

## **O jovem e a construção da sua identidade através da publicização de imagens e postagens nas redes sociais**

Cíntia Sacramento<sup>1</sup>

### **Resumo**

Este trabalho busca problematizar a alteração nas práticas sociais dos jovens e a nova possibilidade de comunicação, não apenas textual, que vem se constituindo através das tecnologias contemporâneas. Com o objetivo de investigar dos jovens da periferia de Salvador, as motivações, as mudanças nas práticas sociais e comunicacionais e a interferência na constituição da sua identidade ao se exporem através de imagens no ciberespaço, a estudo terá como questão norteadora quais usos das tecnologias da comunicação e da informação são feitos de forma a permitirem uma constante construção de identidades nas redes sociais.

Palavras-chave: construção da identidade; redes sociais; práticas sociais.

### **Introdução**

O estudo busca problematizar a alteração nas práticas sociais dos jovens de Salvador e a nova possibilidade de comunicação, não apenas textual, que vem se constituindo através das tecnologias contemporâneas, bem como, as motivações, as mudanças nas práticas sociais e comunicacionais e os processos de subjetivação destes jovens ao se expor através de imagens no ciberespaço, utilizando como recurso as novas tecnologias da informação e da comunicação.

Para muitos jovens, as imagens mais que os textos, refletem com mais substância aquilo que pretendem comunicar. Neste sentido tratou-se a problemática que se apresenta nos efeitos que as imagens provocam nos indivíduos registrados. Os diálogos firmados entre indivíduo-imagem e imagem-receptor possibilitam “que o grupo seja agente de seu próprio discurso, fazendo um uso criativo dos meios visuais” (ARAÚJO, 2009).

Através da análise das imagens é possível examinar procedimentos, recursos empregados e resultados pretendidos pelos jovens expositores ao publicarem imagens de si nas redes sociais. COUTINHO (2005) aponta que a análise da imagem é importante para

compreender as mensagens visuais como produtos comunicacionais, especialmente aquelas inseridas em meios de comunicação de massa: fotografias impressas em jornais, anúncios publicitários, filmes, imagens difundidas pela televisão ou ainda disponíveis na Internet (p. 330-331).

As imagens dos jovens estão sendo analisadas através da linha de investigação que considera a necessidade do exercício do ver, que é fundamental para “realizar reflexões sobre a imagem ainda que tendo em conta o esvaziamento de sentido sofrido com a submissão desta à lógica da mercadoria” (COUTINHO, p.333). Uma análise que exige “decifrar as significações que a ‘naturalidade’ aparente das mensagens visuais implica. ‘Naturalidade’ que, paradoxalmente, é alvo espontâneo da suspeita daqueles que a acham evidente, quando temem ser ‘manipulados’ pelas imagens” (JOLY, 1996, p.43).

O interesse em mapear os processos subjetivos que se configuram nas redes sociais, não foi o apenas o desejo de fazer uma história dos mesmos, mas principalmente dar visibilidade à problemática que envolve os usos e a reprodutibilidades nesse espaço. Assim, ao se trabalhar diretamente com os jovens que utilizam as redes sociais, a partir de uma leitura de multiplicidades, será possível focalizar elementos normalmente desprezados numa análise apenas das redes.

Todo o estudo tem como base referências que trazem discussões sobre a exposição de “si” nos espaços virtuais, alterações das práticas sociais com o uso de imagens e posterior divulgação no ciberespaço, uso das redes sociais e seus efeitos, crimes virtuais e tantas outras problemáticas que se firmam ao se fazer uso das novas tecnologias da informação e comunicação, sobretudo, quando este uso está relacionado às redes sociais.

### **Autorretratos: O jovem e sua relação com a imagem digital**

Com o advento das câmeras digitais e a veiculação instantânea de imagens pessoais na internet, as relações rizomáticas vão se firmando tanto entre os envolvidos, como entre eles com o espaço virtual. Estes rizomas resultam em processos de subjetivação onde um “si” ou vários deles são construídos a depender das relações firmadas neste espaço. De acordo com DELEUZE e GUATARRI, o rizoma, não é uno nem múltiplo ele é multiplicidade por estar em devir.

