

# **Preconceito social na Internet: a reprodução de preconceitos e desigualdades sociais a partir da análise de *sites* de redes sociais<sup>1</sup>**

**Ruleandson do Carmo Cruz**

**Doutorando em Ciência da Informação  
Professor credenciado do Curso de Jornalismo da  
UFOP**

*Discute preconceitos e desigualdades sociais na Internet, a partir da análise de sites de redes sociais, considerando usuários brasileiros. Analisa discurso contra a entrada de participantes do Orkut no Twitter. Avalia a Elysians, primeira comunidade online de luxo do mundo, dedicada a criar uma rede constituída por ricos. Apresenta resultados que sugerem a territorialização do ciberespaço, como ocorre na divisão geográfica física, em zona norte (Orkut), para menos favorecidos, e zona sul (Twitter, Elysiant), para mais favorecidos, dentre outras constatações.*

**Palavras-chave:** Orkut; Twitter; Elysians; Redes Sociais Virtuais; Comunidades Virtuais; Preconceito; Divisão Social.

## **Social prejudice on the Internet: propagation of prejudice and social segregation from an analysis of sites and social networks**

*The objective of this work was to discuss prejudice and social inequality on the Internet from an analysis of social networks sites considering Brazilian users. The paper analyzes the discourse against the entrance of Orkut participants on Twitter and also evaluates Elysians, the*

---

<sup>1</sup> Artigo completo do resumo apresentado no 3º. Seminário Blogs: Redes Sociais e Comunicação Digital, realizado pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação e Cultura do Centro Universitário Feevale, Novo Hamburgo/RS, em 22 de Set. de 2009. Anais disponíveis em: <<http://aplicweb.feevale.br/site/files/documentos/pdf/36655.pdf>>. Acesso em: 26 jul 2012.

*first luxury online community in the world, aimed at the creation of network composed only by wealthy people. Among other findings, it presents some results that suggest a cyberspace territorialization, such as a physical geographic division in North and South zones for the less favored (Orkut), and more favored (Twitter, Elysians), respectively.*

**Keywords:** Orkut; Twitter; Elysians; Social Virtual Networks; Virtual Communities; Prejudice; Social segregation.

Recebido em 14.10.2011 Aceito em 08.05.2012

## 1 Introdução

Para o sociólogo Jessé de Souza (2009a), a desigualdade social se desdobra nas diferenças de classe, gênero, cor e idade e é, para alguns cientistas sociais, o principal problema a ser investigado na sociedade brasileira. Apesar do aparente espaço virtual democrático e igualitário, de livre acesso e circulação, e que dá voz a todos que a ela podem conectar-se, a Internet, também, pode ser ambiente para a reprodução de preconceitos e divisões sociais existentes no meio físico, como a tradicional separação geográfica em zona norte, para os pobres, e zona sul, para os mais afortunados.

Na atualidade, em que o acesso aos *sites* voltados à formação de redes sociais virtuais predomina, há um recente discurso, presente em diversos *blogs* nacionais, contra a entrada de participantes do Orkut - analisados por estes como massa adolescente e pobre - no serviço de *microblogs* Twitter. Além disso, em maio de 2009, foi lançada, no Brasil, a Elysians, primeira comunidade *online* de luxo do mundo, dedicada a criar uma rede social virtual constituída apenas por ricos que não querem participar de redes mais populares e que ganhou o apelido brasileiro de "Orkut para ricos" (COLAVITTI, 2009).

Assim, ao descrever casos de difusão de preconceitos em *sites* de redes sociais virtuais e/ou contra usuários destes *sites* - principalmente, contra usuários do Orkut - o objetivo do presente artigo é evidenciar a pesquisadores e profissionais da informação acerca dessa reprodução de preconceitos e divisões sociais na Internet, que ultrapassam questões, como a exclusão digital, e que merecem atenção da agenda de pesquisas em *cibercultura* e em redes sociais.

Acerca dos usuários da Internet, ressalta-se que ela parece ser um local em que todos têm acesso aos mesmos espaços, mas o discurso contra a "orkutização" parece evidenciar preconceito e divisão social entre usuários dos *sites* de redes sociais virtuais, um discurso que diz não serem bem vindos ao Facebook e ao Twitter, os usuários de classes sociais mais baixas. Conforme aponta o sociólogo Jessé de Souza (2009b),

a ralé brasileira, a classe menos favorecida econômica e culturalmente, enfrenta comumente novos problemas sociais ainda não mapeados. O presente estudo acredita que o discurso contra a “orkutização” pode ser um desses novos problemas.

Segundo Chauí (2011), a realidade social no Brasil, mostra que “a sociedade não é uma comunidade una e indivisa, voltada para o bem comum obtido por consenso, mas, ao contrário, que está internamente dividida em classes” (*online*). De acordo com a autora, vivemos, portanto, em uma sociedade de classes, na qual um dos grandes desafios para a democracia é a manutenção de seus ideais de igualdade e de liberdade em meio à desigualdade real, sendo que, para uma efetiva inclusão social no Brasil, prescinde “uma política de cidadania cultural capaz de desmontar o imaginário autoritário, quebrando o monopólio da classe dominante sobre a esfera dos bens simbólicos” (CHAUÍ, 2011).

Para Souza (2009b), as classes menos favorecidas são vítimas de “violências simbólicas”, que parecem naturalizar a desigualdade social simbólica, no entanto, na contemporaneidade, a divisão social se amplia por meios modernos e simbólicos. Souza (2009b), também, acredita que as classes mais favorecidas, os ricos, precisam legitimar seus privilégios em uma competição social, por vezes invisível. O que a presente pesquisa pretende avaliar é como a informação em *sites* de redes sociais virtuais, pode se tornar um meio simbólico de divisão e preconceitos sociais e como ela pode ser usada como legitimação de privilégios.

