

## **Narrativa biográfica no Twitter: a auto entrevista midiática em @silva\_marina<sup>1</sup>**

*Mariana Rezende dos Passos<sup>2</sup>*

---

1 Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho "Comunicação & Política", do IV Ecomig, PUC Minas, Belo Horizonte, novembro de 2011.

2 Mestranda pelo programa de Pós-Graduação em Comunicação Social: Interações Midiáticas da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (bolsista CAPES). Possui graduação em Publicidade e Propaganda pela mesma instituição (2010). [maryrpassos@gmail.com](mailto:maryrpassos@gmail.com)

**Resumo**

À luz da proposta de Sarlo (2011), que examina a utilização do Twitter pelos políticos argentinos, o presente artigo propõe transpor este modelo de análise ao contexto brasileiro. Para tanto, analisa-se o perfil de Marina Silva no Twitter - durante o período eleitoral de 2010 - enquanto manifestação contemporânea dos microrrelatos da guinada subjetiva. Analisa-se, também, as diferenças entre o discurso político e o discurso eleitoral, bem como o Twitter enquanto possível lugar ou espaço biográfico contemporâneo e o entrelaçamento entre espaço público e privado que este ambiente proporciona.

**Palavras-chave**

público e privado; espaço biográfico; twitter; Marina Silva.

**Abstract**

In the light of Sarlo's theoretical proposal (2011) of investigating the use made of Twitter by Argentine politicians, this paper presents the analysis of such model in the Brazilian context. To that intent, this article analyses Marina Silva's profile on Twitter - during the election period of 2010 - as a contemporary manifestation of "micro reports" of the subjective turnaround. It also points out the differences between the political discourse and the electoral discourse, analyses Twitter as a possible biographical space and observes the interlacement of public and private spaces provided in this environment.

**Keywords**

public and private; biographical space; twitter; Marina Silva.

Sarlo (2011) elabora uma crítica à utilização da Internet, principalmente das redes sociais, pelos políticos. Para a autora, o que há neste espaço *online* é uma “explosão de romantismo pós-moderno” (SARLO, 2011, p. 7), onde os políticos tentam parecer transparentes, disponíveis e comunicativos. Há muitos que sabem sobre o meio, mas poucos que entendem sua lógica. Hoje em dia, um político estar fora da Internet é tão desastroso quanto estar fora da televisão.

A rede, segundo a autora, funciona pelo encadeamento de informações e boatos, que perpassam entre redes sociais, blogs e sites oficiais. Esse encadeamento é capaz de potencializar a lógica do boato tornando-o factual a partir do sentimento de proximidade dos usuários da rede que, por sua vez, colabora para a produção de verossimilhança: “A lógica do rumor (...) adapta-se à perfeição ao imaginário do encadeamento: uma sociedade de pessoas próximas, atadas pela familiaridade virtual” (SARLO, 2011, p. 9).

Ainda segundo a autora, a Internet traz uma fantasia democrática na qual todos têm vez e todas as vozes são ouvidas. Os usuários sentem como se não existissem as hierarquias que há, nitidamente, em outros contextos. Esta é outra ilusão proporcionada pela lógica do encadeamento que faz parecer que todos participam do processo. Há, portanto, um entendimento de que, fora da rede, tudo é conspiração e, dentro, tudo é transparência.

Sendo assim, para Sarlo (2011), acredita-se que no Twitter não haja espaço para manipulação, ao contrário do que haveria no discurso político em meios tradicionais que “sempre teria um fundo falso especialmente preparado (...)” (SARLO, 2011, p. 12). O Twitter dá a impressão de que o usuário o gere, que participa da construção do discurso. Todos são iguais, apenas diferenciados pelo número de seguidores. “O político que aspira à presidência da República e a empregada de 30 anos que nunca leu um livro são iguais na web (...)” (SARLO, 2011, p. 13).

A autora também questiona a onda de padronização de campanhas online que se seguiu após a campanha de Obama, em 2008. Para a autora,

depois dessa campanha, os políticos passaram a julgar necessária a utilização de ferramentas *online* sem que analisassem o contexto político-cultural e os hábitos tecnológicos de cada país.

É a partir daí que Sarlo (2011) critica o teor evasivo das mensagens postadas pelos políticos argentinos no Twitter. Ela cita o exemplo de Gabriela Michetti que, segundo Sarlo, confunde a ferramenta *online* com bilhetinhos para a prima. Critica também o caráter burocrático ou duro dos que possuem uma assessoria de imprensa para utilizar o Twitter e não possuem estratégia aperfeiçoada para utilizar a Internet. Ainda diz sobre aqueles que se comportam como qualquer um, que para a autora: “Provavelmente, faziam certo, porque a imagem do político que não se parece com seu eleitor já foi submetida à crítica filosófica dos assessores de imagem e dos pesquisadores” (SARLO, 2011, p. 12).

