

Aspectos ideológicos, linguísticos e discursivos no *microblog* dos presidenciais 2010

**MODELO, ARTUR
DANIEL RAMOS**
a.d.r.modolo@gmail.com

Doutorando e Mestre em Filologia e Língua Portuguesa Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, Brasi

PALAVRAS-CHAVE:
ideologia;
discurso;
política;
Internet;
microblog.

RESUMO: O objetivo desta pesquisa é analisar a inter-relação entre as esferas política e do cotidiano no gênero digital *microblog* político dos candidatos à presidência do Brasil nas eleições de 2010. Como *corpus* selecionamos o material postado no Twitter pelos três principais candidatos à presidência da república – Dilma Rousseff, José Serra e Marina Silva – durante o período oficial de campanha. Em vista de atingir tais propósitos, elaborou-se o seguinte questionamento: De que forma se dá a inter-relação entre as esferas política e do cotidiano no *microblog* dos candidatos à presidência do Brasil nas eleições de 2010? Empregaremos como base teórico-metodológica as contribuições do Círculo de Bakhtin. Em um primeiro nível de análise, iremos verificar o contexto social mais amplo que envolve as eleições de 2010. Os resultados obtidos por esta pesquisa ilustram a alternância entre mensagens com tom informal que visam aproximar o candidato de seus eleitores, próprio da conversação do cotidiano e dos gêneros primários (simples) e de mensagens densas que aprofundam o debate com teor sociopolítico, isto é, os gêneros secundários (complexos). Ressalta-se que a heterogeneidade do gênero *microblog* é realçada pelos recursos hipertextuais que criam um conteúdo multimodal: verbal, visual e sonoros. .

KEYWORDS:
ideology;
discourse;
politics;
Internet;
microblog.

ABSTRACT: This research aims at analyzing the interplay between the political and everyday life spheres in the digital *microblog* genre of the candidates running for the Brazilian presidential elections in 2010. The main research corpus is an archived compilation of the material posted on Twitter by the three main candidates running for President in Brazil – Dilma Rousseff, José Serra and Marina Silva – during the official campaign period. In order to achieve such propositions, the following research question has been elaborated: How does the interrelationship between the political and everyday life spheres happen in the *microblog* of the candidates to the Brazilian presidency in the elections of 2010? The contributions of the Bakhtin Circle will be used as the theoretical and methodological basis. In a first analytical level, we will observe the broader social context involving the 2010 elections. The results obtained by this research illustrate the alternation between messages with an informal style, aiming at approaching the candidate to his electors, typical of everyday conversations and primary genres (simple), and dense messages that deepen the debate with social-political content, that is, the secondary genres (complex). It must be pointed out that the heterogeneity of the *microblog* genre is enhanced by hypertext resources that create multimodal content: verbal, visual, and audio. .

INTRODUÇÃO

Desde a Grécia Antiga com o polivalente filósofo Aristóteles as atividades políticas e a relação da linguagem com a persuasão¹ é reiteradamente abordada e analisada. Trata-se de um tema complexo e que de modo constante se reinventa e adquire novos tópicos de discussão e penetra nos diálogos de vários campos da atividade humana: seja por seus desdobramentos na vida cotidiana, seja por conta dos debates e polêmicas calorosas em relação à política nos diversos veículos de informação. O interesse e importância da política faz com que vários personagens orbitem em torno da esfera política: militantes, ativistas, formadores de opinião, assessores de imagem, ou ainda os estudiosos das ciências humanas em geral (ciências políticas, da linguagem, da comunicação, história). Há dois elementos que tornam ainda mais multifacetada a esfera política, o primeiro é a notória diversidade de tons locais na política, dentro do próprio Brasil há claramente tipos de discursos que variam entre as regiões do país e mesmo por conta das correntes políticas. Ao alargar tal percepção para todo o mundo e o contexto local que dita o tom dos discursos, percebemos o verdadeiro mosaico do campo político na contemporaneidade. Para além do perímetro geográfico, um segundo e importante fator emerge, aprofunde-se o olhar também para o horizonte do tempo e se poderá tangenciar a magnitude da pluralidade de enunciados já proferidos pelos diversos atores políticos (faraós, reis, czares, ministros, presidentes) e as incessantes mudanças pelas quais a esfera política e, conseqüentemente, o discurso político passaram através de milênios de história.

