



Alguns parâmetros para identificação do elemento pessoal dentro de perfis online de vereadores de Campinas¹

Tayra ALEIXO²
Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

RESUMO

Este artigo busca discutir o que pode ser considerado elemento pessoal a partir de ilustrações selecionadas no recorte empírico do estudo, no caso, das últimas 10 postagens de cada vereador de Campinas no Facebook, recolhidos no dia 13 de Abril de 2015, e também perfis disponíveis no site da Câmara Municipal Campinas. Para tanto, o artigo utiliza o método de observação de informações tornadas públicas na internet, articulando idéias com embasamento no referencial teórico em busca de levantar questionamentos acerca da presença do elemento pessoal dentro do discurso mediado pela internet e a relevância que este uso sugere em termos de cidadania. Várias situações foram capturadas para auxiliar nesta discussão que engloba família, religião, opinião, e até mesmo *status* de relacionamento.

PALAVRAS-CHAVE: afeto; comunicação política; elemento pessoal; vereadores de campinas.

INTRODUÇÃO

Com a popularização de sites que valorizam a troca e compartilhamento de experiências a partir de recursos digitais, as pessoas passaram a convidar as outras para adentrarem seu âmbito pessoal. Sugere-se que a partir de 1995 os brasileiros começaram incorporar o uso das mídias digitais no seu cotidiano, não somente através de computadores pessoais, mas também com celulares, *smartphones* e outros dispositivos eletrônicos (MARTINO, 2014).

Dentro do processo de naturalização da vigilância (BRUNO, 2013), a flexibilização dos vínculos e rapidez que se dá as relações pessoais, são características do individualismo contemporâneo, cujo suporte tecnológico serve como potencial exponencial de possibilidades observadas hoje. Tal cenário contribui para o deslocamento dos estudos dentro da área de comunicação, deixando de lado o modelo informacional linear clássico, e abrindo espaço para a face interacional da comunicação,

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaços e Cidadania do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Mestranda do Curso de Comunicação na Contemporaneidade da Faculdade Cásper Líbero, email: aleixo.tay@hotmail.com.



atribuindo um papel fundamental aos interlocutores e ao contexto social-cultural no qual este processo de troca está imerso (FRANÇA, 2001; SODRÉ, 2006).

Sob a ótica de Sodré (2006), a comunicação   a face organizativa da sociedade. Sob esta perspectiva, a “comunicação  , pois, não apenas um componente da democracia, mas seu próprio modo de ser, nas instituições, nos grupos sociais e na sociedade como um todo”, e por isso “deve ser pensada dentro da própria razão do Estado” (SIGNATES, 2011: 12 e 15).

Mas, em termos de internet, o hipertexto   construído individualmente de maneira não-linear, e os sistemas de busca (Google, por exemplo), captam os “passos” dos internautas para vender essa informação aos anunciantes. Portanto, as pessoas são estarão conectadas com a política no ambiente online, se este tema fizer parte de seus interesses. Caso contrário, a internet não poderá promover essa exposição sozinha, tampouco a atração dos usuários através de conteúdos com elementos pessoais pode garantir ganhos efetivos em termos de cidadania.

Por outro lado, as pessoas estão em constante contato com outras através de sites de relacionamento e são os círculos sociais mais próximos (parentes, amigos, colegas de trabalho) que mais afetam as pessoas em termos de opinião política frente às m dias, como demonstra a sociologia norte-americana (SODRÉ, 1991). Esse panorama sugere que os políticos adotam estratégias sensíveis para “afetar” o eleitorado também na internet, de modo a criar identificação com base no “sentir”. Essa busca por identificação candidato-eleitor tenta promover um diálogo que ressalta o político como um indivíduo como qualquer outro.

Dado a importância da construção da imagem do político e os elementos sensíveis necessários para afetar seu público-eleitor, uma vez que os discursos políticos não canalizam apenas argumentos racionais nos seus desenvolvimentos (maiores explicações adiante), este artigo busca contribuir para desenvolvimentos reflexivos neste campo de estudos: Comunicação Política; mesmo reconhecendo, segundo observações de Castells (1999), que a pesquisa acad mica ainda não tenha chegado a conclusões sólidas sobre o significado social da comunicação mediada pela internet.