Segundo a autora, políticos treinados para longos discursos em palanques devem contratar assessorias para que o tom do discurso seja alterado e se encaixe na lógica limitada do Twitter. Mas alguns políticos fazem uso desta ferramenta por si mesmos<sup>3</sup>. A autora ressalta que a ineficácia na utilização do Twitter advém do fato de os políticos pensarem que informações sobre o partido ou sobre intervenções televisivas têm audiência neste meio *online*. O efeito disso, para ela, é irritante.

O que a autora posiciona, então, é o fato de que os políticos não são capazes de desfrutar positivamente da Internet, pois sua lógica é oposta à lógica da rede. Há somente a necessidade de fazer parte, mas não há o entendimento sobre a ferramenta.

À luz desta proposta de Sarlo (2011) de analisar a utilização do Twitter pelos políticos argentinos, o presente artigo propõe transpor este modelo de análise da performance dos candidatos a cargos públicos nesta rede social ao contexto brasileiro.

3 Sarlo (2011) cita exemplos de Anibal Fernández, Gabriela Michetti, Macri, Narváez, Héctor Timerman e Cristina Kirchner.

Um forte exemplo da utilização do Twitter por figuras políticas encontrado no Brasil é o da candidata às últimas eleições à presidência, Marina Silva. Marina nasceu no estado do Acre e foi alfabetizada aos 17 anos. Sua vida política, para muitos, se assemelha à de Lula, já que é caracterizada por vir das classes mais baixas do Brasil e lutar por direitos ignorados por muitos no país. Ambientalista e favorável ao desenvolvimento sustentável, Marina ganhou, em Mônaco, no mês outubro de 2009, o prêmio “Mudanças Climáticas”, pelo programa que visava proteger a floresta Amazônica. Foi vereadora no município de Rio Branco, senadora pelo estado do Acre e é ex-ministra do meio ambiente enquanto filiada ao PT. Deixou o partido no qual trabalhou por 30 anos para filiar-se ao PV, pelo qual se candidatou em 2010 à presidência da república. Atualmente é professora de História e, em julho de 2011, retirou-se do PV para buscar apoio e divulgar o que chama de “nova política” no Brasil.

Nas eleições de 2010 para a presidência do Brasil, as primeiras pesquisas apontavam um crescimento mínimo das intenções de voto em Marina, deixando-a em terceiro lugar, atrás de José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT). Mas, ainda assim, era significativa sua participação na corrida presidencial. Apenas nas últimas semanas da campanha eleitoral Marina Silva obteve um crescimento considerável em tais pesquisas e foi apontada por muitos como a responsável por ter levado a eleição para o segundo turno. Conquistou, após 100% das urnas apuradas, 19,33% dos votos válidos, diminuindo o percentual de Dilma, que terminou com 46,91% dos votos. Serra obteve 32,61% dos votos válidos. Apesar de não ter atingido o seu objetivo de ir para o segundo turno com Dilma Rousseff e de fazer um debate entre mulheres, Marina Silva conquistou uma imagem pública importante no cenário político brasileiro.

A candidata utilizou o Twitter como parte da campanha eleitoral, por meio dos vários “twitaços” (uma espécie de “panelaço” no âmbito da era virtual buscando mobilizar os internautas para que postassem mensagens sobre Marina na web). Como exemplo, pode-se citar a manifestação da chamada “Onda Verde” em relação ao PV, presente em vários dias como tópico mais

comentado nesta rede social online. O meio virtual foi mais uma ferramenta de consolidação de uma imagem pública em que as palavras sustentabilidade e futuro, além do fato da candidata ser mulher, serviram como bases fundamentais do processo de construção.

Isto posto, o presente artigo propõe uma análise do perfil de Marina Silva no Twitter enquanto manifestação contemporânea dos microrrelatos da guinada subjetiva.

Faremos uma análise do Twitter como possível lugar ou espaço biográfico contemporâneo e do entrelaçamento entre espaço público e privado que este ambiente proporciona, bem como uma breve análise das características do discurso político e do discurso eleitoral.

### **A construção de um espaço biográfico**

Desde o século XVIII, marcado pelo ápice do capitalismo e da sociedade burguesa, surgem novas formas de afirmação de subjetividades que se transferem para a escrita na forma de confissões, diários ou correspondências. Para Habermas (1984), o século XVIII foi o "século das cartas", no qual a narrativa passou por uma significativa virada a partir da construção do outro "eu", do eu que recebia e lia as confissões alheias. Antes a preocupação era com a criação de personagens míticos e histórias fantasiosas. A partir desta virada surgem as representações de si mesmo, da vida cotidiana. É nesses relatos autobiográficos que o indivíduo desenvolvia sua subjetividade:

O diário íntimo torna-se uma carta endereçada ao emissor; a narrativa em primeira pessoa, um monólogo interior dirigido a receptores ausentes: experiências equivalentes à subjetividade descoberta no interior das relações da intimidade familiar (HABERMAS, 1984, p. 66).

