

## **Olha Só Kiridinha: O Lugar Social de Pêcheux e os Estabelecidos e Outsiders Manifestados no Facebook<sup>1</sup>**

**SCHINESTSCCK, Letícia<sup>2</sup>**

**Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Católica de Pelotas -  
PPGL/UCPEL - Mestrado em Linguística Aplicada**

**Resumo:** O presente trabalho pretende analisar três postagens de uma determinada página do Facebook em busca de evidências que possam indicar o lugar social assumido pelo sujeito em sua interação online com outros sujeitos. Para isso, utilizamos as contribuições de Pêcheux (1995). Também buscamos complementar o artigo com a noção de estabelecidos e outsiders de Elias (2000) e apontamos características específicas dos sites de redes sociais (BOYD, 2007) para demonstrar que pode haver, sim, contribuição da rede na perpetuação de estigmas.

**Palavras-chave:** Estigma; Lugar Social; Violência Simbólica; Facebook; Estabelecidos e Outsiders

Em tempos frívolos, nos quais sujeitos fluídos constroem suas relações com bases artificiais, parece ser difícil pensar a noção de alteridade<sup>3</sup> pelo viés proposto pelos antigos gregos, onde "o que somos, nosso rosto e nossa alma, nós o vemos e conhecemos ao olhar o olho e a alma do outro" (VERNANT, 2001a, p.184). Ao contrário, a lógica moderna reconfigura esta percepção de alteridade e hoje o outro passa a ser aquilo/aquele que exclui, coisifica e mantém distância. Muito mais que isso, o outro é visto com repúdio e arrogância.

Neste trabalho, pretendemos observar três postagens a fim de identificar resquícios que possam indicar o lugar social assumido em cada publicação e discutir, com base no sujeito pecheutiano, como um site de rede social como o Facebook pode estar contribuindo através de suas postagens para glorificar estigmas impostos social e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Novos Meios e Novas Linguagens, do VIII Simpósio Nacional da ABCiber, realizado pelo ESPM Media Lab, nos dias 03, 04 e 05 de dezembro de 2014, na ESPM, SP.

<sup>2</sup> Mestranda do 2º semestre de Linguística Aplicada do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Católica de Pelotas - PPGL/UCPEL e-mail: le.rschin@gmail.com

<sup>3</sup> <http://pt.wikipedia.org/wiki/Alteridade>

historicamente. Buscamos características específicas dos sites de redes sociais (BOYD,2007) para considerar as particularidades do contexto e a influência que esta mediação pode ter na disseminação de determinações como os estabelecidos e outsiders (ELIAS,2000), que também pretendemos apontar.

### **O sujeito em Pêcheux**

Na Análise do Discurso (AD) de vertente francesa, temos um sujeito do discurso, que imagina ser origem de sentido de tudo o que diz. Entretanto, trata-se de um indivíduo ignorante que carrega consigo os efeitos sociais, históricos e ideológicos. Segundo esses pressupostos da AD, o discurso é inexistente sem um sujeito, da mesma forma que o sujeito também não existe sem ideologia, demonstrando, assim, que a linguagem não é transparente e o indivíduo é essencialmente heterogêneo.

O sujeito sempre fala de algum lugar. Pêcheux chama de lugar social:

a cadeia sintática dos significantes determina para o sujeito o seu lugar, identificando-o a um certo ponto na cadeia (o significante, no qual ele se representa), e que esse mecanismo de identificação diferencial não é outro senão o “efeito de sociedade”, cujas dissimetrias encontram aqui sua causa (PÊCHEUX, 1995, p. 75).

É através da prática discursiva que o sujeito determina seu lugar social e constitui o seu discurso, influenciado pelas diferentes relações de poder. É na estrutura da língua que o lugar discursivo se estabelece. Como efeito do lugar social, o lugar discursivo só se estrutura pela inscrição do sujeito em determinado discurso, assim como ele só existe porque há uma determinação do lugar social imposta para o sujeito. O lugar de onde se fala tem relação direta com os efeitos de sentido resultantes desse discurso. Pêcheux (1975) defende que o lugar do sujeito é preenchido pela forma-sujeito, ou sujeito do saber de uma determinada Formação Discursiva (FD), pois é através dela que o indivíduo constrói o discurso com base em uma FD com a qual ele está de acordo, que se identifica e também o constitui enquanto sujeito.

