



Tipificações em narrativas biográficas na rede Twitter: Presidenciáveis e *twitteiros* na fase pré-campanha eleitoral ¹

Alexandre Antônio NERVO ²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Resumo

Este trabalho pretende analisar a construção de narrativas biográficas, através da rede social Twitter, dos pré-candidatos a presidente do Brasil José Serra, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), e Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT). Parte-se da perspectiva teórica preconizada pela teoria da Biografia Sem Fim, de Felipe Pena (2004), que trabalha a noção de continuidade e amplitude comunicativa dos relatos biográficos. A teoria da Construção Social da Realidade, a partir dos postulados de Peter Berger e Thomas Luckmann (1973), é utilizada para a interpretação teórica dos referenciais biográficos presentes nas mensagens dos usuários, tomando-se como premissa central o emprego de esquemas tipificadores na descrição das impressões e detalhes das esferas pública e privada dos postulantes à Presidência do Brasil em 2010.

Palavras-chave

Ciberbiografias; Eleições; José Serra; Dilma Rousseff

1. Introdução

O temor pelo declínio civilizatório produziu nas sociedades o desejo de organizar as memórias a partir das narrativas orais e escritas. Desde os grandes biógrafos da antiguidade – Suetônio, Cornélio e, sobretudo Plutarco – a necessidade de reviver ambientes e trajetórias de vida representa para os povos “a grande paixão das épocas em que determinado tipo de civilização está prestes a corromper-se”, (CAVALHEIRO, 1943, p.12).

Ensina-nos Peter Berger e Thomas Luckmann (1973) que a ordenação das diferentes fases do indivíduo é capaz de gerar o sentimento de participação e segurança no cotidiano. A Teoria da Construção Social da Realidade aponta os universos simbólicos como princípio norteador da história, ao localizar o indivíduo em relação aos seus momentos passados, presentes e futuros. Em tal dinâmica, o conhecimento é transmitido para as gerações vindouras, por meio da linguagem, e previne a sociedade do enfraquecimento das legitimações institucionais que promovem a lei e a ordem.

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS). Bolsista CAPES. E-mail: aanervo@yahoo.com.br



Na afirmação dos papéis em exercício no ambiente societário, amar ou odiar o outro perpassa o processo de construção da própria identidade. Nas redes sociais, proliferam manifestações de apoio, admiração, dúvida, ironia ou rechaço, provindas de anônimos, ou mesmo de sujeitos e grupos identificados. Em tempos de corrida eleitoral para a Presidência do Brasil, no ano de 2010, o ciberespaço das redes de troca social proporciona o estreitamento de contato entre o público e as dimensões de vida pública e privada dos postulantes ao posto máximo do poder individual em uma república.

O conhecimento do senso comum, partilhado com os demais na rotina social, proporciona a compreensão das atitudes do outro. A realidade da vida cotidiana contém mecanismos cuja função é possibilitar que as intenções do outro sejam apreendidas, os quais são referidos como *esquemas tipificadores* (BERGER e LUCKMANN, 1973, p.49). Essas estruturas aproximam-se do anonimato, à medida que se afastam da situação de comunicação face a face.

As visões expressas por conteúdos de cunho biográfico, referentes aos postulantes ao cargo de Presidente da República, difundidas majoritariamente em período eleitoral, tendem a incitar o questionamento dos *esquemas tipificadores* presentes na vida cotidiana dos eleitores. A via de acesso ao conhecimento e a opinião acerca da vida privada das personalidades em destaque, para grande parte da população, circunscrevia-se prioritariamente ao território dos relatos jornalísticos, realidade de outrora que limitava o estabelecimento de uma ponte comunicativa entre emissor e público. Com a ampliação da esfera participativa, na esteira das redes sociais, surge a possibilidade de se interagir com a vida pública e privada de políticos e governantes.

Ao assumirmos que o espaço interativo da rede social Twitter propicia a extensão do universo biográfico de postulantes a cargo majoritário em período de preparação à campanha eleitoral, interessa-nos, para o presente estudo, os dados referentes ao cotidiano, explicitados nas postagens de internautas, na plataforma em questão, que discutem a trajetória dos presidenciáveis brasileiros para o pleito de 2010.

