

“POBREZA” E TECNOLOGIA NO OLHAR DO OUTRO: representações sobre diferenças culturais¹

Carla Fernanda Pereira Barros²

Resumo: O artigo se propõe a investigar determinadas representações relativas ao acesso de membros das camadas populares ao mundo tecnológico e ao universo da Internet. O estudo observou o cruzamento de processos comunicacionais de segmentos populares com os de outros atores das camadas médias e altas da população, tendo como pano de fundo a questão da convivência com a diferença cultural. Através de uma pesquisa de observação no ambiente virtual, foram levantadas algumas manifestações em sites, fóruns e blogs onde temas sobre o consumo de produtos, serviços, redes sociais e a questão da “inclusão digital” estivessem de algum modo relacionados. Os resultados da pesquisa apontam para uma reafirmação da lógica do “cada um em seu lugar”, o que acaba por colocar em xeque o imaginário da Internet como um espaço “democrático” por excelência.

Palavras-Chave: Distinção. Tecnologia. Camadas populares.

1. Introdução

A questão da “inclusão digital” das camadas populares permanece na “ordem do dia”. O governo do presidente Lula, em seus dois mandatos, empreendeu no Brasil vários esforços nesse sentido, com iniciativas como “Computador para todos”, “Computador na sala de aula”, criação de telecentros comunitários e o “Programa Nacional de banda larga popular”. No âmbito mundial também se discute, em diversas instâncias e fóruns, de que modo se daria a “inclusão digital” da população que se encontra na “base da pirâmide”. Muitas iniciativas de governos, empresas privadas e organizações não-governamentais vem direcionando o debate, entre outros temas, para as possibilidades de inclusão através de determinados objetos

¹ 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.

² Professora do Departamento de Estudos de Mídia da UFF e da ESPM-RJ. Doutora pelo Instituto COPPEAD de Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Especializada em Antropologia Social pelo Museu Nacional da UFRJ. barros.carla@uol.com.br.

tecnológicos como computadores e celulares, havendo uma atenção especial ao modo pelo qual os grupos populares se apropriam e consomem estas tecnologias.

No entanto, ainda são raros os estudos acadêmicos apresentando discussões mais contextualizadas sobre o tema. Dentro deste universo ainda pouco explorado, parece relevante introduzir na discussão sobre o consumo de novas tecnologias e a “inclusão digital” dos segmentos populares, aspectos relacionados às representações existentes entre determinados atores sociais a respeito deste mesmo consumo. O presente artigo³ se propõe, assim, a investigar certas representações relativas ao acesso de membros das camadas populares ao mundo tecnológico e ao universo da Internet.

A busca pela compreensão de contextos culturais específicos foi bem expressa por Garcia Canclini (2007) ao se referir às novas configurações do universo digital, o que sintetiza alguns dos desafios dos estudos que exploram esse campo do saber:

(...) quais as conseqüências tem o fato de se aceitar a diversidade cultural como ingrediente necessário para enriquecer a sociedade do conhecimento? Podemos responder de modo simples: conceber a sociedade de modo multifocal e com relativa descentralização. Esta afirmação geral adquire sentidos distintos nas ciências e nos sistemas de representação sociocultural. Em relação à universalidade do conhecimento, implica buscar a compatibilidade entre saberes científicos e aqueles que correspondem a outras ordens de experiências simbólicas e modelos cognitivos. (...) A diversidade reaparece, assim, no núcleo do projeto de sociedade do conhecimento. É o componente que o distingue da sociedade da informação e o ponto no qual se articulam a problemática da diferença e a problemática da conexão. Podemos conectar-nos com os outros unicamente para obter *informação*, tal como o faríamos com uma máquina provedora de dados. *Conhecer* o outro, porém, é lidar com a sua diferença”. (GARCÍA CANCLINI, 2007, p. 241)

Alguns autores criticam, com propriedade, abordagens tecnicistas e deterministas que apontam para caminhos “necessários” em direção aos quais as identidades e sociabilidades se moldariam após o advento da Internet e da vida digital. Entre esses críticos, Miller e Slater (2004) chamaram atenção para o fato de que a distinção entre “vida on-line” e “vida off-line” não deve ser estabelecida como um ponto de partida metodológico e analítico de estudos, o

³ O artigo apresenta resultados de uma pesquisa apoiada pelo Centro de Altos Estudos em Propaganda e Marketing (CAEPM) da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

que inspira a realização de pesquisas empíricas que mostrem as possíveis configurações criadas pelos atores em contextos sociais específicos. Nessa mesma direção está a posição de Wolton (2003), que critica perspectivas que tratam as inovações tecnológicas como motores das mudanças sócio-culturais, a partir de grandes esquemas tecnicistas e deterministas.

