

N. CLASS.	M 302.23
CUTTER	B7320
ANO/EDIÇÃO	2014

CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

MARIANE RIBEIRO BORGES

PATRÍCIA BRAGA PEDERIVA

**UM RETRATO DA REALIDADE: a percepção da sociedade sobre a marginalidade
através do *Facebook*.**

Varginha

2014

MARIANE RIBEIRO BORGES
PATRÍCIA BRAGA PEDERIVA

**UM RETRATO DA REALIDADE: a percepção da sociedade sobre a marginalidade
através do *Facebook***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Publicidade e Propaganda do centro Universitário do Sul de Minas Gerais - UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel, sob orientação do Prof. Esp. Erick Costa.

Varginha

2014

MARIANE RIBEIRO BORGES
PATRÍCIA BRAGA PEDERIVA

**UM RETRATO DA REALIDADE: a percepção da sociedade sobre a marginalidade
através das *Facebook***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel, sob orientação do Prof. Esp. Erick Costa.

Aprovado em / /



Prof. ERICK ALVES DUARTE COSTA

Prof. _____

Prof. _____

OBS.:

Dedicamos este trabalho a todos aqueles que de alguma forma contribuíram para sua realização. Acreditamos ser uma experiência única, para nós, contribuindo em nossas competências profissionais e pessoais.

AGRADECIMENTO

Agradecemos a todos os amigos e familiares, que sempre estiveram presentes em todos os momentos, bem como neste desafio.

RESUMO

Este estudo visa pesquisar a influência de fotografias que retratam a realidade de pessoas menos favorecidas socialmente, na internet, mais especificadamente, no *Facebook*. As fotografias serão expostas em uma comunidade do *Facebook*, relatando, desta forma o cotidiano de algumas pessoas que vivem às margens do sistema, tais como, moradores de rua e usuários de drogas. O objetivo principal é realizar um relatório, resultante de dados que o próprio *Facebook* fornece, a fim de analisar, qual o grau de interação que o público demonstra, quando se depara a tais conteúdos, já que se trata de algo que não é visto com uma frequência diária nesta mídia social. Por intermédio da fotografia, será levado ao conhecimento do público do *Facebook*, a realidade sintetizada das pessoas marginalizadas/discriminadas, exibindo desta forma, um momento de suas vidas. Além do grau de interatividade com o conteúdo postado, também poderá ser analisado o comportamento do público em questão, presente na rede, em relação as questões sociais apontadas.

Palavras-chave: Facebook. Fotos. Interatividade. Rede Social

ABSTRACT

This study aims to investigate the influence of photographs that depict the reality of socially disadvantaged people on the internet, more specifically, Facebook. The photographs will be exhibited in a community of Facebook, reporting, thus the daily lives of some people who live on the margins of the system, such as homeless people and drug users. The main objective is a report resulting from data that Facebook itself provides in order to analyze the degree of interaction that the public shows, when faced by such content, since it is something that is not seen with a daily frequency this social media. Through photography, will be brought to the attention of the public in Facebook, synthesized reality of marginalized people / decriminalized, exhibiting thus a moment of their lives. Besides the degree of interactivity with the content posted, public behavior in question, present in the network, with respect to social issues raised can also be analyzed.

Keywords: Facebook. Photos. Interactivity. Social network

LISTAS DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Morador de rua que se abriga na marquise do Banco Itaú.....	26
Figura 2. Alcance de 103 pessoas, oito curtidas e um comentário.....	26
Figura 3. Morador de rua e alcoólatra que vive nas ruas à procura de pessoas que lhe dê dinheiro para o sustento do vício.....	27
Figura 4. Alcance de 139 pessoas, seis curtidas e nenhum comentário.....	27
Figura 5. Viciados em <i>crack</i> e também portadores de <i>aids</i> que constantemente estão nas imediações dos bares universitários, em Varginha.....	28
Figura 6. Alcance de 53 pessoas, 11 curtidas e um comentário.....	28
Figura 7. Morador de rua que se abriga com frequência na marquise de loja, em Varginha...	29
Figura 8. Alcance de 64 pessoas e nove curtidas.....	29
Figura 9. Garota de programa a espera de cliente e morador de rua a procura de restos de alimentos na lixeira.....	30
Figura 10. Alcance de 195 pessoas e cinco curtidas.....	30

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 A CULTURA CAPITALISTA E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA SOCIEDADE	10
3 A COMUNICAÇÃO E A INFLUÊNCIA DOS MEIOS DIGITAIS.....	15
3.1 O <i>Facebook</i> e os ícones de interação.....	19
4 PESQUISA EXPERIMENTAL.....	20
5 O FOTODOCUMENTÁRIO E A IMAGEM	21
6 ROTEIRO.....	23
7 ANÁLISE DA PESQUISA.....	24
7.1 As fotos	25
8 CONCLUSÃO.....	31
REFERÊNCIAS	32

1 INTRODUÇÃO

Este estudo baseia-se em uma pesquisa experimental, desenvolvido a partir de uma análise sintetizada sobre a influência do foto documentário no *Facebook*, quanto à percepção do público em relação às pessoas marginalizadas pelo sistema.