Mas é na década de 1980, segundo Arfuch (2010), com a sociedade democrática, que surge uma nova concepção do uso do espaço público, baseada na subjetividade e nas narrativas da vida cotidiana, da privacidade, da afeição. Passa a ser valorizado, então, o que autora denomina como microrrelatos.

Ainda segundo Arfuch (2010), a midiaticização avançada proporcionou visibilidade a essa tendência autobiográfica e fez com que ela fosse cada vez mais presente, e, além disso, sobrepôs o privado ao público, o "(...) *gossip* – e mais recentemente o *reality show* – à política (...)" (ARFUCH, 2010, p. 37).

Essa guinada subjetiva foi marcada por profundas transformações na sociedade, transformações estas de cunho político, social e cultural. Com a democratização, segundo Arfuch (2010), democratizavam-se também as narrativas, daí surgia uma pluralidade de vozes e subjetividades.

Segundo a autora, o que ocorreu neste período foi a "(...) 'perda' do espaço público clássico e uma idealizada transparência diante da 'invasão' da privacidade (...)" (ARFUCH, 2010, p. 19). Para a política, um fato importante desta transformação foi causada pela comunicação midiática, a "política-espetáculo" começou a atingir altos níveis de visibilidade.

Para Sarlo (2007), essa forte presença da subjetividade faz com que a intimidade se transforme também em manifestação pública. Sendo assim, os testemunhos se apóiam e ganham força de sentido na visibilidade do "pessoal". Além disso, essa subjetividade enraizada é carregada ou legitimada pela existência do "eu". As "vidas reais" eram mais importantes, havia uma persistência pelo encontro do "real" na voz do protagonista, "no nome próprio, no rosto, no corpo, na vivência, na anedota oferecida à pergunta, às retóricas da intimidade" (ARFUCH, 2010, p. 21). A autora delimita esta circulação de vozes, subjetividades e microrrelatos em um "espaço biográfico".

Pode-se dizer que a utilização do Twitter é uma manifestação contemporânea dos microrrelatos. Sarlo (2007) diz que "não há testemunho sem experiência, mas tampouco há experiência sem narração" (p. 24). Neste

ambiente social *online*, o íntimo se transforma em narrativa a partir do momento em que se torna público. Para Habermas (1984), “essa subjetividade, como corte interior do privativo, já é, desde sempre, ligada ao público” (p.66). O que ocorre é uma indiscrição do íntimo quando este se torna público.

O que emerge no espaço biográfico contemporâneo é o que Arfuch (2010) delimita como o aprendizado a partir do relato, mais do que o aprendizado pelo vivido, pela própria experiência. Estamos inundados por relatos em toda parte que se tornam públicos pela comunicação midiaticizada, inclusive nas redes sociais *online*, especificamente no Twitter, o qual analisaremos posteriormente.

### **O entrelaçamento entre o espaço público e privado**

Arendt (2005), inspirada no pensamento político de Aristóteles e na interpretação da *polis grega*, distingue as esferas pública e privada para esclarecer sobre o desfalecimento dessas esferas na sociedade moderna.

Segundo a autora, na vida pública o homem era um ser dotado de fala, um ser político capaz de persuadir e discutir. Já a vida privada, do lar ou da escola, por exemplo, era ligada ao trabalho (labor) e às necessidades que visavam ao bem-estar material. Neste espaço privado havia hierarquia (pai-filho, aluno-professor), já o espaço público era para todos. Ao espaço público reservavam-se os assuntos que não podiam ser resolvidos rapidamente, daí a necessidade de reuniões e debates. A principal distinção entre essas esferas baseava-se na necessidade (esfera privada) e na liberdade (esfera pública):

A liberdade situa-se exclusivamente na esfera política; (...) a necessidade é primordialmente um fenômeno pré-político, característico da organização do lar privado; e (...) a força e a violência são justificadas nesta última esfera pro serem os únicos meios de vencer a necessidade (...) e alcançar a liberdade (ARENDR, 2005, p. 40).



Para Arendt (2005), a vida pública era uma evolução na condição humana, uma oportunidade de ser mais humano. Para participar do espaço público o homem deveria ser dotado das necessidades básicas como higiene, alimentação, e de um lar ou de uma propriedade. Sem essas condições o ser humano não poderia ser político ou exercer as funções da vida pública.

A consolidação do mundo moderno tem início no momento em que a sociedade burguesa do século XVIII passa a vangloriar a vida privada que, por sua vez, invade o espaço público. Assim, a esfera social passa a igualar-se à esfera pública (política), ou seja, “com a ascensão da sociedade, isto é, a elevação do lar doméstico (...) ao nível público, a administração doméstica e todas as questões antes pertinentes à esfera privada da família transformaram-se em interesse coletivo” (ARENDR, 2005, p. 42).

