Subjetividades fluidas, informações permanentes: o caso Mayara Petruso no Twitter[1]

Gabriella Martins da Silva PRAÇA[2]
Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Resumo

Na sociedade contemporânea, a dinâmica das relações pessoais é regida pelas regras de mercado, segundo as quais, para se alcançar sucesso, é preciso que se obtenha demanda. Conforme essa linha de raciocínio, este artigo investiga como se dá a construção de subjetividade em sites de redes sociais e qual o destino das informações publicadas nesse meio. Analisa-se, ainda, o papel da internet no armazenamento de dados – fenômeno que pode tornar-se inconveniente quando a intenção for descartar informações passadas. Além da pesquisa bibliográfica, o artigo apresenta um estudo de caso de explicitação de preconceito contra nordestinos no Twitter, em episódio ocorrido em novembro de 2010.

Palavras-chave: sociedade de consumidores; subjetividade; redes sociais; preconceito; Twitter.

Introdução

Com a reconstrução das relações humanas a partir do padrão de relações entre consumidores e objetos de consumo, os indivíduos passaram a ser, "ao mesmo tempo, os promotores *das mercadorias* e *as mercadorias que promovem*" (BAUMAN, 2008, p.13, grifo do autor). Dessa forma, é preciso se mostrar atraente para se fazer notar, já que, "numa sociedade de consumidores, tornar-se uma mercadoria desejável e desejada é a matéria de que são feitos os sonhos e os contos de fadas" (BAUMAN, 2008, p.22).

Para Paula Sibilia (2008, p.32), atualmente, a vida só existe "quando ela assume seu caráter narrativo e é relatada na primeira pessoa do singular" – fenômeno para o qual a internet, talvez, seja a mídia que melhor se preste, por caracterizar-se pela comunicação horizontalizada na qual todos tornaram-se emissores em potencial (LÉVY, 1996). Ao relacionar o olhar alheio à formação de subjetividade, Fernanda Bruno situa a exposição da vida íntima num regime de visibilidade em que as tecnologias de

[1] Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

[2] Mestranda em Comunicação pelo PPGCOM-UFJF, é jornalista graduada pela mesma instituição e bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG). E-mail: gabi_nix@yahoo.com.br .

informação exercem papel fundamental, já que a tela firma-se "como o suporte privilegiado da relação consigo e com o outro" (2005, p.63). Para ela, o que se observa não é tanto uma interioridade construída para ser exposta, mas, antes, uma subjetividade que se constitui na própria exterioridade, no ato de se projetar aos demais.

Este trabalho busca investigar como se dá a construção de subjetividade em sites de redes sociais[3], relacionando as identidades criadas nesse meio ao contexto da sociedade de consumidores. Por meio de pesquisa bibliográfica pretende-se, ainda, compreender o papel da internet no que se refere ao armazenamento de conteúdo pessoal, perenizando os dados disponibilizados. Como estudo de caso, o episódio de intolerância a nordestinos ocorrido em novembro de 2010, no Twitter, quando uma mensagem de caráter agressivo postada pela estudante de Direito Mayara Petruso provocou grande repercussão tanto na internet quanto na mídia de massa.

Sociedade de consumidores

De acordo com Bauman (2008, p.41), "o 'consumismo' chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho". O sociólogo contrapõe a fluidez e a efemeridade da sociedade de consumidores ao caráter de solidez e segurança da ordem que a precedeu.

> Na era sólido-moderna da sociedade de produtores, a satisfação parecia de fato residir, acima de tudo, na promessa de segurança a longo prazo, não no desfrute imediato de prazeres. Essa outra satisfação, se alguém se entregasse a ela, deixaria o sabor amargo da imprevidência, se não do pecado. (2008, p.43)

Mas os tempos mudaram, e os valores se inverteram. Se, antes, a perenidade era desejada, na sociedade de consumidores ela pode levar à estagnação e ao tédio.