Uma questão merece ser colocada no que tange às disputas por representação entre diferentes grupos sociais no universo das novas tecnologias da informação e da comunicação (NTICs). Em um país de forte estrutura hierárquica como o Brasil, onde as diferenças sociais tendem a ser naturalizadas (DAMATTA, 2000), cabe refletir sobre a convivência da diversidade em processos comunicacionais mediados pelas novas tecnologias. Sob este ponto de vista, pode-se abordar as relações entre diferentes grupos e processos de construção e negociação das diferenças no mundo virtual. Na perspectiva de segmentos populares, existe um sentimento de exclusão social – não se trata de algo atribuído a priori por quem realiza a investigação, mas de um reconhecimento) do modo como os sujeitos pesquisados se percebem em relação à sociedade abrangente (VAITSMAN, 1997), como dotados de forte “invisibilidade” e desqualificação social frente ao outro melhor colocado economicamente. Se “consumir” é importante para se “fazer parte” e atenuar o sentimento de segregação social (BARROS, 2007), “consumir tecnologia” teria um apelo forte no contexto popular pelo fato da tecnologia ser vista como sinônimo de “modernidade”, ou seja, de evidência de uma nova era em relação a qual não se pode “ficar de fora”.

Não consumir tecnologia – não ter celular, não ter computador – significa para os sujeitos estar à parte de uma dinâmica social tida como básica e mínima da vida contemporânea, que é a comunicação mediada por aparelhos tecnológicos. Dentro deste cenário, parece importante introduzir na discussão sobre o consumo de novas tecnologias e da inclusão digital nos segmentos populares, aspectos relacionados às representações existentes entre determinados atores sociais a respeito deste mesmo consumo. O presente artigo se propõe, portanto, a investigar determinadas representações relativas ao acesso de membros das camadas populares ao mundo tecnológico e ao universo da Internet.

Para realização do trabalho, foi feita uma pesquisa de observação (FLICK, 2004) no ambiente virtual, onde mapeou-se diversas manifestações recolhidas em sites, fóruns e blogs em que temas relacionados ao consumo de grupos pertencentes às camadas populares – de produtos, serviços e redes sociais - e a questão da “inclusão digital” estivessem de algum modo relacionados.

Adota-se no estudo a noção de representação conforme apresentada por Chartier (1990,1997). Inspirado na obra de Marin (1993), que se dedicou à análise das representações de poder, Chartier se refere a três níveis da realidade, a saber: um nível das “representações coletivas”, que incorporam, nos indivíduos, as divisões do mundo social e organizam os esquemas de percepção pelos quais esses indivíduos classificam, julgam e agem; um segundo nível, o das formas de expressão e de estilo de identidade que os indivíduos ou grupos esperam sejam reconhecidas e, um último nível, o da delegação a representantes - indivíduos singulares, instituições ou instâncias abstratas - da “coerência e da estabilidade” das identidades afirmadas (CHARTIER, 1997).

O trabalho se detém no primeiro nível proposto por Chartier, o das “representações coletivas”, procurando analisar se ocorrem no mundo virtual classificações existentes no plano “real”. Investiga-se assim, o “olhar do outro”, ou seja, de que modo grupos sociais de camadas médias e altas vem percebendo o acesso dos grupos de camadas populares às novas tecnologias e ao ambiente virtual.

2. A “pobreza” e tecnologia

Duarte (1986) lembra que os segmentos da população de baixa renda já foram chamados de “massa”, ‘pobres’, ‘povo’, ‘classes incultas’, ‘operariado’, ‘classes inferiores’, ‘populares’ e ‘trabalhadores’, fosse para sua contenção, exaltação ou superação” (1986, p.119). O autor alerta para o fato de que tanto o senso comum quanto o mundo acadêmico tratam de classes sociais como se esse conceito tivesse uma objetividade independente de contextos sociais específicos.

Como a classificação da “pobreza” por si só tende a ser negativa, é necessário complementar a identidade com um componente que reverta a situação e dê um valor positivo à equação, como o trabalho (DUARTE, 1986; SARTI, 1996; ZALUAR, 2002), o consumo (BARROS, 2007), ou algum outro sistema de classificação social ou moral (BARBOSA, 2004). Assim, dependendo da situação, a classificação, agora positiva, pode variar entre: pobre, *mas* trabalhador; pobre, *mas* consumidor; pobre, *mas* conectado ou pobre, *mas* honesto. O sentimento de pertencimento à sociedade abrangente, de “estar incluído” seria, de fato, altamente relevante no referido universo social.

Após a ressalva inicial sobre o caráter relacional e socialmente construído da classificação de “pobre”, passamos a uma análise de algumas representações no campo das

NTICs em relação ao tema da “pobreza”. O acesso e consumo das camadas de baixa renda a produtos tecnológicos como celulares pode ser analisado através de algumas representações que apontam, inicialmente, para uma classificação de produtos e serviços que passam a ser “marcados” e categorizados como sendo de “pobre”.