Sendo assim, na modernidade não há mais a clara distinção entre as esferas pública e privada, e sim uma constante apropriação de uma pela outra.

Surge, a partir daí, a esfera do íntimo pra suprir a falta da privacidade, é nesta nova esfera que o homem encontra lugar para a sua subjetividade em um mundo no qual “a sociedade espera de cada um dos seus membros um certo tipo de comportamento, impondo inúmeras e variadas regras, todas elas tendentes a (...) abolir a ação espontânea ou a reação inusitada” (ARENDR, 2005, p. 50). Mas mesmo esta intimidade não pode ser excluída da esfera social, já que para afirmar-se como sujeito o homem precisa *demonstrar* que o é. Para tanto necessita da visibilidade oferecida pela esfera pública (COSTA, 2009). Isto ocorre, como já visto, na forma dos microrrelatos.

Segundo Habermas (2003), a mudança do espaço público é pautada pelo advento dos meios de comunicação de massa e do *advertising*, que fazem com que haja uma ascensão do âmbito íntimo na vida política/pública. Segundo o autor, a propaganda é uma função que a esfera pública dominada pelas mídias assumiu. Sendo assim, “Os partidos e as suas organizações auxiliares veem-se (...) obrigados a influenciar as decisões eleitorais de modo publicitário, de

um modo bem análogo à pressão dos comerciais sobre as decisões de compra: surge o negócio do *marketing político*” (HABERMAS, 2003, p. 252).

Com o constante crescimento das tecnologias e da sociedade midiaticizada há um espaço de visibilidade absoluta no qual realidade e aparência – retomando as ideias de Arendt (2005) – são indissociáveis.

Arfuch (2010) cita a televisão, mas podemos citar também a Internet, para exemplificar essa política da visibilidade que leva a crer que tudo é ficcionalizado pela mídia e pelas ferramentas tecnológicas. Tudo é virtual no espaço público comunicacional, mas Arfuch (2010) ressalta que não existe negação absoluta do acontecimento, “coisas acontecem e há certamente cenários coletivos alheios aos olhos das câmeras ou transcorrendo para além de toda possibilidade de midiaticização” (ARFUCH, 2010, p. 97).

No âmbito da política surge, então, a personalização, que passa a oferecer não o político como uma simples tese pragmática, mas sim como uma vida comum, ordinária, e que, pautada pela comunicação midiática, se espetaculariza.

### **O discurso político e eleitoral contemporâneos**

Para Courtine (2003), o que ocorreu ao longo da trajetória do discurso político, principalmente a partir da década de 1980, com o ápice da cultura do espetáculo, foi um descrédito em relação às formas longas e monológicas desse discurso público. Essas falas longas deram lugar a um tipo de fala breve, “(...) fluida, imediata, que se prende ao instante antes de se inscrever na memória, privilegiando antes a astúcia verbal do que a estratégia discursiva” (COURTINE, 2003, p. 22). Ainda sobre essa nova fala, o autor diz que ela passa a ser um tipo de fala “interativa, descontínua, fragmentada” (COURTINE, 2003, p. 22) totalmente perceptível no Twitter. Para o autor, a personalização do político faz com que as vozes não sejam mais anônimas, mas sim pessoais.

Para Courtine (2003) há uma nítida ameaça de desaparecimento das “grandes narrativas”. Antes havia uma submissão dos conteúdos políticos às exigências das práticas clássicas da escrita e da leitura. Hoje o que ocorre é uma tentativa de escapar dessas demarcações tradicionais, por exemplo, entre direita e esquerda, para diferenciar os discursos políticos entre arcaicos ou modernos, *démodé* ou *fashion*, “arcaicas as formas longas, geradoras de aborrecimentos, suspeitas de duplicidade, opacas, alusivas e mentirosas; modernas as formas breves, vivas e claras, na sua retórica despida, sua sintaxe liminar” (COURTINE, 2003, p. 23).

No mesmo sentido, Sarlo (2011) fala sobre o *outsider* que é “estigmatizado como um tradicionalista arcaico que não entende o presente” (SARLO, 2011, p. 9). A Internet, para a autora, penaliza este ser que está fora da temporalidade do meio e não sabe dialogar com o mesmo.

Para Courtine (2003), na política-espetáculo, o discurso vigente deve seduzir ou arrebatá-lo antes de explicar ou convencer. O político deve adotar falas e linguagens mínimas, *basics*. “(...) o discurso é então compreendido como o produto homogeneizado de um consumo de massa” (COURTINE, 2003, p. 23).

Outro aspecto importante dessa transformação do discurso, segundo o autor, é o advento do que ele chama de “conversação-espetáculo”. Sob a égide de uma democracia da expressão e do abandono do Estado sobre as informações, passamos a “ver o homem privado sob o personagem público” (COURTINE, 2003, p. 24). A *política da vida privada* exhibe intimidades e a política se vê banalizada nas pequenas vidas cotidianas.