É de conhecimento público que a maior parte dos políticos no contexto democrático se aproxima mais dos eleitores nos períodos eleitorais, as campanhas “corpo a corpo” são o maior exemplo disso. Esse tipo de campanha, ao lado das gravações e da elaboração de publicidades em televisão e rádio, correspondia a grande parte do cotidiano dos candidatos. Ainda hoje, em parte, ocorre o mesmo, mas a propaganda política certamente se expandiu para o terreno virtual. Por esse motivo, realizou-se a seguinte indagação: *De que forma se dá a inter-relação entre as esferas política e do cotidiano no microblog dos candidatos à presidência do Brasil nas*

1. Respectivamente *A Política e Arte Retórica e Arte Poética*.

eleições de 2010? O motivo pelo qual os aspectos do cotidiano entraram conjuntamente com a política em tal questionamento são dois: i) os *microblogs* do *Twitter* são frequentemente utilizados para relatar atividades do cotidiano por parte dos usuários; ii) considerando, como já assinalamos nesse parágrafo, que os políticos tendem a se aproximar dos eleitores no período de campanha, será, portanto, pertinente observar como isso ocorre em um *ambiente virtual*.

1. METODOLOGIA

Para abordar o *corpus* selecionado, adotamos a perspectiva metalinguística do Círculo de Bakhtin. Ao elegermos essa metodologia, abre-se espaço para que não se faça um estudo exclusivamente linguístico do tema, pois há importantes aspectos sócio-históricos que estão submersos na própria linguagem e que, no entanto, devem ser aproveitados em nossa análise. Esse modo de análise vai ao encontro dos planos da nossa pesquisa, pois os textos extraídos para compor o material analisado apresentarão ângulos discursivos distintos. As relações dialógicas, segundo Bakhtin, reconhece que há um diálogo – uma comunicação dialógica – entre os distintos enunciados oriundos de uma mesma cultura, o que resulta em uma inegável pluralidade de discursos que incorporam estas ideias. Os estudos do Círculo de Bakhtin nos habilitam, sobretudo, a traçar significativas demarcações entre as formas de discursos, diferenciando e opondo as relações entre concordância, réplica, polêmica, paródia em relação a outros tipos de discurso.

Em vista de analisar o aspecto ideológico das campanhas virtuais nas eleições presidenciais de 2010, teremos em conta principalmente os pressupostos metodológicos estabelecidos por Bakhtin/Volochínov em *Marxismo e filosofia da linguagem*. De acordo com o processo de análise sugerido, destacam-se três pilares para o estudo do signo ideológico: i) deve-se relacionar a ideologia com a realidade material do signo e de sua esfera, em outras palavras, a ideologia não deve ser vinculada ao campo da “consciência” ou outra “esfera fugidia e indefinível”; ii) compreender que o signo faz parte de uma forma concreta de comunicação social e, portan-

to, está sempre relacionado com esse sistema; iii) associar a base material (infra-estrutura) com a comunicação e suas formas (p.45). A adoção de tais proposições visa analisar todo o signo ideológico que está profundamente marcado, nas palavras de Bakhtin/Volochínov, pelo *horizonte social de uma época e de um grupo social determinado*.

Há um segundo momento em *Marxismo e filosofia da linguagem* em que se critica as formas de avaliação da língua como fruto abstrato do psiquismo individual dos falantes. Nesse momento Bakhtin/Volochínov reforçam e reafirmam o apelo por uma metodologia que contemple o aspecto evolutivo da língua e que conceba as formas de interação verbal em comunhão com as condições concretas em que se realiza, bem como estabelecer “as categorias dos atos de falas” e das distintas formas de enunciação. Por fim, reconhece-se a necessidade de, a partir desta análise que já contemplou tanto a dimensão ideológica quanto a discursiva, um exame que aprecie as “formas linguísticas” de maneira *habitual* (p.128-129). No que tange às questões referentes aos tipos de discurso, é válido ressaltar as valiosas contribuições metodológicas advindas da obra *Problemas da poética de Dostoiévski* em que Bakhtin organiza procedimentos de análise dos diversos tipos de discurso (direto, objetificado, bivocal).