Segundo Fragoso (2011), o pesquisador precisa escolher os atores e as conexões do seu recorte, bem como os n os que serão levados em conta na pesquisa (sexo, idade, etc.). Este estudo seleciona os vereadores como atores, e conexões como sendo as interações e laços sociais presentes na rede social em questão, no caso, o Facebook.



O objetivo principal é trazer alguns dos parâmetros sobre o que é “elemento pessoal” para discussão acerca do discurso político verificável hoje nas redes sociais online. Além de questionar, através da identificação de parâmetros sobre o que configura o elemento pessoal, se o potencial de interações promove a cidadania, mesmo utilizando o afeto como engajamento.

DEMOCRACIA DIGITAL E ALGUMAS MOTIVAÇÕES POLÍTICAS

Em alguma medida, o que se entende por “democracia” pressupõe o controle compartilhado do governo com povo, no qual o segundo influencia as decisões do primeiro. Nessa linha, discutem-se os melhores parâmetros e limites desejáveis para que a sociedade seja mais beneficiada a partir do “quanto de democracia”, afirma Beetham (1993, p. 55) “é desejável ou praticável, e como ela pode ser realizada numa forma institucional sustentável”.

O que Gomes (2011) chama de democracia digital, portanto, é ampliação através da internet do campo de discussão das pessoas a partir de aparatos tecnológicos. Em outras palavras, é o próprio emprego de dispositivos (*smartphones, ipads, computadores, etc.*), aplicativos (programas) e ferramentas (sites, fóruns, redes sociais, etc.) voltados para a política. Portanto, existe o potencial de ganhos em termos de participação cidadã num espaço não mais virtual, mas sim com possibilidades interativas reais que podem promover ganhos democráticos (GUZZI, 2010).

Se tratando de democracia online no Brasil, segundo a SECOM, apenas 25% das pessoas entrevistadas buscaram o contato com o governo através da internet nos últimos 12 meses, sejam por e-mail, formulários eletrônicos, chats, redes sociais, fóruns de discussão ou de consultas públicas (BRASIL, 2014).

A internet pode promover a interação entre pessoas com laços menos rígidos, formados a partir de interesses e valores compartilhados (MARTINO, 2014), podendo ser propensa a promover uma consciência de grupo muito maior dado seu caráter interativo. Sodré (2006) ressalta a possibilidade de instaurar vínculos a partir do que é comum, ou seja, “o comum é a sintonia sensível das singularidades, capaz de produzir uma similitude harmonizadora do diverso” (SODRÉ, 2006: 69), ou seja, possibilita ainda mais essa “condi o de possibilidade de uma vincula o compreensiva” (idem).

Em contrapartida, Wolton (2012, pp. 101) alerta: “Todas as competências que se tem diante da técnica não induzem em nada uma competência nas rela oes humanas”.



Por exemplo, a resposta direta às interações online de eleitores inibe a ambiguidade necessária e característica do discurso político contemporâneo, configurando uma das motivações pelas quais os políticos resistem à interação online com os cidadãos (STROMER-GALLEY, 2013). Diferente do que apontam Aquino, Marques e Miola (2014) ao dizer que representantes políticos podem avaliar a compreensão das pessoas sobre suas mensagens e propostas através do feedback, podendo assim aumentar a exposição pontual de certos argumentos e posicionamentos que julgar mais eficaz no que se refere ao ganho de visibilidade.

No que perpassa ganhos de visibilidade, o engajamento é peça fundamental para o compartilhamento de informações voluntárias potenciais na rede, que aumentam o alcance do conteúdo postado: “a participação do usuário é hoje um motor e um capital valioso” (BRUNO, 2013: 127). Reforçando a ideia, Aquino, Marques e Miola (2014, p. 03) ressaltam: “saber de um acontecimento, ou de uma opinião, por meio de um amigo que comentou algo publicado por uma determinada personalidade política pode ter tanta credibilidade (ou até mais) do que ler o material produzido pela assessoria parlamentar”. Ou seja, quanto mais seguidores, maior será o grau potencial de influência do político no ambiente online, uma vez que a mensagem não somente pode chegar direto àqueles que acompanham as atualizações do mesmo, como também o alcance da mensagem é exponencial sob a lógica de compartilhamento na rede, podendo atingir usuários que não recebem, a princípio, o conteúdo postado (idem).