O sistema majoritariamente adotado por segmentos populares no país é o chamado “pré-pago”, que, como o nome indica, é pago antes da sua utilização através de um cartão, não havendo, portanto, uma conta mensal. A adesão maciça da população de baixa renda a esse modo mais econômico leva à associação imediata do uso do cartão com uma situação econômica menos privilegiada, revelada no surgimento de um dos mais populares *ringtones* disponíveis na Internet – o denominado “*Um pobre ligando pra mim*”, que consiste nesta frase repetida melodicamente duas vezes por uma voz feminina, que em seguida prossegue dizendo em tom formal, “*Chamada a cobrar, para aceitá-la, continue na linha após a identificação*”. Este ringtone é acionado quando a pessoa recebe uma ligação a cobrar e sua ampla adoção evidencia, com o uso da ironia, uma das maneiras pelas quais a sociedade relaciona sujeitos, localizações sociais e modos de uso de objetos e serviços.

Uma prática bastante comum entre os usuários do “pré-pago” é quando uma pessoa com pouco crédito liga para outra apenas para notificá-la que quer ser contatada e então aguardar pelo telefonema, já que mesmo sem crédito o celular com sistema pré-pago continua recebendo chamadas. Estratégias similares acontecem em outros contextos de baixa renda, como o estudado pelos antropólogos Miller e Horst (2006). Na Jamaica, revelam os autores, a empresa que comercializa celulares percebeu esse tipo de comportamento e, aproveitando o modo de comunicação local, lançou o “call me”, para que os usuários que não tinham mais crédito pudessem ligar de graça para trinta pessoas pedindo que retornassem o contato. Parte dos jamaicanos vive em função do dinheiro que recebem de outras pessoas; a circulação de dinheiro é o resultado dos relacionamentos com outras pessoas, e o celular entra nesse contexto como algo essencial para essa dinâmica acontecer, funcionando em níveis diferentes, especialmente no familiar. As pessoas vêem o telefone como uma parte importante da rede, e precisam ter certeza que sua rede está funcionando com o máximo de pessoas possível, o que torna as ligações muito rápidas.

Voltando ao contexto brasileiro, a popular prática do “toque a cobrar” aqui citada, que só dura o suficiente para aparecer o número na tela do outro aparelho de quem tem um pós-pago

ou um pré com crédito, teve uma contrapartida “oficial”. A operadora Vivo lançou em março de 2009 o serviço *Vivo Meliga* que, como o nome mesmo já diz, serve para substituir o referido método popular de toque. Vale destacar que este serviço de toque da empresa foi um sucesso, tendo alcançado um milhão de utilizações diárias em três meses de existência.

O lançamento do *Vivo Meliga* suscitou algumas manifestações em blogs e fóruns da Internet que procuravam evidenciar a adequação do serviço com o seu público, seja através da denominação que faz alusão direta à condição de “pobre” – post “*Celular Vivo. SMS de graça. Você conhece o Disk pobre?*” – ou ao “celular de pobre” popularmente conhecido como “pai-de-santo”, pelo fato de “só receber” ligações - post “*Serviço da Vivo para celulares pai-de-santo mostra que brasileiro tem celular, não dinheiro*”.

Em uma busca realizada no site Google com os termos “pesquisa celular pobre”, surgiu o link <http://comprar.ai/onde-comprar/motorola-w175-pobre-porem-limpinho/>, onde aparece uma “*listagem de onde comprar motorola w175 pobre porem limpinho online em loja virtual*”. Nesta listagem encontram-se ofertas do aparelho celular da Motorola modelo W175 e de sua bateria. No “Tecnoblog fórum”, um blog destinado a comentar “experiências tecnológicas”, aparece um *post* intitulado “Motorola W175: pobre, porém limpinho” (<http://tecnoblog.net/forum/topic/motorola-w175-pobre-porem-limpinho>), com o sub-título “*Quer um celular feio, porém muito barato? Então você está a procura do Motorola W175.*”, onde transparece a associação entre “pobre” e objeto de consumo classificado como “feio”.

Um aspecto que chama atenção, nestes casos, é a utilização do humor para se falar da condição da pobreza e do consumo a ela relacionado, em ambientes virtuais mais ou menos formais, seja um site de vendas virtual, sejam blogs voltados para pessoas interessadas em tecnologia. Através do mote da ironia, surge uma associação entre produto/condição social/estética (como em “celular feio”) em que a demarcação da pobreza é explicitamente colocada - monta-se assim um sistema que classifica bens e identidades, coisas e pessoas, diferenças e semelhanças. Adquirir determinados produtos implica em ter determinada “personalidade” e “estilo de vida” que distingue determinado grupo dos outros que formam a sociedade moderna. Como argumenta Rocha “... nós consumimos para fazer parte de grupos determinados e, no mesmo gesto, nos diferenciamos de outros grupos, numa lógica

complementar e distintiva muito próxima das classificações totêmicas” (ROCHA, 1985, p. 172).

