



A Influência do Twitter na Vida Não Virtual do Indivíduo: Um Estudo do Caso de Mayara Petruso¹

Tamires Ferreira COELHO²
Jennyffer Pereira de MESQUITA³
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

RESUMO

Neste artigo buscamos a percepção de como as redes sociais, e mais especificamente o Twitter, influenciam na vida não virtual dos indivíduos conectados à internet – a partir de uma análise do caso da estudante de Direito Mayara Petruso. A pesquisa leva em conta a difusão das mensagens preconceituosas de Petruso nos meios de comunicação, contra a população do Nordeste do Brasil, e a visibilidade que o caso ganhou mesmo na época das eleições 2010. São tomados como principais referenciais teóricos Recuero, Primo e Barreto, entre outros. Foi possível constatar que as redes sociais são uma poderosa ferramenta de difusão de ideias e debates, gerando mobilização por parte da sociedade. Além disso, o poder de repercussão no Twitter pode ir além do âmbito virtual e modificar a vida pessoal e profissional de um cidadão, como o caso da estudante supracitada.

PALAVRAS-CHAVE: Redes Sociais; Twitter; Mayara Petruso; Xenofobia; Preconceito.

"Não diga nada online que você não fosse colocar em um enorme outdoor com a foto do seu rosto ilustrando"

Erin Bury

INTRODUÇÃO

O Twitter completou cinco anos de existência em março de 2011 e, em sua trajetória, a rede social atraiu milhões de usuários espalhados pelo mundo, inserindo-se e promovendo as principais discussões da sociedade contemporânea. Diante disso,

¹ Trabalho apresentado no IJ 05 – Comunicação Multimídia do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Comunicação Social da UFPI, pesquisadora do NUJOC, email: tamirescoelho@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Piauí, email: jenmesquita@hotmail.com



muitos questionamentos são feitos em torno das mídias sociais e de seu poder sobre o indivíduo, principalmente quanto à influência das redes virtuais na vida “real” de cada cidadão.

O principal objetivo deste artigo é perceber até que ponto um perfil virtual de uma rede social pode influenciar a vida “real” e a rotina de um indivíduo. É importante ressaltar que a realidade virtual não será aqui considerada como fictícia ou mentirosa, mas sim como uma construção do indivíduo na rede, podendo ter características que condizem ou não com sua realidade não virtual. Dessa forma, analisamos o caso da repercussão de mensagens xenofóbicas (aversão ou antipatia a determinado grupo ou pessoa) no Twitter postadas pela estudante Mayara Petruso após a eleição de Dilma Rousseff para a presidência do Brasil.

Depois de veicular, através de seu microblog pessoal, mensagens desrespeitosas em relação aos habitantes do Nordeste do Brasil, Mayara Petruso assistiu a uma série de mudanças em cadeia na sua vida. Seu nome passou a ser conhecido por milhares de brasileiros e pessoas de todo o mundo, a estudante perdeu o estágio em um escritório de advocacia onde trabalhava, passou a ser ameaçada por desconhecidos e virou alvo de uma investigação do Ministério Público Federal. Tudo isso em decorrência da postagem de mensagens preconceituosas na internet, em uma rede social criada em 2006.

O Twitter foi criado pela organização Obvious, de Evan Williams, criador do Blogger. Essa rede de microblogging limita suas mensagens à quantidade de 140 caracteres – porém a quantidade de caracteres é inversamente proporcional às expectativas de *feedback* nela depositadas.

O Twitter foi o precursor, aquele que definiu o conceito, as novas possibilidades e a nova forma de irrigar o mundo com conteúdo. Permitiu que uma verdadeira legião de programas, sites e mash-ups pudessem proporcionar formas diferentes de publicar e interagir com a quantidade colossal de mini-conteúdos já disponível nesse pequeno, e crescente, universo. Já se percebe que ao redor dessa plataforma se forma uma economia própria, onde ela própria é o início e o fim, o meio e o objetivo. (SEIXAS, 2009, p. 45)

O Brasil é o quinto maior mercado do mundo para redes sociais online, segundo uma pesquisa da empresa comScore, que mede audiência na Internet. No país, sites de relacionamento social tiveram