Além disso, como assinala Recuero (2012), a disseminação da informação pode ser feita através do compartilhamento online nas diversas redes sociais existentes, dando corpo à conversação online e sendo republicada a cada novo acesso. E justamente esta falta de controle sobre os conteúdos correntes na internet, conforme indica Stromer-Galley (2013), representa outra motivação acerca da resistência das figuras políticas em abrir o diálogo com o público eleitor nesse ambiente conectado, sendo a mediação dos conteúdos uma opção que acarretaria problemas ainda mais delicados, por poder estar atrelado à censura.

Outras eventuais limitações da participação democrática podem estar relacionadas com a falta de conhecimento político, em dimensões estruturais e circunstanciais, por parte do eleitorado, assim como a dificuldade de debates na esfera civil, de oportunidades de participação em grupos de pressão e instituições democráticas, além da falta de comunicação da esfera civil com seus representantes, em



termos de cobrança de explicações e prestação de contas (BUCY E GREGSON, 2000; MIGUEL, 2008; GOMES, 2005).

O AFETO E A POLÍTICA

Figuras públicas, para Weber (2004), são passíveis de curiosidade, julgamentos e expectativas que formam opiniões a respeito destas, mesmo sem contato direto com as pessoas. Para a autora, estas podem ser tanto sujeitos quanto instituições, e competem o tempo todo por espaços públicos, votos e boa vontade, colocando-os como atores ou mesmo personagens que dramatizam ações para angariar visibilidade e promover sua própria imagem. Neste trabalho, figuras políticas são entendidas como figuras públicas que exercem cargos públicos de representação política.

No caso do campo político, toda a mensagem emitida ao eleitorado preocupa-se em ser transmitida pela imagem do candidato em si, e não sua proposta programática. Tal fato é indicado por Castells (2003), por conta que as pessoas confiam em pessoas, e não em programas.

Para angariar espaço, a visibilidade se faz importante, e pode ser explicada pela dicotomia: ser visível ou invisível aos demais. E dentro deste ato de ver, pressupostos e enquadramento são automaticamente acionados para moldar a forma como imagens são vistas e compreendidas (THOMPSON, 2010).

As visibilidades possibilitadas com a articulação da internet no cotidiano do cidadão não deixam de atingir o campo político. É possível encontrar evidências de que elementos pessoais estão presentes não somente nos discursos, como também na sua atividade de atualização online das figuras políticas, conforme identifica artigo anterior de Aleixo (2014). Tal prática pode ter como objetivo alcançar maiores visualizações no conteúdo postado, a partir de ganhos em interações nas postagens que carregam informações afetivas nos perfis.

Sobre a conjuntura político-cultural brasileira, de um lado existe a falta de disposição dos políticos em abrir o diálogo com as pessoas no ambiente online alimenta a crise de legitimidade política, ampliando o tipo de governo que estamos gerando nas sociedades atuais, que não promovem a participação e o conhecimento dos cidadãos (CASTELLS, 2003). Do outro, a inclinação pra desconfiança que a população tem em relação aos políticos (MIGUEL, 2008).



Essa “inclinação” mencionada no parágrafo acima é algo inerente ao afeto. De acordo com Sodré (2015), o afeto é tudo aquilo da ordem do não-racional. Para as possibilidades sensíveis no ato do discurso, a dimensão passional é uma possibilidade apreendida pelos interlocutores alcançados, sendo “o espírito, ou capacidade reflexiva (capacidade de falar consigo mesmo como se fala ao outro), só é possível pelo trabalho de importação (interiorização) da conversação com o outro” (FRANÇA, 2008, p. 82).