A associação de pobre/pobreza a produtos e serviços do universo tecnológico reinstaura a hierarquia presente na vida “real”, localizando socialmente as pessoas através do consumo. Em uma sociedade como a brasileira, formada a partir de um forte viés hierárquico (DAMATTA, 1981), a identificação clara de uma condição social através do consumo de determinados bens e serviços aparece como uma “necessidade” de localização social em um domínio que promove o acesso e um senso de pertencimento, como é o caso de objetos tecnológicos no universo de grupos populares (SILVA, 2007).

3. O “muro” virtual e a distinção na rede

No espaço de convivência do ambiente da Internet, podem-se identificar certas representações relacionadas à convivência com a alteridade – entendida como a possibilidade de reconhecer o “outro” enquanto diferente de “mim” (ROCHA, 1984). Para tanto, a análise se deterá em manifestações relativas ao crescente acesso de membros da “base da pirâmide” ao universo virtual através de redes sociais como o Orkut, e a conseqüente “inclusão digital”.

Pierre Lévy (1996, 2000) têm enfatizado o aspecto “democrático” da Internet, como se o espaço cibernético, por características intrínsecas, favorecesse o compartilhamento e o igualitarismo, ao provocar alterações drásticas nos modos de pensar, de criar relacionamentos e significados no mundo. A rede surge nesse imaginário como um espaço utópico onde se pode ter acesso a todo tipo de informação e onde os meios de produção de conhecimento e expressões dos mais variados modos estão acessíveis a qualquer pessoa, independente de seu status e condição social. Na vida digital o poder “soberano” e “disciplinar” perderiam espaço para um tipo de poder difuso, devido à enorme fragmentação proporcionada pela vivência no ambiente em rede, onde um único elemento tem, potencialmente, a capacidade de influenciar e reconfigurar o todo. Essa inteligência coletiva, que reinaria no espaço “democrático” que é a Internet, não se trataria apenas de um conceito cognitivo, mas de algo bem mais amplo que envolve a renovação de laços sociais (LÉVY, 2000). Na revolução provocada pela rede, os laços sociais são construídos a partir da valorização da diversidade das qualidades humanas. Em uma de suas obras (LÉVY, 2000), o filósofo faz referência ao episódio bíblico de Sodoma e Gomorra, destacando que o crime de Gomorra fora a recusa à hospitalidade, que consistiria na marca do relacionamento virtual – reconhecer e acolher o outro:

Ora, a hospitalidade representa eminentemente o sustentáculo do laço social, concebido segundo a forma de reciprocidade: o hóspede é tanto aquele que recebe quanto aquele que é recebido. E cada um deles pode ser tornar estrangeiro (...) A hospitalidade consiste em atar o indivíduo a um coletivo. Contrapõe-se inteiramente ao ato de exclusão. O justo inclui, ‘insere’, reconstitui o tecido social. Em uma sociedade de justos, e segundo a forma de reciprocidade, cada um trabalha para incluir os outros. [No mundo contemporâneo], onde tudo se move, onde todos são levados a mudar, a hospitalidade, moral dos nômades e migrantes, torna-se moral por excelência. (Lévy, 2000, p.36-37)

Cabe aqui questionar a definição a priori de um “novo mundo” de significados que teria se formado a partir do advento das tecnologias digitais, já que nenhuma tecnologia se instaura em um vácuo cultural. Não há uma “razão tecnológica” que carregue em si um sentido descolado de experiências concretas; a partir daí pode-se investigar de que modo surgem no espaço virtual modos de distinção que reafirmam diferenças sociais presentes no “mundo real”, o que se contraporia à idéia de um espaço de pacífica convivência com a diversidade.

A “favelização do Orkut” apareceu como um ponto a ser explorado por colocar em pauta a questão da “inclusão digital” e da convivência com a diferença. Em alguns blogs, listas e fóruns, internautas pertencentes às camadas médias e altas começaram a se expressar – muitas vezes de modo bastante explícito e crítico - contra os efeitos do crescente acesso das camadas populares ao mundo digital. Neste 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, como aparece em algumas dessas declarações:

Por que isso? Por que qualquer salsinha que compra um micro na Casa & Vídeo, em 317 prestações, quer logo entrar na Internet e faz um perfil no Orkut?

O Orkut já prestou. Hoje em dia está infestado de pessoas com Mobral Incompleto de escolaridade. Todos querem ser sensuais. Todos querem ser famosos. Pior que todos procriam...

Mas há uma saída! Há uma luz no fim do túnel.

Bagulho Digital lança a campanha DIGA NÃO À FAVELIZAÇÃO ELETRÔNICA. (<http://bagulhodigital.blogspot.com/2007/09/favela-eletrnica.html>)

Sabe, brasileiro ainda é novo com esse lance de internet, e infelizmente transportou a mediocridade da vida para o Orkut. Ou seja, brasileiro favelou o Orkut. Favelou mesmo, esse é o termo. E não foi só o Orkut... o Fotolog.net ERA o melhor sistema online de fotos. Era! Até ser descoberto por brasileiros.

