



A Representação da Pobreza no Site de Relacionamento Facebook¹

Bruna Santos CALASANS²

Franciele Viana da CRUZ³

Ricardo de Oliveira FREITAS⁴

Universidade do Estado da Bahia, Salvador, BA

RESUMO

O presente artigo parte de uma análise, considerando a ascensão da rede mundial de computadores e o uso frequente, cada vez mais expressivo nas diferentes formas de interações sociais. O acesso à internet no Brasil cresce, juntamente com a variedade de usuários em redes sociais. É visível a necessidade de investigar a apropriação das tecnologias digitais por classes populares, e a produção gerada em relação a pobreza em *fan pages* como “A cara da riqueza” e “Não basta ser pobre” – que são analisadas neste estudo. Observando como os usos vão modificando as relações na rede, de forma a resultar em conflitos de culturas, entre os diferentes segmentos sociais e de uma inclusão digital maquiada.

PALAVRAS-CHAVE: rede social; classes populares; interações sociais; inclusão digital; representação.

Introdução

¹ Trabalho apresentado no II05 – Rádio, TV, Internet do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social/ Relações Públicas da UNEB-Campus I. Email: bscalazans93@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social/ Relações Públicas da UNEB-Campus I. Pesquisadora de Iniciação Científica, com a linha de pesquisa “Midiativismo e comunicação comunitária: mídia autoctóne e inclusiva em periferias urbanas e [sub] urbanas”. Email: francyvianarp@hotmail.com.

⁴ Graduado em Artes pela UFRJ (1992), Mestrado em Comunicação e Cultura pela UFRJ (1995) e Doutorado em Comunicação e Cultura. Orientador do trabalho e coordenador do Grupo de Pesquisa e Estudos em Midiativismo e Mídia Alternativa – GUPEMA. Professor permanente do Curso de Pós-Graduação em Crítica Cultural/UNEB. Email: ricofrei@gmail.com.



A busca pela distinção entre classes sociais é um fator nítido na sociedade, que vem passando o espaço físico até se instalar na realidade online. Com a elevação dos meios tecnológicos, classes sociais se misturam no cenário virtual, independentemente do poder socioeconômico. A partir dessa interação, surgem alguns questionamentos, mantendo como base os relacionamentos na rede e as implicações decorrentes desse cenário.

Como as classes populares se utilizam de tais mecanismos (consumo e internet) para tentar se incluir? Quais os efeitos dessa inserção de classes (já que surgem representações na rede virtual, uma disputa de classes, em que as mais favorecidas tentam se distanciar da chamada “favelização”)? E nesses aspectos qual o sentido de inclusão (considerando que há uma inclusão digital forjada)? Esses são alguns pressupostos utilizados que irão direcionar o presente trabalho.

Dentro da ascensão tecnológica, provocada pelo crescimento expressivo do poder aquisitivo das classes C e D (resultante de anos de estabilidade econômica e de políticas inclusivas, observadas com maior intensidade no governo Lula), vêm sendo feitos alguns questionamentos e análises, por especialistas da área de comunicação e ciências sociais. Muitas dessas observações procuram compreender a maneira como tais membros se comportam em sites de relacionamento, com maior atenção para o tratamento da pobreza nesse âmbito.

No propósito de estudar essas relações mediadas pela internet, foi utilizada como base metodológica, bibliografias de autores como Riverson Rios, Raquel Racuero, Carla Barros e Pierry Levy, que discutem essas interações sociais no ciberespaço. Também foram utilizadas pesquisas qualitativas online, recorrendo a documentos da internet (mais especificamente imagens do Facebook). A fim de possibilitar, a comparação e observação de imagens estáticas, ligadas a representação das classes nesse ambiente - com um olhar atencioso para os grupos populares. Nesse estado a etnografia virtual ou netnografia foi a opção escolhida como método. A preferência deste se dá por ser o campo de pesquisa na internet.