o rizoma conecta um ponto qualquer com outro ponto qualquer e cada um de seus traços não remete necessariamente a traços de mesma natureza; ele põe em jogo regimes de signos muito diferentes, inclusive estados de não-signos. O rizoma não se deixa reconduzir nem ao Uno nem ao múltiplo. Ele não é o Uno que se torna dois, nem mesmo que se tornaria diretamente três, quatro ou cinco etc. Ele não é um múltiplo que deriva do Uno, nem ao qual o Uno se acrescentaria (n+1). Ele não é feito de unidades, mas de dimensões, ou antes de direções movediças. Ele não tem começo nem fim, mas sempre um meio pelo qual ele cresce e transborda. (1995, p. 31)

---

<sup>1</sup> Mestranda em Crítica Cultural na Universidade do Estado da Bahia. Email: cintiacsj@hotmail.com.

Os jovens que se colocam diante de uma câmera digital e que traçam seu perfil nas redes sociais, das diversas formas possíveis, tornam-se inúmeros a depender das novas relações que se firmam e dos pontos que se conectam. Sendo assim, é mais pertinente falar-se de perfis sempre inconclusos, considerando que “um rizoma não começa nem conclui, ele se encontra sempre no meio, entre as coisas, inter-ser, *intermezzo*” (IDEM, p.36).

Quem busca exposição encontra na internet, sobretudo nos *sites* de relacionamento um meio de divulgação ampliada, uma vez que possibilitam acessibilidade em todo o mundo, por qualquer pessoa. As câmeras digitais e os celulares que contêm este recurso são utilizados pelos jovens, que divulgam as fotos para serem admiradas por amigos, *voyeurs* e por eles mesmos.

Assim, a internet se tornou “palco” em que qualquer um pode ser a personagem que deseja. Mesmo os mais tímidos sentem-se à vontade nas redes sociais, que se tornam importante aliado para aqueles que desejam expor sua arte, seus trabalhos e (re)criar-se através das diversas formas de publicização de si.

É uma forma de divulgação livre e gratuita e que hoje, atinge grande parcela da população. De acordo com dados de uma pesquisa realizada com jovens publicada este ano pela ONG SaferNet, 80% dos entrevistados têm os sites de relacionamento como preferidos. “Graças a esse poderoso arsenal que hoje está à disposição de praticamente qualquer um, de fato agora você também pode criar livremente aquilo que seria sua principal obra. Isto é: a sua personalidade”. (SIBILIA, 2008, p. 234)

Os usuários das redes sociais não utilizam apenas as suas próprias imagens no processo de subjetivação de si, as páginas oferecem aplicativos que auxiliam na construção do si através dos compartilhamentos de páginas, postagens de vídeos e de textos nos perfis. As fotografias pessoais vêm para ratificar a personalidade construída através dos diversos recursos disponibilizados na rede. Já que a fotografia não tem caráter meramente ilustrativo, ela revela conteúdos.

Essa potencialização da exposição imagética alimentada pela internet provoca alterações nas práticas sociais dos jovens que a utilizam. SIBILIA (2008) afirma que a personalidade mostrada no ciberespaço é, sobretudo algo que se vê: uma subjetividade visível, uma forma de ser que se cinzela para ser mostrada. Dessa forma, aqueles que se consideravam tímidos diante das câmeras fotográficas que cobriam eventos familiares, hoje se colocam com naturalidade diante de uma câmera digital, expressando a pose ideal que valorize o modelo.

De acordo com MOSCOVICI (2001) a construção de si pode ser entendida como uma forma de

representar-se no ciberespaço,

O indivíduo sofre a pressão das representações dominantes na sociedade e é nesse meio que pensa ou exprime seus sentimentos. Essas representações diferem de acordo com a sociedade em que nascem e são moldados. Portanto, cada tipo de mentalidade é distinto e corresponde a um tipo de sociedade, às instituições e às práticas que lhe são próprias (p.49).

Nesse espaço comum, entretanto, é possível perceber que os jovens apresentam singularidades, como os modos de lidar com os amigos das redes; frequência de atualizações tanto de fotos quanto de textos pessoais; comunidades e o número delas; número de imagens e álbuns entre outros, mesmo que em alguns momentos tenham comunidades e modos de fotografar parecidos. Dessa forma, sob cada olhar distinto um novo “si” é criado que pode ou não corresponder ao desejo do usuário expositor. ROLNIK (1997) alerta que mesmo diante da pulverização de identidades há também uma padronização.