Desse modo, este trabalho compõe pesquisa mais ampla sobre o comportamento informacional – modo como o usuário lida com a informação – de usuários de *sites* de redes sociais virtuais, em desenvolvimento no Programa de Pós-graduação da Escola de Ciência da Informação da UFMG.

## **2 Internet: ideal de rede democrática e exclusão**

Segundo Negroponte (1996), o âmbito digital permite que o ser humano ultrapasse os limites do subconjunto estatístico da era da transmissão dos meios de comunicação de massa e passe a ter autonomia sob o modo de se relacionar com a informação. Tal constatação pode ser notada no uso dos *sites* de redes sociais virtuais. Salienta-se, inicialmente, que, nesta pesquisa, entende-se que:

Informação é, mais precisamente, a articulação de um entendimento prioritário pragmático de um mundo comum compartilhado. Este entendimento prioritário, nosso pré-entendimento, permanece em grande medida na forma tácita, ainda quando o articulamos em forma falada ou escrita, dado que, por nossa finitude, nunca podemos explicitá-lo (CAPURRO, 1992).

Criada na década de 1960, a Internet é, hoje, o cerne da comunicação mediada pelo computador (CMC). Desde a década de 1980, quando saiu de seu inicial domínio militar e acadêmico e ampliou a possibilidade de acesso a todo o público não especializado, a rede mundial

de computadores carrega em si a premissa de ser um meio capaz de incluir e abranger todas as expressões culturais, justamente por ser uma rede global de acesso aberto, em um sistema em que a mente humana assume o poder de produção (CASTELLS, 2002).

Ao analisar a Internet e o discurso sobre tal rede, Michel Elie (2002) observa que, no mundo contemporâneo, as infovias, das quais a Internet é a vitrine planetária, são vistas como um progresso capaz de modificar o mundo, pois “dizem respeito aos mitos mais profundamente ancorados em nossa sociedade, ao domínio do conhecimento, aos sonhos de reunificação do homem dividido” (ELIE, 2002, p. 277). Assim, para o autor, hoje temos finalmente um “espaço de liberdade que a Internet conseguiu abrir” (p. 290).

Nesse sentido, tal espaço de liberdade pode ser compreendido ao constatarmos que a Internet permite, gratuitamente, a participação e a publicação de diversos conteúdos que podem ser postados direta e publicamente pelo indivíduo na rede, sem depender de uma aprovação prévia, como geralmente ocorre nas demais mídias. Desse modo, a Internet chega a ser reverenciada como “meio essencial de expressão e organização dos movimentos sociais” (TORRES DE GOÉS, 2006, p. 14).

Entretanto, apesar das relevantes e inegáveis possibilidades proporcionadas pela Internet, anteriormente citadas, também há problemas concernentes ao acesso e uso da rede. Grande parte da produção científica tem discutido questões, como a exclusão digital, que leva à divisão da população de países de terceiro mundo, como o Brasil, em “info-ricos”, aqueles com acesso à Internet, e “info-pobres”, pessoas sem acesso à Internet (ELIE, 2002, p. 286).

Sobre a exclusão digital no Brasil, resultados de pesquisa divulgada em 2009, apontam para uma situação preocupante. De acordo com a Comissão Econômica para América Latina e Caribe (Cepal), ligada à Organização das Nações Unidas (ONU), os pobres brasileiros têm o menor acesso à Internet entre 14 países da América Latina: 52% dos mais ricos usam a Internet, sendo que, entre os mais pobres, o uso é de apenas 1,7% (VIEIRA, 2009). Atualmente, segundo o IBOPE (2008), cerca de 41 milhões de pessoas têm acesso à Internet no Brasil, país contraditoriamente líder no *ranking* mundial por tempo de conexão à rede mundial de computadores, de acordo com o Nielsen/Netratings (O GLOBO ONLINE, 2008).

Nesse sentido, artigo publicado em abril de 2009, pelo jornal espanhol *El País* (ARIAS, 2009), intitulado “*Brasil quiere liderar el uso de Internet en el mundo*”, destaca o alto grau de comunicabilidade entre os brasileiros e o grande uso feito pelos internautas do país dos *sites* de redes sociais, como o Orkut: “*Brasil es también el país con mayor número de orkuts del mundo [...] No hay un niño o muchacho, por pobre que sea, que no pertenezca a una comunidad de Orkut*”.

Apesar de um pouco exagerada, a colocação do *El País* é verídica, com relação à predominância de usuários brasileiros no site Orkut, conforme se constata a seguir, entretanto, apesar do relevante debate

acerca da exclusão digital, há outros problemas sociais relacionados ao uso da Internet, como também se discutirá mais adiante.

Com isso, a aparente divisão social entre usuários de *sites* voltados à formação de redes sociais virtuais, sugere que a Internet, também, veicula ideologias, por ser um canal de fluxo de informações – construto coletivo e social. Sobre o cidadão contemporâneo e a relação deste com as informações, Marteleto (1987) caracteriza o ambiente informacional da contemporaneidade como aquele em que os indivíduos entram em contato com a realidade, através das informações veiculadas pelos meios de comunicação, sendo a informação o elemento que mediatiza tanto os processos de apreensão da realidade quanto as relações sociais, o que se infere poder ser aplicado ao Orkut, Facebook, Twitter, etc.