<http://www.morroida.com.br/2006/08/28/sobre-o-orkut>

Grande parte da descaracterização do Orkut, deve-se a tão falada “inclusão digital”. Graças à Casas Bahias e Insinuanças da vida, conseguimos comprar PC’s por R\$ 700,00. Em comunidades carentes pipocam Lan Houses que cobram ente 1 e 2 Reais a hora. Sendo assim, os privados de educação não estão mais privados de tecnologia. Portanto temos o mais novo problema sócio-político-econômico: **A FAVELIZAÇÃO DO ORKUT!** (<http://metabolismobasal.blogspot.com/2007/12/lembra-do-longnquo-ano-de-2004-lembra.html>)

Se isso já aconteceu com orkut e fotolog, deixa só a favelada descobrir o youtube... se é que já não descobriram... sem querer ser separatista, mas já sendo, é foda ter que conviver com certas sub-culturas que vêm surgindo na internet tupiniquim... (<http://www.morroida.com.br/2006/08/28/sobre-o-orkut>)

Ao lado de tais manifestações, os internautas “anti-inclusão digital” colocavam junto com seus comentários fotos consideradas “toscas”, garimpadas do Orkut e fotologs de pessoas de baixa renda, para ilustrar sua “indignação”. Chama atenção aqui o reforço das representações negativas associadas à “favela” entre os membros das camadas médias e altas. Como local habitualmente associado à extrema pobreza, sujeira, caos e desordem social (VALLADARES, 2005), a idéia de “favelização” na rede atualiza antigas percepções. Em um dos depoimentos (o segundo), inclusive, o próprio país aparece como uma grande favela; trata-se da concepção de que os brasileiros “contaminam” os ambientes – reais ou virtuais – por onde transitam, enquanto povo desqualificado frente a outras nacionalidades.

A indesejada “inclusão digital” faz com que certos grupos economicamente mais favorecidos rejeitem o Orkut, alegando a impossibilidade de conviverem no mesmo espaço virtual com manifestações de “falta de gosto” e “educação” formal vindas da “periferia”. Surge, então, a necessidade de “distinção”, que pode levar a um movimento migratório para redes sociais mais elitizadas como o Facebook.

Como pensar a questão da distinção na rede conforme aparece no contexto estudado? A análise da relação entre consumo e classes sociais teve uma importante contribuição na obra de Pierre Bourdieu (1979) em seu clássico estudo *La Distinction*, onde o autor analisa como se constitui a elaboração social do gosto, argumentando que as escolhas de objetos de consumo refletem uma espécie de hierarquia simbólica determinada e mantida pelas classes economicamente superiores para reforçar sua distinção de outras classes sociais. O gosto, então, seria um elemento que define e separa a classe alta das camadas trabalhadoras, se

expressando nas escolhas de comida, bebida, cosméticos, música, literatura, etc.. Aparecendo na vida social de modo naturalizado, torna-se o critério legitimador de distinções por excelência, abrangendo todas as dimensões da vida humana que incluem a escolha e dessa forma, constituindo grupos sociais.

Para Bourdieu (*ibid*), as classes sociais têm modelos de consumo distintos que são continuamente reproduzidos de geração em geração. Os processos de educação e socialização contribuem para a inserção dos indivíduos em determinada classe, produzindo gostos e práticas de consumo específicas. Ao internalizarem sua posição de classe, ficaria difícil ou indesejável imitar os estilos de vida de outras classes. Bourdieu introduz aqui o conceito de “capital cultural”, que compreende o conhecimento cultural, habilidades, experiências, competência lingüística, modos de falar, vocabulário, modelos de pensamento e visões de mundo que são adquiridos de modo não consciente pelos indivíduos através dos processos de socialização na família, escola, igreja, vizinhança e subcultura a que pertencem. Cada indivíduo assimilaria, assim, o capital cultural do meio social em que nasceu.

Em sua análise, Bourdieu (*ibid*) sugere que a classe média procura converter capital cultural em capital econômico (que vem a ser os recursos econômicos de cada indivíduo), enquanto que a classe trabalhadora se resigna a escolhas de consumo restritas, aceitando o mundo de horizontes limitados como uma forma de lealdade de classe e porque gostos de baixo custo protegem contra a incerteza econômica.

Essa perspectiva rejeita, obviamente, a idéia de que o gosto seria resultado de escolhas inatas e individuais do intelecto humano. Ao contrário, mostra a produção social do gosto, que, como uma verdadeira “arma social”, reforça a distinção entre segmentos sociais.