Em AD, a identificação do sujeito com certa FD é o que produz o sentido entre a relação do sujeito com o lugar social que lhe é imposto. Indivíduos que assumem uma mesma FD se tornam sujeitos ideológicos, podendo ocupar uma ou diversas posições. Além de ideológicos, também estão submetidos à ordem do inconsciente, o que resulta no que Pêcheux (1969) chama de formações imaginárias. Desta maneira, as imagens que um sujeito tem do outro é determinada pelos lugares estabelecidos no interior de uma formação social. Acrescenta-se a isso, as antecipações propostas pelo mesmo autor, nas quais o locutor antecipa o discurso do seu interlocutor e molda o seu próprio mediante uma construção estratégica, embasada nas formações imaginárias às quais está filiado. Para Pêcheux, identificar as formações imaginárias também consiste em responder algumas questões. Pelo lado do locutor, são elas: "Quem sou eu para lhe falar assim?", "Quem é ele para que eu lhe fale assim?", "De que lhe falo assim?". Já o interlocutor: "Quem sou eu para que ele me fale assim?", "Quem é ele para que me fale assim?" e "De que ele me fala assim?".

Em sua dissertação, Quevedo(2012) esmiúça o debate e explica, de maneira simples, que a antecipação diz respeito as representações que temos de nós mesmos e daqueles aos quais nossos discursos são direcionados. Por fim, ressaltamos que é a partir deste conjunto de relações exteriores e interiores às quais o sujeito está submetido que se torna possível construir a percepção do seu lugar e do lugar do outro, antecipando o processo discursivo com base nas formações imaginárias. Partindo desses pressupostos da AD, traremos para o trabalho a contribuição de Norbert Elias(2000) sobre estabelecidos e outsiders, ancorados em quatro pontos específicos e utilizados para complementar a observação da construção de lugares sociais que determinam o outro como exclusão.

### **Os estabelecidos e Outsiders**

Como discutimos anteriormente, a visão do outro já não é a mesma. Hoje, temos sujeitos fragmentados e interpelados pela ideologia, afetados pela história e pela língua. Elias (2000) questiona a construção moderna e defende que uma configuração histórica precisa de gestão de desigualdade, isto é, a dos estabelecidos e outsiders. A lógica é perceber o par inclusão/exclusão - ou amigo/inimigo, como diz

Bauman (1999) - como eixo a partir do qual as identidades se estabelecem e se relacionam. No caso deste trabalho, buscamos identificar elementos do sujeito e do lugar social assumido por ele em determinadas postagens do Facebook. Para isso, buscamos entender:

[...] como e por que os indivíduos percebem uns aos outros como pertencentes a um mesmo grupo e se incluem mutuamente dentro das fronteiras grupais que estabeleceram ao dizer 'nós', enquanto que, ao mesmo tempo, excluem outros seres humanos a quem percebem como pertencentes a outro grupo e a quem se refere coletivamente como 'eles'. (ELIAS;SCOTSON, 2000, p.37-38)

Elias pontua quatro atributos característicos dessa complexa dicotomia. Será a partir desses quatro pontos que iremos buscar identificar os elementos propostos. São eles: (1) a coesão dos estabelecidos, que gera uma sensação de superioridade até mesmo no mais miserável entre eles, os outsiders. Apartando o indivíduo, essa coesão grupal promove a imersão de indivíduos desiguais em um estilo de vida comum, em normas e condutas coletivas escritas que frequentemente anarquizam as possíveis resistências individuais contra a estigmatização dos outsiders;(2) a visibilidade de ambos, faz com que as fronteiras fiquem bem definidas, os lugares demarcados, mesmo que isso tudo esteja longe do que os olhos podem ver;(3) sentimentos morais bem definidos os distinguem, ou seja, o outsider é normalmente representado e visto como sujo e desprezível, desordeiro, deficiente;(4) existe possibilidade entre os espaços para que um grupo outsider venha a se estabelecer, com o tempo – caso da classe operária – e designar, por sua vez, outros indivíduos como seus outsiders.