35,2 milhões de visitantes únicos em julho de 2010. Os Estados Unidos lideram o ranking, com 174 milhões. Vemos que o Brasil está à frente de países desenvolvidos mas não tão populosos, e também de algumas nações emergentes com imensa população. Em uma reportagem da revista americana Time sobre a popularidade do Twitter no Brasil, a vice-presidente de vendas internacional do Twitter, Katie Stanton, caracterizou o povo brasileiro como “voraz”. Outros especialistas entrevistados confirmam esse status e dão outros insights como a democracia, a queda da barreira entre celebridade e público e a sede por tendências de fora do país, justificando a transformação do Brasil num ambiente extremamente participativo nas redes sociais. (GIARDELLI, 2011, p. 58)

No Brasil e no mundo, muitos debates e discussões via Twitter tornam-se pauta para jornalistas e para discussões no meio civil justamente pela facilidade de repercussão que as informações alcançam nesta rede social.

O TWITTER E A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA VIDA NÃO VIRTUAL DO INDIVÍDUO: UM ESTUDO DO CASO DE MAYARA PETRUSO

Em 31 outubro de 2010, após divulgação do resultado final da disputa pelo cargo de presidente da República do Brasil entre José Serra e Dilma Rousseff, os holofotes da sociedade seriam desviados para um fato que foi além da cena eleitoral em seu âmbito político-partidário. A jovem estudante de Direito Mayara Petruso, de 21 anos, postou publicamente mensagens que desrespeitavam e ofendiam nordestinos, na rede social Twitter. Suas postagens foram classificadas como xenofóbicas e ganharam repercussão na internet e fora da rede.

Mayara Petruso, inconformada com a vitória de Rousseff, atribuiu a responsabilidade do resultado das eleições presidenciais ao Norte e Nordeste do Brasil, que teriam eleitores “ignorantes e manipuláveis” – devido à significativa parcela de pessoas nessas regiões que recebem o auxílio Bolsa Família.

De acordo com Recuero (2009), a informação em uma rede social virtual tem um potencial muito maior de repercussão e amplificação, se comparada à propagação de notícias pessoalmente através de diálogos.

No espaço offline, uma notícia ou informação só se propaga na rede através das conversas entre as pessoas. Nas redes sociais online, essas

informações são muito mais amplificadas, reverberadas, discutidas e repassadas. Assim, dizemos que essas redes proporcionaram mais voz às pessoas, mais construção de valores e maior potencial de espalhar informações. São, assim, essas teia de conexões que espalham informações, dão voz às pessoas, constróem valores diferentes e dão acesso a esse tipo de valor. (RECUERO, 2009, p.25)

Petruso fez ameaças aos brasileiros que nasceram no Nordeste, passando a ser conhecida como “a menina que não gosta de nordestinos”. A estudante disse em seu microblog: “Nordestista (sic) não é gente, faça um favor a Sp, mate um nordestino afogado!” – referindo-se aos nordestinos como pessoas inferiores, que atrapalham o desenvolvimento do país e da região Sudeste, incitando o preconceito e incentivando ações agressivas contra essa parcela da população brasileira.



Figura 1. Reprodução do Twitter da estudante Mayara Petruso com as polêmicas mensagens preconceituosas.

Primo (2008) explica que o Twitter vem utilizando bastante o *tagging*, um processo de etiquetação que associa metadados a textos e imagens, entre outros.

A prática de *tagging* também vem sendo utilizada no Twitter. Mesmo que esse sistema não tenha sido desenvolvido para o *social bookmarking* e nem tivesse recursos para tanto, os próprios interagentes da rede criaram uma forma de facilitar a recuperação de mensagens sobre um mesmo tema. O *hashtag*, como foi batizado, é

um fenômeno emergente, um “protocolo social” compartilhado pelas pessoas que conhecem o processo. Para se “etiquetar” um *tweet*, utiliza-se o sinal de suspenso (“hash”, em inglês) antes de uma ou mais palavras que servirão como *tag*. Essa convenção ganhou notoriedade com a iniciativa de Nate Ritter em utilizar a *tag* #sandiegofire nos relatos que vinha fazendo sobre os incêndios em San Diego. Em virtude da rapidez com que se publica *tweets* na rede, com frequência a rede Twitter consegue divulgar notícias com muito mais rapidez que qualquer meio jornalístico tradicional. Os tremores sentidos em São Paulo, por exemplo, foram primeiro noticiados no Twitter e logo a *hashtag* #terremotosp foi adotada na rede. A coluna Toda Mídia do jornalista Nelson de Sá, publicada em 23/04/2008 na Folha de São Paulo, relata a cobertura da mídia sobre os abalos e reconhece que o fato foi primeiro noticiado no Twitter e em blogs. (PRIMO, 2008, p.04-05)

