que outra (muitas tentativas fracassaram e é muito difícil saber o porquê), mas sim porque esse tipo de dispositivo teve mais chances do que outros de se tornar um modelo hegemônico de fato.

Inicialmente, a extrema comodidade de uma panóplia constituída de formas mínimas “sob a mão” autoriza uma polivalência sem precedentes das produções documentárias. Afastamo-nos do modelo “estratégico” das profissões da comunicação, em que nos aplicamos a fazer coincidir tanto quanto possível uma finalidade, um gênero, um tipo de discurso. Aqui, ao contrário, o que alimenta o fluxo constante da atenção e da inscrição é a plasticidade das formas que podem variar desde o espaço do saber ao do testemunho particular e da troca comercial. Aqui, ainda, tal processo não nasceu com as “redes sociais”, mas já havia se afirmado nos portais de informação local que, diferentemente dos sítios web institucionais, apoiavam-se na oscilação entre encontro amigável, procedimento cultural e transação comercial. Os atores comerciais, desejosos de intervir nos espaços quotidianos de troca sem denunciar uma abordagem publicitária (Berthelot-Guiet; De Montety, 2009), preocupados em explorar a “corretagem informacional” (Moeglin, 2007) baseada nas informações fornecidas pelos internautas, ou ocupados em identificar o “risco de opinião”, (Beaudoin, 2001) encontram nesse tipo de espaço plástico uma dimensão de ação especial.

Por outro lado, a retração da enunciação em gestos mínimos (coletar, transmitir, destacar, etiquetar) favorece poderosamente o crescimento dos fluxos de troca, que é uma das dificuldades maiores da *internet* participativa, a “web 2.0”. A economia da trivialidade baseia-se na participação dos internautas, o que permite

obter “conteúdos” não pagos, suscita a recomendação e capta a preocupação do contato. A lógica do “conatus discursivo” (Candel, 2007), que conduz cada um a escrever algo sobre si, é indispensável. Mas a primeira geração dos *blogs* e a experiência dos fóruns e plataformas de escrita colaborativa não resultaram em uma prática social ampla e durável, isso porque manter uma produção documentária original demanda, ao mesmo tempo, talento e um investimento considerável (Rebillard, 2007). Sob esse aspecto, o fato de prover panóplias de formas microdocumentárias e, em função disso, solicitar enunciações mínimas (expressão lacônica, transmissão do já escrito, empréstimos furtivos) permite desenvolver um espaço de presença social abundante e diversa. É uma forma sociável de vigilância mútua que tende a se generalizar nos espaços midiáticos (Aïm, 2004), confere interesse à singularidade dos gestos quotidianos, ainda que tão pobres e recorrentes, porquanto são dinamizados por um contexto ativo.

Enfim, uma análise das formas mais recorrentes mostra que a nomeação de eventos, de espetáculos e de produtos – gesto de recomendação mínima possibilitado pela comodidade do relacionamento e a oferta frequente de ferramentas de apreciação imediata – assegura a circulação das práticas e vínculos entre o fluxo permanente da comunicação social e o espaço das indústrias culturais do espetáculo, do lazer e dos produtos de marca.

Essa construção, que redistribui e envolve os níveis de pertinência da mídia, do texto e do documento, segundo uma lógica contextual, individualizada, fragmentada e marcada pela proximidade do gesto é, assim, um dos avatares do projeto de racionalização e de otimização do potencial comunicacional das mídias informatizadas. Ela concorre com outras experiências, tais como a intenção panorâmica dos portais, enciclopédias e cartografias (Flon; Jeanneret, 2010). Em relação a si mesma, a rede social remete à figura do labirinto, que se caracteriza pelo fato de que a experiência está sempre restrita a um espaço particular e inibe toda visão sintética. Os murais de *posts* e as linhas de “organização de conteúdos” oferecem aos olhos telas heterogêneas, povoadas

de uma multidão de elementos em movimento, que ninguém lê de modo completo, mas nos quais todo mundo deveria supostamente capturar o conjunto de suas ideias sobre o mundo, onde está e no contexto dado, como o personagem que caça pássaros no *Teeteto*.

