

Dominação e disputas sociais no meio digital: análise da *fanpage*

AjudaLuciano

Felipe Peres Fernandes¹

Resumo

Neste artigo discutiremos a dominação e o processo de legitimação social dentro das redes digitais através do discurso e o modo de uso das ferramentas desta mídia no Brasil. Através da análise de redes sociais, em especial a *fanpage* AjudaLuciano, serão trazidos à tona os processos de relação de poder e das formas de expressão como instrumento de dominação e discriminação por usuários brasileiros do *Facebook*.

Palavras-chave: *Sociedade; Dominação; Distinção; Preconceito; Redes; Facebook.*

Introdução

Observamos nos últimos anos grande inclusão digital no Brasil, cada vez mais brasileiros possuem acesso à internet e conseqüentemente às redes digitais. A expansão do consumo, distribuição de renda e o desenvolvimento da cultura digital no país, são elementos que possibilitaram a entrada de maior diversidade nesse meio, diversificando condição socioeconômica, faixa etária, entre outros fatores.

Segundo pesquisa realizada pela Hello Research, até metade de 2011 o *Orkut* contava com 34,4 milhões de usuários no país, sendo ultrapassado no final do ano pelo *Facebook*, com 36,1 milhões. A pesquisa ainda relata que a maioria dos usuários que permaneciam no *Orkut* após 2011 concentravam-se nas classes D e E. Até o final de 2013, o *Facebook* possuía cerca de 55 milhões de usuários brasileiro, representando cerca de 84% dos que utilizam a Internet.

¹ Graduado em Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2014.

Outro dado importante dessa pesquisa é de que, apesar da expansão, apenas 41% da população brasileira tem acesso à internet em casa. Segundo pesquisa do Ipea, 51,9% não possui computador em seu domicílio.

O advento da internet e as mídias digitais mudaram o modo como parte dos indivíduos interagem e observam o mundo. Dentro deste espaço, as condições e formas de comunicação ganham nova complexidade e, assim, agem também sobre a realidade dos atores usuários.

Os preconceitos, estereótipos, desigualdades e fatores geográficos se reconfiguram de diversas maneiras no meio digital. Os discursos e a ideologia hegemônica permanecem arraigados a esse espaço. Apesar da perspectiva democrática de empoderamento e livre arbítrio dos usuários, observamos que a multiplicidade de culturas, expressões e comunicação transvestem muitas vezes o senso comum. Os atores disputam os campos e legitimação de seus gostos e modos de ser. As "normas" que legitimam a conduta adequada nesse espaço, ao mesmo tempo em que fortalecem os atores "adequados", criam mecanismos objetivos e subjetivos contra quem adentra ao meio digital de outra forma.

Com o maior acesso à internet no Brasil, assistimos setores da sociedade até pouco tempo distantes dos meios digitais adentraram esse campo e configuraram seu próprio entendimento e modo comunicacional de utilizar as ferramentas. Dentro desse contexto, no presente artigo, abordaremos alguns aspectos da complexidade dos conflitos sociais nas redes. Com as amarras geográficas praticamente abandonadas, o meio digital formula, por meio das relações sociais, os lugares e campos de atuação das classes, assim como as definições do que é legítimo. Portanto, o novo espaço midiático não deve ser idealizado fora da realidade concreta histórica.

Para exemplificar a questão, realizaremos breve análise da *fanpage* AjudaLuciano no *Facebook* sob o olhar da disputa simbólica e discursiva nos campos sociais dentro do contexto digital. A página, criada em 2012, possui caráter humorístico e tem como sua principal finalidade trazer *prints* de mensagens destinadas ao apresentador da Rede Globo, Luciano Huck. As mensagens geram humor aos internautas por demonstrar formas consideradas “erradas” ou ilegítimas do uso padrão da linguagem no *Facebook*. Porém, sua forma de humor expressa, através de padrão de publicações, a diferenciação entre os modos “legítimos” de expressão nesse espaço. Acreditamos que ela expressa de certa maneira a exclusão de acordo com faixa etária e socioeconômica, assemelhando-se a forma de preconceito pela linguagem nos espaços físicos.