1.1 OBJETIVOS

O principal objetivo da pesquisa é verificar as características linguísticas, discursivas e inter-semióticas do gênero digital *microblog* que promovem o diálogo entre as esferas política e do cotidiano. Para isso, procederemos à análise dos perfis de candidatos à presidência do Brasil em 2010 no *Twitter*. Através desta análise destacaremos de que maneira a hipertextualidade está presente neste gênero. Como já afirmamos anteriormente, tal ferramenta permite que haja uma conexão extremamente ágil em que o conteúdo do enunciado proferido nas mensagens pode ser enriquecido por vídeos, fotos, notícias, *jingles* etc. Esta maleabilidade e fluidez são peculiaridades que tornam os enunciados do ambiente virtual únicos, se comparados com os enunciados divulgados em outras mídias, bem como acentua seu caráter dialógico, pois em

uma mesma e pequena mensagem, muitas vozes e semioses podem emergir. Um dos nossos principais objetivos, portanto, é destacar de qual maneira ocorre tal amálgama discursivo e semiótico.

1.2 CORPUS

O *corpus* selecionado para análise é a página no *Twitter* de três candidatos à presidência brasileira. Empregamos três fatores na seleção do *corpus*: O primeiro, e mais importante, é que o candidato possuísse uma conta verificada (*verified account*), o que garante que o *microblog* é, de fato, do candidato. O segundo é o critério temporal que corresponde com o período oficial de campanha presidencial brasileira. O terceiro e último fator é a seleção dos temas mais importantes para análise no presente artigo: o linguajar jovem na Internet, a mescla entre o político e o cotidiano dos candidatos, por exemplo.

2. ELEMENTOS LINGUÍSTICOS, DISCURSIVOS E IDEOLÓGICOS NO MICROBLOG POLÍTICO

A análise de um *corpus* tão heterogêneo no conteúdo e multifacético em termos composicionais quanto o presente material obrigatoriamente nos remete a um processo de organização e adequação do material armazenado para que se faça possível proporcionar uma visão panorâmica deste – antes mesmo de esmiuçar qualquer peculiaridade discursiva ou linguística. Em primeiro lugar, deve-se pensar que o material que temos em mãos exhibe fartura de elementos discursivos, linguísticos, visuais, etc. Em segundo lugar, devemos refletir de que maneira observar e analisar tais enunciados. No momento de arquivamento do *corpus*, o material era disposto em uma ordem cronológica – do mais recente ao mais antigo – da mesma maneira que é publicado na maior parte das redes sociais, incluindo o *Twitter*. Tal disposição do *corpus* propicia uma leitura pertinente para perceber como os conteúdos das mensagens muitas vezes

variam e acompanham a dinâmica e os momentos da campanha política. Nota-se, por exemplo, um aumento substancial no número de pedidos de votos pela rede quando se avizinham os períodos de votação (primeiro e segundo turno), enquanto nos períodos de menor tensão política há um decréscimo na solicitação de votos e um aumento de mensagens informais, na tentativa de se aproximar dos internautas.

Ainda que tal leitura cronológica do *corpus* seja interessante, seria praticamente impossível contemplar e destacar toda a riqueza discursiva, linguística e de recursos hipertextuais e pluri-semióticos do material analisado recorrendo apenas aos aspectos de ordem histórica. Nosso papel e função ao analisar tal *corpus* é justamente desvelar as particularidades discursivas do objeto, as nuances que tornam os enunciados divulgados em plataformas digitais simultânea e ambigualmente próximos e distantes dos enunciados proferidos e publicados pelos personagens políticos em outros meios. Necessita-se, contudo, esclarecer que não se trata de excluir completamente o caráter histórico e sequer o contexto de um enunciado que foi postado no *microblog*. Do nosso ponto de vista, mais que emoldurar o discurso, o momento de enunciação fornece um sentido vivo a estes enunciados.