No lugar dos discursos carregados de promessas e conteúdo argumentativo, a imagem se faz constante, tramitando no campo emocional e apresentando identidades de acordo com a demanda das formas sensíveis de percepção e de costumes, sendo esta a relação entre afeto e política presente na sociedade (SODRÉ, 2006). A virtude é medida em detrimento da imagem na política contemporânea, sendo a estetização da política a promotora da retórica em prol da realidade simulada que “abre mão do racionalismo argumentativo e introduz o fazer sentir” (idem, 2006, p. 168), ilustrando assim as estratégias sensíveis adotadas para afetar os eleitores nos discursos políticos.

VISIBILIDADE E ELEMENTO PESSOAL NA POLÍTICA

Entender a visibilidade sob a perspectiva de ser visível ou invisível aos demais. O debate sobre o significado de público ou privado faz parte dos debates políticos desde quando começaram a deliberar pela designação de atividades sendo estatais ou necessárias de privatizações (THOMPSON, 2012). E ainda não existe consenso a respeito.

A história da palavra “público” começou como indicativo do que era bem comum na sociedade. Mais tarde, “público” também significava aquilo que estava manifesto e disponível para observação geral. Aproximadamente no século XVII, “privado” era tudo o que dizia respeito à família e amigos, mantendo o “público” como aberto a qualquer pessoa. No século XVIII, o “público” e o “privado” formavam o que hoje entender-se por universo das relações sociais. E ainda hoje seu sentido antigo não se perdeu, ele ainda estabelece os padrões de referência de ambos os termos (SENNETT, 1988).

Diferente do romance solitário burguês que antes se realizava no quarto (âmbito privado), hoje na internet as fronteiras do espaço privado são forçadas ao máximo para satisfazer a avidez da sociedade contemporânea de consumir vidas alheias. Mostrar a própria intimidade, tornando-a pública e visível a quem quiser ver, é uma forma de sair



do anonimato costumeiro e ficcionalizar a própria vida, desfrutando de possibilidades de interação com pessoas do mundo todo. Ser visível é estar conectado (SIBILA, 2008).

Nesta discussão, a pertinência de falar sobre assuntos relacionados ao âmbito pessoal está um pouco dispersa. Como Sodré (2006) coloca, ainda não encontramos uma práxis para entender os fenômenos atuais possíveis pelo uso da tecnologia. Mas, o desenvolvimento teórico acerca da legitimação de alguns elementos dentro do discurso político é necessário à medida que influencia na decisão pelo voto ao admitir o afeto como estatuto natural e indissociável do indivíduo.

Como a identificação do elemento pessoal, por exemplo, que pode ser desde fotos com familiares e amigos, até postagens de eventos sociais não vinculados à política. E a linha entre o que é ou não é considerado um elemento pessoal é bastante tênue. Pressupõe-se que a postagem de uma foto dentro de uma sessão ordinária dentro da câmara municipal, por exemplo, não estaria enquadrada neste âmbito afetivo, pois está vinculado à atividade política do agente público.

Ademais, a política contemporânea se assemelha a “política moderna, [na qual] seria suicídio para um líder insistir em dizer: esqueçam a minha vida privada; tudo o que precisam saber a meu respeito é se sou bom legislador ou bom executivo e qual a ação que pretendo desenvolver no cargo.” (SENNETT, 1988: 41).

O ELEMENTO PESSOAL DENTRO DO DISCURSO POLÍTICO

O recorte empírico do estudo selecionou as últimas 10 postagens (posts) de cada vereador de Campinas, no dia 13 de Abril de 2015, bem como a consideração de perfis disponibilizados no site da Câmara Municipal de Campinas. Portanto, totalizam 31 vereadores considerados no estudo, sendo que esta triagem de perfis a serem analisados foi feito anteriormente, e havia indicação de vereadores candidatos a deputados, e foi observado que dois deles foram eleitos efetivamente, deixando suas atividades na Câmara Municipal de Campinas. Estes não foram considerados no recorte das postagens, e nem os suplentes que entraram em seus lugares.