> Um ambiente líquido-moderno é inóspito ao planejamento, investimento e armazenamento de longo prazo. De fato, ele tira do adiamento da satisfação seu antigo sentido de prudência, circunspecção e, acima de tudo, razoabilidade. A maioria dos bens valiosos perde seu brilho e sua atração com rapidez, e se houver atraso eles podem se tornar adequados apenas para o depósito de lixo, antes mesmo de terem sido desfrutados. (BAUMAN, 2008, p.45)

Steven Shaviro (2010, p.15) discute essas transformações ao comparar a "sociedade disciplinar" proposta por Foucault à "sociedade de controle" de Deleuze.

[3] Raquel Recuero (2009, p.102) define "site de rede social" como "toda a ferramenta que for utilizada de modo a permitir que se expressem as redes sociais suportadas por ela". Segundo a autora, essas redes podem ser de dois tipos: emergentes ou de associação. *Fotologs* e *weblogs* se enquadram na primeira categoria, por serem redes expressas a partir das interações entre os atores sociais (p.94). Por outro lado, redes como Orkut, Twitter e Facebook são consideradas associativas, já que apresentam conexões forjadas através dos mecanismos dos sites de redes sociais (p.98).

Tanto na sociedade disciplinar quanto no regime de produção industrial fordista, tudo deveria ser enquadrado à mesma maneira fixa de ser – desde os trabalhadores, submetidos sempre ao mesmo ritmo de produção na linha de montagem, até os produtos, idênticos entre si. Já na sociedade de controle, ou na economia pós-fordista, os meios de produção podem se transformar de acordo com cada situação específica. Nesse caso, a única exigência fixa é justamente que se mantenha uma flexibilidade que possibilite a adaptação a diferentes formas, demandas e procedimentos. Assim, além de ser valorizada como uma maneira de se cortar custos, possibilitando o sistema de produção *just-in-time*, a flexibilidade é o atributo que as corporações da "nova economia" buscam em seus empregados. Por fim, "a flexibilidade também caracteriza os consumidores, que não aceitam mais a padronização e a uniformidade fordistas, mas, em vez disso, procuram produtos customizados para atender suas próprias 'preferências' particulares, ou caprichos momentâneos."[4] (SHAVIRO, 2010, p.15)

Nesse contexto, os indivíduos vivem "em permanente atividade de reflexão para descobrir e produzir a verdade acerca de si." (PINHEIRO, 2008, p.109) Ou melhor, as verdades. Tantas quanto se é possível produzir no tempo "pontilhista" característico da sociedade líquido-moderna, fragmentado "numa multiplicidade de 'instantes eternos' – eventos, incidentes, acidentes, aventuras, episódios –, mônadas contidas em si mesmas, parcelas distintas, cada qual reduzida a um ponto cada vez mais próximo de seu ideal geométrico de não-dimensionalidade." (BAUMAN, 2008, p.46) A partir dessa perspectiva, o "impulso de adquirir e juntar" faz-se tão forte quanto a "necessidade de descartar e substituir" (BAUMAN, 2008, p.50) – o que vale tanto para objetos quanto para pessoas, tornadas, elas próprias, mercadorias. Dessa forma, para atrair demanda no mercado, é preciso fazer escolhas de consumo.

> Quando as dinâmicas das relações começam a se tornar "legíveis", e o consumo a ser identificado como elemento produtor na sociedade tecnológica pós-industrial, a exigência constante da construção de si, agora "livre" de modelos, é dada pelas escolhas que se faz. A identidade, formação que se dá com base na construção de uma alteridade, é substituída pela subjetivação modulada por escolhas que são exibidas e compartilhadas. (PINHEIRO, 2008, p.107)

À semelhança de um grande mercado ao ar livre, a atualidade "volta a subjetividade para o espaço aberto dos meios de comunicação e seus diversos níveis de vida exterior – tela, imagem, interface, interatividade" (BRUNO, 2005, p.65) –, em uma