Legitimação social nos espaços digitais

Partimos da ideia que o contexto de classes e fraturas sociais possuem papel determinante na análise de qualquer fenômeno social e comunicacional. Dentro desse cenário, a informação e como ela é articulada e comunicada é um importante capital em disputa. A própria informação é vista de modos diferentes por diferentes grupos sociais, se modificando pelo olhar do observador, mas preservando efeitos de sua disseminação em escala industrial pela classe dominante.

Na disputa de classes, o cotidiano é central na perspectiva como atuam os fluxos de comunicação na preservação de certos valores dominantes. O senso comum é fortalecido no cotidiano, naturalizando como verdades absolutas certas questões, incorporadas como códigos da realidade. O que for contrário à essas visões será negada pelos indivíduos desse social, principalmente por sua difícil compreensão epistemológica devido ao contexto.

O cotidiano quase nunca é visto. E, no entanto, o conjunto de eventos comuns de uma sociedade orienta-se no sentido de uma adequação aos parâmetros já estabelecidos. O cotidiano pode se tornar, dessa maneira, o cenário ideal para a manutenção de uma ordem, na medida, em que sua aparente normalidade é a imagem que esconde os códigos traçados para lhe dar um sentido específico (MARTINO, 2005, p.20).

Não "territorializado" como o espaço geográfico, o mundo virtual representa e reproduz as diversas diferenças geográficas, socioeconômicas e classistas, criando zonas de interação articuladas por membros pertencentes à grupos sociais distantes. A reprodução dos preconceitos, estereótipos e divisões sociais se repetem com novos meios de interlocução, posições de emissor e receptor ativo. Apesar de considerado um espaço democrático e igualitário por sua circulação e acesso, a Internet é também ambiente de confronto das diferenças de classe, gênero, etnia, faixa etária, etc.

No meio digital as violências simbólicas atingem de forma contundente as classes menos favorecidas, naturalizando a desigualdade através de meios ilusoriamente neutros (SOUZA, 2009). A Internet se colocou historicamente como meio idealista para convergir as culturas e ser aparato da igualdade, diversidade e livre produção humana, usada como extensão do próprio homem.

Como também canal de informações, as redes digitais veiculam ideologias, utilizando elementos construídos na realidade concreta mediatizados, formulando uma forma de apreensão e reprodução das informações no processo circulatório comunicacional.

Na discussão dos preconceitos, da legitimidade dos campos sociais, gostos e linguagem, é importante embasarmos nosso argumento em algumas concepções do sociólogo Pierre Bourdieu. O autor coloca em foco o estudo sobre os porquês da diferenciação do gosto e sua mútua influência com o consumo midiático. Toda essa questão é colocada dentro do conceito de campo, desenvolvido por Bourdieu, além de aspectos marxistas e interpsicológicos que norteiam o uso do gosto como jogo de forças dentro dos hábitos sociais (BOURDIEU, 2007).

O gosto não possui apenas uma origem social, sendo utilizado para discriminar e hierarquizar, classificando socialmente, ou seja, usado como elemento de distinção (BOURDIEU, 2007). Essa diferenciação não ocorre apenas de forma neutra, mas de acordo com jogos de poder dentro de um contexto hegemônico, na luta de classes. Pode condenar classes sociais à “periferia cultural”, deslegitimando o uso que certo grupo faz da linguagem e suas formas de expressão no meio social e de sua própria representação. As relações sociais e as questões de poder estão presentes ideologicamente e objetivamente na disputa do espaço social e da legitimação da cultura e do comportamento.

Existe, portanto, uma luta constante pelo “bom gosto” ou gosto legítimo, que seria superior culturalmente aos outros, representando mais capital social (BOURDIEU, 2001). São criados, consciente e inconscientemente, tabelas de critérios que definem quais os parâmetros para classificarmos de forma hierárquica os gostos e assim também as posições sociais de acumulo de capital que estão aliadas a estes.