A mesma globalização que intensifica as misturas e pulveriza as identidades implica também na produção de kits de perfis-padrão de acordo com cada órbita do mercado, para serem consumidos pelas subjetividades, independentemente de contexto geográfico, nacional, cultural etc. identidades locais fixas desaparecem para dar lugar a identidades globalizadas flexíveis, que mudam ao sabor dos movimentos do mercado e com igual velocidade. (p.20)

Dessa forma, muitos jovens se apropriam das ideologias transmitidas por muitos espaços da cibercultura, que também serão absorvidas por outros jovens, na construção da sua identidade ou suas identidades. Um pertencimento que os ajuda na criação do “si” virtual. Para a autora para além de uma identidade há uma subjetividade na qual o indivíduo se reconhece como aquilo que é, é algo movente, poroso às mudanças ou não a depender da configuração histórico-social em que o indivíduo se encontre.

Diante disso, os recursos das redes sociais servem de aporte para o consumo das subjetividades lhes dando um modelo muitas vezes parecido. Mesmo quando a vontade é ser diferente - “viva a diversidade!” frase tão proclamada - os indivíduos terminam por se encontrarem em espaços que as identidades se cruzam e se assemelham. Sem perceber, os jovens modelam um “si” já existente dentro dos espaços, mas que possui “retoques” pessoais de cada um.

### **A imagem se virtualiza: dos porta-retratos ao álbum digital**

As fotografias são um recorte de um momento do passado que busca ser eternizado. Para tanto, os

registros não são feitos aleatoriamente, é necessário ter ocasião e delimitação apropriadas. As fotos de família até o início do século XX eram devidamente programadas. Era preciso reunir toda família, escolher a melhor roupa e posição. Todos precisavam estar bem colocados para o registro da melhor imagem, que comporia o retrato de família.

Uma das funções norteadoras do ato fotográfico, principalmente o amador e familiar, teria sido, desde o final do século XIX, a intenção de constituir uma memória privada, reforçando os laços identitários e produzindo um sentimento de continuidade no tempo, de coerência de uma pessoa ou de um grupo social na construção de si próprio. Desse modo, selecionar um instante para ser visto seria uma atitude de atribuição de relevância e distinção ao momento presente, transformando, a partir daquela seleção, o fato em acontecimento. (SANZ, 2006, p. 4)

Hoje, com a câmera digital é possível armazenar centenas de fotos a depender da capacidade do cartão de memória contido na câmera. Além disso, não há interesse em revelar as fotos, já que há álbuns virtuais que não demandam custo. Atualmente é comum encontrar entre os jovens autorretratos, fotos de si mesmos vendo seu melhor ângulo ou fazendo testes no sentido de escolher a melhor foto para a exposição. Com esse mecanismo, muitas fotos são enquadradas do pescoço para cima, ou feitas de corpo inteiro, o registro, porém, é feito da imagem no espelho ou fixando a máquina em uma base.

Segundo SIBILIA (2010) essa mudança no comportamento dos indivíduos em tornar sua privacidade pública reflete a mudança no momento atual que estamos inseridos.

É evidente que a intimidade tem deixado de ser o que era. Naquele outro contexto histórico dos “velhos tempos modernos” — isto é, aquele denso período que abrangeu todo o século XIX e a primeira metade do XX —, cada um devia resguardar sua própria privacidade de qualquer intromissão alheia, não só por meio de paredes opacas e portas fechadas, mas também mediante todos os rigores e pudores da antiga moral burguesa. Agora, ao contrário, a intimidade tem se convertido numa espécie de cenário no qual devemos montar o espetáculo de nós mesmos: a vitrine da própria personalidade. E esse show do eu tem que ser visível. (p.2-3)

As câmeras digitais, portanto, são um instrumento das mudanças comportamentais. A cada acontecimento, um *flash*, que deixa de ser relevante quando aparece um outro e assim as fotografias deixam de ter sua importância na memória de momentos especiais vividos anteriormente, para tornar o vivido em um acontecimento, algo que merece destaque, que é digno de nota. Contudo sua importância tem limite até que algo novo surja.

A rapidez das novidades que vão surgindo e evaporam manifesta-se na velocidade com que as imagens de cada indivíduo são registradas e guardadas nas câmeras digitais. Se antes os álbuns enchiam-se de fotos, cada uma em um momento especial, uma dada fase da vida, viagens feitas.