[4] Tradução da autora para: "(...) flexibility also characterises consumers, who no longer settle for Fordist standardisation and uniformity, but instead demand products that are customized for their own particular 'preferences', or whims of the moment."

sociedade na qual o olhar do outro exerce papel de instrumento de autoconfirmação. (BAUMAN, 2008, p.147) Assim, o personagem construído "tende a atuar como se estivesse sempre diante de uma câmera, disposto a se exibir em qualquer tela – mesmo que seja nos palcos mais banais da 'vida real'". (SIBILIA, 2008, p.50) De fato, "a visibilidade é tão mais efetiva quanto o seu lugar for a tela". (BRUNO, 2005, p.63)

Redes sociais

O advento da internet propiciou uma forma mais rápida e interativa de comunicação, levando a uma pluralidade de novas informações circulando em grupos sociais (RECUERO, 2009, p.116), em um ambiente comunicacional fortemente marcado por atividades socializantes (LEMOS, 2004, 86) – tendência que se tornou ainda mais explícita com a popularização dos sites de redes sociais, que tão bem se prestam aos propósitos de marketing pessoal característico da sociedade de consumidores. Para Marta Pinheiro (2008, p.116),

> o que faz as redes sociais na internet mais interessantes é essa estética de si que dá forma aos perfis e páginas pessoais e atrai o olhar dos outros sem buscar unicamente distinção, estilização para descoberta de um *self* ou liberação de fantasias em uma sociedade na qual tudo pode ser consumido. O que talvez esteja sendo gerado é um modo de ser simultaneamente individualizado e coletivo, quer dizer, uma subjetivação tramada em rede, em que o exercício de si passa pelo consumo e pela sua exposição: compartilhar gostos e preferências é permitir a ampliação da sensibilidade às variações de gostos e estilos.

A rede é uma metáfora para observar os padrões de conexão de determinado grupo social a partir das ligações entre os atores, que "são o primeiro elemento das redes sociais, representados pelos nós (ou nodos)" (RECUERO, 2009, p.25), e que constituem as pessoas envolvidas na rede analisada. Eles atuam de forma a moldar as estruturas sociais por meio da interação e do estabelecimento de laços. Dessa forma, a abordagem da rede enfoca a estrutura social, na qual é impossível isolar os atores e suas conexões. No caso das redes sociais na internet, esses atores não são imediatamente discerníveis devido ao distanciamento entre eles, característico da interação medida por computador. Por isso,

> trabalham-se com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias do ciberespaço. Um ator, assim, pode ser observado por um *weblog*, por um *fotolog*, por um *twitter* ou mesmo por um perfil no Orkut. E, mesmo assim, essas ferramentas podem apresentar um único nó (como um *weblog*, por exemplo), que é mantido por vários atores (um grupo de atores do mesmo *blog* coletivo). (RECUERO, 2009, p.25)

Todos os tipos de representação pessoal como, por exemplo, *weblogs*, *fotologs*, perfis do site de relacionamentos Orkut ou *nicknames*, podem ser considerados nós na rede social. Essas representações "são pistas de um 'eu' que poderá ser percebido pelos demais. São construções plurais de um sujeito, representando múltiplas facetas de sua identidade" (RECUERO, 2009, p.30), que apresenta-se tão fluida quanto tudo mais nos dias de hoje.

Essa inconstância pode ser observada pela frequência com que usuários dos sites de redes sociais atualizam seus perfis, assunto abordado no livro "Bilionários por acaso", em que o jornalista Ben Mezrich relata a criação e os primeiros anos da história do site de relacionamentos Facebook:

> (...) o próximo passo tão transformador quanto as fotos era o canal de atualizações (...). Esse *feed* de notícias apresentaria uma atualização constante de informações sobre as pessoas em sua rede social, o que linkaria as pessoas ainda mais umas às outras através de suas páginas no Facebook – um arquivo vivo de cada mudança no perfil de cada um sendo transmitido instantaneamente para todos os seus amigos. (MEZRICH, 2010, p.219)