As expressões contra a inclusão digital recolhidas na pesquisa mostram a necessidade de distinção de certos indivíduos das camadas médias e altas frente à aproximação e ocupação dos grupos populares em territórios antes quase que exclusivos. Como visto, de acordo com Bourdieu (1979), acusações sobre o (mau) gosto de pessoas de baixa renda são como uma “arma” social que distingue grupos a partir de um processo de desqualificação social que aparece de maneira extremamente naturalizada. O material virtual referente à “favelização do Orkut” mostra fotos que denunciariam uma estética percebida como “errada”, onde indivíduos “toscos” ou “bregas” exibem o “mau gosto” de classe tanto em roupas e acessórios, quanto em seus corpos inadequados (ao lado das fotos eram comum críticas a aspectos corporais como o peso “excessivo” e os modelos de cabelos dos jovens de

baixa renda). Deveriam, assim, permanecer em espaços restritos, e o Orkut seria um desses locais de confinamento, surgindo a necessidade, por parte dos descontentes com a proximidade virtual de deslocamento para outros domínios.

Assim, o “potencial democrático” da rede é vivido, neste contexto, como uma ameaça para certos grupos pertencentes às classes médias e altas. Lembrando mais uma vez de Douglas e Isherwood (1979), se o consumo serve como “pontes ou barreiras”, se ergue aqui um “muro” digital a partir da crescente participação de grupos populares em redes sociais como o Orkut. Boyd (2008) já havia analisado, em um estudo, de que modo as opções entre internautas norte-americanos pelas redes sociais MySpace, mais popular, ou Facebook, “aristocrática”, podiam revelar escolhas de classes buscando por diferenciação. Agora, no contexto brasileiro, encontramos claros sinais de distinção e expressão de poder evidenciados na questão da “favelização do Orkut” - durante o ano de 2010, observou-se no país a uma forte migração do Orkut para o Facebook por parte de membros das classes sócio-econômicas mais altas⁴, em busca de um espaço virtual mais distinto e ainda não “contaminado” pela presença das classes populares. Trata-se de um movimento às vezes sutil, onde cria-se uma “obrigação” de se abandonar o Orkut em prol da “novidade” relativamente recente no país que é a rede social Facebook.

O medo frente à “poluição” em potencial promovida pelo contato virtual com as classes populares remete à idéia de Douglas (1976) sobre “pureza e perigo”. Nesta obra, a autora revela sua compreensão da religiosidade judaica e cristã quanto aos temas da “pureza” e da “impureza”, mostrando como o comportamento de limpar está ligado a um esforço positivo de organizar, classificar e hierarquizar o ambiente, ou seja, de criar ordem. Passando para a interpretação da dificuldade de convivência no espaço virtual aqui analisada, pode-se pensar em uma similaridade com esta lógica, posto que a ordem também é alcançada por meio da demarcação da diferença,

Vale lembrar nesse ponto a análise de DaMatta (2000) sobre modos de segregação no Brasil e nos Estados Unidos. Ao falar da questão racial, o antropólogo propõe que entre os

⁴ Ver : “[Orkut x Facebook: Divisão de classe no Brasil?](http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/orkut_x_facebook_divisao_de_classe_no_brasil.html)”. Disponível em: http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/orkut_x_facebook_divisao_de_classe_no_brasil.html, último acesso em 23 nov 2010.

norte-americanos, o modelo adotado seja o “iguais, mas diferentes”, pois trata-se de uma sociedade que tem princípios igualitários por base e que, por isso, acaba criando modos de segregação bastante explícitos e excludentes; o caso brasileiro, por sua vez, poderia ser traduzido pela idéia de “diferentes, mas iguais”, já que a sociedade é percebida como originariamente hierárquica, o que permitiria a aproximação das partes contanto que cada um não esquecesse a sua origem diferenciada:

Um sistema de fato profundamente antiigualitário, baseado na lógica do ‘um lugar para cada coisa, cada coisa em seu lugar’, que faz parte da nossa herança portuguesa, mas que nunca foi realmente sacudido pelas transformações sociais. De fato, um sistema tão internalizado que, entre nós, passa despercebido. (DAMATTA, 2000, p. 83).

Assim, a sociedade brasileira gosta de se ver como uma nação inclusiva, em que as diferenças convivem de modo harmônico, como no mito do triângulo das 3 raças (DAMATTA, 2000). No entanto, em diversos momentos surgem rupturas nesse esquema, dando espaço ao aparecimento de ritos autoritários como o “*Você sabe com quem está falando?*” (DAMATTA, 1981), que re-instauram a hierarquia entre os indivíduos, ou como no caso dos dados levantados pela pesquisa, em que os espaços, estilos de vida e gostos são demarcados de maneira bastante explícita. O “perigo” do mundo virtual estaria exatamente na possibilidade de extrema aproximação das diferenças sociais; os argumentos surgidos na idéia de “favelização do Orkut” apelam para princípios hierárquicos naturalizados e profundamente enraizados na sociedade brasileira, solicitando aos grupos populares que se mantenham em seus espaços restritos, dentro da lógica do “cada um em seu lugar”.