Ao encontro disso, há o fato de que "um grupo só pode estigmatizar outro com eficácia quando está bem instalado em posições de poder das quais o grupo estigmatizado é excluído"(ELIAS, 2000, p.24). Por fim, antes de partirmos para a análise, abordaremos brevemente alguns aspectos relevantes sobre o Facebook, site de rede social de onde retiramos o corpus deste trabalho.

## Sites de Redes Sociais - Facebook

Segundo dados do Facebook ADS de março de 2014, 88 milhões de brasileiros utilizam o Facebook, deixando o Brasil na marca de segundo país em número de usuários que acessam o site todos os dias<sup>4</sup>. Diante de dados como este, percebemos o quão relevante é a rede para os sujeitos e como as relações mediadas pelo computador tendem a evidenciar elementos desta nova sociedade que, agora, se constrói em rede (CASTELLS, 2003), também chamada de aldeia global<sup>5</sup>.

Sites de rede sociais como o Facebook convidam sujeitos a ampliarem suas relações e a darem início a novos tipos de circulação de informação (RECUERO e ZAGO, 2009) e a inventarem outras formas de interação (PRIMO, 2006). Junto a isso, há uma diversidade de interações mediadas pelo computador com potencial de atingir uma quantidade relevante de sujeitos. Conteúdos públicos circulam pelas diferentes redes e podem sofrer interferências diretamente por qualquer um que tenha acesso à ferramenta.

É comum observar usuários desses sites que se apoderam dos instrumentos oferecidos pela internet e constroem elementos individuais que representem parte de sua personalidade. Boyd (2007 *apud* RECUERO, 2009b) aponta algumas características específicas dos sites de rede social. A primeira é a persistência, que diz respeito à permanência do conteúdo no espaço virtual, isto é, a menos que seja deletada, a informação ficará permanentemente visível para os outros usuários. Outra característica é a capacidade de busca (searchability), ou seja, o conteúdo permanente é passível de ser buscado e encontrado. Ele não somente é *perene*, mas também pode ser encontrado em qualquer momento e tempo, como se estivesse sendo rastreado – e de certa maneira está.

A replicabilidade - capacidade de o conteúdo ser replicado infinitas vezes pelos usuários - é outro elemento apontado por Boyd como típico da comunicação nos sites de redes sociais. São conteúdos que, quando divulgados, demonstram os valores

---

<sup>4</sup> Ver: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/09/brasil-e-o-2-pais-com-mais-usuarios-que-entram-diariamente-no-facebook.htm>

<sup>5</sup> Para McLuhan (1964), o mundo está se tornando uma aldeia global, um acontecimento simultâneo em que o tempo e o espaço desapareceram. Trata-se de indivíduos das mais diversas regiões do mundo interconectados como se estivessem em uma aldeia.

relevantes, manifestados por cada agrupamento destes sites. Assim, são essas redes que vão reproduzir e sustentar as informações consideradas importantes para cada grupo social, além de deixar rastros de qual lugar social o discurso perpetuado na rede foi produzido.

### **Análise das Postagens**

A partir do referencial teórico que discutimos anteriormente, nos propomos a identificar as características dos estabelecidos e outsiders (Elias, 2000), assim como buscar evidências que demonstrem o lugar social ocupado pelo locutor nestas postagens. Após pesquisas em páginas com conteúdos semelhantes no Facebook, optamos por situar nossa análise em uma única: OLHA SÓ KIRIDINHA ([www.facebook.com/OlhaKiridinha](http://www.facebook.com/OlhaKiridinha)). Explicaremos os motivos.

A página foi criada em setembro de 2012 com o intuito de postar conteúdos ácidos e direcionados às mulheres. As publicações utilizavam, como padrão de postagem, a imagem de Audrey Hepburn<sup>6</sup>, seguido de duas frases dispostas geralmente no lado inferior e superior da imagem. Por meio das imagens de Audrey, considerada a mulher mais bonita da história de Hollywood em 2009, são construídos discursos direcionados a um sujeito específico, este(a), em forma de inimigo.