Isto é, não apenas editavam-se as páginas pessoais com relativa frequência, como havia uma demanda para que os demais usuários pudessem visualizar todas as atualizações de cada nó de sua rede social no momento mesmo que elas eram feitas. Em outras palavras, era preciso mudar – estilos, gostos, preferências –, mas era necessário, sobretudo, fazer com que os *outros* notassem as mudanças que estavam sendo feitas. Afinal, "tornar-se e continuar sendo uma mercadoria vendável é o mais poderoso motivo de preocupação do consumidor, mesmo que em geral latente e quase nunca consciente." (BAUMAN, 2008, p.76)

Memória *on-line*

A despeito da liberdade com que criam-se e recriam-se identidades em tempos de redes sociais na internet, André Lemos alerta para os chamadas *life-loggs*, "informações pessoais geradas e estocadas diariamente por dados gerados em redes telemáticas como um histórico eletrônico da vida de um indivíduo". (LEMOS, 2010, p.74) Ao citar Martin Dodge e Rob Kitchin, o autor enfatiza que todo conteúdo produzido *on-line* é acumulado em bancos de dados eletrônicos, ameaçando a privacidade dos internautas – ainda que as informações tenham sido disponibilizadas por eles próprios, ao participarem de fóruns, *blogs*, *microblogs*, publicarem fotos e

vídeos na internet, por exemplo. "Trata-se de reconhecer não tanto o "*data*", que representa aquilo que é dado (fornecido), mas sim o "*capta*", a informação digital retirada, captada pelos diversos sistemas eletrônicos disponíveis gratuitamente." (LEMOS, 2010, p.75)

A reportagem "*The web means the end of forgetting*" (ROSEN, 2010, *on-line*), publicada em julho de 2010 pelo New York Times, aborda a questão das *life-loggs* a partir da história vivida quatro anos antes pela professora Stacy Snyder, estagiária em uma escola secundarista dos Estados Unidos. Segundo o jornal, o supervisor de Stacy no colégio encontrou na página pessoal da professora no site de relacionamentos MySpace uma foto, na qual ela aparecia usando um chapéu de pirata e bebendo em um copo plástico, com a seguinte legenda: "Drunken Pirate" ("Pirata Bêbado"). Após ser acusada de promover bebida alcoólica em ambiente virtual acessado pelos alunos menores de idade, Stacy teve seu grau de professora negado pela universidade em que estudava.

"O mais problemático é que os *life-loggs* nunca esquecem os traços captados nas mais diversas ações, eventos, conversas ou outras expressões da vida quotidiana na rede." (LEMOS, 2010, p.76) Para proteger a privacidade e evitar prejuízos decorrentes do controle e da vigilância possibilitados por essa espécie de "rastro" virtual que deixamos *on-line*, é preciso praticar uma "ética do esquecimento que é materializada através da 'perda de memória' em uma *life-log*." (DODGE; KITCHIN, 2007, p.431 apud LEMOS, 2010, p.76) Ou seja, mais do que necessário, esquecer é quase uma questão de sobrevivência.

Em outubro de 2003, em seu alojamento, em Harvard, o então estudante universitário Mark Zuckerberg, que, pouco depois, fundaria o site de relacionamentos Facebook, criou e colocou no ar uma espécie de embrião deste último: o Facemash. (MEZRICH, 2009, p.54) O site, no qual podiam-se comparar fotos de alunas da universidade, duas a duas, para que se elegesse a mais bonita, computou 22 mil acessos em menos de duas horas, um sucesso jamais imaginado por seu criador. O estudante enviara o *link* do Facemash.com para alguns amigos via e-mail, que o encaminharam a outros e, rapidamente, o site se popularizou. O feito fora minuciosamente relatado pelo próprio Zuckerberg, em um novo *blog* que ele mesmo criou. "O problema da internet é que ela não é escrita a lápis – é sempre à caneta. Se você coloca algo na rede, não dá mais para apagar", sentenciou Mezrich (2009, p.54), ao relatar o incidente. Zuckerberg teve de se explicar perante o Conselho da universidade e admitir a própria culpa pelo

alvoroço que causou e por ter invadido o sistema de computadores de Harvard para conseguir as fotos.