Do montante de 170 postagens nas 18 *fan pages* consideradas, apenas 14 continham elemento pessoal em seu conteúdo, frente a 77 de 197 postagens publicadas nos 24 perfis de usuário comum, apresentando-o em sua composição seja por fotos ou legendas (exemplos dispostos nos tópicos seguintes).

Postagens que carregam figuras de linguagem, com finalidade de desejar “bom dia”, “boas festas” etc, não são consideradas como indicação de elemento pessoal necessariamente, mas se houver indicação de que o vereador está com a família, seja por imagens ou *check-in* (recurso de localiza a pessoa geograficamente na rede social) na casa de algum parente ou amigo próximo, há indicação do elemento pessoal. Exemplo: vereador Tico Costa que, ao desejar Feliz Páscoa no seu perfil, postou uma foto de seu casamento ao lado de sua esposa.

Posts sobre datas comemorativas também não são estritamente elemento pessoal, pois podem ser de utilidade pública como, por exemplo, conteúdos sobre Dia da Síndrome de Down ou sobre o Dia Mundial da Saúde ou campanhas do combate à dengue, como foram observados no período analisado.

Numa postagem na qual o vereador indica estar numa cidade a trabalho, mas as fotos que acompanham o post (postagem) são de um almoço, então este carrega sim algo sobre elemento pessoal, pois trata de uma atividade (comer) que não diz respeito ao interesse público. Como no conteúdo postado pelo vereador Paulo Sérgio Galerio:



A FAMÍLIA COMO ELEMENTO PESSOAL

Fotos com familiares, mesmo em atividades públicas como, por exemplo, a participação num protesto de teor político, é considerada como elemento pessoal. Por exemplo, ao postar com sua esposa em passeata de cunho político protestante em

Campinas, o vereador André Von Zuben inclui algo de pessoal dentro de uma atividade essencialmente política.

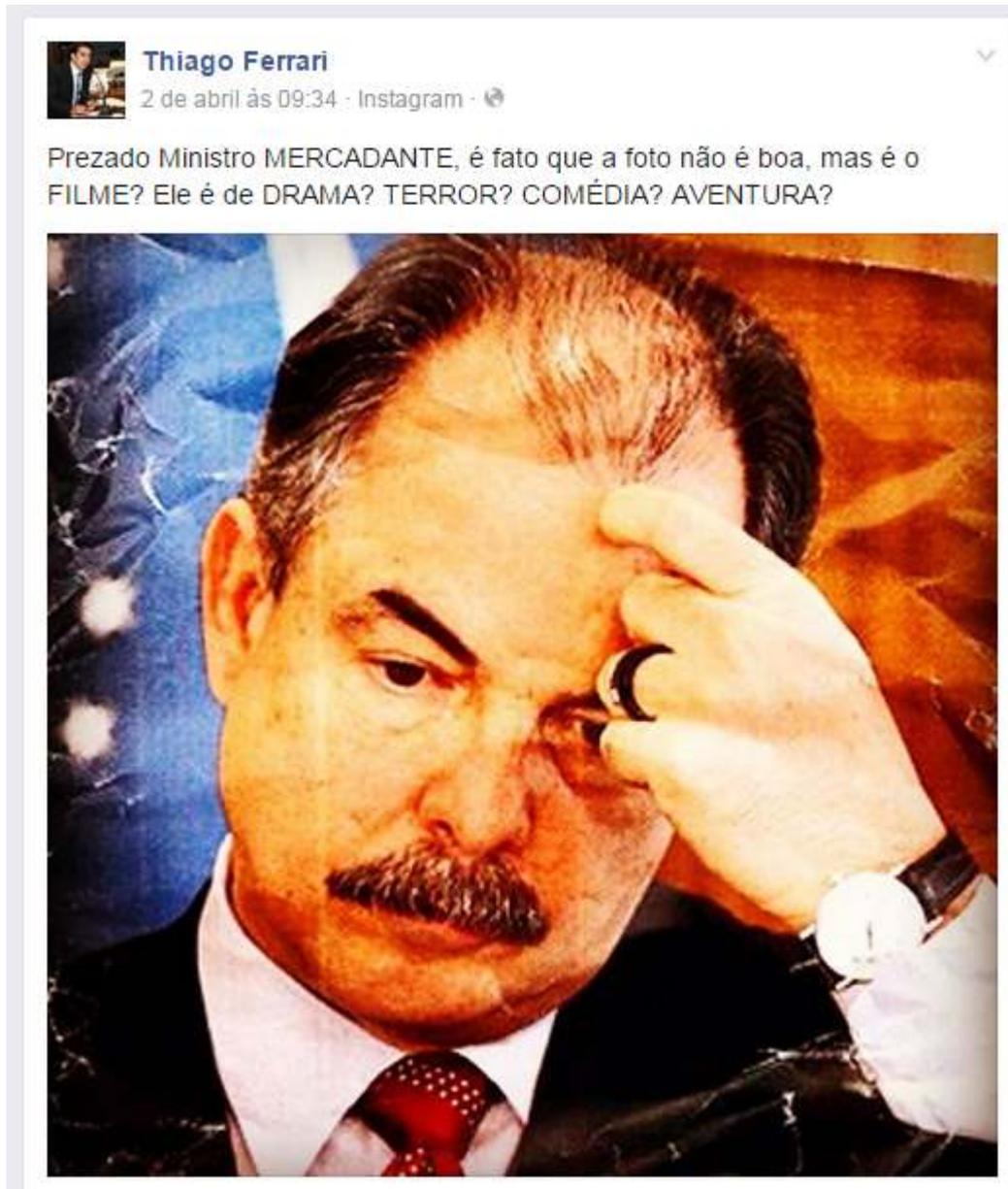
Além disso, mesmo fotos tiradas em eventos públicos com familiares, e mais ainda em eventos particulares, são considerados característicos de elemento pessoal. Como na foto de Thiago Ferrari, que não precisou nem da indicação que se tratava de alguém próximo dele para se fazer entender que era alguém de estima pessoal ao adicionar, numa foto que segura uma criança no colo, a seguinte legenda: "Macarronada! Minha companheira! Mesmo cercado de pessoas ela consegue construir um mundinho só meu e dela."