Como conclusão, é a encarnação de uma economia singular das próprias escritas. Michel De Certeau (1980) propôs uma antítese célebre entre estratégia e tática, que demonstrou toda sua fecundidade em relação aos primeiros desdobramentos das “tecnologias da informação” e pode ser, para tal, incessantemente retomada e atualizada pelos estudos de uso. De acordo com essa “economia escritural”, a escrita exprime o domínio de um espaço próprio, enquanto a leitura, imagem do uso por excelência, joga com as margens e alicia. Essa divisão binária é difícil de coibir no contexto dos dispositivos aqui estudados, que também radicalizam o processo de delegação de enunciação conduzido pelos *sites* participativos. As mídias informatizadas abalaram, na escrita, uma massa considerável de práticas que até então não substituíam a inscrição. Em tal contexto, não é difícil que a indústria, por sua vez, esteja do lado da tática, dando a esse termo um duplo sentido político e topológico. Muitos modelos de desenvolvimento das ferramentas-marca fundam-se no fato de jogar com a dimensão criativa dos usos, de recuperar a dinâmica para instrumentalizá-la, enquanto asseguram a ocupação dos espaços da leitura, da escrita e da atenção. Em resumo, uma arte de dispor as formas para dispor os conteúdos.

Recolocados em uma história longa das indústrias da cultura e da comunicação, as “redes sociais” aparecem então como uma das múltiplas estratégias desenvolvidas pelos atores para criar valor com as mídias informatizadas, em um universo em que as pretensões comunicacionais e os modelos de negócios são objeto de constantes incertezas. Associando de modo particularmente fácil e compacto, a requisição (a obrigação de figurar nesse espaço) e a panóplia (uma aparelhagem completa de gestos documentários e relacionais mínimos), ou seja, unindo o *dever fazer* e o *poder fazer* em uma proximidade e uma facilidade inéditas, as “redes sociais”

oferecem uma fórmula viável – pelo menos até que a facilidade não se transforme em tédio.

Nessas condições, não é de se surpreender que se possa fazer leituras muito contrastantes da natureza das transformações ocasionadas pelo sucesso dos dispositivos microdocumentários como imagem atual das “redes sociais”. Podem também ser analisadas como a invenção de um novo tema da comunicação a partir de suas práticas documentárias (Rojas, 2009), como um espaço de socialização que funciona em eco com a troca ordinária (Giaccardi, 2010), como o desenvolvimento de uma imagem do usuário ativo de uma indústria do conteúdo (Bouquillion; Matthews, 2010), como um espaço no qual os atores comerciais podem avançar disfarçados sob o abrigo da “conversação” (Patrin-Leclere, 2011) ou como a produção de traços memoriais que necessitam de uma política e uma vigilância específicas (Merzeau, 2009). Em resumo, a relação entre certa logística da escrita, ligada às disciplinas de arquivo instrumentalizadas e exploradas, e certo estilo de representação do indivíduo e de seu pertencimento produz um “face-book”, “um ‘livro de rostos’ em linha: poder-se-ia traduzir assim o título escolhido por esse dispositivo de comunicação, totalmente definido por uma introdução logística das imagens individuais” (Wrona, 2012, p. 383). Todas essas interpretações possuem sua pertinência, porque o lema principal do capitalismo é o de que não existe valor de troca sem valor de uso – e poder-se-ia acrescentar, hoje, que a troca adquire valor apenas pelo uso.

#### **Um questionamento da postura da pesquisa (4)**

Tal situação sugere um último olhar que diz respeito à maneira pela qual a inovação nos dispositivos afeta as condições do trabalho de observação e de pesquisa – e em particular o sentido que se pode dar a uma postura analítica e crítica, em relação ao compromisso, ou melhor, ao recrutamento, no projeto de transformação social evocado anteriormente.

Essas análises levam a enfocar, concomitantemente, os dispositivos, as práticas e as representações. Compreender, por exemplo, como o desejo de escrever é fomentado nos “sites participativos” (Candel, 2007) ou como a construção das identidades se faz acompanhar por uma panóplia de mediações (Gomez-Mejia, 2011) pressupõe, ao mesmo tempo, afastar as categorias promocionais para evitar a instrumentalização dos estudos e levar a sério a comunicação (Le Marec, 2004).

Entretanto, tal abordagem foi e permanece minoritária. Para compreendê-la, é preciso examinar a maneira pela qual a pesquisa é produzida e difundida. A obrigação de financiar a atividade obriga a submissão a editais e a concorrer por marcas que impõem o recurso à “sociedade da informação”, à “vida digital” e a outras “mídias sociais”. Por outro lado, a obsolescência constante dos objetos e o culto da aceleração (Rosa, 2010) tendem a traduzir um ato de julgamento (a crítica como exercício público da razão) em um diagnóstico de desempenho (a crítica como atraso e imobilismo). Em um mundo ameaçado de estar atrasado em relação a si mesmo, a crítica está relacionada ao *tardio*.