Com a democratização da internet, e o crescente número de pessoas adeptas as mídias sociais, surgiu uma nova maneira de comunicação, que inclui uma maior interação e mobilização entre os usuários destas redes. A mídia tradicional muitas vezes nos mostra um recorte da realidade, mas não possibilita opções para que haja interação de qualquer maneira neste meio.

Através da fotografia, poderá ser retratada a realidade de várias pessoas que vivem à margem do sistema, e será utilizado como mídia, o *Facebook*, como canal de comunicação e interatividade entre os usuários deste meio, de maneira que possa haver debates e que as imagens transmitam o sentimento de solidariedade diante dos problemas sociais, vivenciados por uma minoria, através de ações positivas para o bem comum.

Inicialmente será abordado a função dos meios de comunicação e seu papel cultural perante a sociedade e as relações de consumo, para isso será utilizado como parâmetro estudos e análises dos teóricos da comunicação. Em seguida, será dada ênfase ao *Facebook* como mídia social utilizada para este estudo e sua fundamental importância no processo ciber cultural e tecnológico na atualidade.

Tendo em vista a importância do envolvimento da comunidade com os problemas sociais, objetiva-se causar uma reflexão interativa analisando desta forma a maneira que essas pessoas são observadas e julgadas na rede social.

2 A CULTURA CAPITALISTA E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA SOCIEDADE

Em uma sociedade consumista e burguesa, o nosso sistema capitalista, em geral, determina nosso modo de viver, e nossos comportamentos e hábitos de consumo determinam quem somos e a que grupo social pertencemos.

Estado é somente uma parte da teia de poderes que sustenta o capitalismo. É de certo o poder mais visível, situado a nível macro. Porém, destituindo a burguesia do poder de Estado, não significa que ela seja desalojada das restantes relações de poderes a nível micro – Igrejas, escolas, quartéis, prisões, hospitais, clubes, imprensa. Todas essas instituições carregam em si a ideologia burguesa e praticam também relações de poderes burgueses. (FOUCAULT, 2004, p. 85)

Em meio a uma cultura fragmentada e separada claramente por classes sociais, encontramos também uma grande maioria marginalizada pelo sistema. Nesta maioria está incluída uma camada da população que sobrevive de maneira degradante e difícil, são eles, os mendigos, as prostitutas, os usuários de drogas, moradores de rua, catadores de lixo, entre tantos outros, que lutam diariamente para garantirem sua sobrevivência. "A cultura é a esfera geral do conhecimento e das representações da vivência na sociedade histórica dividida em classes, o que significa dizer que ela é o poder de generalização existente à parte." (DEBORD, 2003, p. 116)

A alienação, a falta de conhecimento e de interesse da população em participar ativamente de uma vida política e econômica, faz com que a massa, que é a grande porção dominada, não reconheça os problemas sociais e mantenha-se inertes e alienados a esta realidade. Como consequência disso, o crescente número de desigualdades e injustiças sociais vão contribuindo para uma realidade ainda mais miserável.

A luta pela própria sobrevivência aliada aos usos dos recursos tecnológicos contemporâneos fragmentou os movimentos coletivos e colocou a experiência do humano, para Sevcenko (2001), numa estranha situação, onde os contornos de estabilidade se esvaem diante de um hegemônico sentimento de ansiedade que configura o tempo presente. Rostos ansiosos pelo futuro passam quase sem deixar rastros (DELEUZE, 1992) pelo presente, moldando uma experiência inaudita do espaço contemporâneo como aquele que tem muito a dizer, mas desconsidera as possibilidades de escuta. (LOPES, 2014, p. 2)

A sociedade criou milhares de microfacções para nos tornar maleáveis e fáceis de lidar, o marketing separou e classificou ainda mais as pessoas, e a mídia, que é a grande

detentora de poder, tornou-se também a responsável por exercer o chamado controle social, através da ditadura e imposição de comportamentos e normas a serem seguidas em sociedade, cujo aquele que não as segue, é excluído, passando a se tornar também um marginalizado, sendo julgado socialmente e punido com a exclusão social. Dentro de normas e comportamentos padronizados, aquele que é diferente, é visto como agressor, e o agressor constitui um risco ao sistema.