Felipe Pena (2004) fala sobre a criação de biografias interativas, organizadas em tópicos delimitados pelo autor e ancoradas em espaço interativo, que resultariam na oportunidade do público expressar as suas múltiplas experiências na interpretação da (s) identidade (s) do biografado. A proposta teórica de Pena permite-nos a elaboração de uma narrativa organizada por fractais dos pré-candidatos Dilma Rousseff e José Serra, a partir da seleção de impressões, informações e questionamentos protagonizados pelos



twitteiros, em processo interativo entre seus respectivos perfis e, dependendo da situação, interagindo com o próprio pré-candidato a presidente.

2. A notoriedade biográfica em rede: Comunicação, política e esfera pública

O perfil da pré-candidata Dilma Rousseff, no Twitter, foi criado no dia 11 de abril de 2010, com a seguinte mensagem: “Bom dia, boa tarde, boa noite p/ quem me lê em qualquer lugar do mundo. Começo hoje minha aventura no twitter. Quero aprender c/ vcs”. Ao contrário da oponente no pleito majoritário, o postulante José Serra participa da comunidade social há mais de um ano, com perfil estabelecido em 18 de maio de 2009. Diz a sua primeira postagem: “Inaugurando meu twitter. Sejam bem-vindos!”. É possível notar que as frases iniciais de ambos os pré-candidatos a presidente, na rede, enfatizam a participação do público em suas construções textuais, a partir dos respectivos perfis criados.

O desenvolvimento dos recursos tecnológicos de divulgação da informação é responsável por uma quebra nos paradigmas que diferenciavam hierarquicamente os papéis desempenhados pelos indivíduos em ambiente societário. Políticos tornam-se célebres através da difusão de suas imagens nos veículos massivos. Celebidades angariam postos na esfera governamental, via atuação por meio das plataformas midiáticas de divulgação e fixação de seus perfis. E o lugar do público fica cada vez mais próximo em termos de interatividade e diálogo com os ídolos, por meio dos recursos eletrônicos de comunicação.

Na modernidade, a principal preocupação dos governantes e postulantes a cargos representativos na esfera governamental, conforme indica John Thompson (2008), é a administração de suas respectivas imagens públicas. O vertiginoso desenvolvimento dos recursos para a mediação entre os cidadãos ordinários e os sujeitos detentores dos papéis de gestores públicos cria um universo onde “aqueles que exercem o poder é que são submetidos agora a um determinado tipo de visibilidade, mais do que aqueles sobre quem o poder é exercido” (THOMPSON, 2008, p.121).

O período que marca intensa profusão de informações sobre as biografias dos políticos profissionais, nos veículos de imprensa do Brasil, não é outro senão os meses que antecedem as eleições. Fenômeno ancorado na particularidade de um momento que,



pontua um comentarista, “reflete a participação ampliada de políticos e cidadãos no campo da política” (RUBIM, 2002, p.44).

De acordo com a legislação eleitoral vigente³, para o pleito de 2010, a campanha eleitoral oficial somente poderia iniciar a partir do dia 5 de julho do corrente. A propaganda dos candidatos através da Internet é admitida por meio de *blogs*, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados. Ao reportar-se ao período pré-eleitoral, o presente trabalho enfoca uma prática que, por intermédio da rede mundial de computadores, possibilita a veiculação da imagem do pré-candidato em âmbito público e a divulgação de propostas eleitorais muito antes da data oficial estipulada em lei.

O acesso a detalhes da vida íntima e do currículo político, com a possibilidade de diálogo mediado entre políticos profissionais e público eleitor, ganha impulso com o incremento das tecnologias do imaginário. É quando o universo informático permite, via livre-expressão no ciberespaço, um alargamento da experiência e da consciência humana. Fantasias de construção e partilha coletiva tomam formas ativas nos espaços de informação e comunicação cibercultural.

A consciência já não será mais limitada pelos entraves do tempo e do espaço, mas poderá se expandir livremente pelo infinito espaço virtual das redes. Ela passará a ser ubíqua, como uma divindade que ultrapassa todas as barreiras espaço-temporais (FELINTO, 2005, p.47).

As construções textuais que tocam o gênero biográfico encontram cada vez mais espaço para a expressão e o consumo individual através da rede mundial de computadores. *Homepages* pessoais, *weblogs* e *fotologs*, além da própria enciclopédia eletrônica Wikipédia, e as redes sociais como o Twitter e Orkut, apontam para “a necessidade do alargamento das noções mesmas de biografia e do biográfico” (HERSCHMANN, 2005, p.8).