Os agentes e os grupos de agentes são, assim, definidos pelas suas posições relativas nesse espaço. Cada um deles ocupa uma posição ou uma classe precisa de posições vizinhas – isto é, numa região determinada do espaço – e não podem ocupar, ainda que o façam em pensamento – duas regiões opostas do espaço (BOURDIEU, 1984, p.3).

A luta pelo gosto legítimo se dá em espaços desiguais, com hierarquias sociais e relações de classes. Mesmo no meio digital, observamos que apesar de dar a entender um meio democrático e livre, é mantida a reprodução dos preconceitos e das estruturas sociais desiguais por meio da linguagem, articulando disputas de campos. Este espaço já pré-legitimado sobre qual seria o “gosto” mais aceito por aqueles que se colocam como dominantes do espaço (BOURDIEU, 1987). Dentro do jogo dos campos, o dominador necessariamente buscará se diferenciar do dominado, usando as estruturas já consolidadas de dominação. O dominador exerce certo tipo de violência simbólica contra um agente

social, no caso, o dominado. Usando essa violência simbólica, o dominador constrói sua legitimidade.

A violência simbólica é, para falar o mais simplesmente possível, esta forma de violência que se exerce sobre um agente social com sua cumplicidade. Para dizer isso mais rigorosamente, os agentes sociais são agentes sabedores que, mesmo quando estão submetidos a determinismo, contribuem a produzir as condições de eficácia do que os determina na medida em que os determinam (BOURDIEU, 1987, p. 159).

O campo, para Bourdieu, é relativamente autônomo, mas nunca completamente, sendo uma grande variável em construção de fronteiras e aspectos sociais. No ambiente digital a fluidez é marcante e a definição de campos torna-se cada vez mais difícil. Porém, a legitimação do “bom” e do “mal”, do “certo” e “errado” não são descoladas, estando de acordo com os jogos desses campos e sua forma expressiva. Um gosto ou uma forma de classificar algo nunca é neutro. O que é considerado natural ou ideal representa uma forma de dominação subjetiva e objetiva.

Os gostos, as formas de disputa dos campos, a interação social, etc, podem ser analisadas e expressas através dos discursos e da articulação das informações por de trás de interações aparentemente deslocadas do viés político ou social claro.

AjudLuciano no Facebook

Para exemplificar a questão levantada anteriormente, realizamos uma breve análise de discurso com algumas possibilidades de produção e reprodução dos preconceitos no ambiente digital e como podem se recodificar constantemente. Para isso, selecionamos a *fanpage* AjudLuciano como objeto de pesquisa, compreendendo seu aspecto humorístico e crítico ao modo como indivíduos se comunicam nas redes sociais. Em suma, o canal é pautado pela busca de “erros” ou formas de expressão desqualificadas pelo padrão dominante do espaço digital, sobretudo brasileiro.

A partir de observação qualitativa, estudamos postagens da página que possuam em seu conteúdo expressões que caracterizem “materialmente” a diferenciação e legitimação sob as classes socioeconômicas menos favorecidas, ou, mais precisamente, da ideia coletiva de atributos que formulam um indivíduo brasileiro em certo ciclo sociocultural. Os preconceitos apresentados dão conta de demonstrar, de forma abrangente, uma gama de laços tecno-discursivos que denotam a diversos tipos de preconceitos, com motivações e

implicações sociais complexas. Sabendo da multiplicidade de aspectos, limitaremos nosso olhar ao que consideramos uma somatória de “motivos” para considerarmos algo preconceituoso ou não.