A realidade considerada parcialmente reflete em sua própria unidade geral um pseudo mundo à parte, objeto de pura contemplação. A especialização das imagens do mundo acaba numa imagem autonomizada, onde o mentiroso mente a si próprio. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não vivo. (DEBORD, 2003, p. 8-9)

Em um mundo mediado por aparências e imagens, é criada uma vida enganosa e manipulativa, onde o que pode ser observado é a existência de um viver que não existe, ou seja, podemos resumir a vida em pura e simples ilusão, onde a mesma é constituída com base nas relações, signos e comportamentos que são denominados como corretos e que possuem influência direta em toda a sociedade.

Mas mesmo nestes momentos destinados à vida, é ainda o espetáculo que se dá a ver e a reproduzir, atingindo um grau mais intenso. O que foi representado como vida real, revela-se simplesmente como a vida mais realmente espetacular. (DEBORD, 2003, p. 104)

Os meios de comunicação na sociedade burguesa são os detentores do poder, e são eles que ditam os comportamentos humanos e colocam em sua agenda midiática o que deverá ser visto e consumido pela massa, através de um planejamento antecipado, do que pode vir a ser considerado como eficaz para a massa e para o meio social.

O espetáculo apresenta-se como algo grandioso, positivo, indiscutível e inacessível. Sua única mensagem é 'o que aparece é bom, o que é bom aparece'. A atitude que ele exige por princípio é aquela aceitação passiva que, na verdade, ele já obteve na medida em que aparece sem réplica, pelo seu monopólio da aparência. (DEBORD, 2003, p. 11-12)

A mídia utiliza de estratégias para a adesão da massa aos temas por ela determinados. A aceitação por parte do público dominado, torna-se eficaz quando o espetáculo é consolidado de maneira geral, ou seja, em um determinado tempo, pela repetição do que é dito pelos poderosos meios, o público perde o seu senso crítico, aceitando desta forma, a

dominação como verdade absoluta, já que o nível de aceitação torna-se tão grande que a capacidade de reação contrária torna-se inoperável.

Ou seja, dependendo dos assuntos que venham a ser abordados - agendados - pela mídia, o público termina, a médio e longo prazos, por incluí-los igualmente em suas preocupações. Assim, a agenda da mídia de fato passa a se constituir também na agenda individual e mesmo na agenda social. (HOHLFELDT, 2003, p. 191)

A televisão, como uma mídia de grande poder e influência, idealiza através de sua programação as normas de aceitação social, bem como, modelos de beleza e estética, presente no vestuário e nos produtos de beleza, alimentos, em todo o cotidiano em geral no que se refere às mercadorias a serem consumidas. Vivemos uma vida baseada totalmente no consumo, consumo presente inclusive no nosso tempo, no qual gastamos com o objetivo de usufruir dessas boas condições.

O consumo de tempo cíclico das sociedades antigas estava de acordo com o trabalho real dessas sociedades, mas o consumo pseudocíclico da economia desenvolvida encontra-se em contradição com o tempo irreversível abstrato da sua produção. O tempo cíclico era o tempo da ilusão imóvel, realmente vivido, ao passo que o tempo espetacular é o tempo da realidade que se transforma, vivido ilusoriamente. (DEBORD, 2003, p. 105)

Como poderosa ferramenta que é, a mídia possui influência em toda a nossa sociedade, apesar da verticalização da comunicação, mencionada nos estudos dos teóricos comunicacionais, a massa continua refém do que é ditado, visto que o seu senso crítico foi extinto, e suas ações são totalmente dependentes do que é exibido pelos meios de comunicação.

A mídia trabalha para que a sua produção de imagens, através de signos e representações, confirmem status e confirmem a auto afirmação da massa e sua existência em meio a sociedade. No sistema capitalista de produção é muito mais que um meio, mas um manual de existência, para isso, ela ensina o que, onde, quando e como consumir, através de suas técnicas persuasivas.

A produção midiática é elaborada com o intuito de fazer o ser humano se reconheça em meio a toda a sua produção simbólica exibida, preenchendo desta maneira o seu vazio interior, na era do pertencimento e do consumo.