Nesse sentido, estudar usuários da informação de *sites* com expressivo número de membros, como o Orkut, o Facebook e o Twitter, justifica-se, por que:

é pertinente estudar os propósitos para os quais as pessoas se ocupam usando um grupo como uma fonte de informação e analisar que problemas este uso resolve, que tipo de informação ele provê e quais qualidades do grupo são encontradas e que fazem diferença na vida das pessoas (WIDÉN-WULFF *et al.*, 2008, p. 352, tradução nossa).

Faz-se importante reforçar que a CI tem se voltado à compreensão da informação, considerando aspectos, como relevância e interpretação, promovendo, assim, “uma avaliação das diferentes perspectivas que podem determinar, em um contexto particular, o que está sendo considerado informativo” (CAPURRO; HJØRLAND, 2007, p. 150). Sob essa ótica, o objeto de pesquisa em CI:

Deve dar conta do que as diferentes disciplinas, atividades e atores sociais constroem, significam e reconhecem como informação, numa época em que essa noção ocupa um lugar preferencial em todas as atividades sociais, dado que compõe tanto a definição contemporânea da riqueza quanto na formulação das evidências culturais [...] já que, das grandes questões do mundo contemporâneo, as principais nutrem o solo de construção dos objetos de estudo da Ciência da Informação (GONZÁLEZ DE GOMEZ, 2000).

## 2.1 *Sites* de redes sociais no Brasil

Como antes, o principal uso da Internet era o acesso aos *e-mails* (CASTELLS, 2002), hoje, estudo realizado pela Nielsen Online (KEBEDE, 2009), indica que o tempo utilizado pelos internautas para acessar *sites* voltados à formação de redes sociais virtuais superou o tempo utilizado para acessar ao *e-mail*. A pesquisa aponta que cerca de 10% do tempo

mundial conectado à Internet refere-se à visitação dos *sites* de redes sociais virtuais, atualmente, acessados por dois terços da população global *online*.

Ao conceituar teoricamente as citadas redes sociais virtuais, recorre-se ao pensamento de alguns autores. Para Marteleto (2001, p. 72), rede social é o “conjunto de participantes autônomos, unindo idéias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. Ao transpor a metáfora de rede para o ambiente *online*, Recuero (2009) define rede social virtual como a “teia de conexões que espalham informações, dão voz às pessoas, constroem valores diferentes e dão acesso a esse tipo de valor [capital social]” (p. 25). Tal capital, de acordo com Marteleto e Oliveira e Silva (2004), são “normas, valores, instituições e relacionamentos compartilhados que permitem a cooperação dentro ou entre os diferentes grupos sociais” (p. 44).

Assim, para Rheingold (1994)<sup>2</sup> *apud* Recuero (2001), a Internet permite, ainda, a existência da comunidade virtual, formalizada ou formada, espontaneamente, por redes sociais e que se caracteriza como uma rede eletrônica de comunicações interativas e organizacionais ao redor de interesses ou fins comuns, embora, às vezes, a comunicação se torne a meta.

No Brasil, a estimativa da Nielsen é de que 80% dos internautas participem dos *sites* de redes sociais virtuais, o que os coloca na primeira posição mundial, dentro os que passam mais tempo conectados a tais *sites*, 23% do tempo *online* (PAVARIN, 2009). Dentre tais *sites*, o Orkut é o mais acessado no país (MARTINS, 2008), além de ser o *site* de redes sociais mais usado pelo internauta brasileiro, seguido pelo Twitter (NUNES, 2009). Assim, segundo dados do Google Brasil (NUNES, 2009), atualmente, o Orkut possui mais de 60 milhões de usuários, sendo que destes, aproximadamente 35 milhões são brasileiros.

Desse modo, elencados os ideais de igualdade democrática hasteados com as possibilidades da Internet, a relevância dada pelos usuários da rede mundial de computadores aos *sites* de redes sociais na contemporaneidade, e o grande acesso do brasileiro ao Orkut, e, depois, ao Twitter, relata-se, na sequência, dois episódios ocorridos no contexto virtual, para ilustrar a principal discussão desse artigo: a efetividade da reprodução de preconceitos e divisões sociais por meio da Internet

### 3 Metodologia

Para alcançar os objetivos desta pesquisa, um estudo exploratório qualitativo, adotou-se a seguinte metodologia (GIL, 1999; MINAYO, 1996):

- 1) pesquisa bibliográfica exploratória, fase de revisão das principais obras pertinentes ao estudo;

---

<sup>2</sup> RHEINGOLD, Howard. *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa Editorial, 1994. (Colección Limites de La Ciência).

2) levantamento do material empírico, período de seleção, coleta de dados e pré-análise dos *sites* de redes sociais a serem examinados; e

3) análise exploratória dos *sites* de redes sociais, etapa em que foram analisados qualitativamente os *sites* de redes sociais em estudo, assim como comentários sobre eles em *blogs* e/ou outros *sites*

## **4 Reprodução de preconceitos e divisões sociais existentes no meio físico no ciberespaço**

Uma das principais características do ciberespaço, o espaço criado pelo ambiente virtual, é a possibilidade de conexão entre pessoas independentemente da localização e da distância físicas entre delas. Entretanto, se a Internet não é territorializada, como o mundo físico, reproduzindo as divisões geográficas existentes no globo, os dois casos brasileiros a serem apresentados, a seguir, questionam se a Internet não estaria, por meio de *sites* de redes sociais, reproduzindo a divisão existente no mundo físico, dos espaços virtuais entre locais (*sites*) a serem ocupados (acessados) por pobres e locais para ricos, criando a zona sul (tradicionalmente relacionado aos ricos) e a zona norte (comumente ligada aos pobres) também no mundo virtual.