2.1 MICROBLOG POLÍTICO

O movimento criado na rede mundial de computadores pela esfera política em busca de votos parece ser irreversível como já defendemos anteriormente. Panagopoulos (2009, p.13), na obra *Politicking Online*, reflete sobre o uso das novas tecnologias pelos políticos estadunidenses: “A Internet e as tecnologias associadas, que têm transformado o cenário das campanhas e eleições, estão aqui para ficar”. O uso da Internet para fins políticos parece ecoar mais forte justamente entre a juventude e o próprio autor busca destacar como o emprego desse tipo de ferramenta repercute principalmente entre o eleitorado adolescente: “As organizações de campanha que desprezarem os novos truques de mídia como artifício para persuadir os jovens eleitores correm o risco de serem deixadas para trás” (*Ibidem*, p.13)². Verificamos, pela leitura

2. Tradução livre de: “The Internet and associated technology that are transforming the landscape of contemporary campaigns and elections are here to stay. Campaign organizations that toss off new media tricks as gimmicks to persuade young voters will risk being left behind.”

do *corpus*, que o contexto eleitoral brasileiro demonstra seguir a mesma tendência estadunidense nesse quesito, pois nas próprias mensagens que compõem o *corpus* se expressa a preocupação de todos os candidatos em atrair, incentivar e agradecer o apoio dos jovens.

(1) oi @felippevaladao É uma grande alegria ver os jovens se interessando pela semente da boa política. Muito obrigada pelo animador apoio. quinta-feira, 23 de setembro de 2010 15:15:05 (Marina Silva)

(2) Dia Mundial da Juventude. Um abraço a todos os jovens que fazem do Brasil um país cada vez melhor p/ se viver. Vamos continuar avançando. quinta-feira, 12 de agosto de 2010 11:42:26 via web (Dilma Rousseff)

(3) RT @Rafaelplath: A juventude recebeu @joseserra_ em Londrina sob o grito “Brasil, pra frente, Serra Presidente <http://plici.com/p/50839102> domingo, 17 de outubro de 2010 12:42:26 via web (José Serra)

Em (1), Marina Silva comemora o apoio de um internauta chamado Felipe Valadão (@felippevaladao) e alegra-se com o interesse dos adolescentes, que são o grande alvo da campanha dos políticos na Internet. Notamos em (2) como Dilma Rousseff comenta um assunto que, em tese, não pertence à esfera política e nem de seu cotidiano: o Dia Mundial da Juventude. Na sequência da mensagem, no entanto, Dilma deixa transparecer um fundo político, pois expressa apreço aos jovens que querem fazer do Brasil um país “cada vez melhor p/ se viver” e afirma “vamos continuar avançando”. O verbo de ligação “continuar” demonstra o desejo de permanência que pode ser presumido pelo contexto mais amplo como o anseio de Dilma em dar sequência ao governo de Lula. O tom de prosa de seu comentário é realçado no momento em que enaltece o papel da juventude e “abraça” os jovens, na busca de estabelecer uma aproximação com um gesto de aproximação. Destacamos em (2) a presença do verbo “ir” conjugado na primeira pessoa do plural, o que demonstra o desejo da candidata Dilma Rousseff em promover não só uma aproximação, mas também uma integração com os adolescentes. O enunciado (2) demonstra a frequente mescla feita pelos candidatos que reaproveitam fatores externos à esfera política ao recuperá-los em prol da campanha. Por fim, constatamos na mensagem repassada por José Serra (3) uma tentativa semelhante de buscar o apoio da juventude como nos

enunciados precedentes. Percebe-se no enunciado (3), uma clara tentativa de manter o ritmo do grito de apoio por meio das vírgulas. Por essa razão, separa-se “Brasil” de “para frente”, na tentativa de emular o aspecto rítmico-sonoro no plano verbal.

(4) RT @sertaoarthur Hoje percorremos todo o centro de Fortaleza cantando e distribuindo material. Aceitação enorme pelos ambulantes e pedestres sábado, 2 de outubro de 2010 16:00:03 via HootSuite (Marina Silva)

Diante desses exemplos, podemos ter uma pequena amostra de como a esfera política almeja escapar do aspecto sisudo da ideologia oficial, buscando se aproximar dos eleitores por intermédio de um tom conversacional. Essa ambivalência de forças entre o oficial e o cotidiano se materializa nos próprios enunciados que constituem o *corpus*. A tarefa de definir um *microblog* político, no entanto, é relativamente mais complicado do que parece ser em uma primeira e ingênua análise. Há diversas classes de *microblogs* que orbitam em torno da esfera política: ministérios, partidos, candidatos, ativistas políticos, apoiadores e militantes e até com comentadores e formadores de opinião que empregam o político também com um foco relativamente jornalístico. O *microblog* político dos candidatos é, dentre estes, um dos que apresenta uso mais híbrido, pois o próprio cotidiano de campanha está envolto às atividades políticas. Frequentemente, no entanto, há uma autêntica fusão entre o político e o cotidiano, como nos momentos em que os candidatos divulgam sua agenda política, participação em entrevistas e cidades que visitarão durante a campanha, mesclando as tarefas de cunho político com o seu próprio cotidiano, como em (4) em que é retransmitida uma mensagem que trata de uma visita feita por Marina à cidade de Fortaleza.