O atual cenário das redes sociais acena para o diálogo entre o tradicional e o moderno, a partir de três dimensões de análise, segundo Scherer-Warren (*apud* MAIA, 2006, p.215): a temporalidade, a partir da conexão de tempos sociais distintos; a espacialidade, com a criação de novas temporalidades; e a sociabilidade, com novas formas de relações sociais em um novo tipo de esfera pública.

³ Resolução 23.191 – instrução nº131 – classe 19ª Brasília – Distrito Federal. Relator: Ministro Arnaldo Versiani. Artigos referidos: 19º e 20º.



A revisão analítica do conceito de esfera pública, atribuído a Jürgen Habermas, considera que a formação da opinião pública é operada a partir da mediação entre o mundo da vida e o universo político. A canalização dos impulsos provindos de uma esfera para a outra é realizada a partir de uma sociedade civil desvinculada do mercado e do Estado (AVRITZER e COSTA *apud* MAIA, 2006).

O fluxo da informação de interesse público pela mídia pode ser resumido em descrição baseada nos postulados de Maria Helena Weber (*apud* MAIA, 2006): ações de instituições e sujeitos públicos geram a informação de interesse público que, por sua vez, ensinará a participação da mídia na repercussão pública dos fatos.

A sociedade civil organizada utiliza-se dos espaços disponíveis nos veículos de difusão da informação em nome do bem-estar e dos interesses dos cidadãos em geral. Os retratos advindos da dialética entre mundo comum e esfera governamental, via estreito contato entre a comunicação e a política, serão os responsáveis pelo delineamento do imaginário público acerca da realidade política vigente em determinada sociedade.

É nesse setor que o estudo da comunicação política e o estudo do comportamento político entram em contato mais estreito, pois todos os nossos atos políticos estão ligados pelas imagens da realidade política ou ‘retratos da nossa cabeça’ que trazemos conosco (FAGEN, 1971, p.88).

As estruturas e instituições que podem ser empregadas para a comunicação, a fim de proporcionar o funcionamento do sistema político são, de acordo com o clássico estudo de Richard Fagen (1971, p.51-64): as organizações, como os partidos políticos e sindicatos; os grupos, formados a partir da comunicação menos formal e de menor permanência entre coletividades; a comunicação das massas, realizada a partir das redes de comunicação; e os canais especiais para articulação e agregação de interesse, marcados pela agregação circunstancial e transitória.

Tomando como referência a distinção proposta por Fagen, podemos compreender o uso das redes sociais para a difusão de conteúdo eleitoral, ao focar-se a participação do público em tribuna mundial de discussão, como canal especial de comunicação e agregação de grupos que buscam a troca de relatos, experiências e informações. A inter-subjetividade, expressa em espaço de partilha de informações do



cotidiano e diálogo entre indivíduos, como ocorre na rede social Twitter, propiciaria a manifestação do âmago das ideias e interpretações acerca do cotidiano.

Os seguidores dos candidatos à Presidência da República, na rede social em questão, têm a oportunidade de produzir conjuntamente narrativas de cunho biográfico que reforçariam as heranças e feitos passados do indivíduo de quem se fala, no momento em que este tem a sua vida especulada e desvendada publicamente por terceiros.

3. Procedimentos metodológicos

Partimos da premissa de que o ambiente cibercultural potencializa a construção de narrativas ciberbiográficas marcadas pela participação do público. Considera-se, a respeito da interação no âmbito do Twitter, que as mensagens provindas dos usuários, sobre a vida e as características dos presidenciáveis, acessíveis mediante busca nominal no sistema da rede social, possibilitam a construção de uma breve biografia dos sujeitos a que se referem. Esses dados, que atuam em complemento com *links* externos de detalhamento, frequentemente referidos nas mensagens dos usuários, ensejam comentários, ou mesmo, a disseminação da mensagem inicial por terceiros (conhecidos como *retweets*), ampliando o alcance e a construção da informação. Tanto o texto das mensagens originais ou de *retweets* como o conteúdo dos *links* externos são considerados para o presente estudo.

O *site* de relacionamentos Twitter pode ser compreendido como uma aplicação pioneira em seu segmento (MURARO e MAIA, 2007), ao permitir que o usuário divulgue postagens de até 140 caracteres, partindo da resposta a um questionamento aparentemente frugal: “o que você está fazendo?”. Os participantes podem, assim, seguir e serem seguidos por outros participantes. No Twitter, os espaços criados pelos dois pré-candidatos que lideram as intenções de voto⁴, no período em análise, são abastecidos com postagens curtas sobre suas vidas, com conteúdo opinativo que toca a esfera pública e a privada, a partir de mensagens que discutem desde propostas de governo até capítulos de novelas e partidas de futebol.