### **4.1 O caso Orkut x Twitter: blogueiros e twitters contra a orkutização do Twitter**

Criado pelo engenheiro de *softwares* do Google Orkut Buyukkokten, o *site* Orkut foi lançado em 2004, e tem, no momento, mais de 60 milhões de usuários em todo o mundo, no entanto, seu maior êxito é entre os internautas brasileiros, que representam, hoje, mais de 50% dos usuários do *site*, o mais acessado no Brasil. O Orkut se autodefine<sup>3</sup> como comunidade *online* de acesso gratuito, criada para tornar a vida social de seus membros mais ativa e estimulante, por meio da troca de fotos e mensagens entre amigos e da possibilidade de conhecer novas pessoas. Através do Orkut, os usuários podem interagir com membros que possuam os mesmos interesses e ideias, ao participar das comunidades virtuais.

Com história um pouco mais recente, o Twitter foi lançado em 2006, após ser concebido há cerca de 17 anos pelo programador americano Jack Dorsey, e lançado na *Web* por Biz Stone e Evan Williams. O Twitter é um *site* caracterizado como de microblog, pois nele os usuários postam respostas à pergunta básica do serviço: "O que você está fazendo?", por meio de mensagens curtas com até 140 caracteres, como as de celular, mas que circulam pela Internet, como os *blogs*. O crescimento do Twitter foi iniciado em 2008, e, atualmente, o *site* reúne um número bem menor

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/About.aspx>>. Acesso em: 1 abr. 2009.

de usuários no mundo e no Brasil, se comparado ao Orkut, seis milhões e 50 mil, respectivamente (MARTINS e LEAL, 2009).

Juntos, Orkut e Twitter são os dois voltados à formação de *sites* de redes sociais virtuais mais acessados no Brasil, ocupando a primeira e segunda colocação no *ranking*, respectivamente (NUNES, 2009)<sup>4</sup>. Entretanto, os dois *sites* possuem características de uso distintas. O Orkut oferece comunidades virtuais, álbum de fotos, vídeos favoritos e exige a reciprocidade na rede – para ser amigo de uma pessoa ela também precisa ser sua amiga. O mesmo não ocorre no Twitter, não há agrupamento das pessoas por afinidades em comum por meio de comunidades; um usuário segue ao outro motivado por interesse pelas informações por ele postadas; a publicação das mensagens tem tamanho limitado em 140 caracteres; e não há exigência de reciprocidade, é possível seguir uma pessoa sem ser seguido por ela e vice-versa.

Mas, ao que tudo indica, parece que as diferenças não se referem apenas aos recursos informacionais e comunicacionais oferecidos pelos dois *sites*, pois elas se estenderiam, também, ao perfil dos usuários ou pelo menos em como os usuários vêem uns aos outros, principalmente em como os usuários do Twitter avaliam os usuários do Orkut. Em março de 2009, a revista semanal *Época* publicou, em sua capa, uma matéria sobre o Twitter, intitulada “Você já usou o Twitter?”, em que o *site* era descrito passo a passo para um novo usuário. Devido ao volume de circulação da referida publicação, vários membros do Twitter começaram a discutir e temer a popularização do *site* e a vinda dos usuários do Orkut para o Twitter. Esse temor foi expresso por meio de um discurso, presente no próprio *site* e em alguns blogs, que dizia que os usuários do Orkut somente se interessam por informações irrelevantes, escrevem as palavras erroneamente e são “miguxos” (adolescentes que, na Internet, escrevem a linguagem apelidada de miguxês, devido às constantes abreviações das palavras, como amigo que se torna “migu”), e, por isso, a participação desses usuários no Twitter empobreceria ou banalizaria o serviço.

Em pouco tempo, esse discurso contra a participação de usuários do Orkut no Twitter ganhou um movimento forte na *Web* e a possível massificação do Twitter ganhou o nome de “orkutização”. Hoje, procurando pelo termo no Google, encontramos mais de 10.200 links que citam a “orkutização”, assim como encontramos diversas mensagens discutindo o tema no Twitter e que nos apresentam falas de usuários do *site*, cujas identidades foram aqui preservadas, como: “A culpa foi minha. Eu esqueci da orkutização e que debates de nível e sádios são difíceis de encontrar, infelizmente”, culpando os usuários do Orkut pelo fim dos diálogos relevantes no Twitter; “Essa orkutização do Twitter é foda: os caras nunca te viram mais gordo e de [sic] adicionam na maior. Até

---

<sup>4</sup> Disponível em:

<http://www.clicrbs.com.br/blog/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer,getBlog&uf=1&local=1&template=3948.dwt&section=Blogs&post=217567&blog=222&coldir=1&topo=3951.dwt>. Acesso em: 1 abr. 2009.