É importante salientar que a evolução das tecnologias e a formidável contribuição da internet para os meios acadêmicos passaram a mostrar a etnografia com uma nova conjuntura, esta ligada a pesquisa virtual. Segundo o livro “Métodos de



pesquisa para internet”⁵, apesar de ter surgido inicialmente no campo da antropologia e depois encontrar ecos em várias áreas das ciências humanas e sociais, a etnografia tem passado por diversas mudanças, principalmente dado o aumento exponencial do número de ambientes digitais, usuários das tecnologias de comunicação e informação constituindo assim campos observáveis para o trabalho etnográfico.

A etnografia contribui para a compreensão do papel e a complexidade da comunicação mediada por computador e das TICs, deste modo a etnografia virtual se dá no e através do online, nunca estando desvinculada do offline.

1. Facebook como peça chave nas representações de pobreza

O site Facebook chegou ao Brasil em 2011. No seu primeiro ano de uso, 12 milhões de habitantes brasileiros utilizavam a ferramenta de interação. Em 2013 esse número passou para 67 milhões, com 458% de aumento de usuários. (Dados da consultoria digital Serasa Experian)

Tais números sinalizam a importância do estudo das redes sociais na vida do brasileiro, uma vez que, o Brasil se tornou o segundo país com maior quantidade de usuários na maior rede social do mundo, ficando atrás dos Estados Unidos, que tem quase 170 milhões. Esses membros se dedicam em média oito horas por dia em acesso ao Facebook, número maior que a média mundial - que se dispõem de 6,3 horas mensais segundo dados da pesquisa realizada pela agência comScore em 2013.

Os dados comprovam que a rede mundial de computadores e o uso constante da internet nas diferentes formas de interações sociais, não é mais novidade no cotidiano de uma parte da sociedade. Mídias sociais integram a vida de jovens e adultos. No entanto, é necessário observar como essas ferramentas têm contribuindo para a exclusão e não a integração da população.

Percebe-se nessa totalidade o crescimento de imagens que tratam com distanciamento e preconceito as representações da pobreza em sites como o Facebook.

⁵ FRAGOSO Suely; RECUERO Raquel. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Editora Sulina. 2011.



Com a ascensão tecnológica, indivíduos de diferentes classes sociais têm acesso ao universo online por meio de várias ferramentas. Os produtos são cada vez mais avançados e o consumo é facilitado. Segundo a pesquisa da *Exame Info*, um estudo afirma que, apesar do envio de SMS ainda ser a função mais utilizada no celular, a navegação na internet por meio desse aparelho vêm chamando atenção.

Pela análise dos dados, a empresa conclui que o aparelho mais desejado pelas classes C e D é um smartphone com tela sensível ao toque com Wi-Fi, bateria com duração superior a 12 horas e aplicativos pré-instalados, o que seria um diferencial para 76% dos entrevistados. (Fonte: Exame Info)⁶

Esses aspectos demonstram como a utilização de certos mecanismos tecnológicos está diretamente ligada ao comportamento do consumidor, que tenta se incluir a todo custo, e como isso vai determinando a maneira como ele visa ser tratado e reconhecido na sociedade.

Essa inserção de classes desencadeia efeitos, a partir do choque cultural virtual. É manifestada uma disputa de classes e a busca da construção de muros online que separem e diferenciem-nas. Em decorrência, surgem os conflitos e as representações estereotipadas que se instalam na rede.

Com isso, o sentido de inclusão digital é colocado em questão, atentando para o fato de não ser concretizado em sua plenitude, visto que as divisões sociais se instalaram no meio digital.

2. A tendência à separação e a busca pela inclusão digital

Em meio à elevação do ciberespaço, percebe-se o quanto muitos dos aspectos da cultura real, são transferidos para a rede. Quando Pierre Lévy expõe a aceitação de cibercultura, sinalizando a reconfiguração dos espaços, a liberdade de produção e tendo esta como meio de igualar a sociedade, percebe-se certa utopia, visto que, segundo Bourdieu (*ibid*), as classes sociais têm modelos de consumo distintos que são continuamente reproduzidos de geração em geração. Os processos de educação e

⁶<<http://info.abril.com.br/noticias/mundo-mobile/classes-c-e-d-querem-smartphones-diz-estudo-19032013-28.shl>>
Acesso em 23/04/2013, às 11h.



socialização contribuem para a inserção dos indivíduos em determinada classe, produzindo gostos e práticas de consumo específicas. Estudar a internet como modo igualitário é inviável, visto que esses modelos de consumos distintos se repetem no meio virtual.