Hoje o que se registra é o presente. Se essas fotos ficarão guardadas, vai depender do interesse do fotógrafo e da capacidade de memória do computador e da câmera digital, mas muito, dificilmente, essas fotos serão reveladas e guardadas em álbuns.

A velocidade com que as imagens são feitas bem como a rapidez com que podem ser compartilhadas resulta no interesse por digitalizar mais do que revelar. São imagens para serem vistas, compartilhadas, comentadas e se possível elogiadas.

O desenvolvimento desse tipo de gerenciamento da imagem aparece profundamente relacionado à estética da velocidade, instituída, sobretudo, a partir da ideia de *tempo real*. Fotografar e ver (imediatamente) é uma experiência fotográfica inédita, absolutamente em consonância com nossa experiência temporal e certas expectativas culturais hoje socialmente compartilhadas. (SANZ, 2006, p. 5-6).

A exposição excessiva provoca uma preocupação com a aparência que está, de certa forma, relacionada com a publicidade, com as mídias. A todo instante, surgem às vistas do espectador-consumidor uma enxurrada de propagandas (direta e indireta) que incentivam a vaidade. De acordo com BERGER (1999, p.136), a publicidade “rouba o amor que o espectador tem por si próprio e oferece de volta pelo preço do produto”. São propagandas que incitam a compra e prometem a felicidade através daquilo que alimenta o ego do indivíduo - sua auto-estima, seu bem viver.

A busca da felicidade individual tem sido reconhecida como sendo um direito universal. No entanto, as condições sociais existentes fazem com que o indivíduo se sinta impotente. Ele vive na contradição entre o que ele é e o que ele gostaria de ser. (BERGER, p. 150)

O espaço virtual vai se constituindo num mundo próprio de cada usuário. Nele cada um pode ser o que quiser ou mostrar-se aos amigos que pouco conhece da melhor forma possível. Os álbuns são constantemente alterados, acrescentando fotos no sentido de exibir os espaços de convivência de cada um.

Em todos esses espaços o que conta é se mostrar, exibir um *eu* autêntico e real – ou, pelo menos, que assim pareça. A eventual obra que se possa produzir sempre será acessória: só terá valor se contribuir para ornamentar a valiosa imagem pessoal. Pois o importante é o que *você é*, o personagem que cada um encarna na vida real e mostra na tela, já que ninguém irá se importar com o que *você* (não) *faz*. (SIBILIA, 2008, p. 250)

As imagens expostas mostram o que cada um quer que vejam, pois são peças fundamentais no processo de subjetivação de si. O efeito que as publicações irão gerar dependerá, entretanto, dos olhos de quem vê mesmo diante de possíveis “contradições”.

## O processo de subjetivação de “si” e seus efeitos a partir de imagens e postagens publicadas na internet

A internet provoca um fascínio, principalmente, porque o indivíduo pode ser quem sempre desejou ou mostrar várias “máscaras” de si mesmo nas várias redes sociais. A internet, de acordo com PELBART (2000), permite a emergência de múltiplos eus e de novos sentimentos de si com eles criados. O *self* ciberespacial é a identidade que cada indivíduo pode assumir dentro do espaço virtual e

talvez esse deslocamento cibernético entre o *self* e o corpo não se inscreva na dicotomia cartesiana que pesa sobre nós, mas, justo ao contrário, anuncie uma estranha reviravolta, onde uma espécie de reencarnação virtual estaria em vias de reconfigurar o espaço corpóreo e incorpóreo, reembaralhando corpo e mente ao mesmo tempo que desafia a unicidade do *self*. (p. 18)

As imagens vistas através da internet refletem a identidade que assumem em outros espaços. As fotos, as comunidades que fazem parte, demonstram o processo de subjetivação frequente dos usuários na rede. A criação do “si” que discutimos é aquela que se processa no ciberespaço, marcada e delimitada – ou ultrapassando fronteiras – pelos jovens que possuem anseios, gostos, ideologias e estéticas próprias.