Na comunicação mediada por computador, além de ser mais fácil monitorar o comportamento das pessoas dentro de uma comunidade, no sentido de descobrir ações indesejadas ou inapropriadas, não se pode negar ter dito algo, uma vez que as mensagens são arquivadas. (KOLLOCK; SMITH, 1996 apud PRIMO, 2008, p.218) "Vale acrescentar que mesmo em listas de discussão em que não haja um histórico das interações passadas, os membros podem manter cópias das mensagens da comunidade em seu programa de e-mail, facilitando a recuperação de interatos passados." (PRIMO, 2008, p.219)

Preconceito no Twitter

O Twitter é um serviço de *microblogging* voltado para a divulgação de textos de até 140 caracteres, os chamados *tweets*. A rede é composta por "seguidores" e pessoas a quem se "segue", sendo que cada ator escolhe quem deseja seguir. "A janela particular de cada usuário contém, assim, todas as mensagens públicas emitidas por aqueles indivíduos a quem ele segue." (RECUERO, 2009, p.174) Também há a possibilidade do envio de mensagens em caráter privado, as *direct messages* (DM), direcionadas a determinado ator.

Embora o site tenha sido criado no ano de 2006, foi apenas em 2009 que o serviço se popularizou no Brasil. (MARTINS, 2010, *on-line*) Segundo dados de agosto de 2010 publicados pela empresa de pesquisa comScore (GIGLIO, 2010, *on-line*), a base de usuários do Twitter.com cresceu 109% entre os meses de junho de 2009 e junho de 2010. À época, entre os mais de 93 milhões de membros da rede contabilizados pela pesquisa[5], 20,5% estavam no Brasil.

A fim de investigar a influência dos *life-loggs* na vida *off-line* dos internautas, optamos por desenvolver um estudo de caso sobre episódio de intolerância ocorrido no Twitter, em outubro de 2009. De acordo com Yin apud Duarte (2010, p.216), "o estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas". O episódio em

[5] Somente usuários da versão do Twitter na *web* entraram no cálculo. Outros meios de acesso, como Echofon, Tweetie e Tweetdeck não foram considerados.

questão, relatado a seguir, foi escolhido por se tratar de um caso recente, com muitos desdobramentos, que provocou polêmica e atingiu repercussão nacional e internacional.

No domingo de 31 de outubro de 2010, logo após a divulgação do resultado das eleições presidenciais no Brasil, alguns usuários do site, irritados com a vitória de Dilma Rousseff, postaram mensagens ofensivas contra nordestinos, atribuindo aos eleitores da região a responsabilidade pelo sucesso da candidata nas urnas[6]. Entre as mensagens mais retweetadas[7], estava a da universitária Mayara Petruso, de 21 anos, cujo texto dizia: "Nordestino não é gente, faça um favor a Sp, mate um nordestino afogado!" A declaração da estudante provocou polêmica na rede social, com muitos usuários posicionam-se contra e, uma minoria, a favor. (HARTMANN, 2011, *on-line*)

Ora, o Nordeste apresenta, historicamente, indicadores sociais muito aquém daqueles alcançados pela Região Sudeste. E, no contexto da sociedade de consumidores, em que se rejeita qualquer estilo de vida que não seja baseado no ato de se consumir (BAUMAN, 2008, p.71), não há espaço para os mais pobres. "Membros decentes e normais da sociedade – consumidores autênticos – nada desejam nem esperam deles. Ninguém (e, o que é mais importante, ninguém que de fato importe, que fale e seja ouvido) precisa deles. Para eles, tolerância zero." (BAUMAN, 2008, p.160)