Destacamos dentro da proposta humorística da página os seguintes elementos que norteiam a diferenciação através da ridicularização cômica: uso da linguagem gramatical dos usuários, relato com pedido de auxílio que atente aos temas sociais críticos (violência, pobreza, moradia, saúde, educação, conflitos familiares, precariedades, entre outras) e o modo de se referir ao interlocutor, ou seja, a relação que os usuários aparentemente acreditam ter com aquele à quem remetem a mensagem. É evidente que outros temas relativos ao preconceito tangenciam essa questão, como os preconceitos étnicos e de gênero, porém, nos atentaremos neste trabalho ao enfoque de uma ideia totalizante e reducionista do “pobre”.

Devemos ter atenção também ao enfatizar que a diferenciação não se expressa isoladamente referente à posição socioeconômica do usuário, a qual é abstrata e de difícil comprovação empírica, mas ao próprio acesso deste indivíduo aos meios digitais. Buscamos compreender o modo como indivíduos compreendem e articulam suas produções na Internet, espaço este novo e que possibilita, de certa maneira, o encontro entre diferentes classes e campos sociais que possuem construções marcadas por suas questões históricas, sociais, materiais e culturais, dando o poder de produção e reprodução própria de sentidos norteiam nossa análise. A faixa etária é outro aspecto importante dentro da página analisada, porém também implícita. A análise deve se atentar as possibilidades da circulação midiática e da subjetividade contida nas compilações humorística. A AjudaLuciano não expressa de modo evidente e direto formas de oprimir certos grupos, mas na forma como recodifica e exprime produções de outros usuários, caracterizando o humor e apontando, mesmo que não claramente, os elementos daquela mensagem que causam o riso.

A página foi criada em setembro de 2012 e teve seu ápice no ano anterior, ganhando estabilidade em 2014. A AjudaLuciano, criada pelo usuário Sean Wilhem, é classificada pelo criador como um “site de entretenimento”, veiculado à própria Rede Globo, claramente uma ironia dos autores. Atualmente a *page* conta ainda com outras mídias, como *Twitter* e canal no *Youtube*, porém, seu principal meio continua sendo o *Facebook*. Como forma de alimentá-la ainda mais, a página organiza um grupo na própria rede para receber e a contribuição dos usuários, em uma espécie de produção colaborativa

e interativa, iniciada através de pesquisa no *Facebook* e focalizada nas postagens da AjudaLuciano.

Nas informações pessoais consta o seguinte: “Página criada em 2012 por Thiago (chuck) Pond e Sean Wilhelm, uma compilação bizarra dos melhores comentários”. O objetivo de criar compilações “bizarras” de comentários já nos deixa indícios dos métodos utilizados pelos produtores dos conteúdos: realizar buscas constantes de comentários no *Facebook* que estejam fora dos padrões considerados legítimos pelos grupos hegemônicos desse espaço, utilizando do humor e do riso como produto final. Criado por usuários das redes digitais e não por grandes veículos de comunicação, a *fanpage* não detém de artificios estéticos ou estratégias sofisticadas de comunicação, mantendo sua própria aparência amadora como atrativo humorístico. Essa atração ao amador é elemento claro da cultura digital, onde observamos o empoderamento do usuário frente aos meios de comunicação tradicionais, produzindo de forma livre em aparente democracia.