Em reação às mensagens de Mayara Petruso, centenas de usuários do Twitter postaram mensagens em resposta às agressões da estudante. Muitos deles eram nordestinos e passaram a difundir uma *hashtag* exaltando essa região brasileira (#orgulhodesernordestino). Essa *hashtag* foi, inclusive, tratada com desprezo pela autora dos comentários xenofóbicos no microblog: “Claro, estao (sic) numa boa ganhando bolsa-voto sem precisar fazer nada. E ainda tem #orgulhodesernordestino. Me poupe”.



Figura 2. Reprodução da conta de Mayara Petruso, após cancelamento e reabertura de uma nova conta no Twitter, insistindo em desrespeitar os nordestinos.



A *hashtag* supracitada chegou a alcançar o topo dos *Trending Topics* (ranking de assuntos mais comentados na rede social) internacionais no dia seguinte às agressões da estudante – e de muitos outros usuários.

Uma rede social na Internet tem um potencial imenso para colaborar, para mobilizar e para transformar a sociedade. São pessoas que estão utilizando a Internet para ampliar suas conexões e construir um espaço mais democrático, mais amplo, mais plural e com isso, gerando valores como reputação, suporte social, acesso às informações e etc. (RECUERO, 2009, p.25)

Redes sociais tornaram-se a nova mídia, em cima da qual informação circula, é filtrada e repassada; conectada à conversação, onde é debatida, discutida e, assim, gera a possibilidade de novas formas de organização social baseadas em interesses das coletividades. Esses sites atingem novos potenciais com o advento de outras tecnologias, que aumentam a mobilidade do acesso às informações, como os celulares, tablets, smartphones e etc. Redes sociais passam a ser constituídas em fluxos informacionais, refletindo a era da conexão proposta por Manuel Castells. (RECUERO, 2011b, p.15)

Sobre os influenciadores do Twitter, aqueles usuários que são relevantes na rede social, Recuero (2011) defende a hipótese de que essa ferramenta de grande valor informativo tem uma gama de perfis influenciadores que envolve celebridades, atores, jornalistas e o “influenciador ‘to be’” – o influenciador que em algum momento vai se tornar relevante, mas ainda não sabe disso. “É a primeira vez que eu, ao menos, vejo uma quantidade tão grande de influenciadores diferentes em um único espaço” (RECUERO, 2011). Podemos classificar, então, Mayara Petruso enquanto influenciadora “to be”.

Recuero ainda afirma tratar o Twitter com “olhos curiosos”, porque mesmo com poucos adeptos (se compararmos ao Facebook, por exemplo), essa ferramenta conquistou um valor incrível: “o que prova que um site de rede social não precisa ser ‘o maior’ para ser relevante e ter valor” (RECUERO, 2011).

E, mesmo não sendo a rede com maior número de adeptos atualmente na rede, foi através do Twitter que as mensagens de Petruso difundiram-se e ganharam espaço em meios de comunicação, além de configurarem enquanto provas da atitude preconceituosa da estudante – no material recolhido pelo Ministério Público Federal para investigá-la. “Não se trata de desmerecer as coisas incríveis que a Internet



proporciona nem de condenar tudo indiscriminadamente como um grande conto do vigário, mas considerar que a Internet pode ser apenas aquilo que cada um escolhe fazer com ela” (SPYER, 2011, p.22).

Mesmo tendo excluído sua conta no Twitter após perceber a dimensão que a questão e o debate tomaram, já era tarde demais. O nome e várias informações sobre Mayara Petruso já estavam sendo acessados por vários outros usuários que recolheram e divulgaram vários *print screen* (capturas de imagens digitalizadas) da conta da estudante com suas mensagens anti-nordestinos.