lavanderia do RJ me segue!!!”, responsabilizando a vinda de usuários do Orkut para o Twitter, pelo fato de desconhecidos seguirem a um determinado perfil, como ocorre no Orkut, quando desconhecidos se adicionam e tornam-se amigos; “Já existe [sic] crianças no twitter! [...] #orkutizacao”, criticando a criação de perfis para crianças no *site*, como já é comum no Orkut; “De fato, é a orkutização do twitter, a proliferação das favelas digitais”, marginalizando os usuários do Orkut; “Pior que citação de musica (sic) sertaneja no twitter, são citações de musicas (sic) se é que pode chamar de música, funk; Maldita orkutização”, associando às citações de frases musicais no Twitter aos textos poéticos comuns na parte “quem sou eu”, do perfil do Orkut e discriminando gostos culturais; “orkutização news: twitter agora tem comunidades <http://www.twinester.com/>”, lamentando a criação de um *site* que cria comunidades virtuais para que usuários do Twitter se associem por gostos, assim como sempre existiu no Orkut; “parece q o twitter tah sofrendo por um processo de ‘orkutização’ [...] saudades dos tempos em q tudo era mais seleteo”, queixando-se da orkutização no mesmo estilo de “Essa orkutização do twitter tá começando a me assustar. Fato!”; “na verdade, n tem misterio, os verbos coRRÃO e moRRÃO viraram sinonimos pra tirar sarro de orkutização e d quem ã sabe escrever”, ridicularizando usuários do Orkut que escrevem palavras erradas; e, até mesmo, a extensão da “orkutização” para além do Twitter, por meio da irônica mensagem: “Essa história de só ter cópia dublada de Up! é um sinal claro da orkutização dos cinemas brasileiros”, dentre outras centenas de mensagens sobre o tema, criticando, por exemplo, o uso de *emoticons*, imagens animadas e perfis de casais no Twitter, ambas práticas comuns no Orkut e outros aspectos da orkutização.

Assim, os protestos contra a orkutização estão presentes, também, em diversos *blogs* brasileiros. A seguir, apresentam-se alguns exemplos de *blogs* com reconhecimento nacional na *blogosfera*. Em maio de 2009, o Dicas Blogger, *metablog* que ajuda os usuários da plataforma de *blogs* Blogger a usar o serviço, 30º. entre os *blogs* mais populares em língua portuguesa do mundo (TWINGLY, 2009), publicou o *post* “Orkutização do Twitter – mito ou realidade?”, lembrando quando o Orkut tinha o acesso restrito somente a quem era convidado, o que, segundo a autora do *blog* Juliana Sardinha, trazia um nível melhor de discussões, comparando, também, a popularização do Twitter, após a já citada capa da revista *Época*, com a popularização do Orkut após o *site* ter sido capa da revista *Super Interessante*, em Setembro de 2004, com a matéria “Orkut – Como entender esse fenômeno?”. Temendo que o mesmo ocorra com o Twitter, a influente blogueira - o dicas Blogger ocupa a segunda posição do *ranking* de *blogs* brasileiros mais indicados por outros *blogs* do país (BLOGBLOGS, 2009), diz que quando o Orkut popularizou-se “A fina nata evadiu-se em massa, alegando a impossibilidade de viver em um ambiente tão contaminado” (SARDINHA, 2009), criticando, assim, a popularização dos *sites* de redes sociais.

Outro *blog* reconhecido na *blogosfera*, o *Contraditorium*, 15º. entre os mais populares em língua portuguesa, também posicionou-se contra a orkutização, por meio do *post* "Para quem tinha dúvidas da Orkutização do Twitter", em que posta o *twett* de uma usuária, em que ela pergunta a um amigo "oie tdb? Pow mi tira uma duvida é qui eu comecei agora como se faz album no twitter? Bjs tchau" (CARDOSO, 2009), ridicularizando a grafia na linguagem conhecida como "miguxês" e o interesse da garota por ter um álbum de fotos, um dos serviços mais populares do Orkut – lançado em 2004 permitia publicar 12 fotos e agora já suporta 10 mil fotos.

Os exemplos de discursos contra a orkutização do Twitter tanto de mensagens no Twitter quanto de posts em *blogs* brasileiros (sem citar *sites*, como o *Tolices do Orkut*<sup>5</sup> ou o *Pérolas do Orkut*<sup>6</sup>, dentre outros, dedicados a ridicularizar erros de ortografia e gramática de usuários do Orkut e fotos de tais usuários em cenários de pobreza, como bacias ao invés de piscinas, em cima da laje, etc.), ilustram um desejo de que os usuários do Orkut não participassem do Twitter, bem como a discriminação dos usos feitos por esses usuários do Orkut, como participação em comunidades, álbum de fotos ou ter um número grande de amigos, além do preconceito com pessoas menos cultas, que, porventura, digitam palavras erradas e/ou com jovens que optam por digitar em "miguxês" as suas mensagens.

As falas apresentadas dos usuários do Twitter contra o ingresso dos usuários do Orkut no *site*, apontam, como vários deles dizem, um medo de que a orkutização empobreça as discussões e informações postadas no Twitter. Apesar de não terem sido encontrados estudos da mesma natureza sobre usuários do Orkut, pesquisa realizada por Bullet aponta que a maioria dos usuários do Twitter no Brasil tem a escolaridade nível superior completo e a renda financeira entre dois a dez salários mínimos (BULLET, 2009), revelando um perfil de usuários mais elitizados, se comparado à grande realidade do país.

Nesse aspecto da orkutização, da expressão do desejo de separar os usuários de *sites* de redes sociais virtuais, apresenta-se, abaixo, o caso do *site* *Elysians*, tratado como o Orkut para ricos, um preconceito claro de que o Orkut seria, portanto, para os pobres.

## 4.2 Elysiant: Orkut para ricos

Segundo Colavitti (2009), em maio de 2009, foi lançada no Brasil a *Elysians*, comunidade *online* de luxo com sede física em Hong Kong, que agrupa cerca de 15 mil usuários, operando em Curaçao, Dubai e São Paulo, que se define como uma rede social para os que podem celebrar a vida em grande estilo, o Orkut para os ricos. Para participar da rede é preciso ser convidado, sendo que, no Brasil, assim que lançado, o *site* convidou cerca de 600 pessoas para participarem, todas ricas e figuras

<sup>5</sup> Disponível em: <[www.tolicesdoorkut.com](http://www.tolicesdoorkut.com)>. Acesso em: 1 abr. 2009.