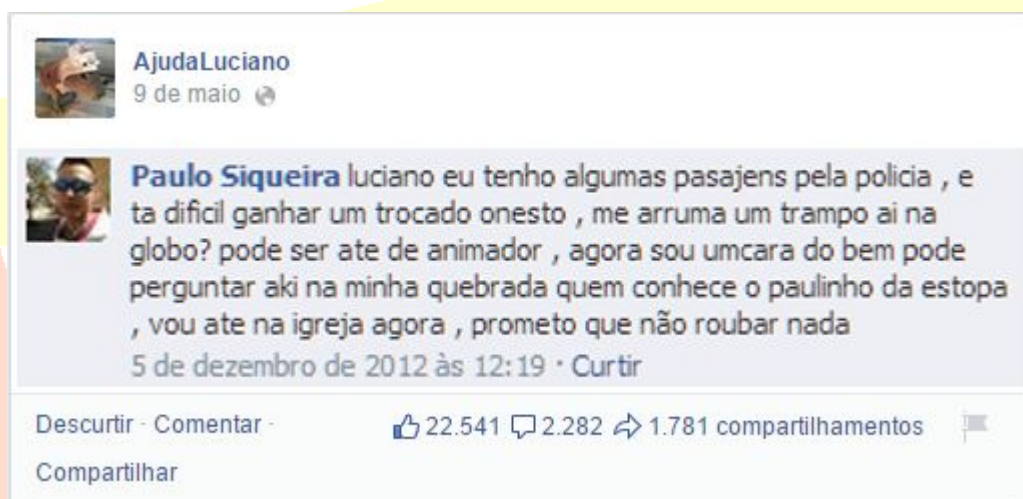


Figura 1 – Postagem da página AjudaLuciano

Visto a ideia dos criadores de gerar humor a partir dessa forma de organização e reprodução dos comentários “bizarros” no *Facebook*, foi preciso uma temática para estruturar esse modo de comunicação humorística. Os autores viram na página oficial do apresentador e empresário brasileiro Luciano Huck, uma fértil fonte de conteúdo. Ao abrir espaço para a interação com fãs e demais usuários da rede, a *fanpage* “Luciano Huck” viu uma grande quantidade de comentários em forma de mensagens ao apresentador, na maioria das vezes, pedidos de auxílio. Porém, os contatos gerados nesse espaço oferecido para colaboração, mostram-se pouco interativos e construtivos, focando-se em uma relação

que lembra o simples fluxo emissor-produtor. Talvez a diferença principal esteja na interação entre os próprios “comentaristas” e sua forma de introduzir ideias, formatos e discursos na própria publicação, recodificando e afastando a intencionalidade do emissor, em um processo de diversificação dos sentidos.

Diferente da AjudaLuciano, a página oficial do apresentador demonstra sofisticação e personalidade em seu formato, deixando evidente o trabalho “profissional” realizado, tirando seu aspecto amador. Com pouco mais de 15 milhões “curtir”, Luciano Huck é hoje uma das figuras mais influentes do Brasil, principalmente na Internet. O apresentador carrega consigo uma inabalável imagem de “bom moço”, rico, saudável e generoso, elementos muito próximos dos estereótipos forjados sobre as elites e o “bom burguês”.

Huck ganhou projeção nacional por meio de outros meios de comunicação, essencialmente na televisão. Apresentador do programa “Caldeirão do Huck” na Rede Globo, conhecido pelo enfoque em ajudar e beneficiar pessoas com problemas econômicos, sociais ou de saúde. Os quadros “Agora ou Nunca”, “Lata Velha” e “Lar, Doce Lar” auxiliam os participantes na resolução de problemas, principalmente financeiros. Luciano Huck se coloca como protagonista dessas ações em seu programa, sendo parte da construção de sua “boa reputação”.

Com seu enfoque popular e filantropo, o apresentador naturalmente atrai milhões de fãs de diversas faixas etárias e classes socioeconômicas, Personagem vinculado ao meio majoritariamente televisivo, Luciano Huck migrou sua imagem, estilo e influência também para as redes digitais, rearticulando seus discursos e símbolos no espaço digital, em constante remodelamento de acordo as mudanças e variações da cultura e da interação ativa com seus públicos.

Seus fãs antes tinham a barreira da televisão como distância evidente em aproximar-se dos personagens televisivos, sendo possível apenas por métodos pouco interativos e pessoais, como telefone, e-mails e cartazes. Hoje, as redes digitais promovem uma nova circulação e espaço de interação entre emissores-produtores. Os telespectadores se sentiram cada vez mais ativos e participantes dos meios de produção do entretenimento e comunicações, participando ativamente das publicações em redes digitais. Esses públicos, que antes viam apenas pela televisão, foram incluídos no meio digital, tendo acesso a ferramentas que possibilitam um espaço de interação quase pessoal com as figuras públicas. Ao mesmo tempo em que isso ocorre, sua forma de expressar e interagir nesse espaço novo para eles é diferente do modo como os grupos hegemônicos já atuavam nesse

espaço, em que foram delimitados padrões comunicacionais entre os atores, deslegitimando os “novatos”. Por detrás disso, carrega necessidade do grupo hegemônico delimitar quais atributos linguísticos se fazem necessários no uso do *Facebook*.