Em uma reação contra a atitude da estudante, pouco tempo após a publicação da mensagem, ainda na noite de domingo, a *hasgtag*[8] #orgulhodesernordestino alcançou os Trending Topics[9] do Twitter. Como observa Alex Primo (2011, *on*-line), embora tenham surgido como um movimento espontâneo, as *hashtags* foram oficialmente incorporadas pelo site, que, hoje, oferece toda uma estrutura para busca e recuperação de mensagens. "Politicamente, as *tags* têm servido como costura virtual para protestos mundiais (como #iranelection) e nacionais (#forasarney, por exemplo). E elas também têm sido usadas como uma forma de interagir sobre conteúdos da mídia de massa (#foradourado)." (PRIMO, 2011, *on-line*)

Segundo reportagem publicada no portal Globo.com (HARTMANN, 2011, *on-line*) em 3 de novembro de 2010, Mayara deletou seus perfis no Twitter, no Facebook e no Orkut algumas horas após o episódio. Considerando que criar perfis em sites de

[6] Dilma venceu as eleições em todos os estados do Nordeste, obtendo cerca de 70% dos votos válidos da região. (BRAMATTI, 2010, *on-line*)

[7] O "retweet" é a reprodução de uma mensagem já postada em outro perfil do Twitter.

[8] Segundo Alex Primo (2011, *on-line*), a *hashtag* é um recurso que foi espontaneamente criado em 22 de outubro de 2007, "para facilitar a organização de mensagens sobre um mesmo tema." Nessa data, Nate Ritter utilizou o sinal # seguido de "sandiegofire" em relatos que vinha fazendo sobre os incêndios que estavam acontecendo na cidade de San Diego.

[9] Seção do site que reúne os assuntos mais comentados a cada instante.

relacionamento constitui "um exercício de poder sobre a própria conduta e sobre os outros na medida em que se escolhe aquilo que pode ser visto sobre si e sua forma de exibição" (PINHEIRO, 2008, p.115), pode-se dizer que, de certo modo, a estudante perdeu o controle sobre a imagem que pretendia passar – ou vender – para as outras pessoas, a ponto de ter que se retirar das redes de que participava. Para Bauman (2008, p.137), o que leva as pessoas a se relacionarem no mundo virtual é justamente essa "possibilidade de desconexão instantânea, livre de problemas e (presume-se) indolor de cortar a comunicação de uma forma que deixaria partes da rede desatendidas e as privaria de relevância, assim como de seu poder de ser uma perturbação."

Uma vez que a dinâmica das relações sociais é, atualmente, regida pelas regras de mercado (BAUMAN, 2008, p.13), o fato de se viver no rico e desenvolvido estado de São Paulo poderia, de alguma forma, representar um fator positivo na lógica da sociedade de consumidores. Entretanto, a explicitação de preconceito por parte de Mayara parece ter revertido esse quadro, reduzindo drasticamente o valor da imagem da estudante no "mercado" – o que culminou na exclusão de seus perfis. "A capacidade de desabilitar o passado é, afinal de contas, o significado mais profundo da promessa de habilitação portada pelos bens oferecidos no mercado de consumo." (BAUMAN, 2008, p.131)

No entanto, essa intenção de "desligar-se do passado" torna-se inviável, uma vez que o conteúdo gerado tenha sido armazenado na *web* – como ocorreu no caso em questão. A seccional de Pernambuco da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) entrou com uma ação contra Mayara Petruso no Ministério Público Federal (MPF) de São Paulo, na quinta-feira, dia 4 de novembro de 2010, denunciando a estudante pelos crimes de racismo e de incitação pública ao crime de homicídio. (JUSTEa, 2011, *on-line*) No dia seguinte, sexta-feira, a Delegacia de Crimes Raciais e Delitos de Intolerância da Polícia Civil de São Paulo também abriu inquérito para investigar o caso, após receber uma denúncia anônima. (POLÍCIA..., 2011, *on-line*)