<sup>6</sup> Disponível em: <[www.perolasdoorkut.com.br](http://www.perolasdoorkut.com.br)>. Acesso em: 1 abr. 2009.

conhecidas nas colunas sociais e no cenário empresarial, segundo Colavitti (2009). Apesar de restringir o acesso somente aos ricos, o Elysians não cobra pela participação do usuário, sendo patrocinado por marcas, como Ferrari, Diesel, Prada (entre outras), que ajudam o Elysians a operar em cidades que tenham jovens que recentemente tenham ganhado muito dinheiro e em que haja grande consumo de itens de luxo. Assim, em um futuro próximo, o *site* será lançado em Beirute, Abu Dhabi e Miami.

O nome do *site*, voltado à formação de redes sociais virtuais entre os mais afortunados, vem da junção de Elisy, de Champs-Élysées, avenida parisiense que abriga lojas de artigos de luxo, com *ants*, formigas em inglês, animais, de acordo com Fuente-Saez, um dos fundadores do *site*, cuja comunidade é uma das mais seletivas do mundo (COLAVITTI, 2009).

Segundo Saez, a ideia do *site* surgiu ao constatar que os ricos não estão interessados em quantidade de contatos, como os usuários do Orkut e do Facebook, mas em qualidade, por isso a média de amigos entre os usuários do Elysians é de apenas 30 (COLAVITTI, 2009). Na reportagem da revista Época sobre o *site*, dois usuários do Elysians confirmam a teoria do fundador da rede. A relações-públicas Fernanda Barbosa diz que "o Facebook ficou popular demais" e o empresário Giuliano de Lucca, dono da Pink Elephant, diz sofrer por barrar várias pessoas que, às vezes, o adicionam como contato em outros *sites*, pois "muita gente não tem o perfil que a gente quer" (COLAVITTI, 2009).

Nos comentários sobre a reportagem no *site* da referida revista, os internautas se dividem, enquanto alguns acham a ideia do *site* válida, classificando-o como "Um luxo" ou julgando-o positivo, porque "conversar com pobre é atraso de vida", como dizem alguns dos comentários, outros avaliam o Elysians como preconceituoso e fútil.

Sem entrar em juízos de valor, o fato é que o Elysians é a manifestação da divisão social entre ricos e pobres na Internet, por meio de um *site* de redes sociais que tem, como critério de pertencimento à rede, a renda, a conta bancária dos participantes.

## 5 Considerações finais

A análise qualitativa da problemática da reprodução de preconceitos e divisões sociais existentes no meio físico e, também, no meio virtual - por meio da avaliação da discussão em torno da orkutização do Twitter e do lançamento no Brasil da comunidade online de luxo Elysians, o Orkut para ricos - permite algumas considerações acerca dos temas estudados nesse trabalho. Duas dessas considerações, pela recorrência, se fazem mais preocupantes: o que aqui irá chamar-se de etnocentrismo digital e/ou virtual; e a divisão social por classe econômica do acesso aos *sites* de redes sociais.

A primeira constatação, o etnocentrismo digital e/ou virtual, é ilustrado pela fala de usuários do Twitter, que opõem-se à orkutização, devido ao fato de, para os referidos usuários, os membros do Orkut

gostarem de trechos de músicas no seu perfil, imagens animadas e *emotions* nas mensagens enviadas, além de criarem álbuns com suas fotos pessoais. Tal modalidade de etnocentrismo, sob a ótica deste trabalho, refere-se à avaliação de que o uso de um determinado *site* de redes sociais, feito pelo usuário e/ou pela comunidade de interesse dele, é tido como o mais relevante, inteligente e adequado, e todos os demais usos são entendidos e discriminados como sendo banais, não dotados de intelectualidade e inadequados.

No entanto, esse tipo de visão preconceituosa é totalmente destoante do cenário permitido pela Internet, em que é o usuário quem tem a total escolha por qual conteúdo terá acesso e o que será valorável para ele. Na *Web*, a informação relevante é aquela que interessa àquele usuário que a busca e, no momento seguinte, essa mesma citada informação pode não ser relevante a outro usuário com interesse diferenciado. Portanto, é necessário haver tolerância e respeito com relação ao uso e ao tipo de informação que cada usuário de um site de rede social produz, compartilha e busca, pois somente o usuário pode julgar o que é relevante e pertinente a ele, julgamento que é mutável, de acordo com as próprias mudanças de interesse do usuário. Assim, com exceção de prática que infrinjam a legislação vigente, não há um uso certo ou correto do Twitter, do Orkut ou de qualquer outro *site* de rede social, mas, sim, o uso que um determinado usuário ou grupo de usuários realizam, por motivos culturais particulares.

A segunda constatação relaciona-se à divisão do acesso aos *sites* de redes sociais por classe econômica, como comprovado pelo lançamento do Elysians, que somente convida indivíduos da alta classe média para participar de seu *site* e como se percebe, também, implícito, a discriminação dos usuários do Orkut por parte de alguns usuários do Twitter, que chegam a classificar os membros do Orkut como “favelados”.

Além de lamentável, a reprodução dessa divisão física que já existe, parece criar, no momento, uma zona sul da Internet (Twitter e Elysians, por exemplo) para os ricos e uma zona norte para os pobres (Orkut, por exemplo) e pode vir a aprofundar a lacuna entre ricos e pobres, maximizar preconceitos e eliminar a possibilidade criada pela Internet de as pessoas conectarem-se e conversarem sem impedimentos relacionados a sua localização territorial ou condição cultural e sócio-econômica. Desse modo, caso a agência de pesquisas que investiga o ciberespaço não se atente para questões como essas, pode ser que, em breve, se lide com a larga escala desse novo fator complicador e limitador do acesso dos pobres à Internet, além da conhecida e preocupante exclusão digital, nos moldes atualmente conhecidos.