Apesar do evidente afastamento do apresentador na sua interação real com o público nas redes digitais e também a evidente “profissionalização” de sua estrutura e alimentação, boa parte dos usuários que busca a participação nos espaços oferecidos pela *fanpage* usa um tom pessoal e direto, tal qual uma relação de amizade. Uma das marcas das falas é o pedido por auxílios na resolução de problemas, na maioria das vezes socioeconômicos. Esse pedido de ajuda relaciona-se diretamente com a imagem criada por Huck, além de denotar a possível carência de recursos econômicos de parte desse público. Ao menos no imaginário daqueles que observam humor nesses comentários, os elementos tecno-discursivos e o pedido de ajuda se vinculam às classes menos favorecidas economicamente ou com inclusão digital tardia. Termos coloquiais, linguagem falada, simples e pessoal são alguns dos elementos de parte das interações com o perfil de Luciano Huck.

A AjudaLuciano, diferentemente de páginas oficiais, é pautada quase integralmente por postar comentários colhidos em outras páginas, especialmente da *fanpage* de Luciano Huck, todas com a temáticas semelhante. A produção exercida é efetivamente reprodução, recorte e recodificação de construções midiaticizadas, discursos e simbologias, assim como de intencionalidade e estereótipo.

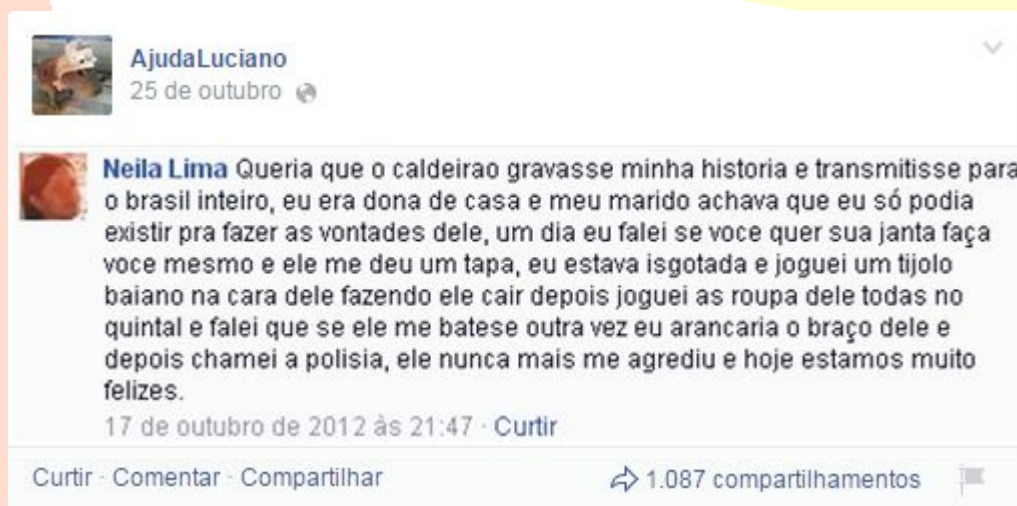


Figura 2- Postagem da página AjudaLuciano

Podemos observar como primeira inferência que temos disputas de campos culturais e de consumo nas redes, no caso, nessas páginas. Para Bourdieu (2001), os agentes sociais disputam a legitimidade e os “troféus” dos espaços em que atuam, suscitando busca por acúmulo dos variados capitais de acordo como se expressa a hegemonia em cada campo. No atual contexto brasileiro, observamos que parte da população almeja disputar o capital do consumo e o digital, ou seja, ter acesso e fazer parte dos produtos, ferramentas e mídias que classes mais favorecidas obtêm. Para entrarem na disputa desse capital, articulam-se para adentrarem adequadamente aos padrões estabelecidos. Por exemplo, ao ter acesso aos bens de consumo e a internet, o novo usuário se espelha nas principais redes sociais e modos de uso das redes já consolidados. Temos a percepção que o primeiro passo é criar um e-mail e um *Facebook*, e aí por diante. A tendência é maior interação, quanto maior acesso e legitimidade social tiver. Porém, podemos também entender que a disputa do capital cultural não é tão padronizado e coeso quanto parece ser. Esses usuários mantêm seus costumes, identidade cultural, capital cultural e sua rede de contatos, de certa forma, determina em regras diferentes do modo dominante e hegemônico de expressão e interação. Os usuários já “antigos”, detentores da pose de elite daquele espaço, naturalmente irão repudiar e resistir desse novo público que trás consigo um capital cultural que em certa parte dificilmente poderá ser disputado. Os conflitos serão inevitáveis, sendo eles objetivos ou subjetivos. Tanto dominantes quanto dominados utilizarão de formas de discurso e símbolos para ou oprimir ou resistir, processo que também se dá em campo não claramente e conscientemente construído. Não podemos concluir que a grande maioria dos usuários e das páginas no *Facebook* expressam aversões e disputas de classes de forma consciente e objetiva, mas os discursos podem ser esmiuçados e nos mostrar a ideologia e o agir prático vinculado e resultante da comunicação.