2.2 A CONFLUÊNCIA DO VISUAL E DO VERBAL E SUAS MANIFESTAÇÕES IDEOLÓGICAS

A confluência do visual com o escrito é uma das marcas das páginas pessoais dos candidatos no *Twitter*. Os elementos visuais empregados pelos candidatos, portanto, não são apenas

produtos aleatórios da propaganda política. Não se trata, em absoluto, de cores e imagens escolhidas unicamente por questões relativas à beleza estética, completamente esvaídas de um sentido mais amplo, ideológico. Restringir os símbolos visuais ao terreno das técnicas de propaganda seria redutor, pois, apesar de realmente tais técnicas de propaganda terem se desenvolvido e constantemente serem empregadas durante as campanhas políticas, os signos ideológicos estão presentes na política por toda sua história – assim como na religião, ciências ou artes em geral que possuem relações específicas com o uso de imagens. Nesse sentido, “toda imagem artístico-simbólica ocasionada por um objeto físico particular já é um produto ideológico” (Bakhtin & Volochínov, 2010, p.31). Dotamos o visual, portanto, de um sentido simbólico e ideológico que enriquece os detalhes das imagens de historicidade e significação ideológica, componentes que apontam para além dos aspectos estritamente formais imanentes ao gráfico. No que se refere aos *microblogs* políticos, destaca-se as imagens de fundo de tela que podem fornecer ao internauta uma visão mais rápida e imediata de muitos aspectos ideológicos (o partido do candidato, o número de seu partido e até causas defendidas pelo partido). A velocidade do visual é quase instantânea, pois ao abrir a página já se pode perceber as cores predominantes na página, das quais se pode depreender uma série de significações. De antemão, o visual fornece uma primeira percepção e a possibilidade de compreensão ativa do internauta ao interpretar os signos visuais que antecedem o conteúdo verbal das páginas.

(5) Imagem 1 -
Background de José Serra



MODOLO, ARTUR DANIEL RAMOS; ASPECTOS IDEOLÓGICOS, LINGUÍSTICOS E DISCURSIVOS NO MICROBLOG DOS PRESIDENCIÁVEIS 2010

REDIS: REVISTA DE ESTUDOS DO DISCURSO, Nº 2, ANO 2013, PP. 167-184



(6) Imagem 2 -
Logotipo do Twitter



(7) Imagem 3 -
Background de Marina Silva

(8) Imagem 4 -
Background de Dilma Rousseff



Verifica-se em todos os fundos de tela (5), (7) e (8) a presença do número do candidato e de seu partido, 45, 43 e 13, respectivamente. As pessoas que possuem conhecimentos básicos em relação às legendas e números do partido, podem em poucos segundos decifrar a filiação partidária dos candidatos. De forma análoga, todos os backgrounds apresentam nas imagens o nome do candidato (Marina, Dilma e Serra) e o cargo ao qual eles concorrem (presidente). Todos esses componentes podem facilitar a compreensão da posição política do candidato. As cores do partido ganham um papel especial, principalmente porque as cores são plenas de uma significação própria no universo político em geral, não apenas nas cores do partido,

como também nas cores de bandeiras de um país. Em (5) presenciamos uma isotopia cromática do azul – a cor do partido de Serra – presente no céu, no pássaro e no nome do candidato. Deve-se ressaltar que o pássaro azul que diz “45 - Serra Presidente do Brasil” faz clara alusão ao pássaro azul que é a logomarca do Twitter (6). Os assessores do candidato Serra, que provavelmente elaboraram esse *background*, preferiram o pássaro azul do *Twitter* em detrimento do tucano – ave que é o principal símbolo do PSDB. É possível imaginar, portanto, que o uso do pássaro não esteja apenas relacionado com a logomarca *Twitter*, mas também fazendo certa alusão ao tucano.