Mais profundamente, o *design* de informática destaca três tendências mais antigas, a saber, a coisificação dos usos, a implicação dos pesquisadores na comunicação e as ligações entre pesquisa e indústria, o que suscita pouco a pouco uma injunção de implicação no design propriamente dito. Como os programas fixam cada vez mais normas culturais e políticas, muitos pesquisadores militantes estimam que, em vez de criticar essas construções tardias, as ciências sociais devem intervir na concepção dos dispositivos. Essa posição, fundada em uma concepção pragmática do político, conduz o pesquisador a ser envolvido na criação dos dispositivos, por exemplo, para definir um “design orientado para a sociedade” (Rieder, 2006). Por outro lado, como é próprio às ferramentas-marca integrar os usos como o principal motor da industrialização da comunicação, as condições de observação deslocam-se radicalmente. A definição desses dispositivos como lugares de “comunidade” e de

“encontro” induz o pesquisador à exposição de si mesmo. Uma vez que a postura do observador não participante (*lurker*) é estigmatizada, o pesquisador deve se fazer visível, se mediatizar. A força da solicitação introduz rapidamente uma espiral vertiginosa entre o fato de tomar as redes sociais como objeto de análise, o fato de ali produzir uma figura pública do pesquisador-blogueiro e o fato de reconhecer, em sua própria propagação midiática (o “*buzz*”), a medida de sua influência intelectual. Mais um passo e chegamos à estigmatização da crítica. O novo papel dos intelectuais seria o de participar na liberação geral da “fala”. Trata-se de um discurso que pode conduzir a um questionamento das próprias ciências humanas: face a essa cultura participativa, qualquer crítica se torna impossível, porque seria a crítica da democracia [...] A participação dos usuários conduz de fato ao esvaziamento de qualquer dimensão crítica, uma vez que estão supostamente no centro da produção industrial e que ela se efetua em função de seus gostos e de seus interesses (Bouquillion; Matthews, 2010, p. 119).

De certo modo, é apenas uma intensificação das tensões que atravessam há muito tempo a própria noção de uso, nascida no seio de uma abordagem crítica das dependências e implicada na busca da aceitabilidade social.

Atualmente, já dizia há algumas décadas Joelle Le Marec, uma parte dos estudos de uso se desenvolve em um outro contexto: são objeto de solicitações prioritárias, no contexto político da ‘sociedade da informação’, para sustentar o desenvolvimento do mercado de tecnologias contribuindo, em situação paradoxal, ao reforço de uma ancoragem política da pesquisa que está em ruptura com a perspectiva teórica que a funda (Le Marec, 2004, p. 142).

Nessas condições, a nova economia escritural, descrita anteriormente, feita de escritas encaixadas, de ferramentas poderosas e de produções plurais, nos confronta a um movimento contraditório complexo a esclarecer: por um lado, escribas cuja identidade é cada vez mais heterogênea ganham acesso à escrita pública e apropriam-se das técnicas de mediatização; por outro,

esses discursos fluem em formas textuais que impõem um material escrito cada vez mais pobre em suas invenções formais. São assim as mesmas ferramentas que nos fornecem novas capacidades de expressão e que nos tornam dependentes de formas cada vez mais normalizadas.

Isso ocasiona uma redefinição dos poderes e, sobretudo, uma nova carga de lucidez para discernir esses últimos. Se, de um lado, os usos sociais se tornam o motor visível das trocas, o domínio da própria estrutura dessas trocas, de suas formas e de seus encaminhamentos logísticos define uma nova forma de indústria superpotente, porém, difícil de notar atrás da superioridade aparente da troca entre autores e leitores. Tal poder retira sua força capitalística do fato de vender não um “tempo de cérebro disponível”, mas um lugar de exposição massiva. As ferramentas-marca e os dispositivos microdocumentários saem vitoriosos desse processo: são ao mesmo tempo gigantes econômicos e caixas de ressonância da atividade comunicacional ordinária. É enquanto dispositivo de logística documentária industrializado, conduzindo a trocar “fragmentos de identidade” (Tardy; Davallon, 2012), mas vivido como um espaço de encontro, que o Facebook conquistou sua posição privilegiada, pelo menos por algum tempo, nas práticas sociais. E é isso que explica a dificuldade de criticar essa ferramenta onipresente, sem parecer criticar a própria sociedade.

Compreender melhor esse jogo é retomar o paradoxo constitutivo do mito, assim como Barthes (1956, p. 247) o resumiu, perfeitamente, no posfácio de suas *Mitologias*: “Navegamos sem cessar entre o objeto e sua desmistificação, impotentes em captar sua totalidade; porque se penetramos o objeto, nós o liberamos mas o destruímos; e se o deixamos intocado, nós o respeitamos, mas o restituímos, ainda mistificado”. Não se pode definir melhor o dilema do analista de “redes sociais”.