A página fez tanto sucesso que hoje possui 1.144.163<sup>7</sup> fãs, uma loja de roupas com estampas semelhante aos discursos replicados na internet. Assim, o conteúdo ganha outras dimensões e circula, também, no universo offline. É válido ressaltar que as posições de dominação, os estabelecidos e outsiders, são tão aceitas e perpetuadas pelos usuários que já existe uma festa oficial da página, cujo slogan é "Se não for pra causar, eu nem vou". Assim, entendemos que apenas esta página nos oferece elementos suficientes para trabalhar com o sujeito e suas diversas posições.

Como a proposta é identificar as características dos estabelecidos e outsiders e os lugares sociais pelos quais os sujeitos enunciam na rede e manifestam suas filiações ideológicas, fizemos uma escolha arbitrária. Selecionamos três postagens com discursos que consideramos característicos dessa página, levamos em conta

---




<sup>6</sup> Mais informações sobre a atriz em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Audrey\\_Hepburn](http://pt.wikipedia.org/wiki/Audrey_Hepburn)

<sup>7</sup> Dados coletados da página no dia 24 de agosto de 2014.

também a repercussão da postagem, como as curtidas, os comentários e os compartilhamentos resultantes dela. Para facilitar a visualização, criamos a tabela abaixo com a sistematização dos dados coletados nas postagens.

### Análise da Postagem 1

A Postagem 1 é direcionada. Através da imagem de Audrey Hepburn de frente para um espelho, sorrindo enquanto se maquia, é lançado o Enunciado 1. Nota-se que o primeiro discurso não define exatamente sobre o que a postagem se refere e que, somente após um espaço de respiro e reflexão, o Enunciado 2 é apresentado. Observamos que os dois enunciados são produzidos por um personagem feminino (neste caso, Audrey Hepburn) com o temperamento extremamente ácido e intolerante.

Nome	Imagem	Texto	Curtidas	Compartilhamentos	Comentários
Postagem 1		Enunciado 1: "Me olhando no espelho e lembrando" Enunciado 2: "O motivo pelo qual você sofre todos os dias"	6.304	1.146	287
Postagem 2		Enunciado 1: "Gosto quando você me vê" Enunciado 2: "E abaixa a cabeça"	3.968	1.122	199
Postagem 3		Enunciado 1: "Seu recalque bate no meu sorriso colgate e volta em forma de flúor para seus dentes cariados"	6.314	2.244	575

**Tabela 1: Sistematização de dados coletados das postagens**

O conteúdo *vintage* sugere elegância e remete ao contexto dos anos 50, que se confirma com a foto de Audrey e ganha ênfase com os tons de preto e branco. A locutora, então, parece ser uma jovem com a beleza além das demais e que estabelece enunciados frios e cruéis para outras jovens que provavelmente a invejam, o que também já demonstra a hierarquia entre elas. Respondendo às questões de Pêcheux relacionadas ao locutor, primeiramente ressaltamos isto. O fato de esta a atriz ter sido escolhida para compor as postagens não foi aleatório. O lugar social da locutora é bem estabelecido, isto é, já se sabe que quem fala é a mulher mais bonita e que, portanto, está acima das demais. Existe, então, condições favoráveis e confortáveis ao locutor, que se beneficia e minimiza seus outsiders a partir de sua posição superior.

Na Postagem 1, o discurso se dirige a um sujeito específico, parece ser uma mulher que inveja a beleza da outra e sofre pelo fato de não ser tão bela quanto gostaria. A beleza da locutora, assim, parece ser o motivo da diferença. Está aí a coesão dos estabelecidos (ELIAS, 2000), a superioridade implícita na imagem e mencionada no Enunciado 2. As fronteiras se definem claramente em alguns aspectos. Primeiro, o Enunciado 1 define o locutor, do lado dos estabelecidos, amigos e superiores. Já o Enunciado 2 se dirige a alguém específico, uma pessoa que é diretamente atingida pela beleza da locutora do Enunciado 1.