A forma humorística e enfoque de rir daqueles que não utilizam a rede digital do modo mais aceito e compreendem a midiatização de outra forma está umbilicalmente ligada ao reforço do que é legítimo e do que deve ser “combatido” nas interações sociais, na maioria das vezes atreladas ao estereótipo social carregado por estes usuários.

Estudando a *fanpage*, observaremos que boa parte dos participantes possui faixa etária aparentemente mais avançada que o público majoritário das redes, ou mesmo apresenta traços estereotipados de classes socioeconômicas que adentraram ao meio digital à pouco tempo ou apresentam pouca participação ativa. Ou até mesmo, usuários que, como

afirmamos anteriormente, mantém seus traços culturais, discursivos e simbólicos por meio da manutenção de seu capital cultural específico de acordo com o meio concreto em que atua.

Quando realizamos uma piada com uma classe oprimida, mesmo que seja teoricamente indiretamente, reproduzimos consigo o discurso hegemônico e nossos anseios de diferenciação daquelas às quais nós ridicularizamos. Ao não usar as ferramentas e a linguagem do modo com os grupos dominantes utilizam, os usuários são ridicularizados e motivo de piada por outros grupos. Denota-se um claro paralelo entre esse fato e a os preconceitos e estereótipos causados por relações materiais e sociais, no espaço físico. No espaço digital, o discurso hegemônico dos meios de comunicação e da hegemônica ainda detém força, mas precisa se reconstruir de novas formas, muitas vezes não consciente ou programada. Os usuários têm o empoderamento de criar as próprias páginas, dialogar entre si, competir com os “profissionais” da comunicação e com a grande estrutura das organizações de comunicação. Mas é ilusório pensar que por esse motivo estamos observando uma transgressão aos valores do senso comum, o que parece demonstra-se evidente é um aparente espaço de múltiplas criações, discurso e opiniões, que, na verdade, faz parte dos mesmos antigos valores construídos no social. Não tivemos uma “revolução educacional” ou uma ruptura drástica de valores, mas a recodificação e notável amplitude de complexidade nas interações midiáticas e dos espaços sociais. É evidente que o processo também dá voz aos pequenos relatos, aos grupos antes excluídos dos embates e da produção midiática, introduzindo novos discursos e pluralidades. Ao mesmo tempo, os usuários mantém seu capital cultural em boa medida, tendo a liberdade e o poder de não se adequar ao existente, mas reconstruí-lo por sua vontade própria e de acordo com seu meio social.