Outra constatação que se faz importante refere-se ao preconceito com relação ao “miguxês”, modo de digitar as mensagens na Internet, comum entre adolescentes. O “miguxês” é uma linguagem específica de um grupo de usuários, geralmente jovens, que quer ser reconhecido e compartilhar o mesmo modo de comunicação, podendo ser compreendido como, por exemplo, o sotaque na fala dos cidadãos das diferentes regiões

do país, pois, assim como o sotaque e ou expressões regionais não caracterizam desconhecimento da língua portuguesa culta, mas caracterizam o modo de falar de um grupo de pessoas. Há pesquisas que comprovam que o uso do "miguxês" não atrapalha e ajuda a desenvolver habilidades linguísticas (TIRABOSCHI, 2009), portanto não é necessário o pânico nem a discriminação desse modo de escrita.

Além disso, a Internet é o meio do imediatismo, em que, na prensa, as pessoas podem cometer pequenos deslizes de ortografia e gramática, mas tais erros são comuns e não indicam, por si só a qualidade do conteúdo do que é postado ou a ignorância de determinados usuários de um dado *site* de redes sociais.

Assim, espera-se que este trabalho possa incentivar estudos em informação e comunicação, que avaliem o ciberespaço a dediquem atenção a essas questões, para que eles não se reproduza o discurso ideário de que a Internet é democrática, desterritorializada e dá voz a todos, o que, conforme percebeu-se por meio dessa pesquisa, não é tão real assim.

Outro alerta pretendido por esse estudo é o de a agenda de pesquisas trabalhar para impedir que, além das barreiras informacionais e financeiras, a grande parcela pobre da população brasileira não tenha que lidar com novas barreiras, agora culturais e discriminatórias, ao incluir-se digitalmente.

## Referências

ARIAS, J. Brasil quiere liderar el uso de Internet en el mundo: el gobierno de Lula busca acabar con el tabú de la brecha digital. *El País*, 13 abr. de 2009. Disponível em <[http://www.elpais.com/articulo/internet/Brasil/quiere/liderar/uso/Internet/mundo/elpeputec/20090413elpepnet\\_2/Tes](http://www.elpais.com/articulo/internet/Brasil/quiere/liderar/uso/Internet/mundo/elpeputec/20090413elpepnet_2/Tes)>. Acesso em: 25 abr. 2009

BLOGBLOGS. *Ranking de blogs*, 2009. Disponível em: <<http://blogblogs.com.br/blogs/ranking>>. Acesso em: 1 set. 2009.

BULLET. Bullet divulga o resultado da primeira pesquisa brasileira realizada no Twitter. *Bullet, Presença Digital*, 1 jun. 2009. Disponível em: <<http://bullet.updateordie.com/insights/2009/06/bullet-divulga-o-resultado-da-primeira-pesquisa-brasileira-realizada-no-twitter-2/>>. Acesso em: 1 jul. de 2009.

CAPURRO, R. What is information science for? A philosophical reflection. *In:*

VAKKARI, P.; CRONIN, B. (Ed.). *Conceptions of library and Information Science. historical, empirical and theoretical perspectives*. London: Taylor Graham, 1992. p. 82-98. Disponível em: <<http://www.capurro.de/tampere91.htm>>. Acesso em: 10 jan. 2010.

CAPURRO, R; HJØRLAND, B. O conceito de informação. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan./abr. 2007. Disponível em: <<http://www.eci.ufmg.br/pcionline/index.php/pci/article/view/54/47>>. Acesso em: 10 jan. 2010.

CARDOSO. Pra quem tinha dúvidas da orkutização do Twitter. *Contraditorium*, 12 maio 2009. Disponível em: <<http://www.contraditorium.com/2009/05/12/pra-quem-tinha-duvidas-da-orkutizacao-do-twitter/>>. Acesso em: 1 jul. 2009.

CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. v. 1. cap. 1 e 5.

CHAUÍ, M. Classe média: como desatar esse nó? [palestra]. *Fórum de Direitos e Cidadania da Presidência da República*, 15 set. 2011. Disponível em: <[http://www.secretariageral.gov.br/noticias/ultimas\\_noticias/2011/10/05-10-2011-palestra-de-marilena-chau-proferida-no-forum-direitos-e-cidadania-15-setembro](http://www.secretariageral.gov.br/noticias/ultimas_noticias/2011/10/05-10-2011-palestra-de-marilena-chau-proferida-no-forum-direitos-e-cidadania-15-setembro)>. Acesso em: 15 fev. 2012.

COLAVITTI, F. Um Orkut para os ricos e famosos. *Revista Época*, Sociedade [editoria], 9 maio 2009. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI72005-15228-2,00-UM+ORKUT+PARA+OS+RICOS+E+FAMOSOS.html>>. Acesso em: 10 jun. 2009.

ELIE, M. Internet e desenvolvimento: um acesso à informação com mais equidade? In: EISENBERG, J.; CEPIK, M. (Org). *Internet e política: teoria e prática da democracia eletrônica*. Belo Horizonte: UFMG, 2002. p. 277-292.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

GONZÁLEZ DE GOMEZ, M. N. Metodologia de pesquisa no campo da Ciência da Informação. *Data Gramma Zero – Revista de Ciência da Informação*, v. 1, n. 6, dez. 2000. Disponível em: <[http://www.dgz.org.br/dez00/Art\\_03.htm](http://www.dgz.org.br/dez00/Art_03.htm)>. Acesso em: 10 jan. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA ESTATÍSTICA (IBOPE). *Brasil superou o número de 40 milhões de pessoas com acesso à Internet*. 2008. Disponível em: <[http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=pesquisa\\_leitura&nivel=null&docid=F0BA65FF8A513A48832574750050527E](http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=pesquisa_leitura&nivel=null&docid=F0BA65FF8A513A48832574750050527E)>. Acesso em: 1 ago. 2008.