Piovezanni Filho entende que para Courtine, na lógica dos discursos longos feitos em palanques, o orador encontrava-se “sob a proximidade do olhar da multidão que assiste à *performance*” (PIOVEZANNI FILHO, 2007, p. 115). A relação seria de uma “distância próxima”. Esta lógica é invertida no discurso político na era da midiatização que passa a ter uma relação de “proximidade distante” com o eleitor, ou seja, “o político está submetido a um

'olhar aproximado' do telespectador-eleitor, que, de certa maneira, não está lá, ainda que esteja" (COURTINE apud PIOVEZANNI FILHO, 2007, p. 115).

Podemos inferir, então, que o Twitter, por sua vez, tende a criar uma "proximidade imediata à distância" apresentando um tom pessoal, personalizado, nominal nas mensagens. O sentimento de presença e pertencimento é característico do *self midiaticizado*. Para Bolter e Grusin (2000), a imediação (mídia transparente) faz com que o usuário esqueça por vezes que há um aparelho tecnológico que possibilita o contato com outros usuários permitindo, com isso, sentir-se imerso no mundo virtual. Já a hipermediação (mídia opaca) possibilita que o usuário esteja presente em vários espaços simultaneamente. No entender dos autores, por mais contraditórias que sejam as duas possibilidades do *self midiaticizado*, ambas são complementares já que promovem uma relação íntima e interativa do usuário com a ferramenta, possibilitando a construção de identidades do "eu" virtual.

Ao tentar criar esta proximidade, os candidatos a cargos públicos tendem, segundo Piovezanni Filho (2007), a fabricar seu "eu" de acordo com o que seria privado, apresentando atributos pessoais que gerariam confiança e legitimação, por exemplo: "sinceridade", "honestidade", "simplicidade", "generosidade" (PIOVEZANNI FILHO, 2007, p. 119). Ainda segundo o autor,

A conjunção desses dois modos complementares de confiança e legitimação exige, seja na conquista seja na manutenção do poder, a adoção de medidas que visam tanto a afirmar a fundamentação das pretensões em ocupar seus postos e exercer suas funções, quanto a empreender uma boa "produção" e apresentação de "si" (PIOVEZANNI FILHO, 2007, p. 119).

Para Sarlo (2011), as redes sociais necessitam de subjetividade. A subjetividade e a intimidade não são meros complementos de uma mensagem, mas sim fazem parte de sua configuração como um todo. Para a autora, no

Twitter não há público ou privado no sentido clássico, “essas categorias se reconfiguraram, para muitos usuários em termos reais; para outros, em termos formais: devem fingir que não há público e privado” (SARLO, 2011, p. 15). Além disso, a subjetividade está ligada diretamente também à recepção das mensagens. Segundo a autora: “sem inflexão subjetiva não há eficácia” (SARLO, 2011, p. 16).

É importante ressaltar a diferença entre discurso político e discurso eleitoral. Segundo Verón (1987), o discurso eleitoral é voltado, além dos destinatários positivos em busca de mobilização, aos destinatários indecisos. O destinatário positivo está ligado a uma crença pressuposta e, o negativo, à inversão desta crença, “(...) no discurso político, a posição dos ‘indecisos’ tem o caráter de uma hipótese de *suspensão da crença*” (VERÓN, 1987, p. 17, tradução do autor)<sup>4</sup>. E, para dirigir-se a esse destinatário, o recurso ou estratégia utilizada pelo enunciador é da ordem da persuasão, segundo o autor, característica dos discursos publicitários.

Em período eleitoral, diferentemente de outros períodos da vida política, há enfrentamentos e adversários claros. Para Verón (1987), o discurso publicitário é pautado inteiramente pela sedução ou persuasão. Já o político, por sua vez, é da ordem do *reforço*, quando se trata dos destinatários positivos; de *controvérsia*, quando se trata dos negativos; e de *persuasão* apenas quando se trata dos indecisos. Mas o autor reforça que as três funções são igualmente importantes para a estratégia discursiva política.

A princípio, o discurso racional (público no sentido de Arendt), pautado principalmente pelo discurso da sustentabilidade, imposto por Marina Silva em período eleitoral, não daria lugar a exposição da sua vida privada, mas no tópico a seguir analisaremos como ela utilizou o Twitter enquanto lugar de fala pública para transparecer essa apresentação de “si” a partir de uma análise desta rede social enquanto “auto entrevista” midiática.

4 “(...) la posición de los “indecisos” tiene, en el discurso político, el carácter de una hipótesis de *suspensión de la creencia*” (VERÓN, 1987, p. 17).

### **Análise de @silva\_marina: o twitter como “auto entrevista midiática”**

O Twitter é uma rede social *online* que permite ao usuário publicar mensagens de até 140 caracteres. Esses textos são exibidos no perfil do mesmo em tempo real e podem ser vistos por seus seguidores – outros usuários do Twitter. Este ambiente apresenta alguns pontos em comum com um gênero biográfico bastante explorado por Arfuch (2010), as entrevistas midiáticas.