“Eu não sou como você me vê, mas como eu quero que você me veja”. Esta pode ser a frase motivadora para a escolha de cada atualização feita nas redes sociais da internet. As múltiplas identidades vão se configurando nos espaços, a depender “de quando ou como” cada indivíduo deseja transmiti-las. GUATARRI & ROLNIK (1986) ao analisarem os processos de produção de subjetividade, afirmam que os mesmos não se dão por centralização ou por semiotização, nem tampouco são exercidos por agentes individuais ou grupais. Estes autores apostam, antes, em seu funcionamento rizomático e em sua dimensão maquínica:

... [eles] implicam o funcionamento de máquinas de expressão que podem ser tanto de natureza extrapessoal, extra-individual (sistemas maquínicos, econômicos, sociais, tecnológicos, icônicos, ecológicos, etológicos, de mídia, enfim, sistemas que não são mais imediatamente antropológicos), quanto de natureza infra-humana, infrapsíquica, infrapessoal (sistemas de percepção, de sensibilidade, de afeto, de desejo, de representação, de imagens, de valor, modos de memorização e de produção idéica, sistemas de inibição e de automatismos, sistemas corporais, orgânicos, biológicos, fisiológicos, etc.). (p. 31)

Com frequência os jovens expõem álbuns cujo nome refere-se à apresentação de si, que contém fotos suas com algumas performances. Identificar-se com seus comportamentos alterdirigidos

ajudam na composição da *performance* e não do “caráter”, já que este é voltado para o interior. TAYLOR citado por GIDDENS (2002) afirma que para buscar um sentido de quem somos, precisamos ter uma noção de como nos transformamos e para onde vamos. É uma questão muito mais complexa do que apenas seleção de imagens ou escolhas de comunidades, bem como de textos. Para ele, é comum ao homem preservar a autoidentidade e expor apenas sua *performance*. “Todos os homens, em todas as culturas, preservam uma separação entre suas auto-identidades e as ‘performances’ que fazem em contextos sociais específicos” (p.59).

Nos espaços virtuais o jovem que ali se expõe e relata seus comportamentos deixa a mostra seus gostos, interesses, enfim, sua personalidade ‘alterdirigida’. Para cada um dos motivos que levam os indivíduos ao espaço virtual, é possível encontrar “sis” diferentes. Um que cuida das relações conjugais, um que discute em comunidades estudos de determinadas áreas, um para os momentos de diversão através dos jogos eletrônicos, ou que mostra seu lado social em momentos de lazer; ou que mostra sua paixão por poemas e poesias; ou discute culinária em blogs especializados.

Criações que estão por se constituir a todo instante, mas que com frequência buscam se enquadrar em determinadas identidades. Há uma crise presente na incerteza de que aquele indivíduo coerente e fixo torna-se vulnerável diante das mudanças e experiências proporcionadas pela contemporaneidade, pelos acessos que lhes são oferecidos, pelos avanços disponibilizados. Os processos de subjetivação produziram composições feitas de hibridismos, pensados não apenas na produção cultural, mas também da subjetividade não submetida a um princípio identitário, conforme afirma ROLNIK (1998). Há uma virtualidade permanente nos processos subjetivos que se atualizam em diferentes contornos não apreensíveis numa figura identitária. Para além de uma identidade suposta, estão em curso processos de subjetivação inapreensíveis por ela.

## **Conclusão**

A internet se tornou “palco” em que qualquer um pode ser a personagem que deseje, mesmo os mais tímidos sentem-se à vontade para se exporem e se relacionarem com outras pessoas, apesar de terem dificuldades nas relações sociais fora deste espaço. As ferramentas tecnológicas, que avançam vertiginosamente, alteram de modo sensível as práticas sociais de quem as utiliza. As fotos registradas, em outros tempos, por câmeras analógicas eram reveladas e guardadas em casa. Atualmente, porém, os registros feitos pelas câmeras digitais quase nunca são revelados em papel de foto e exibi-los para amigos e familiares não é, apenas, a intenção desejada, uma vez que são

divulgados na internet, aliada providencial por ser acessível em qualquer parte do mundo.

A internet tornou-se o “espaço mais democrático”, denominação que é vociferada pela mídia. É um universo paralelo com suas próprias regras de uso, de linguagem – a depender do espaço utilizado – e até de crimes como cyberbullying, sexting, roubo de dados, vírus, entre outros. Nas salas de bate-papo, homem pode ser mulher, crianças podem ser adultos, pessoas humildes se passam por abastadas e vice-versa. Não há limites para a criação de si ou de personagens. O que conta é o desejo de ser a personagem mais apropriada no momento para atingir o alvo, aparentemente, mais interessante.