Além de ter que responder na Justiça pelo *tweet* que publicou, a acadêmica de Direito ainda perdeu o estágio no escritório de advocacia onde atuava, na capital paulista. A assessoria de comunicação da empresa enviou à imprensa na quarta-feira, dia 3 de novembro de 2010, uma nota na qual, embora não tenha esclarecido os motivos que levaram Mayara a deixar o estágio, comentou o episódio envolvendo a estudante:

> "Com muito pesar e indignação, [o escritório] lamenta a infeliz opinião pessoal emitida, em rede social, pela mesma, da qual apenas tomou conhecimento pela

> mídia e que veemente é contrário, deixando, assim, ao crivo das autoridades competentes as providências cabíveis." (HARTMANN, 2011, *on-line*)

Três dias depois, em matéria publicada no portal G1, o pai da jovem, Antonino Petruso, queixou-se publicamente da perseguição que, segundo ele, o resto da família vinha sofrendo. Filha de um relacionamento extraconjugal do pai, Mayara tem três meio-irmãs que estariam sendo atacadas sem sequer conhecê-la. "Minha caçula, que também faz Direito, foi ridicularizada em sala de aula", relatou. (JUSTEb, 2010, *on-line*)

A mensagem de Mayara no Twitter tinha apenas 71 caracteres – o suficiente para provocar um desastre em sua vida social, pessoal e profissional. A despeito da volatilidade com que informações circulam em meio digital, o que se publica na internet, não raro, tem caráter permanente. Portanto, deletar perfis esperando que ações passadas caiam no esquecimento para, quem sabe, qualquer dia, ressurgir com uma nova identidade, é uma estratégia que pode não funcionar, mesmo em uma sociedade na qual "todo novo começo prenuncia muitos outros por vir". (BAUMAN, 2008, p.131)

Considerações finais

Em um mundo regido pelas regras de mercado e no qual valores como solidez e estabilidade foram substituídos pela flexibilidade e efemeridade que norteiam não apenas a produção industrial, mas, também, os relacionamentos humanos, cria-se a impressão de que é possível reconstruir-se a cada instante. Subjetividades moldadas pelo consumo emergem e desaparecem das telas de computadores tão rápido quanto se pressionam, no teclado, os botões "Enter" ou "Delete". À semelhança da descartabilidade característica dos bens industrializados de hoje, as identidades, como produtos dos tempos fluidos em que vivemos, não só podem como devem ser substituídas periodicamente, sob pena de não se alcançar visibilidade no meio social – ou demanda no mercado.

Entretanto – como grande parte do conteúdo disponibilizado na internet permanece armazenado em bancos de dados *on-line* –, na prática, talvez não seja tão simples assim livrar-se daquilo que não mais se deseja, já que o rastro digital construído dia-a-dia sempre estará disponível para consulta, como uma montanha de *bits* capaz de desabar a qualquer momento sobre nós mesmos. Afinal, a liberdade com que criam-se e

recriam-se subjetividades nos dias de hoje é tão notável quanto a facilidade para se consultar dados referentes ao passado das pessoas.

Portanto, a publicação de conteúdo *on-line* exige uma boa dose de prudência, a fim de que se evitem futuros problemas e/ou constrangimentos causados pelas informações disponibilizadas – o que chegou a extremos no episódio Mayara Petruso, em que seu pequeno texto postado em sua própria página no Twitter serviu como prova judicial em processo contra ela mesma. Neste caso, além da memória armazenada na internet, é preciso considerar a interação entre usuários, característica da mídia, como fator determinante para o desenrolar dos fatos, já que, por meio do incessante uso de uma *hashtag*, atores contrários à opinião da estudante rapidamente conseguiram se mobilizar e chamar atenção do restante da rede.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BRAMATTI, Daniel; TOLEDO, José Roberto de. Dilma vence em 16 estados, atinge 56% e tem 12 milhões de votos a mais que Serra. **Estadão.** 01 nov. 2010. Disponível em: http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,dilma-vence-em-16-estados-atinge-56-e-tem-12-milhoes-de-votos-a-mais-que-serra,632987,0.htm Acesso em: 20 jan 2011

BRUNO, Fernanda. Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. **Contemporanea:** revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA, Salvador: v.3, n.2, p.53-70, 2005.