A entrevista midiática, segundo Arfuch (2010), bem como o Twitter, torna-se fonte inesgotável de biografias, autobiografias, diários e histórias de vida: “O avanço da midiatização e de suas tecnologias da transmissão ao vivo fez com que a palavra biográfica íntima, privada (...), estivesse disponível, até a saturação, em formatos e suportes em escala global” (ARFUCH, 2010, p. 151).

Assim como a entrevista midiática, o Twitter é uma fonte de conhecimento de pessoas comuns ou públicas, de conhecimento de suas vidas privadas. Sem a presença do entrevistador, o Twitter é uma espécie de “auto entrevista” que segue as mesmas regras midiáticas daquelas citadas por Arfuch (2010): “(...) falar da (própria) vida não será, então, simplesmente uma deriva casual da conversa, um empenho narcisista ou o resultado da predileção do entrevistador, mas um registro necessário de se cobrir dentro da economia libidinal da mídia” (ARFUCH, 2010, p. 180).

A autora explicita ainda o caráter de celebração das entrevistas, que perfeitamente se encaixa no ambiente do Twitter. Pessoas comuns, bem como as que já possuem publicidade, passam a possuir características de símbolos. A celebridade, para Arfuch, é hoje “um valor predominante na cena midiática” (ARFUCH, 2010, p. 154).

A característica do que Arfuch (2010) chama de “avatares da conversa”, presente nas entrevistas midiáticas, dá o tom mais familiar, mais privado e íntimo a esse gênero biográfico.

Se pensarmos que a conversa cotidiana é talvez o lugar por excelência onde se gesta a “invenção biográfica”, essa narração fragmentária,

casual, (...) Também se pode compreender nessa ótica, a proliferação das “conversas” sobre a intimidade que povoam o radiofônico e o televisivo (...) (ARFUCH, 2010, p. 171).

São exatamente essas narrações fragmentárias – limitadas pelos 140 caracteres – e as conversas casuais que movem o Twitter enquanto ferramenta comunicacional. Nessa rede social não há a presença do corpo físico, mas a plenitude da presença se intensifica por meio dos caracteres, mantendo a intencionalidade da singularidade do eu, como comenta Arfuch:

Nesse registro gráfico ou audiovisual que tenta dar conta obstinadamente – cada vez mais “pela boca de seus protagonistas” – do “isso aconteceu”, talvez seja onde se manifesta, com maior nitidez, a busca da plenitude da presença – do corpo, rosto, voz – como proteção inequívoca da existência, da mítica singularidade do eu (ARFUCH, 2010, p. 74).

Sendo assim, o suposto entrevistado ou usuário do Twitter, tenta, por vezes, transparecer o “real”, ou assumir o “si mesmo” (ARFUCH, 2010). Diferentemente da entrevista, na auto entrevista presente no Twitter passa-se a imagem de que ali é a pessoa mesmo que está se apresentando. Ignora-se o fato de que há assessorias envolvidas na transposição das palavras, como Beatriz Sarlo (2011) aponta no mais das vezes. Mas isto ocorre de modo muito sutil, quase imperceptível, já que, no Twitter, há também um constante jogo de mascaramento no qual os usuários criam, recriam as identidades.

É importante ressaltar que Marina Silva permite, por vezes, transparecer a presença de uma assessoria de imprensa responsável por suas postagens, como podemos analisar no *post* a seguir:

**silva\_marina** Marina Silva

Queridos irmãos, vocês têm razão sobre o uso inadvertido do verbo rezar. Minha assessoria errou ao digitar a mensagem que ditei. Desculpem<sup>5</sup>.

5 Postada em 26 de outubro de 2010 no perfil oficial de Marina Silva no Twitter, a mensagem diz respeito à morte do

Mas mesmo essa transparência a aproxima dos seus destinatários de forma bem sutil, pois sua voz e sua presença ainda estão no seu discurso, mantendo a “singularidade do eu”. Essa tentativa de aproximação torna exposta a dicotomia entre esfera pública e esfera privada.

Há, porém, em algumas mensagens de Marina Silva, a tentativa de construção de uma vida privada para ser projetada no âmbito público, o que descaracteriza a dicotomia entre as esferas:

**silva\_marina** Marina Silva

No domingo, em Manaus, reencontrei a Babá, uma prima que eu não via desde 1965 <http://migre.me/15vsJ6>.

**silva\_marina** Marina Silva

Fui ver Tropa de Elite 2. A qualidade da produção me impressionou. É um olhar crítico sobre a violência do crime organizado e do Estado<sup>7</sup>.