Mesmo diante de tantos riscos, o número de usuários das redes sociais aumenta. Eles não utilizam apenas as suas próprias imagens para firmarem sua identidade ou reinventarem-se neste espaço. O processo de subjetivação ocorre nas redes sociais que auxiliam na construção do si através das comunidades, postagens de vídeos e de textos nos perfis.

É também através das redes sociais que os jovens buscam expressar seus sentimentos, suas fases boas ou ruins, demonstrarem-se apaixonados, decepcionados, tranquilos. Há quem prefira deixar a mostra apenas os acontecimentos felizes, mas há quem divida seus álbuns ou textos expressando as oscilações dos acontecimentos que vivem. A rapidez das novidades que vão surgindo e evaporam manifesta-se na velocidade com que as imagens de cada indivíduo são registradas e guardadas nas câmeras digitais. São imagens que aliadas à pose ou ao recorte que o modelo faz da fotografia postada podem evidenciar qual a criação que pretende representar através das redes de sociabilidade.

Através dos autores apresentados foi possível discutir conceitos (si, identidade, self, caráter, subjetividade etc.) para falar da complexidade que é tratar dessa experiência que os indivíduos vivem na contemporaneidade no ciberespaço. Quando se fala em rizoma, em mapear as linhas em uma pesquisa, está se falando em tecer em diferentes articulações os resultados obtidos tanto na pesquisa empírica como bibliográfica.

Dessa forma, através do mapeamento é possível considerar que o processo de constituição de si no ciberespaço é heterogêneo. Nestas construções de “si”, há tanto aqueles que buscam criar um si que expresse suas experiências poéticas, emocionais, estéticas, entre outras, como aqueles que se conformam às expectativas das comunidades às quais se integram, como ainda aqueles que tentam se ocultar atrás de uma personagem, que pouco ou nada expõe de si, para praticar toda sorte de atos lícitos ou não.

## **Referências bibliográficas**

ARAÚJO, Doralice. "O desejo se fotografou...": Um auto-retrato comunitário. Disponível em <http://www.studium.iar.unicamp.br/oito/6.htm>. Acesso em 23/05/2009.

BERGER, John. *Modos de ver*; Tradução de Lúcia Olinto. – Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

COUTINHO, Iluska. Leitura e análise da Imagem. In: DUARTE, J. e BARROS, A. (Org). *Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.

DELEUZE, Giles & GUATTARI, Félix. *Mil platôs - capitalismo e esquizofrenia*, vol. 1 / Gilles Deleuze, Félix Guattari ; Tradução de Aurélio Guerra Neto e Célia Pinto Costa. —Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995. 94 p. (Coleção TRANS).

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Tradução, Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2002.

GUATTARI, Félix & ROLNIK, Suely. *Micropolítica – Cartografias do desejo*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1986.

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Tradução Marina Appenzeller – Campinas SP: Papirus, 1996.

MOSCOVICI, Serge. Das representações coletivas às representações sociais: Elementos para uma história. In: JODELET, Denise (Org). Tradução Lillian Ulup. *As Representações Sociais* – Rio de Janeiro: EdUERJ. 2001.

PELBART, Peter Pál. *A Vertigem por um fio: Políticas da subjetividade Contemporânea*. São Paulo: Ed iluminuras, 2000.

ROLNIK, Suely. *Princípio antropofágico de individuação*. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, mar. 1998.

----- *Cultura e subjetividade: Saberes nômades*/Daniel S. Lins (Org). – Campinas, SP: Papirus, 1997.

SANZ, Cláudia Linhares. Imagem digital e fotologs: novas faces da temporalidade e da memória no cenário contemporâneo. Trabalho apresentado no VIII Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación - ALAIC 2006. Artigo disponível em <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n52/26Linhares.pdf>. Acesso em 25/03/2010.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*/Paula Sibilia. – Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

-----, em entrevista ao Instituto Humanitas Unisinos On line. Disponível em [WWW.diocesedecaxias.org.br/.../Show%20do%20Eu\\_PaulaSibilia.doc](http://WWW.diocesedecaxias.org.br/.../Show%20do%20Eu_PaulaSibilia.doc). Acesso em 21/03/2010.