## Notas

(1) Para uma análise profunda desses dispositivos: Gomez-Mejia (2011).

- (2) Viviane Couzinet cita aqui (Meyriat, 1983).
- (3) Para a regência, conforme a noção de arquitexto (Souchier; Jeanneret, 1999).
- (4) Esta parte tem como base um estudo redigido anteriormente: “De que modo uma rede é social? Sobre uma situação crítica das ciências humanas”. Título original em francês: “En quoi un réseau est-il social? Sur une situation critique des sciences humaines”, *Comunicazioni sociali*, n. 2, 2012.

## Referências

- AÏM, O. Une télévision sous surveillance: enjeux du panoptisme dans les “dispositifs” de télé-réalité. **Communication & Langages**, v. 141, n. 141, p. 49-59, set. 2004.
- AÏM, O. La transparence rendue visible: médiations informatiques de l’écriture. **Communication & Langages**, v. 147, n. 147, p. 31-45, mar. 2006.
- BARTHES, R. **Mythologies**. Paris: Seuil, 1956.
- BEAUDOIN, J.-P. **Être à l’écoute du risque d’opinion**. Paris: Éditions d’Organisation, 2001.
- BERTHELOT-GUIET, K.; MONTETY, C. de. Hyperpublicitarisation et dépublicitarisation. **Circa: La publicité d’aujourd’hui**, n. 20, jul. 2009. p. 63-77.
- BERTHELOT, P. Les médias magasins: du prétexte à l’implication. **Communication & Langages**, v. 146, n.146, p. 41-53, dez. 2005.
- BOUQUILLION, P.; MATTHEWS, J. **Le web collaboratif: mutations des industries de la culture et de la communication**. Grenoble: Universitaires de Grenoble, 2010.
- CANDEL, E. **Autoriser une pratique, légitimer une écriture, composer une culture: les conditions de possibilité d’une critique**

littéraire participative sur internet. 2007. Thèse (Sciences de l'Information et de la Communication) - Université Paris Sorbonne, Paris, 2007.

CANDEL, E.; JEANNE-PERRIER, V. Les blogs de peu et la politique ordinaire. **Communication & Langages**, n. 151, p. 49-64, 2007.

CANDEL, E; JEANNE-PERRIER, V.; SOUCHIER, E. Petites formes, grands desseins: d'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures. *In*: DAVALLON, J. (Org.). **L'économie des écritures sur le web**. Paris: Hermès, 2012. p. 135-157.

COUZINET, V. (Org.). **Dispositifs info-communicationnels**: questions de médiations documentaires. Paris: Hermès-Lavoisier, 2009.

COUZINET, V.; COURBIÈRES, C. (Org.). Médiations et hybridations: construction sociale des savoirs et de l'information. 2ème Colloque scientifique international du Réseau Mussi. 2., 2011, Toulouse. **Actes**. Toulouse: LERASS, Réseau Mussi, 2011.

DAVALLON, J. Objet concret, objet scientifique, objet de recherche. **Hermès**, n.38, p. 30-37, 2004.

DE CERTEAU, M. **L'invention du quotidien**. Paris: Folio Essais, v.1: Arts de faire. 1980.

DOUEIHI, M. **La grande conversion numérique**. Paris: Éditions du Seuil, 2008.

DUJARIER, M-A. **Le travail du consommateur**: de McDo à eBay, comment nous coproduisons ce que nous achetons. Paris: La Découverte, 2008.

FLON, É; JEANNERET, Y. La notion de schème organisateur, outil d'analyse sémiopragmatique des écrits d'écran. **Revue des Interactions Humaines Médiatisées (RIHM)**, v. 11, n.1, p. 3-33, 2010.

GIACCARDI, C. (Org.). **Abitanti della rete: giovani, relazioni e affetti nell'epoca digitale.** Milan: Vita e Pensiero, 2010.

GOMEZ-MEJIA, G. **De l'industrie culturelle aux fabriques de soi?** Enjeux identitaires des productions culturelles sur le web contemporain. 2011. Thèse (Sciences de l'information et de la Communication) - Université Paris Sorbonne, 2011.

GOMEZ-MEJIA, G.; CANDEL, É. Littératures de salon: des "régimes sociaux" du littéraire dans les "réseaux en ligne". *In: H<sup>2</sup>PTM'09 - Hypertextes et hypermédias, produits, outils et méthodes: rétrospective et prospectives*, 2009, Paris. **Actes de la conférence...** Paris: Hermès-Lavoisier, 2009. p. 205-218.