Marina (7) usa um recurso similar ao de Serra na escolha das cores de fundo, há um domínio e um contraste entre branco e verde, cor que dá o nome ao próprio partido (PV) e certamente remete aos principais pontos de destaque tanto do programa político, quanto de sua campanha e propaganda política. A cor verde possui uma forte ligação com a natureza e ecologia. Fala-se, por exemplo, em “causas verdes” quando se quer referir sobre causas ligadas à ecologia. A cor é, portanto, o principal símbolo visual do fundo de tela de Marina e sua predominância está intimamente relacionada com muitas pautas defendidas pela candidata.

O vermelho petista está presente em apenas dois detalhes do fundo de tela da página de Dilma Rousseff (8): no número do partido 13 e no pingo do “i” de Dilma, que na verdade é a estrela vermelha do PT. A estrela de cinco vértices é também um símbolo presente na esfera religiosa, por exemplo no judaísmo, mas nosso principal interesse aqui é na esfera política, pois a estrela de cinco vértices já havia sido usada pelos comunistas na Rússia e também aparece na bandeira chinesa, entre outros usos políticos ligados aos governos de esquerda. O fato de a coloração da estrela ser vermelha também tem um índice histórico e ideológico de ligação do partido com o socialismo. Da mesma forma que a estrela, o tucano é um animal que foi escolhido por razões históricas e ideológicas. O tucano foi criado em abril de 1988 pelo PSDB para tornar a identificação do partido mais fácil e imediata. O tucano de peito amarelo é uma alusão à cor-símbolo amarela dos que lutaram por democracia no Brasil. Além de ser uma ave

3. <http://web.archive.org/web/20070216002937/http://www.psd.org.br/opartido/porquetucano.asp> (Acesso em 7 de outubro de 2012)

identificada com o Brasil e com as causas ecológicas em voga durante os anos 1980 e 1990³.

Por meio dessas análises, depreendemos que o aspecto visual dos *microblogs* dos candidatos sempre revela propositadamente a posição ideológica/partidária dos candidatos. Poder-se-ia afirmar que há uma preponderância do visual sobre o verbal, como algumas leituras de enunciados sincréticos normalmente sugerem, porém, há um verdadeiro sincretismo entre as duas formas de expressão, uma vez que tanto o conteúdo das mensagens quanto as opções de *design* do *background* estão em consonância. Percebe-se, portanto, que ambos jamais serão aleatórios ou independentes, pelo contrário, atuam juntos de forma sinérgica. A análise do aspecto visual dos *backgrounds* dos *microblogs* dos políticos evidencia a clara ligação que se estabelece entre a campanha política e os seus aspectos de *marketing* com a presença deles interagindo nos *microblogs*. Fica claro, no entanto, que o objetivo dos candidatos no *Twitter* é angariar votos e convencer o eleitor de que são merecedores de votos.

2.3 A RIQUEZA LINGUÍSTICA NA INTERNET E SEU USO POLÍTICO

A variedade de formas linguísticas peculiares na Internet é alvo de diversos estudos. Do nosso ponto de vista, reconhecemos a legitimidade de tal olhar, mas nos interessamos mais na maneira como tais especificidades da linguagem na Internet suscitam reflexos no discurso dos políticos em seus *microblogs*.

(9) OI Luiza, estou te seguindo, diga para ela me passar uma DM. Abs. RT @luizastev @joseserra_ Serra, minha mãe tá pedindo seu e-mail domingo, 10 de outubro de 2010 12:33:01 via web (José Serra)

(10) Rumo ao 2o turno RT @fravow Conversando c/ colegas, descobri q MUITA gente vai votar na #Marina43, a galera tá aderindo a #ondaverde em massa sábado, 2 de outubro de 2010 16:25:02 via HootSuite (Marina Silva)

(11) Já estou fazendo “trim” ;-) RT @Almeidagm @silva_marina VAMOS FAZER A MARATONA TELEFONICA IGUALMENTE FIZERAM NA COLOMBIA quinta-feira, 5 de agosto de 2010 17:25:04 via HootSuite (Marina Silva)