A fronteira divide os lado dos amigos/estabelecidos, isto é, o lado dos belos do perímetro dos inimigos/outsideers, aquele cujo contato repudio e quero evitar. São sujeitos considerados feios. Sentimentos e valores também reforçam a beleza como parâmetro crucial para estar de um lado ou de outro da fronteira. Trata-se de uma mulher jovem e tão bonita que sabe o quão incômoda é sua beleza para as outras mulheres, as inimigas. A locutora reconhece a sua própria beleza e ri do sofrimento que causa em sua rival. A necessidade de afirmação é tão grande que ganha identificação na rede (vide números da Postagem 1 na Tabela 1), reproduzindo e perpetuando o estigma, além de dirigir-se a um destinatário específico. Exemplo dessa afirmação está na Figura 1 e Figura 2, retiradas de comentários da Postagem 1.





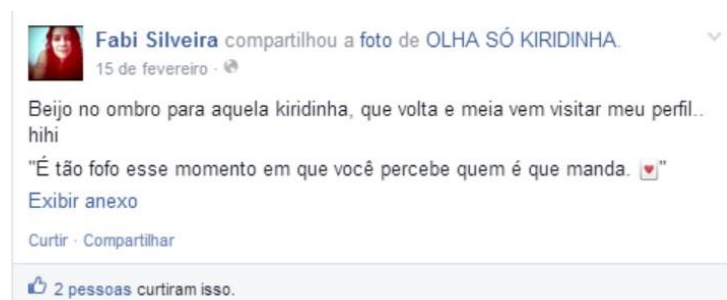
possível, sim, compará-la a uma figura sagrada, a uma espécie de Deus, nesse caso deusa.

Assim como a primeira publicação, a Postagem 2 utiliza a imagem de Audrey Hepburn(ou alguma mulher semelhante, que lembre a atriz), desta vez colorida, estruturada com um enunciado na parte superior e outro na inferior da postagem. No centro da imagem há reticências, ou seja, a pausa imposta pela própria construção da postagem é reforçada com este recurso gramatical. As palavras abaixo e cabeça estão alinhadas verticalmente, de modo que ao ler a primeira, o olho automaticamente já identifique a segunda palavra. Do lado superior, seguindo a mesma linha, está o pronome me e, no centro, um sorriso com reticências. Ao passar o olho rapidamente, o sujeito que está em contato com a postagem já encontra elementos suficientes para identificar o teor do conteúdo.

Seguindo as questões de Pêcheux, podemos sugerir as respostas sobre as formações imaginárias contidas aí. Quem fala é um locutor superior, digno de respeito e adoração. Os pontos que elevariam o lugar social de cada sujeito na Postagem 2 não são explícitos, mas presumimos que sejam os mesmos, já que é a mulher eleita como a mais bela da história de Hollywood que também está no centro da publicação. Assim, temos um sujeito que assume um lugar confortável e privilegiado, ao ponto de se sentir bem e ter seu ego massageado, sugerindo sujeitos inferiores e conformados com suas posições como os "servos" de sua beleza. Isto nos aponta as possíveis fronteiras, a de um subordinador e um subordinador bem definidos.

Apesar de se tratar da mulher mais bela da história, podendo transmitir seu discurso para qualquer mulher, percebemos o enunciado direcionado, assim como na Postagem 1, para uma mulher (aparentemente) específica. Boyd aponta a replicabilidade como uma característica de sites de redes sociais como o Facebook, e é isto que acontece quando, a partir da permanência do conteúdo na rede, 1.122 usuários compartilham a Postagem 2 em seus perfis. A informação contida na postagem é tão relevante para a usuária e tão representativa para construir sua FD online que a escolha, ao invés de ser a de curtir e comentar - o que se resumiria apenas a página e aqueles que acessam a Postagem 2 - foi a de compartilhar. Isto quer dizer que fixar a Postagem 2 em seu mural foi, além de propagar e perpetuar a

postagem, uma maneira de expor para os seus próprios contatos os valores e lugar social assumido para defender suas formações imaginárias, sua identidade e, principalmente, dirigir-se ao inimigo em questão.