OPINIÃO (POLÍTICA) COMO ELEMENTO PESSOAL

Uma figura política pode indicar preferências políticas em seus perfis online de maneira a possuir ou não o elemento pessoal. Por exemplo, ao indicar uma opinião política com explanação de argumentos racionais, como no caso do vereador Pedro Tourinho:



Ou ainda, expor sua opinião com argumentos afetuosos, sem utilização de pensamentos ou idéias de ordem racional. Como no conteúdo postado pelo vereador Thiago Ferrari, que utilizou outra maneira de expor sua posição em relação a um outro político, no caso o Ministro Mercadante, configurando-se de ordem privada, pois diz respeito ao que ele pensa. Portanto, elemento pessoal:



STATUS DE RELACIONAMENTO E IDADE COMO ELEMENTOS PESSOAIS

A indicação que o vereador ou vereadora é casado ou não, foi verificado não somente nos perfis de usuário comum (que possuem um campo específico para isto),



como também há vereadores que indicavam na descrição das *fan pages* (lugar onde geralmente é dedicado para uma breve biografia da figura pública).

Portanto, foram observados 31 vereadores, sendo 15 dos 24 perfis de usuário comum com indicação de que o vereador fosse “casado”, e 2 *fan pages* com indicação do *status* de relacionamento indicados na “biografia” da página.

Nº de Vereadores considerados na amostra	Nº de Perfis de Usuário Comum	Nº de <i>status</i> de relacionamento “casado”	Nº de Fan Pages com indicação na <i>bio</i>
31	24	15	2

Nos perfis dentro do site da Câmara Municipal de Campinas, a descrição de cada um pode carregar ou não estas indicações de *status* de relacionamento e idade. Salvo discussão acerca de possíveis modelos sugeridos aos vereadores por parte da assessoria de comunicação da prefeitura para formulação dessas descrições, a análise apontou uma grande variedade de estilos. Tanto é que alguns apresentam conteúdos estritamente voltados para a carreira política e titulações acadêmicas, bem como projetos de leis e outras atividades relacionadas à política e/ou titulações e atribuições concernentes a capacidade de exercer o cargo de vereador.