4. Considerações Finais

O artigo procurou analisar representações de certos segmentos sociais mais favorecidos economicamente sobre a inclusão de grupos de baixa renda nos novos ambientes comunicacionais. O estudo abordou, inicialmente, de que modo o consumo de segmentos das camadas populares relacionados a produtos tecnológicos como celulares pode ser analisada através de algumas representações que apontam, inicialmente, para uma classificação de produtos e serviços que passam a ser categorizados como sendo de “pobre”.

Pensando na perspectiva de segmentos de camadas populares no que tange à apropriação das novas tecnologias comunicacionais, temos um quadro (BARROS, 2009; SILVA, 2010) que aponta para o uso do celular dentro de uma lógica de pertencimento, ou

seja, de sair da invisibilidade social a que estariam relegados sendo unicamente “pobres”. Continuando nesta perspectiva “interna” aos atores sociais, o uso das NTICs pelos grupos populares pode ser compreendido como um meio privilegiado de se buscar relações mais igualitárias com o outro dentro da sociedade abrangente. No caso, dentro de um sentido mais igualitário (ser igual a todos) do que de afirmação de idiossincrasias (ter uma singularidade que pode ser expressa através de processos de objetificação através de um aparelho de celular). Partindo da inspiração dos trabalhos de Dumont (1972) e Simmel (1971), podemos pensar em uma passagem de uma situação hierárquica (ser “pobre” enquanto hierarquicamente inferior a “ser rico”) a uma relação igualitária (ser “igual ao outro” no sentido do individualismo quantitativo postulado por Simmel, onde todos estão no mesmo plano de existência). Para Simmel (1971), o individualismo quantitativo se encontraria no ideário universalista e iluminista, de afirmação da liberdade, igualdade e autonomia dos sujeitos sociais – os “cidadãos” - das democracias modernas. Já o individualismo qualitativo se sustentaria nos atributos da singularidade, interioridade, autenticidade e criatividade dos sujeitos. Em contraposição ao individualismo quantitativo do contexto popular estudado (ter um celular para ser um “igual”), encontraríamos processos de objetificação mais calcados no individualismo qualitativo no universo das camadas médias urbanas, onde o consumo de celulares tende a reforçar a singularidade do indivíduo frente aos pares.

Temos, assim, um contraponto que pode agora ser estabelecido. Por um lado, as representações de grupos sociais em relação ao uso da tecnologia por segmentos populares levam, como visto, a classificações que insistem na atribuição de uma “essência” à condição de pobreza, formada por um simbolismo negativo, que desqualifica socialmente e clama por um distanciamento (virtual) frente àquelas classes. Trata-se aqui de perpetuar relações hierárquicas (Dumont, 1972) onde “ricos” e “pobres” mantêm sua desigualdade e complementaridade, dentro da lógica do “cada um no seu lugar” (DaMatta, 1981). Por outro lado, as apropriações dos segmentos populares no campo das novas tecnologias procuram, em grande parte, a dissolução de esquemas hierárquicos como o falado, através do estabelecimento de relações mais igualitárias com o outro, que se fundam a partir da idéia de “ter acesso” ao “novo mundo” das conexões contemporâneas.

A partir do que foi visto no artigo, percebe-se uma grande dificuldade por parte de certos grupos sociais em elaborar a alteridade no ambiente virtual. Entende-se aqui “alteridade” como o reconhecimento e conhecimento de uma humanidade plural a partir de

um “descentramento” radical, em que todas as culturas são relativizadas (ROCHA, 1984; LAPLANTINE, 1996). O reconhecimento da alteridade pressupõe uma qualificação do Outro enquanto “diferente de mim”. O tema da “favelização do Orkut” serviu a uma discussão de como a construção da alteridade pode ser problemática no universo virtual, reproduzindo consolidados modos de segregação e desqualificação dirigidos a grupos de baixa renda, o que coloca em xeque o imaginário da Internet como um espaço “democrático” por excelência.

Por fim, seria importante para o aprofundamento do debate um esforço maior no sentido da compreensão das NTICs a partir da realidade cultural em que os indivíduos estejam inseridos, investigando suas apropriações em relação à tecnologia e ao mundo virtual em futuros trabalhos baseados em pesquisas empíricas e contextualizadas. A Internet encarnou, particularmente, a utopia da “democracia eletrônica”, especialmente em trabalhos de autores como Castells (1999) e Lévy (1996; 2000). Castells (1999) vislumbrou uma “nova sociedade”, que teria como um dos seus componentes centrais uma “cultura da multimídia” sem estratificação, onde indivíduos em condições igualitárias encontram-se imersos em redes virtuais.