**Figura 3: Compartilhamento da Postagem 2**

Na Figura 3, há o exemplo do fortalecimento do estigma e o estabelecimento de um lugar social superior. Ao pensar sobre a Postagem 2 junto a legenda proposta pela usuária que compartilhou, percebemos claramente que ela é a locutora superior, que estabelece uma "kiridinha" específica como sua outsider e dirige seu discurso ácido para ela. Novamente acrescentamos que esta mulher que inveja e almeja a beleza da outra pode ou não existir, uma vez que na internet não se tem certeza de quem, exatamente, tem contato com as informações divulgadas.

### **Análise da Postagem 3**

Seguindo a mesma linha das postagens anteriores, a Postagem 3 demonstra o discurso de uma personagem feminina que assume um lugar social superior e antecipa a inveja de uma rival específica, delimitando as fronteiras entre os estabelecidos - ela, a invejada - e sua outsider - determinado sujeito que deseja tomar sua posição, mas não consegue devido a sua inferioridade.

Na Postagem 3, além da beleza que gera recalques, o conteúdo atenta para o sorriso, evidenciando o sujeito estabelecido - aquele com sorriso colgate - e o outsider - que possui os dentes cariados. Desta vez, a mulher mais bonita da história de Hollywood se dirige a uma interlocutora recalcada, provavelmente por não ser tão bela quanto ela. Mesmo assim, a ironia deixa resquícios de pena, como se fosse preciso ajudar a cuidar dos dentes, parte essencial do sorriso, da inimiga. Quem fala é

tão bonita e invejada que, em um ato de bondade, parece ser gentil ao olhar para o lado, reconhecer seu outsider e continuar a agredi-lo implicitamente, mesmo que em forma de um enxaguante bucal com propriedades para auxiliar no combate e prevenção das cáries.

O termo "sorriso colgate" também é interessante nesta abordagem. Colgate<sup>10</sup> é uma marca de produtos de higiene bucal que sustenta, em um de seus slogans e em grande parte de suas peças publicitárias, o sorriso colgate, ou seja, aquele sorriso em que 9 entre cada 10 dentistas desejam para seus pacientes e, por isso, recomendam Colgate a eles. Assim, o sorriso colgate também se mostra como uma forma de superioridade e de como o lugar social do locutor é confortável para estabelecer seus outsiders. Nesta postagem, além de linda, quem fala é a mulher que possui o sorriso que 9 entre 10 dentistas desejam para seus pacientes.

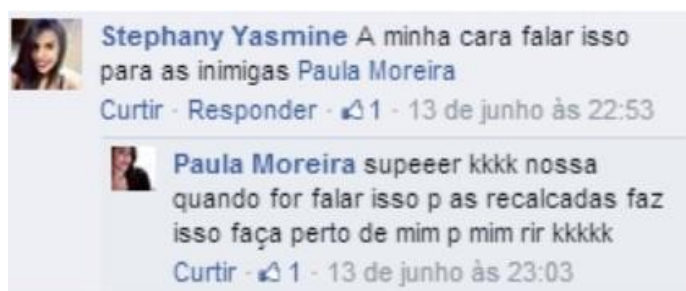


Figura 4: Comentário na Postagem 3

Por fim, a Figura 4 reforça o discurso da Postagem 3 ao marcar uma usuária que, aparentemente, sabe quem são as referidas inimigas. Aí a lógica amigo/inimigo e estabelecido e outsider fica clara. O comentário também evidencia uma das características das redes sociais mencionadas por Boyd (2007), a permanência do conteúdo online. A Postagem 3 foi publicada em 10 de junho de 2014, mas os comentários coletados e apresentados na Figura 4 foram feitos em 13 de junho do mesmo ano, o que mostra que a Postagem 3 continua presente na rede mesmo após sua publicação.