Princípio norteador da Teoria da Biografia Sem Fim, de Felipe Pena (2004), a criação biográfica por fractais, em caráter colaborativo, partindo-se do compartilhamento das experiências de quem tem algum dado ou ideia acerca do personagem em foco, será aqui empregada para definir os principais eixos temáticos em

⁴ De acordo com pesquisa CNT-Sensus (CNT 101), no período de 10 a 14 de maio de 2010.



que se enquadram as intervenções dos internautas conhecidos como *twitteiros*. Dessa maneira, a manifestação dos *twitteiros* sobre tópicos da vida de José Serra e Dilma Rousseff é organizada por fractais, ou seja, o conteúdo é selecionado e dividido a partir de blocos temáticos, anteriormente estipulados, relacionados à trajetória do biografado.

Durante período de sete dias, entre 26 de maio e 1º de junho, na fase pré-campanha eleitoral de 2010, foram realizadas duas buscas simples diárias com os nomes José Serra e Dilma Rousseff no campo que possibilita a listagem dos tópicos referidos nas mensagens do dia postadas nos perfis dos usuários da rede Twitter. De todos os relatos encontrados em cada busca nominal referente ao dia pesquisado, foram coletados apenas os depoimentos que se enquadravam em algum dos blocos temáticos definidos anteriormente.

Para efeitos de enquadramento temático, relacionamos os seguintes fractais, ou blocos temáticos como referido anteriormente, para cada aspirante a presidente: “José Serra/Dilma Rousseff em pré-campanha eleitoral”; “História de vida de José Serra/Dilma Rousseff”; e “Impressões do público sobre José Serra/Dilma Rousseff”.

Foram coletadas 86 mensagens (*tweets*) que fazem referência à trajetória do pré-candidato José Serra, enquadradas da seguinte maneira: 45 *tweets* cujo assunto remetia a “José Serra em pré-campanha eleitoral”; cinco *tweets* sobre “História de vida de José Serra”; e 36 *tweets* pertinentes a “Impressões do público sobre José Serra”. Quanto às buscas simples realizadas pelo nome de Dilma Rousseff, foram coletadas 79 mensagens no total, separadas nos seguintes eixos temáticos: 44 *tweets* para “Dilma Rousseff em pré-campanha eleitoral”; seis *tweets* quanto a “História de vida de Dilma Rousseff”; e 29 *tweets* sobre “Impressões do público sobre Dilma Rousseff”.

A Teoria da Construção Social da Realidade, na perspectiva de Peter Berger e Thomas Luckmann (1973), é utilizada sob a luz do conceito de tipificação, a fim de identificar as generalizações empregadas pelos seguidores dos presidenciáveis no Twitter, na compreensão das esferas pública e privada do indivíduo.

4. Resultados e discussão: As tipificações em biografias através do Twitter

Na expressão das opiniões individuais, alerta-nos Walter Lippmann (2008), o público ampara-se em elementos que lhe são distantes em termos de espaço e de tempo. Os estereótipos e imagens mentais são os recursos de que as pessoas dispõem para a construção de opiniões e ideias particulares sobre o mundo (LIPPMANN, 2008, p.83). O legado teórico de Berger e Luckmann (1973) permite-nos considerar o conhecimento provindo da experiência no mundo da vida cotidiana como elemento central para o

reconhecimento de si e do outro em um mundo intersubjetivo. Conforme os principais assuntos levantados em cada tópico da biografia, aferimos os seguintes esquemas tipificadores utilizados pelo público nas postagens:

Assuntos	Tipificações
<i>Elaboração de dossiê</i>	contravenção; desestabilização
<i>Ficha criminal de Dilma</i>	rejeição; incredulidade
<i>Mudanças estéticas de Dilma</i>	vaidade; falsidade
<i>Hábitos noturnos de Serra</i>	anormalidade; incomum
<i>Agenda política dos pré-candidatos</i>	espetáculo; evento

Pela leitura do conteúdo das mensagens selecionadas, verificamos que a experiência do período pré-eleitoral, via rede social aberta ao grande público, permitiu a mediação para o diálogo que conduziu à apologia, ou ao questionamento, de padrões ideológicos hegemônicos para determinados grupos. Ideologia, na acepção de Berger e Luckmann (1973, p.167), consiste nas interpretações diversas, ocorrentes em um mesmo universo global, sob a variável dos interesses concretos adquiridos na sociedade em questão. Os blocos temáticos “História de vida de José Serra” e “História de vida de Dilma Rousseff” concentraram-se em breves relatos biográficos, resgatados de publicações jornalísticas ou de fontes independentes, que conferiam ênfase a determinados episódios da trajetória de ambos. No caso de José Serra, o cerne das discussões ficou em torno do conteúdo de suposto dossiê encomendado pelo partido adversário. O passado político, com a descrição de atividades classificadas como criminosas, cometidas por Dilma Rousseff, foi o foco das postagens dentro dessa temática para a pré-candidata petista.