A agenda de Marina Silva durante o período eleitoral estava pautada em questões como educação, saúde, segurança, sustentabilidade e educação ambiental. Uma das principais características da utilização do Twitter por ela em período eleitoral comporta o destaque dado aos destinatários positivos (VÉRON, 1987) em inúmeras tentativas de mobilização do eleitorado e da militância do Partido Verde. Esta mobilização constante deu-se a partir de “twitaços” e da “onda verde”<sup>8</sup> já enunciados anteriormente. Portanto, mesmo em período

---

senador Romeu Tuma, na ocasião Marina Silva publicou no Twitter: “Rezo para que Deus dê sustentação a sua família e a seus amigos.” O uso inadequado do verbo parece ter sido corrigido posteriormente. Importante ressaltar ainda a forte presença da religiosidade no discurso de Marina, ao chamar o eleitorado de “irmãos” abre-se ainda maiores possibilidades de proximidade com mesmo.

6 Postado em 18 de agosto de 2010 no perfil oficial de Marina Silva no Twitter. O link no final da mensagem é de um vídeo da campanha de Marina que mostra um pouco de sua história em Manaus e reforça a postura de Marina como alguém que preza o âmbito familiar.

7 Postado em 10 de outubro de 2010 no perfil oficial de Marina Silva no Twitter.

8 Twitaços e “onda verde” foram mobilizações online para a campanha da candidata Marina Silva em 2010. A “onda



eleitoral, neste ambiente analisado sua narrativa era destinada a mobilizar vozes já decididas, mais do que persuadir as indecisas.

A constante tentativa de esclarecimento de questões que envolviam assuntos como drogas, aborto, união civil homossexual e pesquisas com células-tronco também se faz presente neste período. Nas eleições para a presidência da república de 2010 no Brasil, boatos sobre questões religiosas como a descriminalização do aborto e a união civil homossexual foram pauta de importantes discussões acerca das imagens dos, então, candidatos.

Por esta estratégia de esclarecimento nota-se, também, que Marina Silva apropriou-se desta rede *online* de forma contrária à lógica da mesma, relutando contra os boatos. Mas torna-se importante analisar que, ao não operar na lógica dos boatos e não comentar sobre os tópicos mais discutidos no Twitter, há também uma estratégia discursiva de silenciamento, da qual trata Orlandi (2008): o “não-dito” também diz sobre o discurso e sobre a imagem do enunciador.

**silva\_marina** Marina Silva

Oi @Soudoug @JrViannaOeiras @di\_ogo @Vesilty O que eu penso sobre união civil homossexual <http://migre.me/16MUQ9>.

O link no final da mensagem é de um vídeo no qual Marina esclarece sua opinião acerca da união civil homossexual. No vídeo Marina Silva responde:

Eu defendo os direitos civis dos homossexuais (...) tenho sido criticada de forma muito veemente por alguns segmentos, mas outros compreendem a minha posição. Em relação ao casamento não sou favorável, e em relação aos direitos eu acho que o Estado laico não deve e nem tem o presidente de discriminar qualquer pessoa<sup>10</sup>.

---

verde” não ficou somente no âmbito virtual, também foi transposta à campanha nas ruas.

9 Postado em 28 de agosto de 2010 no perfil oficial de Marina Silva no twitter.

10 Discurso completo disponível em: [http://www.minhamarina.org.br/perguntas\\_frequentes/uniao\\_civil.php](http://www.minhamarina.org.br/perguntas_frequentes/uniao_civil.php).

Importante ressaltar que Marina esclarece a polêmica em outro ambiente que não o Twitter pelo fato de este último limitar a mensagem a 140 caracteres. Isso delimita um desconhecimento da forma apropriada de utilização desta rede, já que ela poderia abreviar a mensagem ou mesmo resumí-la aos caracteres possíveis.

Segundo Orlandi (2008), para analisar o boato deve-se entender que há silêncios e ausências na produção de sentido dos discursos. Segundo a autora, “toda língua está necessariamente em relação com o não-lá, com o não-mais-lá, com o ainda-não-lá e com o jamais lá da percepção imediata” (ORLANDI, 2008, p. 127). Podemos dizer, então, que para entender a lógica do Twitter, como propõe Sarlo, por meio do encadeamento de informações e dos boatos, deve-se reconhecer a noção de silêncio, como diz Orlandi (2008).

A necessidade de transparência e personalização também é notória na decisão de incorporar falas de artistas já consagrados por um ethos prévio, familiar. Esses artistas são os olímpianos, como intitula Fausto Neto (2003), “espécie de funcionários do mundo da mídia das mais diferentes funções – se engajam sob diferentes formatos, nas campanhas dos presidencialáveis” (FAUSTO NETO, 2003, p. 92).

Outro foco importante do discurso no Twitter, neste período, é relacionado ao gênero feminino, a exemplo da mobilização no perfil da então candidata Marina Silva para que fossem escolhidas mulheres para a disputa do segundo turno das eleições (em relação a uma possível disputa entre Marina e Dilma Rousseff, então candidata pelo Partido dos Trabalhadores). Essa mobilização era caracterizada pela *tag* #mulheres2turno, presente em vários *posts* no perfil de Marina Silva.