Com a transferência das discriminações assinaladas na vida cotidiana para o ciberespaço, a alternativa que as classes menos favorecidas encontram é se valer de mecanismos, tais como o consumo e o acesso aos meios tecnológicos, como uma tentativa de alcançar status, visibilidade e se incluir nos espaços frequentados pela chamada elite, que “dita as regras”. No ambiente offline a ideia de consumir acaba diferenciando e distribuindo as pessoas entre classes sociais, o que já ocorre semelhante na realidade online.

Segundo Carla Fernandes⁷ os meios tecnológicos podem assumir o papel de uma “inclusão” forjada. O fato de ingressar no meio de tecnologia digital estaria então, colocando determinada pessoa no nível social representado por aquele meio.

Os usuários buscam se encaixar em grupos para se sentirem numa situação de ‘menos’ pobreza. Deste modo, as ferramentas tecnológicas seriam uma opção para reverter a situação e dar valor positivo aos membros de classes populares. O sentimento de “estar incluído” seria de fato, altamente relevante no referido universo social.

Assim, dependendo da situação, a classificação, agora positiva, pode variar entre: pobre, *mas* trabalhador; pobre, *mas* consumidor; pobre, *mas* conectado ou pobre, *mas* honesto. (FERNANDES, Carla 2011, p.4).

O processo que levou o Orkut a perder o posto de rede social mais acessada no país foi fruto desta tentativa de distanciamento entre classes. A elite dita as regras e entende-se que suas tendências serão seguidas pelas camadas sociais menos favorecidas.

Participar de certas mídias sociais implica ter determinada “personalidade” e “estilo de vida” que distingue alguns grupos de outros e que formam a sociedade moderna. Esse universo de mídias digitais e audiovisuais se insere no contexto de relações

⁷ “Pobreza e tecnologias no olhar do outro: representações sobre diferenças culturais”. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cidadania do XX Encontro da Compós, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, de 14 a 17 de junho de 2011.



humanas e sociais já constituídas e não promove, por si só, um universo de convivência pluralista.

3. A “favelização digital”

O acesso das camadas menos favorecidas aos meios tecnológicos resulta na inspiração de novos sentidos para essa classe. Dessa maneira, a elevação dos chamados “pobres” nas redes sociais traz em decorrência o surgimento de representações e estereótipos, fazendo surgir a penúria, por parte da ‘elite’ pela distinção. E, assim como o espaço offline passou a ser separado em público e privado, no espaço online as redes sociais são classificadas e individualizadas como rede social de rico em oposição à rede social de pobre (favelizada).

Alegando a adição de pontos negativos às redes sociais por parte da massa, surge inicialmente o termo “*Favelização do Orkut*”, ao passo que se torna bastante discutido. Essa é uma constatação desse afastamento virtual tão almejado pela elite:

Nesse contexto, surgiu a expressão “favelização do Orkut”, que fazia uma associação entre “favela”, “pobreza” e “mau gosto”; a “invasão” dos pobres brasileiros na Internet, visível especialmente em redes sociais como o Orkut, traria atrás de si um lastro de gosto “brega”, expresso nas fotos postadas e no português precário... (BARROS, Carla Fernanda Pereira; 2005, p.8).

Nessa esfera das comunicações por redes de computação, aspetos do cotidiano fundem-se com as conexões virtuais. Preconceito, racismo e discriminação migram, se acentuando na rede. Entre a oferta de redes sociais, se instaura uma linha divisora de classes, a exemplo do que ocorreu recentemente, de um lado o Orkut se promovia entre as camadas populares e do outro ocorria à mudança das classes mais altas para o Facebook, procurando manter uma separação.