A referência à existência de um dossiê contra a filha de José Serra surge a partir de *tweet* postado no dia 1º de junho. A mensagem, largamente repassada por usuários via *retweet*, coloca a palavra dossiê entre aspas e posiciona *link* externo que remete a texto em *blog* intitulado “Amigos do Presidente Lula”. As informações no *blog* indicam que Verônica Serra, filha de José Serra, teria recebido uma bolsa de estudos para pós-graduação na universidade de Harvard, custeada por donos de tradicional fusão de cervejarias no Brasil. A ironia transparece tanto nas aspas empregadas em “dossiê”



como na sugestão de que os financiadores do curso mantinham estreita relação com José Serra e correligionários. O assunto da elaboração de suposto dossiê contra José Serra foi amplamente repercutido pelos principais veículos jornalísticos nos dias subsequentes.

A informação logo ensejou a manifestação ideológica no Twitter, a partir de duas leituras opostas para a existência do dossiê. Surgiram críticas à pretensa criação de dossiê, questionando as intenções dos integrantes do partido adversário em *retweets* de mensagem oriunda do Blog do Noblat, em 1º de junho: “Tem aloprado q montou dossiê contra Verônica, filha de José Serra, e saiu oferecendo a veículos de comunicação”. No mesmo dia, aparecem críticas a Serra em função do sigilo mantido quanto à esfera privada do pré-candidato, dizendo que “Dossiê ã tem nada de secreto. Fatos q a imprensa oculta. Serra é um homem público. Relações devem ser transparentes” (Luis Albiero, em 1º/06/2010). A ideologia, nas duas mensagens citadas, caracteriza-se pela interpretação de um mesmo contexto factual sob prismas diferenciados pelo ponto de vista de quem opina. A tipificação comum, empregada por ambas as leituras, é a desestabilização provocada pelo surgimento da palavra “dossiê” no cenário político. Na crítica aos supostos realizadores do dossiê, a noção de que o emprego desse instrumento, em período pré-eleitoral não é aceitável; na crítica a José Serra, a tentativa de distinção entre o termo “dossiê” e a concepção da informação de interesse público.

A utilização de determinados significados tensiona os esquemas tipificadores que, para cada agremiação partidária, remetem aos princípios de ética e lisura na disputa política. Do total de seis mensagens elencadas no fractal “História de vida de Dilma Rousseff”, três postagens referiram como relevante, na trajetória da pré-candidata, o destaque para a existência de uma ficha criminal a partir de suas atividades de guerrilheira durante o período de Ditadura Militar no Brasil. No entanto, na divisão temática “Impressões do público sobre Dilma Rousseff”, de 29 *tweets* apenas três fazem alusão à ficha criminal de Dilma Rousseff em tom de questionamento ou descoberta recente e, como a análise do texto demonstra, com caráter de surpresa:

“Descobri, assistindo Batismo de Sangue, que a candidata Dilma Rousseff fez história nas torturas dos comunistas, vamos elegê-la?” (borgesmari, em 27/05/2010)

“Vocês sabiam que a *Dilma Rousseff* estava envolvida no seqüestro do embaixador norte-americano, na década de 60?” (oliviamesquita, em 26/05/2010)



“Recebi um email sobre *Dilma Rousef* não poder estar no EUA sob risco de prisão (sic). Por causa de um sequestro nos anos 60. Alguém sabe sobre?” (PatriciaZV, em 26/05/2010)

Digno de nota o emprego do termo “ficha criminal”, utilizado pelas postagens que referiam reportagens sobre a trajetória de guerrilha de Dilma Rousseff, mediante *links* externos, levantou suspeitas, ensejou comentários e críticas, além de trazer à discussão o sentimento de incredulidade em parcela do público que desconhecia o período na trajetória de vida da pré-candidata.