A idade de cada um, tanto poderia ser indicada na descrição do perfil no site da Câmara, como também incluído no campo específico para tal finalidade (designado “Data de Nascimento:”). Dos 31 vereadores considerados na amostra, 24 indicam sua idade no perfil, enquanto que 13 indicam que estão casados, e 13 indicam, não somente que são pais, como também o número de filhos que tem. Além disso, apenas uma vereadora indica “divorciada” no perfil, sendo que ela é a única vereadora em mandato vigente.

RELIGIÃO COMO ELEMENTO PESSOAL

Neste caso, apesar do Estado e suas atividades obedecerem ao princípio da laicidade no Brasil, observa-se que alguns políticos utilizam estratégias de posicionamento embasadas no seu vínculo com a igreja ou em suas crenças religiosas.

Neste artigo, observou-se que postagens relacionadas à igreja ou à religião do vereador, podem ou não ser de ordem do elemento pessoal. Por exemplo, a indicação de



um livro espírita pelo vereador Alberto Alves da Fonseca é estritamente pessoal, pois não há uma relação explícita com sua verança.

Ao passo que, se o vereador participa de alguma festividade religiosa, tendo contato com aqueles que possivelmente possam ser eleitores, há uma indicação, mesmo indireta, de atividade considerada “política”. Vide alguns perfis de vereadores dentro do site da Câmara que explicitam essa relação da política com sua carreira política, como no caso do político Antônio Flores, que no espaço reservado para descrição de suas atribuições, indica:

“O vereador também é conhecido por seu envolvimento com as igrejas evangélicas, as quais auxilia em todo tipo de liberação como: habits e alvarás de funcionamento. Flôres há 17 anos é membro da Igreja Evangélica do Nazareno Central, onde exerce funções na diretoria, na presidência do corpo diaconal e na recepção.”

Outros vereadores que indicam vínculo com igrejas, sob nome parlamentar, são: Jeziel Silva, Jorge Schneider, Pastor Elias Azevedo, Professor Alberto.

EVENTOS PARTICULARES COMO ELEMENTO PESSOAL

Os eventos municipais que reúnem a população podem ser considerados como elemento pessoal se o vereador estiver acompanhado, nas imagens postadas, de familiares ou amigos próximos (e houver indicação expressa disto, uma vez que não há meios para saber se o político não colocar estas informações no conteúdo postado). Ao passo que eventos particulares, mesmo podendo tratar de política em seu acontecimento, são sempre indicados como pertencentes ao elemento pessoal dado sua finalidade. Como segue exemplo do vereador Tico Costa:



BASTIDORES COMO ELEMENTO PESSOAL

O vereador Rafa Zimbaldi foi gravar um programa de televisão voltado para a política, e postou uma foto de bastidor contando aos seguidores de sua página no

Facebook que estava gravando o programa naquele momento da postagem. Tal conteúdo foi considerado contendo o elemento pessoal, pois revelava o que estava ocorrendo naquele momento, convidando as pessoas pra conhecerem, talvez, uma outra perspectiva, mais impessoal, que não a oficial que passará na programação do canal televisivo. Segue *print screen* do post:



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou delimitar, a partir de alguns exemplos, o que seria elemento pessoal dentro do discurso político online de vereadores. Entretanto, é importante ressaltar que não esgota as possibilidades de encontrar outras formas de reconhecer este elemento dentro de outros perfis, ou mesmo dentro de um recorte temporal diferente. A idéia é continuar o debate acerca desses limites e contribuir para o entendimento do afeto dentro da política no cenário contemporâneo.