A página realiza postagens sem periodicidade ou quantidade determinada, porém, quase diariamente realiza alguma postagem. Sua média de “curtir” por *post* é alta, com cerca de 10 mil cada. Já o compartilhamento possui média de em torno de 400. O número de comentários é de cerca de 500 por *post*, chegando a 2,5 mil em alguns casos. Ou seja, o grau de interação aparente ser alto. Analisando parte dos compartilhamentos, observamos que os usuários poucas vezes efetuam um comentário ou visão pessoal junto com compartilhando, na maioria das vezes acrescentam apenas uma expressão de “risada”. Esse modo comum, na nossa visão, dificilmente neutraliza ou cria embate aos discursos do site. O pensamento hegemônico expresso pela página tende a receber compartilhamentos e

comentários que apenas façam comentários em concordância ao *post*, dificilmente uma visão crítica.

É evidente em que na complexidade em que nos encontramos é raso delimitarmos o receptor deste humor como passivo, porém, devemos apontar para o social em que esse humor atua. Em uma sociedade fortalecida por padrões hegemônicos e preconceitos às mesmas classes subjetivamente ridicularizadas pela página, é de se concluir que a maior possibilidade é de que as postagens sejam bem recebidas e fortificadas pelos conflitos sociais e a luta por legitimação de parte dos usuários. Os estereótipos tendem a serem mantidos, ainda mais com a clara distância proporcionada entre o usuário criador do comentário original e quem visualiza a compilação. O humor é mais um elemento de afastamento entre usuários teoricamente distantes no ciberespaço.

Porém, diferente dos tradicionais meios de comunicação, ainda existe o espaço para atuação o receptor ativo atua sobre a postagem, principalmente no campo de comentários. Apesar de não encontramos casos deste tipo na *fanpage*, consideramos que existe um espaço a ser preenchido pela crítica à página e suas postagens mais preconceituosas. Sendo uma crítica pertinente e atrativa, poderá receberá curtir de outros usuários e se fortalecer naquele espaço, dando indícios de outras formas de ver interagir sobre os *posts*.

Considerações Finais

Entendemos que, apesar de sua circulação possibilitar novas construções de discursos e neutralização do preconceito implícito inicialmente, sua reprodução no espaço digital ainda fortalece antigos dilemas e problemas dos espaços sociais do que o desconstrói. O que vimos em nossa análise é, na verdade, uma complexa recodificação de discursos hegemônicos e a forte presença dos conflitos sociais em uma nova configuração.

Acreditamos que a partir dessa análise introdutória e seu futuro aprofundamento empírico e teórico, seja possível traçar visões mais amplas e gerais sobre esse fenômeno nas redes digitais. Entendemos que a reflexão aos usuários e comunicadores sobre esse tema devem ter importância, assim como é importante observamos e agirmos contra toda forma de preconceito e desigualdade.

Referências bibliográficas

Ajuda Luciano, Facebook. Disponível em: <<http://www.facebook.com/AjudaLuciano>>
Acesso em: 8 out. 2014.

BORDIEU, Pierre. P. *A economia das trocas simbólicas*. Ed. 3 São Paulo, Perspectiva: 2001.

BORDIEU, Pierre. P. *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo, Edusp, 2007.

BOURDIEU, Pierre. P. Gosto de classe e estilos de vida. In: *A sociologia de Pierre Bourdieu*. (Org. Renato Ortiz). São Paulo: Olha d' Água, 2003 (p. 144-169).

BOURDIEU, Pierre. *Homo academicus*. Paris: Minuit, 1984.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Os novos espaços da comunicação. Vanguarda e pop: as novas fronteiras da cultura. In: *Comunicação: troca cultural?* São Paulo: Paulo, 2005, p. 23-37.

Quem são os brasileiros nas redes? Blog Novas Digitais. Disponível em: <<http://novasdigitais.blogspot.com.br/2013/03/quem-sao-os-brasileiros-nas-redes.html>>
Acesso em: 3 out. 2014

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