A norma culta escrita da língua portuguesa é usada na maior parte das mensagens presentes no *corpus*. No entanto, em alguns momentos, ocorre o uso de formas típicas da linguagem na Internet, comumente denominada como “internetês”. O uso do internetês, no entanto, é mais presente nas mensagens dos usuários do que nas mensagens dos candidatos que usam a norma considerada culta sem, no entanto, apelarem para pedantismos linguísticos, arcaísmos ou formas rebuscadas que tornariam o enunciado mais hermético. O internetês, deve-se deixar claro, não é uma nova língua. As mudanças que ocorrem são basicamente de ordem gráfica e de escrita. Em (9) e (10) observamos o uso de abreviatura de “abraços” por “abs” e de “com” por “c/”, algo muito comum no linguajar da Internet que consagrou outras formas como “você” por “vc” e “beleza” por “blz”. O fato de os candidatos evitarem o uso de algumas formas clássicas do internetês demonstra que há implicações discursivas em tais usos. Não somente de ordem da grafia, como também um efeito de sentido de coloquialidade que os candidatos, na maior parte dos casos, não estão dispostos a aceitar. Em todo caso, verificamos que Serra em (9), afirma estar “seguindo” Luiza (@luizastev) e isso é compreendido de modo satisfatório, justamente porque nos *microblogs* seguir alguém não tem a acepção negativa que o verbo pode ter em outros contextos.

Alguns outros casos clássicos da linguagem escrita como o uso da onomatopeia “trim” por Marina, no momento em que conclama seus partidários a empregar a “maratona telefônica”, procedimento adotado pelo Partido Verde na Colômbia como propaganda política. Outro uso de formas paralinguísticas é o *smiley/emoticon* em (11), tais casos demonstram a tentativa da linguagem na Internet em captar e expressar alguns aspectos sonoros e gráficos. Sobral (2002) concebe os *emoticons* como ícones de emoção e que performam um papel importante nas mensagens enviadas pela Internet pois “dão um sabor especial à comunicação” (p.44). Os candidatos também empregam, via de regra, o uso consagrado das primeiras letras das frases com letras maiúsculas e, as demais, em minúsculas, exceção feita aos nomes, siglas etc.; os usuários, por sua vez, também empregam formas mais irregulares, em que, certas vezes, escrevem toda mensagem em maiúscula, em outros, tudo em minúscula. Como Sobral (2002) adverte, de-

ve-se, via de regra, “escrever mensagens de *chat* sempre em minúsculas. Usar MAIÚSCULAS equivale a GRITAR!” (p.98). Em (11) @Almeidagm escreve todo o conteúdo da mensagem em letras maiúsculas o que comumente seria interpretado como gritar. Além disso, escrever apenas em letras maiúsculas não está de acordo com os padrões linguísticos da “netiqueta”, forma aportuguesada do inglês “*netiquette*”. No entanto, não é em todos os casos que o uso de maiúsculas abole a netiqueta, verificamos em (11) o uso de “MUITA”, emprego de maiúsculas que, na verdade, tem o papel de intensificar o adjetivo que expressa grande quantidade. Verificamos que algumas formas relativamente estigmatizadas da língua portuguesa como o gerundismo de “tá aderindo” ocorre em (10). O emprego dessas formas ressaltam o caráter informal das mensagens que os usuários enviam para o candidato, como se estivessem em um bate-papo informal.

(12) Do painel ao twitaço, é sempre bonito ver a mobilização espontânea da sociedade <http://migre.me/YlJw> segunda-feira, 19 de julho de 2010 12:28:54 via HootSuite (Marina Silva)

(13) Melhor ainda. Muito obrigado a todos vocês. RT @DesireeLourenco @joseserra_, o twitaço foi #voto45 e alcançamos os TT mundiais! =) sexta-feira, 17 de setembro de 2010 12:13:26 via web (José Serra)

(14) Ok, twittando e aprendendo: bombou, irado, punk (!?)... rs sábado, 17 de julho de 2010 02:47:31 via web (José Serra)

A questão do gerundismo nos remete a outros aspectos linguístico que têm implicações no interior do discurso, como o uso de neologismos e estrangeirismos. A influência da política estadunidense mencionada anteriormente se reflete na adoção de várias palavras do campo lexical da propaganda política como *banners*, *slogans*, *jingles* e algumas outras que já foram assimiladas como posters. Além disso, palavras como *download* são usadas de forma livre pelos usuários. Percebemos em (14) como Serra associa algumas gírias típicas do linguajar de parte dos adolescentes como “bombou”, “irado” e “punk”. A mensagem (14) é rica do ponto de vista linguístico porque além de utilizar a forma “rs” para indicar que achou graça da mensagem “risos”. Pode-se notar, no geral, que Serra sempre adota essa forma que está no paradigma