### A perpetuação dos estabelecidos e outsiders

---

<sup>10</sup> [www.colgate.com.br](http://www.colgate.com.br)

A menos que seja deletado, o conteúdo de cada postagem continuará sendo revivido a cada curtida, comentário e/ou compartilhamento, o que é preocupante, uma vez que é crescente o número de usuários conectados ao Facebook e que utilizam a rede para antecipar e moldar reações de interlocutores idealizados, que podem nem existir, mas mantêm vivos os estereótipos e a hierarquia entre padrões historicamente impostos e socialmente cultivados, de forma a dar cada vez mais visibilidade para um *alter* diferente, resultante de uma relação de exclusão de sujeitos com diferentes lugares determinados e explanados na rede.

As três postagens analisadas demonstram a fala de uma mulher ácida que se dirige a uma inimiga que a inveja por sua beleza. Percebemos em todas as publicações o quão aceitos foram os conteúdos e o quão natural foi sua propagação no Facebook. Através de compartilhamentos. O número de usuários que se identificou com a FD proposta nas postagens pode ser considerado relevante. Enquanto 1.146 sujeitos compartilharam com suas conexões a Postagem 1, 1.122 fixaram em seus murais a Postagem 2 e 2.244 amplificaram a visibilidade do conteúdo e o levaram para seus contextos pessoais.

## **Conclusão**

Observamos que o lugar social e a formação imaginária proposta pelos discursos da personagem da página OLHA SÓ KIRIDINHA, geralmente representada por Audrey Hepburn, gera identificação em milhares de fãs que, inclusive, não são necessariamente do sexo feminino, como mostramos anteriormente. A partir do sujeito e lugar social de Pêcheux (1995), buscamos elementos para identificar as fronteiras entre o locutor/amigo e o interlocutor/inimigo, complementando nosso trabalho com os conceitos de Elias (2000) de estabelecidos e outsiders.

Conteúdos travestidos de humor e ironia replicam e perpetuam estigmas consolidados historicamente. Tais valores e posições sempre existiram, mas se tornam mais visíveis e ganham mais força quando são manifestados nos sites de redes sociais. Assim, com a mediação de um computador é possível integrar grupos que falam do mesmo lugar social e preservam os mesmos ideais. Tudo isso é potencializado por não

estar limitado ao espaço físico e, por isso, capaz de transitar por diferentes redes e sujeitos de diversas ideologias e hierarquias sociais.

Neste trabalho, vimos que a superficialidade e a futilidade feminina ganham destaque na rede e que aquela considerada bela dentro dos padrões histórico e socialmente impostos tem propriedade para produzir seu discurso de uma posição superior, ou seja, por ser bonita, é aceitável que se humilhe as demais e use a beleza como forma de enobrecer sua acidez.

### **Referências Bibliográficas**

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade e Ambivalência** - Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999

BOYD, D. M. **Social network sites: Public, private, or what?** In: Knowledge Tree (2007). Disponível em: [http://kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/?page\\_id=28](http://kt.flexiblelearning.net.au/tkt2007/?page_id=28) (Acesso em agosto de 2014)

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

ELIAS, Norbert. (2000), **Os Estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder de uma pequena comunidade**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

PÊCHEUX, Michel **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**(1975). Trad. Eni Orlandi [et al.]. 2ª edição. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1995.

\_\_\_\_\_(1967). **Sob o pseudônimo de Thomas Herbert. Observações para uma teoria geral das ideologias**. Trad. brasileira de Carolina M. R. Zuccolillo, Eni P. Orlandi e José H. Nunes. RUA, nº 1, Campinas, 1995.

\_\_\_\_\_(1969). “**Análise automática do discurso (AAD-69)**”. In: GADET & HAK (org.). **Por uma análise automática do discurso**. 3ª ed., Campinas: Ed. da Unicamp, 1997

PRIMO, A.; TRÄSEL, M. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), 2006. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf> (Acesso em maio de 2014)

QUEVEDO, Marchiori: **Do gesto de reparar a (à) gestão dos sentidos. Um exercício de análise da imagem com base na Análise do Discurso.** Diss. Universidade Católica de Pelotas, 2012.

RECUERO, R.; ZAGO, G., **Em busca das “redes que importam”:** redes sociais e capital social no Twitter. Líbero, São Paulo, 2009.

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

VERNANT, J.-Pierre. **Entre mitologia e política.** Tradução de Cristina Murachco, São Paulo: Edusp, 2001a p.184