DUARTE, Márcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2010.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

GIGLIO, Pedro. Base de usuários do Twitter.com cresce 109% ao ano. **O Globo.** 11 ago. 2009. Disponível em: http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2010/08/11/base-de-usuarios-do-twitter-com-cresce-109-ao-ano-917371469.asp Acesso em: 20 jan 2011

HARTMANN, Anderson. Estudante de Direito acusada de comentários preconceituosos contra nordestinos no Twitter perde estágio. **O Globo.** Disponível em: http://extra.globo.com/noticias/brasil/estudante-de-direito-acusada-de-comentarios-preconceituosos-contra-nordestinos-no-twitter-perde-estagio-31629.html Acesso em: 20 jan 2011

JUSTE, Marília. Ministério público prepara laudo sobre suspeita de racismo no Twitter. **G1.** 3 nov. 2010. Disponível em: http://g1.globo.com/brasil/noticia/2010/11/ministerio-publico-federal-prepara-laudo-sobre-racismo-no-twitter.html Acesso em: 20 jan. 2011.

JUSTE, Marília. 'Se fez isso, precisa ser punida', diz pai de autora de frases sobre nordestinos. **G1.** 3 nov. 2010. Disponível em: http://g1.globo.com/brasil/noticia/2010/11/se-fez-isso-precisa-ser-punida-diz-pai-de-autora-de-frases-sobre-nordestinos.html

LEMOS, André. Condição pós-moderna e cibercultura. In: _____. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. Mídias locativas e vigilância. Sujeito inseguro, bolhas digitais, paredes virtuais e territórios informacionais. In: BRUNO, Fernanda; KANASHIRO, Marta; FIRMINO, Rodrigo. **Vigilância e visibilidade:** espaço, tecnologia e identificação. Porto Alegre: Sulina, 2010. p.61-93.

LÉVY, Pierre. **O que é o Virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

MARTINS, Rodrigo. Twitter segue passo da popularização do Orkut no Brasil. **Estadão.** 11 maio 2009. Disponível em: http://www.estadao.com.br/noticias/tecnologia,twitter-segue-passo-da-popularizacao-do-orkut-no-brasil,2523,0.shtm Acesso em: 29 maio 2010.

MEZRICH, Ben. **Bilionários por acaso:** a criação do Facebook, uma história de sexo, dinheiro, genialidade e traição. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

PINHEIRO, Marta de Araújo. Subjetivação e consumo em sites de relacionamento. **Comunicação, mídia e consumo:** revista da Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo: vol.5, n.14, p.103-121, nov. 2008.

PRIMO, Alex. As tags no Twitter como informação contextual de afeto. **Dossiê Alex Primo.** 9 mar. 2010. Disponível em: http://www.interney.net/blogs/alexprimo/2010/03/09/as_tags_no_twitter_como_informacao_conte/ Acesso em: 20 jan. 2011

_____. **Interação mediada por computador:** comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2008.

POLÍCIA civil de SP abre inquérito por suspeita de racismo no Twitter. **G1.** 5 nov. 2010 Disponível em: http://g1.globo.com/brasil/noticia/2010/11/policia-civil-abre-inquerito-por-suspeita-de-racismo-no-twitter.html Acesso em: 20/01/2011

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROSEN, Jeffrey. *The web means the end of forgetting*. **New York Times.** Nova Iorque, 25 jul. 2010. *Sunday Magazine*, MM30. Disponível em: http://www.nytimes.com/2010/07/25/magazine/25privacy-t2.html Acesso em: 25 jul. 2010

SHAVIRO, Steven. **Post-Cinematic Affect**: On Grace Jones, *Boarding Gate* and *Southland Tales*. Disponível em: http://film-philosophy.com/index.php/f-p/article/download/220/173 Acesso em: 10 out. 2010

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