com outras como “haha” ou “kkkk”. Verifica-se nessas mensagens a tentativa dos candidatos em emular e seguir a rapidez da linguagem dos jovens e da Internet. Os candidatos estão cientes que seus enunciados circularão principalmente no meio e na cultura digital e, por isso, querem em alguns momentos adequar sua linguagem com neologismos, gírias próprias dos jovens e formas típicas da Internet – ainda que essa espécie de “dialeto” pareça não ser o mais comum para os próprios candidatos. Ocorre também o emprego de um neologismo mesclado um estrangeirismo. A palavra “twittando” usa como base o termo *Twitter* e o emprega como se fosse um verbo português flexionado no gerúndio. Isso reflete a dinâmica da língua, o que possibilita outras formações de palavra como “scrapzinho” ou twitaço/twittaço, (12) e (13) respectivamente. Verifica-se nessas mensagens a tentativa dos candidatos em emular e seguir a rapidez da linguagem dos jovens e da Internet. Essas formas novas de palavras não estão dicionarizadas, portanto a divergência de grafia é natural que ocorra. Com o desenvolvimento contínuo das ciências e das técnicas, é nas línguas de especialidade que o processo da neologia é particularmente produtivo.

Neologismos não cessam de ser criados, em todas as línguas, e também no português do Brasil. E, para que esses neologismos terminológicos possam cumprir, com eficácia, sua função de comunicação, torna-se urgente a implantação de uma política de planejamento neológico no Brasil, com a finalidade específica de garantir à língua portuguesa, em sua variante brasileira, sua vitalidade criativa própria. (Alves, 1996, p.15)

3. CONCLUSÃO

Verificou-se, na análise do *corpus*, uma frequente ambivalência entre o político/público e pessoal/íntimo. O *microblog* político dos candidatos à presidência demonstrou ser uma expressão categórica dessa contradição e do espaço ambíguo que a política possui em nossa sociedade. Se, por um lado, observamos os candidatos empregando formas clássicas de discurso da esfera política como a promessa, a lista de realizações em seus respectivos governos, a divulgação do programa de governo entre outros; por outro, há presença de elementos biográficos de

caráter íntimo, conversas sobre amenidades que, mais que deixar transparecer o lado humano do político, visam criar um vínculo afetivo entre político e eleitor. Em termos ideais, esse vínculo afetivo deveria ser desconsiderado, em benefício dos aspectos políticos. O contexto das eleições e a força e necessidade do voto têm papel fundamental nisso. Soma-se a tais aspectos, um mundo em que a cultura do entretenimento assumiu um papel de protagonista. Ao voltar nossa atenção mais detidamente para o desenvolvimento da esfera política na atualidade, de modo imediato realçamos a importância do contexto no aspecto sócio-histórico concomitantemente ao quesito tecnológico mais duro. Os enunciados presentes no *corpus* só foram possíveis de serem produzidos pela consonância entre estes dois aspectos. Sobressaiu-se, em nossa análise, a importância maior que o universo político e de eleitores gradualmente atribui aos detalhes da vida íntima dos políticos, da mesma maneira que se busca informações de famosos ou artistas populares, o *microblog* político, portanto, é um gênero que está precisamente atrelado a essa exigência dos votantes em saberem detalhadamente os pormenores privativos dos personagens políticos.

REFERÊNCIAS

ALVES, I. M. O conceito de neologia: Da descrição lexical a planificação linguística. São Paulo: Revista Alfa, v.40, p.11-16, 1996

ARISTÓTELES. A Política. Trad: Torrieri Guimarães. São Paulo: Hemus, 2005.

ARISTÓTELES. Arte Retórica e Arte Poética. Introdução Goffredo Telles Júnior. Trad. Antônio Pinto de Carvalho. Rio de Janeiro: Ediouro - Tecnoprint, 1979.

BAKHTIN, M. Problemas da poética de Dostoiévski. Trad. Paulo Bezerra. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

BAKHTIN, M./VOLOCHÍNOV, V. N. Marxismo e filosofia da linguagem. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

PANAGOPOULOS, C. (Org.) Politicking online: the transformation of election campaign communications. New Brunswick: Rutgers University Press, 2009.

SOBRAL. A. U. Internet na escola: o que é, como se faz. São Paulo: Loyola, 2002.