JEANNE-PERRIER, V. Parler de la télévision sur Twitter: une réception oblique à partir d'une conversation numérique? **Communication & Langages**, v. 166, n.166, p. 127-147, 2011.

JEANNE-PERRIER, V. Les journalistes stratèges du web. **Journée d'étude: Journalisme, recommandation et prescription culturelles sur le web**, Lyon, 31 mai. 2012.

LABELLE, S. Société de l'information: à décrypter! **Communication & Langages**, n. 127, p. 65-79, 2001.

LABELLE, S. **La ville inscrite dans "la société de l'information": formes d'investissement d'un objet symbolique.** 2007. Thèse (Sciences de l'information et de la communication) - Université Paris 4 (Celsa), Paris, 2007.

LABELLE, S. La société de l'information: Formule, récit et réquisition. *In: CHOUTEAU, M.; NGUYEN, C. (org.). Mises en récit de la technique.* Paris: Archives Contemporaines, 2011. p. 33-44.

LE MAREC, J. **Ce que le "terrain" fait aux concepts: vers une théorie des composites, mémoire pour l'habilitation à diriger les recherches.** Paris: Université Paris, 2002.

LE MAREC, J. Usages: pratiques de recherche et théorie des pratiques. **Hermès**, n. 38, p. 141-147, 2004.

MARIN, L. **Le portrait du roi**. Paris: Éditions de Minuit, 1981.

MARTELETO, R; THIESEN, I. (Org.). Médiation et usages des savoirs et de l'information: un dialogue France-Brésil. I Colóquio Científico Internacional da Rede Mussi. **Anais** [...] Rio de Janeiro: Ictit/Fiocruz, Ibict-UFRJ, Rede MUSSI, 2008.

MERZEAU, L. Du signe à la trace, ou l'information sur mesure. **Hermès**, n. 53, p. 23-29, 2009.

MEYRIAT, J. De la science de l'information aux métiers de l'information. **Schéma et Schématisation**, n.19, p. 65-74, 1983.

MOEGLIN, P. Des modèles socio-économiques en mutation. *In*: BOUQUILLION, P.; COMBES, Y. (org.). **Les industries de la culture et de la communication en mutation**. Paris: L'Harmattan, 2007. p. 151-162.

PATRIN-LECLERE, V. (Org.). Tout peut-il être média? **Communication & Langages**, n. 146, 2005.

PATRIN-LECLERE, V. La communication revisitée par la conversation. **Communication & Langages**, n. 169, 2011.

REBILLARD, F. **Le web 2.0 en perspective**: une analyse socio-économique de l'internet. Paris: L'Harmattan, 2007.

RIEDER, B. **Métatechnologies et délégation**: pour un design orienté-société dans l'ère du web 2.0, 2006. Thèse (Sciences de l'information et de la communication) - Université Paris 8, Paris, 2006.

ROJAS, E. E-motilité documentaire & web 2.0: une étude des pratiques sur Facebook. *In*: COLLOQUE MEDIAS: ENTRE COMMUNAUTES ET MOBILITE, 9., 2009, Aix-en-Provence. **Anais** [...] Aix-en-Provence: Université Paul Cézanne, 2009.

- ROSA, H. **Accélération**: une critique sociale du temps. Paris: La Découverte, 2010.
- SOUCHIER, E. L'écrit d'écran: pratiques d'écriture et informatique. **Communication & Langages**, n. 107, p. 105-119, 1996.
- SOUCHIER, E. L'image du texte: pour une théorie de l'énonciation éditoriale. **Cahiers de médiologie**, n. 6, p. 137-145, 1998.
- SOUCHIER, E. Pour une poétique de l'écrit d'écran. **Xoana**, n. 6, p. 97-107, 1999.
- SOUCHIER, E.; LE MAREC, J (org.). **Lire, écrire, récrire**: objets, signes et pratiques des médias informatisés. Paris: Éditions de la BPI, 2003.
- TARDY, C; DAVALLON, J. La constitution de corpus d'identités entre calcul et témoignage. *In*: DAVALLON, J. (org.). **L'économie des écritures sur le web**. Paris: Hermès, p. 203-247, 2012.
- TISSERON, S. **L'intimité surexposée**. Paris: Ramsay, 2001.
- WRONA, A. **Face au portrait**: De Sainte-Beuve à Facebook. Paris: Hermann, 2012.
- ZINNA, A. **Le Interfacce degli oggetti di scrittura**. Roma: Metelmi, 2004.