O uso do elemento pessoal pode ser entendido como uma estratégia para atrair os usuários da rede, a fim de angariar interação voluntária e exponencializar a visibilidade de conteúdos postados online. Esta prática pode aumentar o contato online



das pessoas com o político, mas não há evidências que indicam que esta atenção será canalizada para uma interação mais efetiva na relação representante e eleitor, promovendo a cidadania de fato a partir da internet. Outro ponto que não foi verificado no estudo é em que medida os usuários permanecem sintonizados aos conteúdos postados posteriormente, ou seja, se a interação obtida não foi meramente casual.

A única vereadora de Campinas presente no recorte do estudo, não apresentou nenhuma postagem com elemento pessoal dentro de sua *fan page*, nem mesmo a indicação de seu *status* de relacionamento da descrição. Também não há perfil de usuário comum existente no site de relacionamentos analisado, no caso, o Facebook. Assim como em estudo anterior, Aleixo (2014) indicou postagens que carregavam o elemento pessoal dentro de perfis online de vereadores da cidade de Itupeva-SP, e a única vereadora da cidade não foi a figura política que mais utilizou o elemento pessoal em suas postagens. Talvez estes artigos, o atual e o de 2014, possam contribuir para um estudo mais aprofundado acerca da não relação entre gênero e o uso do elemento pessoal por políticos na internet, e as razões por detrás disto, se é que existem.

REFERÊNCIAS

ALEIXO, Tayra. **Elementos pessoais e participação política em perfis de vereadores de Itupeva/SP no Facebook**. Artigo apresentado no Seminário de Mídia, Política e Eleições da PUC-SP, 3 e 4 de Novembro de 2014.

AQUINO, J.; MARQUES, F.; MIOLA, E. **Parlamentares, representação política e redes sociais digitais**: perfis de uso do Twitter na Câmara dos Deputados. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 20, nº 2, Agosto, 2014, p. 178-203.

BEETHAM, David. Liberal democracy and the limits of democratization. IN: David Held (ed.) **Prospects of democracy**. Stanford: Stamford University Press, 1993, p. 55.

Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: Secom, 2014.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser**: vigilância, tecnologia e subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2013.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FRAGOSO, Suely. **Métodos de pesquisas para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRANÇA, V. R. V. **Paradigmas da Comunicação**: conhecer o quê? Trabalho apresentado no 9o. Encontro da Compós. Brasília, junho 2001.



FRANÇA, Vera V. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. MEAD. IN: PRIMO, Alex et al (Org.) **Comunicação e interações**. Livro da Compós 2008. Porto Alegre: Sulina, 2008, pp. 71-92.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M.; MARQUES, Francisco P. J. A. (orgs.) **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GUZZI, Drica. **Web e participação**: a democracia no século XXI. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MIGUEL, Luis Felipe. **A mídia e o declínio da confiança na política**. Sociologias, Porto Alegre, ano 10, nº 19, jan./jun. 2008, p. 250-273.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público**: as tiranas da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

SIBILA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SIGNATES, Luiz. **Epistemologia da Comunicação na Democracia**: a centralidade do conceito de comunicação na análise dos processos políticos. XX Encontro da Compós, Universidade do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, de 14 a 17 de Junho de 2011.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação eletrônica é epistemóloga**. PARÁGRAFO. JAN./JUN.2015, V. 1, N. 3 (2015).

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

SODRÉ, Muniz. **O Brasil simulado e o real**: ensaio sobre o cotidiano nacional. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

STROMER-GALLEY, Jennifer. Interação on-line e por que os candidates a evitam. IN: AGGIO, Camilo; MARQUES, Francisco P. J. A.; SAMPAIO, Rafael C. (Orgs.) **Do clique à urna**: internet, redes sociais e eleições no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2013, pp. 29 – 62.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 13. ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

THOMPSON, John B. **Fronteiras cambiantes da vida pública e privada**. MATRIZES Ano 4 – Nº 1 jul./dez. 2010 - São Paulo - Brasil – JOHN B. THOMPSON, pp. 11-36

WEBER, Maria Helena. **Imagem Pública**. In: Antonio Albino Canelas Rubim. (Org.). Comunicação e Política: Conceitos e Abordagens. 1 ed. Salvador, 2004, v. C741, p. 259-308.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2012.