KEBEDE, R. Redes Sociais superam o e-mail. *Reuters*, 13 mar. 2009. Disponível em: <<http://br.hsmglobal.com/notas/43543-redes-sociais-superam-o-e-mail>>. Acesso em 11 de abr. de 2009.

MARTELETO, R. M. Informação: elemento regulador dos sistemas, fator de mudança social ou fenômeno pós-moderno? *Ciência da Informação*, Brasília, v. 16, n. 2, p. 169-80, jul./dez. 1987. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/1473/1092>>. Acesso em: 3 mar. 2009.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ciência da Informação*, v. 30, n. 1, Brasília, jan./abr. 2001. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/226/201>>.

Acessado em: 1 abr. 2009.

MARTELETO, R. .; OLIVEIRA e SILVA, A. B. de. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 33, n. 3, p. 41-49, set./dez. 2004. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/518/472>>. Acesso em: 3 mar. 2009.

MARTINS, I.; LEAL, R. Você já usou o Twitter? *Revista Época*, p. 96-102, 16 mar. 2009.

MARTINS, R. Site é o mais acessado do Brasil, sem sinais de queda. *Yahoo! Tecnologia*, 2008. Acesso em: <<http://br.tecnologia.yahoo.com/article/30012008/25/tecnologia-noticias-site-acessado-brasil-sinais-queda.html>>. Acesso em: 3 mar. 2009.

MINAYO, M. C. de S. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis/ RJ: Vozes, 1994.

NEGROPONTE, N. *A vida digital*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

NUNES, V. Raio-X do Orkut. *Blog da Vanessa Nunes*, 2009. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/blog/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer,getBlog&uf=1&local=1&template=3948.dwt&section=Blogs&post=209236&blog=222&coldir=1&topo=3951.dwt>>. Acesso em: 30 jul. 2009.

O GLOBO ONLINE. Tempo gasto por brasileiros na Internet chega a 24 horas mensais. *O Globo*, 24 abr. de 2008. Disponível em: <[http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2008/04/24/tempo\\_gasto\\_por\\_brasileiros\\_na\\_internet\\_chega\\_24\\_horas\\_mensais-427036168.asp](http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2008/04/24/tempo_gasto_por_brasileiros_na_internet_chega_24_horas_mensais-427036168.asp)>. Acesso em: 1 ago. 2008.

PAVARIN, G. Brasil, o país que reina nas redes sociais. *InfoPlantão*, Editora Abril, 6 abr. 2009. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/brasil-o-pais-que-reina-nas-redes-sociais-06042009-41.shl>>. Acesso em: 25 jul. 2009.

RECUERO, R.da C. Comunidades virtuais: uma abordagem teórica. *In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO*, 5., Santa Catarina, RS, 2001. *Anais...* Santa Catarina, RS. Disponível em:

<<http://pontomidia.com.br/raquel/teorica.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2007.

RECUERO, R. da C. Redes sociais. In: SPYER, J. (Org.). Para entender a Internet. *Não Zero*, 2009. Disponível em: <<http://stoa.usp.br/oerworkshop/files/1333/7925/Para+entender+a+Internet.pdf>>. Acesso em: 19 mar. 2009.

SARDINHA, J. Orkutização do Twitter. *Dicas Blogger*, 28 abr. 2009. Disponível em: <<http://dicasblogger.blogspot.com/2009/04/orkutizacao-do-twitter-mito-ou.html>>. Acesso em: 1 jul. de 2009.

SOUZA, J. de. Sociólogo diz que invisibilidade da 'ralé' é problema grave do Brasil moderno (entrevista). *Agência Brasil: Empresa Brasil de Comunicação*, 27 out. 2009a. Entrevistador: Gilberto Costa. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2009-10-27/sociologo-diz-que-invisibilidade-da-%E2%80%9Crale%E2%80%9D-e-problema-grave-do-brasil-moderno>>. Acesso em: 25 jan. 2012.

SOUZA, J. de. *et. al. A ralé brasileira: quem é e como vive*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009b.

TIRABOSCHI, J. Vc tb gosta d escreve assim??!?! *Revista Galileu*, abr. 2009. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG86845-8489-213,00-VC+TB+GOSTA+D+ESCREVE+ASSIM.html>>. Acesso em: 1 jul. 2009.

TORRES DE GOÉS, L. P. *A mídia alternativa dos movimentos sociais na Web*. 2006. Disponível em: <[http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2006/Goes\\_2006.pdf](http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2006/Goes_2006.pdf)>. Acesso em: 1 jul. 2009.

TWINGLY The most popular blogs written in Portuguese. 2009. Disponível em: <<http://www.twingly.com/top100?lang=pt>>. Acesso em: 17 set. 2009.

VIEIRA, I. Brasileiros pobres têm o menor acesso à Internet. *Agência Brasil*, 2009. Disponível em: <<http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2009/04/07/materia.2009-04-07.4280330998/view>>. Acesso em: 1 jul. 2009.

WIDÉN-WULFF, G. *et al.* Anna-Karin. Information behaviour meets social capital: a conceptual model. *Journal of Information Science*, n. 34, v. 3, p. 346-355, 2008.