Portanto, se a favelização é proporcionada pelas camadas populares, pode-se perceber que a tão ansiada inclusão digital não está sendo concretizada em sua totalidade. A disputa no ciberespaço cresce: “elite” tentando se sobrepor ao “pobre”.

A propagação de mau gosto apontada passa a ser exposta de forma grotesca, sendo reconfigurada nas redes sociais, em *fanpages* (com a transição das mídias



tradicionais para as digitais). É visível nesse meio o crescimento de imagens que expõem as representações da pobreza.

4. Os programas de TV como referência para a criação de imagens estereotipadas da pobreza

Na TV a busca por audiência dita as regras da programação, o cômico aparece como aliado para atrair espectadores. O grotesco do chocante, do estúpido e de situações ridículas que constrangem pessoas, passou a ser um ponto de verdadeiro “chamar espectador.” Nesse intuito de fazer rir, a legitimação do banal e do exótico ocultam as diferenças de classe e as hierarquias do consumo que regem e condicionam as preferências sociais.

Por décadas a televisão foi o meio pelo qual se mostrou essa exclusão. As *fanpages*: “Adelaide a cara da riqueza” e “Não basta ser pobre” - esse estudo se deteve especialmente à essas duas páginas - mostram que a exclusão, expandida nos meios de comunicação de massa, se transferiu para o mundo virtual.

É expressivo o número de páginas que faz referência à personagem Adelaide (“A cara da riqueza”, “Eu sou a cara da riqueza”, “Adelaide a cara da riqueza”, dentre outras), do programa humorístico “Zorra Total”, exibido pela Rede Globo. Apesar da grande oferta, todas fazem parte dessa tentativa de ridicularizar as características do “pobre”.

Adelaide que reproduz na TV uma mulher pobre, negra e com muitos filhos, traz a representação da pobreza através de sua linguagem coloquial, suas roupas inapropriadas e o cabelo descuidado, estereótipos que reportam à situação das classes populares na sociedade. A partir de fotos, essa condição é reconstruída na internet, onde a pobreza é compartilhada em situações cômicas, tornando-se um sucesso.

Uma das páginas que remete à Adelaide - “Adelaide a cara da riqueza” chega a ter mais de 78 mil usuários curtindo e 9.357 falando sobre isso⁸. Ao abrir essa mesma página é possível visualizar a seguinte citação: “*Sou a Adelaide a cara da Riqueza, sou mãe, sou rinda de brunita, tenho um trabreti, uma tv red 3d, sou mendiga rica, pq não é pq nos é pobri que nos não pudemus ser RICA*”. A linguagem falada de forma incorreta (‘50 centarru’, ‘pobri’) é satirizada, de forma cômica e repleta de estereótipos.

⁸ Adelaide a cara da riqueza. Disponível em: <<<https://www.facebook.com/Queroteversempresorrindo>>>
Acesso em 23/04/2013, às 20h22.



Imagens da página “Eu Sou a Cara da Riqueza”.

Outra *fanpage* com igual sucesso e de cunho parecido com o a personagem Adelaide é a do personagem Caco Antibes, da série “Sai de baixo”, interpretado por Miguel Falabela. Fotos de situações cometidas por pobres são compartilhadas com tom de ironia e deboche. Ambas as páginas representam que a segregação entre classes foi transferida para o virtual.

Estas páginas exemplificam como produtos e programas têm uma representatividade da pobreza. Seria então como se estes fossem pré-concebidos para determinada camada social. Nelas procura-se fazer uma alusão à questão da pobreza com uma crítica irônica, como o termo celular “pai de santo,” que só recebe.

Através do mote da ironia, surge uma associação entre produto/condição/estética onde a demarcação da pobreza é explicitamente colocada - monta-se assim um sistema que classifica



bens e identidades, coisas e pessoas, diferenças e semelhanças.
(ROCHA, Rose de Melo, 2012)⁹

Situações cotidianas das classes C e D são expostas e ridicularizadas através de imagens estáticas. Além dessas duas *fanpages*, existem outras páginas que relatam circunstâncias cotidianas da massa (como o hábito de secar as roupas atrás da geladeira, por exemplo), evidenciando os cenários das fotos, a linguagem coloquial e os erros de ortografia.