Como já chamaram atenção Maigret (2010) e Wolton (2003), é necessário se fugir do determinismo tecnológico que ronda parte significativa da literatura sobre a Internet, como a acima citada, dando um foco maior às práticas culturais que no uso desta tecnologia as precedem, criando configurações particulares. Como bem sintetiza Maigret: “Uma vez que não veicula nada de coerente e responde, bem mais, a demandas sociais contraditórias, a internet se desenvolve por camadas superpostas cada vez mais numerosas, de lógicas frequentemente diferentes” (MAIGRET, 2010, p. 409). Como mostrou Sahlins (1979) em um importante trabalho, a característica própria da vida humana em sociedade é o simbolismo inscrito em todos os atos sociais. Por essa razão, os sentidos da vida humana são construídos coletivamente, não existindo uma realidade objetiva – a “tecnológica”, no caso - à parte, autônoma em relação aos sujeitos sociais. As novas tecnologias da informação e comunicação se inserem no contexto de relações humanas e sociais já constituídas e não promovem, por si só, um universo de convivência pluralista. As visões sobre as diferenças sociais vividas no mundo *off-line* podem se perpetuar no âmbito do *online*, como visto – cabe, então analisar as “camadas superpostas” faladas por Maigret, revelando os campos de negociação e disputa por representação entre diferentes grupos sociais.

Referências

- BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2004.
- BARROS, Carla. “Trocias, hierarquia e mediação: as dimensões culturais do consumo em um grupo de empregadas domésticas”. **Tese de Doutorado**. Rio de Janeiro: Coppead/ UFRJ, 2007.
- _____. “Apropriações de tecnologias digitais e usos de celulares nas camadas populares”. **Anais do XIV Congresso Brasileiro de Sociologia**. UFRJ, Rio de Janeiro, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **La distinction: Critique sociale du jugement**. Paris: Minuit, 1979.
- BOYD, Danah. Viewing American class divisions through Facebook and MySpace. Disponível em: <http://www.danah.org/papers/essays/ClassDivisions.html>. Último acesso: 15 set 2010.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 1999.
- CHARTIER, Roger. **A História Cultural. Entre Práticas e Representações**. Lisboa: Ed. Difel, 1990.
- _____. **The Edge of the Cliff. History, Language and Practices**. Baltimore/London: The Johns Hopkins University Press, 1997.
- DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis. Para uma Sociologia do dilemma brasileiro**. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 3ª ed., 1981.
- _____. **Relativizando: uma introdução à Antropologia Social**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 2000.
- DOUGLAS, Mary. **Pureza e Perigo**. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- _____.; ISHERWOOD, Baron. **The world of goods: towards an anthropology of consumption**. Middlesex: Penguin, 1979.
- DUARTE, Luiz Fernando D. **Da vida nervosa (nas classes trabalhadoras urbanas)**. Rio: Zahar Ed., 1986.
- DUMONT, Louis. **Homo hierarchicus**. Paris: Gallimard, 1972.

- FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2ªed. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2004.
- GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Diferentes, desiguais e desconectados**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2007.
- LAPLANTINE, François. **Aprender Antropologia**. 9ª edição. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1996.
- LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.
- _____ **A inteligência coletiva: Por uma antropologia do ciberespaço**. 3ª ed. São Paulo: Ed. Loyola, 2000.
- MAIGRET, Éric. **Sociologia da comunicação e das mídias**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.
- MARIN, L., Lire un tableau: Une lettre de Poussin en 1639. In: **Pratiques de la Lecture** (R. Chartier,ed.), pp. 129-157, Paris: Payot & Rivages, 1993.
- MILLER, Daniel; SLATER, Don. Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad. In: **Horizontes antropológicos**. Porto Alegre: ano 10, nº 21, jan/jun., 41-65, 2004.
- _____; Horst, Heather. **The Cell Phone: an Anthropology of Communication**. Oxford; Berg, 2006.
- ROCHA, Everardo. **O que é etnocentrismo**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1984.
- _____ **Magia e capitalismo**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1985.
- SAHLINS, Marshall. **Cultura e Razão Prática**. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1979.
- SIMMEL, Georg. "Subjective culture", in D. Levine (org.), **On individuality and social forms**, Chicago: The University of Chicago Press, 1971.
- SILVA, Sandra Rúbia. "Eu Não Vivo Sem Celular": Sociabilidade, consumo, corporalidade e novas práticas nas cultuas urbanas. **Anais do XXX Intercom**, 2007.
- _____. "Estar no tempo, estar no mundo: a vida social dos telefones celulares em um grupo popular. **Tese de Doutorado**. Santa Catarina: Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFSC, 2010.
- VAITSMAN, Jeni. Pluralidade de mulheres urbanas de baixa renda. **Estudos feministas**, vol. 5, nº 2, p. 303-319, 1997.
- VALLADARES, Lícia. **A invenção da favela: do mito de origem a favela.com**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2005.

VELHO, Gilberto VELHO, Gilberto. **Individualismo e cultura**. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1981.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2003.

ZALUAR, Alba. **A máquina e a revolta**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2002.