É notável a forma como dados de contravenções, no currículo de postulante a cargo eletivo, foram promovidos de maneira objetiva e racional por intermédio de mensagens que obtiveram amparo na chancela jornalística, com o uso da citação de conteúdo oriundo de jornais, revistas ou *blogs* em postagens individuais. A disseminação da sensação de desconfiança de internautas a respeito da imagem pública de Dilma Rousseff, tomando-se como base as referências de relatos biográficos do passado, permite inferir que a intenção era o abalo de concepção intrínseca no meio social em questão. É possível que grande parte dos sujeitos, ao tomarem como referência o discurso político-social majoritário de combate ao crime e às manifestações revolucionárias conspiratórias, entenda que a lisura na trajetória de vida para aspirante efetivo ao cargo de presidente da nação seja preceito inegociável.

Desconfiança e ironias surgem também quando o assunto é a imagem estética dos pré-candidatos, quesito no qual a personalidade feminina superou o adversário José Serra em número de comentários. As mudanças na apresentação visual foram referidas por cinco *tweets* no fractal “Impressões sobre Dilma Rousseff”.

“*Dilma Rousseff* já mudou várias vezes o visual para ver se agrada aos eleitores. A embalagem está valendo mais do que o produto.” (TalitaInaba, em 30/05/2010)

“O gasto com a maquiadora de *Dilma Rousseff* nos States foi de R\$ 12.800 (hospedagem e passagem). Vai vendo aí...” (vivianenovaes, em 28/05/2010)

“E a galera do Photoshop? rs RT @RevistaEpoca: Conheça o cabelereiro e a maquiadora que mudaram visual de Dilma Rousseff.” (rkaveski, em 27/05/2010)

“Vamos falar sobre o cabelo da *Dilma Rousef*. Nossa mãe. Pelo amor da Santa Caroxa Né.” (marifigueiredo2, em 26/05/2010)



“Geente, que medo do topete da *Dilma Rousseff*.” ([lucas lmc](#), em 26/05/2010)

Neste campo de discussão, observa-se que a iniciativa de tornar-se belo e bem-apresentável diante dos *flashes* e câmeras televisivas é motivo de críticas provindas de *twitteiros* que consideraram insatisfatórias as intervenções estéticas realizadas em Dilma Rousseff. Por não enquadrar-se na noção de beleza empiricamente sustentada pelos críticos, a pré-candidata é considerada feia e artificial, em termos visuais, com base nos depoimentos acima destacados. O fato da postulante do sexo feminino ser o alvo preferido dos comentários acerca do físico, fato constatado no estudo, demonstra que a identidade da mulher é ligada à vaidade e sujeição aos preceitos estéticos do mundo da vida, especialmente quando se encontra em situação de exposição pública da imagem. A discussão acerca do tema foi impulsionada a partir de publicação de reportagem sobre “os segredos da transformação visual de Dilma Rousseff”, publicada no dia 27 de maio de 2010 na revista *Época*. O texto jornalístico foi referido por usuários na rede.

Em termos comportamentais, reparamos um fato interessante, que beira ao cômico, nos comentários sobre os hábitos noturnos de José Serra. Como as postagens do Twitter permitem visualizar dia e horário em que foram publicadas, chamou a atenção dos internautas o costume do pré-candidato de utilizar a rede ao longo das madrugadas. Ironia e estranheza seguem à constatação de que Serra seria um notívago, na acepção vernácula do indivíduo que troca o dia pela noite, em três relatos dentro da divisão temática “Impressões sobre José Serra”.

“José Serra, o sr. não dorme não?? twittando 4h da madrugada rs.. abraços.” ([cordelialg](#), em 27/05/2010)

“Estou seguindo o José *Serra* e realmente ele é um vampiro. Só twitta de madrugada!!!” ([MabiZamboni](#), em 28/05/2010)

Certeza! RT [@marcelbez](#) José Serra tuíta às 3h, 4h da madrugada. Quando acabar acha ruim pq é chamado de vampiro.” ([danielcsilverio](#), em 29/05/2010)

Os compromissos dos pré-candidatos na rotina da pré-campanha eleitoral foram diariamente descritos nos fractais “Dilma Rousseff/José Serra em pré-campanha eleitoral”. Tomando-se como referencial as descrições dos usuários do Twitter, é possível elaborar uma pequena agenda dos eventos e encontros de pré-campanha eleitoral durante o período de análise. Em “Dilma Rousseff em pré-campanha eleitoral”, cinco mensagens destacam em detalhes a agenda da pré-candidata:



“Dilma Rousseff cumprirá agenda em Goiânia amanhã, quarta.”
([SECEG](#), em 01/06/2010)

“Dilma Rousseff, se encontra às 10h desta terça-feira (1), em Brasília, com o cineasta norte-americano Oliver Stone.” ([blogdilma2010](#), em 31/05/2010)

“Dilma Rousseff participa de encontro de mulheres em Belo Horizonte”
([politicos_am](#), em 29/05/2010)

“Em Chapecó, Dilma Rousseff aponta energia eólica como alternativa para abastecimento” ([joinville_sc](#), em 28/05/2010)

“*Dilma Rousseff* na Rádio Record, às 11h, ao vivo no programa Paulo Barboza, acesse o link.” ([basiliomagno](#), em 26/05/2010)

No fractal “José Serra em pré-campanha eleitoral”, seis mensagens descrevem as aparições públicas do pré-candidato detalhadamente:

“Acompanhem aqui (<http://bit.ly/cugREt>) e aqui (<http://bit.ly/byYMUT>) a passagem de José Serra pela cidade de Alagoinhas.” ([Paulo Souto](#), em 31/05/2010)

“Galera amanhã o candidato á presidencia Jose Serra ira conceder uma entrevista ao programa é notícia da rede TV, sera 00:15 hrs, imperdível!” ([mahsiqueira](#), em 29/05/2010)

“Neste sábado, José *Serra* estará em Cuiabá para lançar a pré-candidatura de Wilson Santos.” ([enock_paginadoe](#), em 28/05/2010)

“Hj o presidenciável José *Serra* estará em Recife, para o lançamento da candidatura de Jarbas Vasconcelos ao Governo de Pernambuco.” ([camilapimenttel](#), em 28/05/2010)

“Confirmado. José Serra desembarca em Gramado hoje à tarde.” ([Carolina Bahia](#), em 27/05/2010)

“Candidato à Presidência, José *Serra*, cumprimenta eleitores em caminhada pelo bairro do Catete, RJ.” ([minhacidadetem](#), em 26/05/2010)

O detalhamento das agendas de pré-campanha denota a tipificação de “espetáculo político” para a rotina pública dos pré-candidatos, considerando que a maioria dos compromissos consiste em encontros com eleitores e personalidades, participação em eventos e concessão de entrevistas para emissoras de rádio e televisão. As agendas dos postulantes à Presidência da República são acompanhadas por simpatizantes que vibram diante da possibilidade de breve interação.



“Eu falei com o José *Serra* hj!!!! lol. Eu estava estudando numa biblioteca ai ele apareceu.aff Nem terminei de estudar.Aff.”
(RomarioFonseca, em 26/05/2010)

“Emocionante o discurso da pré-candidata *Dilma Rousseff*, em Chapecó.”
(lucarminatti, em 28/05/2010)

O diálogo entre o público e os pré-candidatos é viabilizado através do envio de perguntas diretamente para o perfil do presidenciável na rede. “Até agora estou sem acreditar que o candidato a presidência José **Serra** respondeu a pergunta da minha amiga @lacerda_mila pelo twitter!”, testemunha a usuária do Twitter manuellaperez, seguidora do perfil de José Serra, em mensagem postada no dia 1º de junho.

5. Considerações finais

O espetáculo invade todos os campos da experiência, da vida cotidiana à política, como constata Douglas Kellner (*apud* MORAES, 2006, p.134), e cada vez mais ingressa na dimensão do ciberespaço. O infoentretenimento, termo cunhado pelo autor, condiz com a realidade observada na interação via rede social, na construção da trajetória de vida dos presidenciáveis: a junção de mídia, computador, entretenimento e informação. A noção de entretenimento, no Twitter, é reforçada pelas postagens em que internautas dizem não acreditar que o próprio pré-candidato respondeu às questões por eles enviadas e ao destaque conferido para as performances em eventos públicos e espaços midiáticos – é a espetacularização dos políticos, associada ao entretenimento virtual. A rede Twitter possibilita o processo em que a biografia se constrói enquanto processo em que cada sujeito anônimo (que deixa de ser anônimo) pode participar.