Nessa exposição utiliza-se do humor para mascarar o racismo e outras discriminações, e no final das contas o sucesso é alcançado, visto que as pessoas se entretêm e deixam passar despercebida a maneira preconceituosa e chacoteada com que as classes populares são apresentadas num sentido bastante pejorativo.

Considerações Finais

A reflexão que pode ser feita a partir deste estudo, é que o crescimento das mídias digitais e audiovisuais tem proporcionado uma nova forma de comportamento, que só foi possível observar com o advento das novas tecnologias da comunicação. Essas ocasionaram uma série de benefícios, mas não só estes, também geraram novas formas de preconceito.

Em meio ao encontro de várias identidades, as classes C e D são representadas em sites de compartilhamentos de imagens como uma classe inferior, sendo os preconceitos e as discriminações, do mundo fora dos bites, transferidos para o universo online.

As *fanpages* “Adelaide a cara da riqueza” e “Não Basta ser Pobre” são exemplos dessa apropriação das redes sociais para a distribuição de imagens que acabam denegrindo e inferiorizando as classes populares.

⁹ ROCHA, Rose de Melo. A pureza impossível: consumindo imagens, imaginando o consumo. In: Estéticas midiáticas e narrativas do consumo / organizado por Rose de Melo Rocha e Vander Casaqui. – Porto Alegre: Sulina, 2012.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, Carla F. P. **“Pobreza” e tecnologia no olhar do outro: representações sobre diferenças culturais.** XX Encontro da Compós, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, de 14 a 17 de junho de 2011.

BAUER, Martin W; GASKELL, George. . **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

RECUERO, Raquel. **Orkut x Facebook: Divisão de classe no Brasil?** Disponível em: <<http://www.techmestre.com/no-brasil-orkut-tem-apenas-3-das-visitas-entre-as-redes-sociais.html#ixzz2OBTe6p1J>> Acesso em 06/04/2013.

RIOS, Riverson. **A Popularização das Redes Sociais e o Fenômeno da Orkutização.** XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

SABBATINI, Marcelo. **“Gente diferenciada” e a favelização digital: olhar folkcomunicação sobre conflitos interculturais no terreno da convergência digital.** XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação;2011.

LOPES, Hyllane Maria S. **A presença marcária na internet: uma análise de algumas apreciações representativas expostas por Internautas nas Redes Sociais.** XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Editora Sulina. 2011.

LOIZOS, Peter. **Vídeo, filme e fotografias como documentos de pesquisa.** In: BAUER, Martin; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Petrópolis: Editora Vozes. 2003.

ROCHA, Rose de Melo. **A pureza impossível: consumindo imagens, imaginando o consumo.** In: Estéticas midiáticas e narrativas do consumo / organizado por Rose de Melo Rocha e Vander Casaqui. – Porto Alegre: Sulina, 2012.



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

SODRÉ, Muniz e PAIVA, Raquel. **O Império do Grotesco**. Mauad, 2002.

_____ Techmestre Tecnologia sob medida. Disponível em:
<http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/orkut_x_facebook_divisao_de_classe_no_brasil.html> Acesso em 06/04/2013.

_____ Adelaide a cara da riqueza. Disponível em:
<<https://www.facebook.com/Queroteversempresorrindo>> Acesso em 06/04/2013.

_____ Eu sou a cara da riqueza. Disponível em:
<<https://www.facebook.com/EuTenhoACaraDaRiqueza?ref=ts&fref=ts>> Acesso em 06/04/2013.

_____ Adelaide (A cara da riqueza). Disponível em:
<<https://www.facebook.com/AdelaideACaraDaRiqueza?ref=ts&fref=ts>> Acesso em 06/04/2013.

_____ Exame Info. Disponível em:
<<http://info.abril.com.br/noticias/mundo-mobile/classes-c-e-d-querem-smartphones-diz-estudo-19032013-28.shl>> Acesso em 13/04/2013.