Principalmente no segundo turno, quando Marina já estava fora da disputa pela presidência, adotou-se, no discurso analisado, falas muitas vezes críticas sobre a postura dos demais candidatos (José Serra, do PSDB e Dilma Rousseff, do PT). Houve uma tentativa de desconstrução e negação das imagens dos

adversários. Tendo em vista delimitar a imagem do outro, Marina cria, com seus iguais (destinatários positivos), um caráter íntimo e familiar a partir do qual todos fazem uma oposição (destinatários negativos) comum. Podemos analisar essas estratégias nas mensagens a seguir:

**silva\_marina** Marina Silva

Continuem atentos às posturas dos candidatos para ver se eles estão interessados em debater propostas que atendem as expectativas do Brasil.

**silva\_marina** Marina Silva

Percebo que aumenta a ansiedade de um acusar ao outro. Falta a ambos serenidade para tratar dos erros e dos novos desafios para o Brasil.

**silva\_marina** Marina Silva

Dilma e Serra continuam sem abordar os desafios que o Brasil terá de enfrentar. Ainda não sabemos se têm visão estratégica sobre o futuro<sup>11</sup>.

No âmbito da enunciação, a utilização do Twitter como mais uma ferramenta de discurso não se dá por acaso: ali há a busca pela aproximação com os eleitores e com os usuários da ferramenta como um todo. O ambiente do Twitter, caracterizado por ser porta-voz de inúmeras subjetividades e construir variadas “imagens de si”, já estipula um valor diferenciado para a enunciação e o lugar de fala do discurso. E, no âmbito do enunciado da auto-entrevista de Marina Silva, são encontradas proximidades que caracterizam uma tentativa de autenticidade do discurso. Esta se dá pela intimidade de um sujeito com outro, ou seja, do enunciatador com o seu destinatário.

Portanto, podemos inferir, a partir desta análise, que, havendo em alguns momentos a presença da máscara do privado no discurso de Marina Silva no Twitter, como pessoa pública ela deu autenticidade à sua narrativa.

11 Postados nos dias 10 e 17 de outubro de 2010 no perfil oficial de Marina Silva no Twitter.

Ao aproximar-se de forma sutil do espaço público, a presença do íntimo e do privado proporcionou um sentimento de familiaridade com seu eleitor ou com o usuário da rede social. Sendo assim, a dicotomia público/privado desestabilizou-se neste momento em que não houve uma clara divisão entre os espaços.

Mas também foi forte a presença de um discurso político-eleitoral e da tentativa constante de construção da vida privada de Marina sendo projetada na vida pública. E, mesmo este discurso sendo mascarado pela presença da intimidade, não caracteriza uma nítida dicotomia entre as esferas analisadas, mas, sim, o uso de estratégias narrativas que visam à projeção de uma determinada imagem pública. Trata-se, no caso, da imagem de uma candidata que se apresentou como representante das mulheres e defensora de causas sociais e ambientais.

## Referências

ARENDT, H. *A condição humana*. Tradução de Roberto Raposo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

ARFUCH, L. *O espaço biográfico*. Dilemas da subjetividade contemporânea. Tradução de Paloma Vidal. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2010.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. A. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: MIT Press, 2000.

COSTA, B. C. S. *Videografias de si: registros do novo ethos da contemporaneidade*. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Belo Horizonte, 2009.

COURTINE, J. "Os deslizamentos do espetáculo político". In: GREGOLIN, Maria do Rosário (org.) *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003.

FAUSTO NETO, A. "Inclusões e apagamentos". In: FAUSTO NETO, Antônio; VERÓN, Eliseo. (orgs.); RUBIM, Albino C. *Lula Presidente: Televisão e Política na campanha eleitoral*. São Paulo: Hacker; São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.

HABERMAS, J. *Mudança estrutural da Esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Tradução de Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

ORLANDI, E. P. *Discurso e Texto: formulação e circulação dos sentidos*. Campinas: Pontos Editores, 2008.

PIOVEZANNI FILHO, C. *Metamorfoses do discurso político contemporâneo: por uma nova perspectiva de análise*. Revista da ABRALIN, v. 6, n. 1, p. 25-42, jan./jun. 2007.

SARLO, B. *O animal político na web*. Revista Serrote. IMS, Ed. 7, março de 2011.

SARLO, B. *Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva*. Tradução de Rosa Freire d'Aguiar. São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: UFMG, 2007.

TWITTER OFICIAL DE MARINA SILVA. Disponível em: <[http://www.twitter.com/silva\\_marina](http://www.twitter.com/silva_marina)> Acesso em: 15.jul.2011.

VERÓN, Eliseo et al. *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos – La palabra adversativa: observaciones sobre la enunciación política*. Hachette, Buenos Aires, 1987.