Cingidos por realidade de extensiva difusão informacional, concernente ao indivíduo e à vida pública das personalidades políticas, os sujeitos tendem a concentrar-se em tópicos intrinsecamente conectados às suas rotinas ou temas de grande repercussão social (OSKAMP, 1977, p. 116). A presente análise, ao empregar a divisão da biografia dos presidenciáveis nos blocos temáticos “José Serra/Dilma Rousseff em pré-campanha eleitoral”, “História de vida de José Serra/Dilma Rousseff” e “Impressões do público sobre José Serra/Dilma Rousseff”, demonstra que o público preferiu a discussão de assuntos que tratavam de períodos polêmicos na história pessoal dos pré-candidatos, da imagem e de características pessoais dos indivíduos, além de suas aparições e declarações protagonizadas na esfera pública. São tratados mais do que



simplesmente como pré-candidatos: em alguns momentos, o público os confunde com verdadeiras celebridades midiáticas, em que os escândalos e períodos polêmicos de suas vidas recebem maior destaque e interesse do que aspectos triviais de seu cotidiano ou propriamente suas propostas e ideias políticas.

Os pareceres públicos quanto às atitudes e traços comportamentais dos pré-candidatos permitiram a identificação de esquemas tipificadores da realidade do mundo cotidiano: a palavra dossiê despertou ojeriza, ao ser relacionada com o contexto eleitoral de ambos; mudanças estéticas foram julgadas sob o ponto da obsessão feminina pela beleza e pelo zelo excessivo da imagem em ambiente midiático, catalisador do sentimento de artificialidade diante da imagem pública do personagem político. A referência a antecedentes criminais de aspirante à Presidência gerou incredulidade em boa parte do público. Traços comportamentais inesperados, como dormir tarde, despertaram o interesse e a discussão pública, sob o prisma do exotismo e da estranheza diante de diferenças.

O período de uma semana, para a análise, mostrou-se satisfatório e, por meio de duas pesquisas simples diárias, pelo nome dos pré-candidatos, permitiu o acompanhamento da rotina dos mesmos e o acesso a informações de suas trajetórias de vida disseminadas por organizações e cidadãos ordinários na rede social. Nesse sentido, a aparente liberdade de acompanhar o percurso do representante político em tempo real, via rede de compartilhamento de narrativas biográficas, pode ser considerada como um conciso passo rumo à democratização ao acesso e à produção de informação histórica. Aos usuários do Twitter é oportunizado o debate em esfera pública, cujas ideias e questionamentos podem ecoar na pauta dos veículos de comunicação social. Contudo, é premente ressaltar que a visibilidade do cotidiano continua dependente da edição jornalística e da expressividade dos formadores de opinião. Indica-nos Maria Helena Weber (*apud* MAIA, 2006, p.117) que a visibilidade da política, em grande parte guiada pelos interesses midiáticos, é dependente dos sofisticados processos de agendamento no espaço público.

A credibilidade da informação, difundida em espaço colaborativo, pela rede mundial de computadores, depende do capital social de quem a emite, associado à adesão de grupos ao argumento defendido. Conforme demonstra a presente análise, muitas vezes essa credibilidade ampara-se na chancela dos grandes veículos jornalísticos. Verifica-se, dessa forma, a interação entre grande público e representantes de organizações da mídia nacional, no espaço cooperativo da rede social Twitter, para a



construção das grades discursivas quanto à visibilidade pública dos postulantes a cargo eletivo em período pré-campanha eleitoral. As narrativas biográficas colaborativas criadas nesse ambiente refletem tanto as dimensões analíticas presentes nos veículos de imprensa como o pensamento independente de organizações partidárias e simpatizantes dos pré-candidatos em questão.

6. Referências bibliográficas

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: Tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Vozes, 1973.

CAVALHEIRO, Edgard. **Biografias e biógrafos**. Curitiba: Guaíra, 1943.

FAGEN, Richard R. **Política e comunicação**. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.

FELINTO, Erick. **A religião das máquinas: Ensaio sobre o imaginário da cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **Mídia, memória & celebridades**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MAIA, Rousiley Celi Moreira. **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006.

MORAES, Dênis (org). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MURARO, Marcelo; MAIA, Marta Regina. **Os microblogs e as relações identitárias virtuais**. Anais do II Simpósio da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 2008.

OSKAMP, Stuart. **Attitudes and opinions**. Eaglewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1977.

PENA, Felipe. **Teoria da biografia sem fim**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Eleições e (Idade) Mídia**. In: BARROS FILHO, Clóvis (Org.). **Comunicação na pólis: Ensaio sobre mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2002.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2008.

TURKLE, Sherry. **Life on the screen: Identity in the age of the Internet**. New York, NY: Touchstone, 1997.