Bastam instantes para atingir um número enorme de pessoas. O custo de participação é menor e o leque de temas e opções é infinitamente maior. E se é mais fácil participar em diferentes frentes, cresce também o impacto do que está sendo feito. Essas mídias são grandes facilitadoras uma vez que sincronizam diferentes grupos espalhados num mesmo país ou no mundo, facilitam a coordenação das ações e ajudam a documentar o que está acontecendo. E por mais que se questione o grau de ativismo destas redes, estudos já apontam que as mídias sociais, ao contrário de uma visão comum, estão expondo mais pessoas a questões humanitárias e sociais [...] Fato é que estamos num processo de expansão, com infinitas possibilidades e, claro, vamos enfrentar desafios e sofrer adaptações ao longo do percurso. O mais importante é que ele seja traçado em conjunto e com uma maior pluralidade de vozes. (BARRETO, 2011, p. 162-165)

Mayara Petruso não foi a única a difundir via Twitter o discurso anti-nordestino que ainda é uma espécie de clichê para muitos habitantes de outras regiões do país. No entanto, a agressividade de suas palavras e acusações em seu perfil chamaram a atenção de muitos internautas – o que associou o nome da estudante automaticamente à onda de mensagens preconceituosas veiculadas naquela época.

CONCLUSÃO

Portanto, as redes sociais são ferramentas muito poderosas no que concerne à difusão e repercussão de assuntos na mídia e na sociedade, de maneira geral. Não é necessário que sejam utilizadas as redes mais populares para que a mobilização diante do assunto seja significativa – já que, mesmo com menos usuários que o Facebook, o Twitter, com uma discussão sobre preconceito, conseguiu chamar a atenção da sociedade para o problema da xenofobia. Em uma época em que todas as atenções estavam voltadas para a futura presidente do Brasil, recém eleita, uma rede social conseguiu foco para um problema social muitas vezes menosprezado.



Além disso, foi possível perceber como uma rede social pode influenciar na vida não virtual de um indivíduo, a ponto de seu perfil online influenciar em consequências pessoais e profissionais, como o caso de Mayara Petruso – que perdeu o estágio e passou a ser ameaçada graças às suas demonstrações de preconceito no ambiente virtual. Isso propicia novas reflexões e questionamentos, por exemplo, acerca de até que ponto podemos nos manifestar na rede sem pensar nas implicações que poderá acarretar.

Por outro lado, é imprescindível trazer à tona a questão da influência que um usuário pode ter sobre muitos outros – seja positiva ou negativamente. Mayara Petruso não foi a única a agredir os nordestinos, assim como não foram poucos os que reagiram às suas declarações na rede social. A configuração dos novos líderes de opinião junto à mídia e às mídias sociais ainda renderá muitas pesquisas.

REFERÊNCIAS

BARRETO, F. Mobilização Social. In: BRAMBILLA, A. (Org.) **Para Entender as Mídias Sociais**. Disponível em: <<http://paraentenderasmidiassociais.blogspot.com>>. Acesso em: 11 mai. 2011.

GIARDELLI, G. Mercado de Agências. In: BRAMBILLA, A. (Org.) **Para Entender as Mídias Sociais**. Disponível em: < <http://paraentenderasmidiassociais.blogspot.com>>. Acesso em: 11 mai. 2011.

PRIMO, A. **A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella**: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva. Porto Alegre: Galáxia, 2008, v. 16.

RECUERO, R. Rede Social. In: SPYER, Juliano (Org.). **Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. Disponível em: <http://www.esalq.usp.br/biblioteca/PDF/Para_entender_a_Internet.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2011.

RECUERO, R. **Os 5 anos do Twitter e alguns palpites**. Disponível em: <http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/os_5_anos_do_twitter_e_alguns_palpites.html>. Acesso em 06 abr. 2011.

RECUERO, R. A Nova Revolução: As Redes são as Mensagens. In: BRAMBILLA, A. (Org.) **Para Entender as Mídias Sociais**. Disponível em: <<http://paraentenderasmidiassociais.blogspot.com>>. Acesso em: 11 mai. 2011.

SEIXAS, F. Micro-blogging. In: SPYER, Juliano (Org.). **Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede**. Disponível em:



<http://www.esalq.usp.br/biblioteca/PDF/Para_entender_a_Internet.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2011.

SPYER, J. Nem santa nem bruxa: a Internet é você. In: BRAMBILLA, A. (Org.) **Para Entender as Mídias Sociais.** Disponível em: <<http://paraentenderasmidiassociais.blogspot.com>>. Acesso em: 11 mai. 2011.