A imagem - representativa ou não do cotidiano - tornou-se parte da cultura da mídia. Buscar entender a cultura é buscar mostrar que, uma vez inserida no cotidiano dos indivíduos, a imagem é tida como um espelho da sociedade e, por meio dela, pode-se entender a cultura que ela representa. Nessa sociedade cada vez mais globalizada, capitalista e rápida. (SAMARÃO; FURTADO, 2014, p. 1)

Nossa relação social tornou-se administrada pela mídia, as imagens que são exibidas, fazem parte totalmente da vida da sociedade, e do seu meio cultural. Através da onipresença, as pessoas estão vulneráveis e são bombardeados por signos e informações o tempo todo, isso por intermédio dos meios de comunicação, mesmo que não se possa perceber.

A cultura capitalista requer uma cultura baseada em imagens e representações, e a grande importância dos veículos e meios de comunicação neste sistema, é que ele é o grande instrumento utilizado para a propagação destes ideais da classe dominante e conseqüentemente, do controle social exercido sobre a massa.

Se o meios de comunicação, através da representação de imagens, criam uma realidade vivida pelos seres humanos, isso implica em afirmar que se vive uma realidade construída, ou seja, vivemos uma invenção de vida criada, mantida, controlada e manipulada pela mídia. "Quando se pergunta pelo objeto da comunicação, não nos referimos a objetos disponíveis no mundo, mas àqueles que a comunicação, enquanto conceito, constrói, aponta, deixa ver." (FRANÇA, 2002, p. 42)

Boorstin descreve os excessos de um mundo que se tornou estranho para nós, excessos estranhos ao nosso mundo. Mas a base normal da vida social a que ele se refere implicitamente quando qualifica o reino superficial das imagens - em termos de julgamento psicológico e moral e como produto das nossas extravagantes pretensões - não é real nem no seu livro e nem na sua época. A vida humana real mencionada por Boorstin está para ele no passado da resignação religiosa, de forma que não se pode compreender toda a profundidade da sociedade da imagem. A verdade desta sociedade, não é mais do que a negação desta sociedade. (DEBORD, 2003, p. 127)

O que se pode observar é que se existe todo este processo de comunicação, é porque também existe esta necessidade latente do ser humano de interagir com toda esta produção simbólica. A massa se permite este estado de alienação, pois manter-se afastado da racionalidade e do pensamento crítico torna-se mais conveniente e confortável. Esta aceitação, neste processo de mediação pelas imagens, é utilizado como ferramentas e válvulas de escape para o consumidor da indústria cultural. "[...] Assim, o espetáculo surge devido ao fato do homem moderno ser demasiado espectador." (DEBORD, 2003, p. 127)

Em meio a esta construção social produzida pela intervenção do sistema capitalista, nota-se também a poderosa influência em toda uma estrutura social, como por exemplo, sua intervenção na construção do espaço urbano, onde se pode localizar, toda uma camada social, que torna-se refém de todo este sistema capitalista.

A concorrência mercadológica é a cada dia que passa mais acirrada, desta forma surgem novas maneiras de comunicar os produtos e o valor agregado que eles oferecem. Os meios devem sempre estar voltados para a inovação e a interação contínua com os usuários, através do entretenimento, isso explica o surgimento de novas programações midiáticas, como os chamados reality shows, por exemplo, com estratégias de merchandising, novas maneiras de anunciar os produtos através da publicidade e propaganda e o crescente avanço da internet, principalmente das mídias sociais.

Toda informação disseminada na mídia deve explorar o apelo emocional do público em questão, provocando e despertando os seus desejos e fazendo com que toda essa carga informacional faça parte do seus hábitos e da sua rotina. A sociedade de consumo é influenciada e formada por informação, propaganda e publicidade, constituindo, assim, o modelo de vida moderna. (SAMARÃO; FURTADO, 2014, p. 1)

3 A COMUNICAÇÃO E A INFLUÊNCIA DOS MEIOS DIGITAIS.

Inicialmente deve-se distinguir a sutil diferença entre a rede social e a mídia social, para tal, atentemos a Telles:

As mídias sociais surgiram com o objetivo de trazer maior interação e facilitar a comunicação e o diálogo na era moderna. Ainda hoje surgem dúvidas entre a definição de mídias sociais e redes sociais, portanto, considera-se as redes sociais, como parte das mídias sociais. (TELLES, 2010, p. 78)

A internet possibilita que, através do acesso por intermédio de uma interface simples, amigável e autoexplicativa, estejamos ligados e conectados a diversificadas fontes de informação sempre que quisermos ou tenhamos tal necessidade.

Os sites de relacionamento ou redes sociais são ambientes que focam reunir pessoas, os chamados membros, que, uma vez inscritos, podem expor seu perfil com dados como fotos pessoais, textos, mensagens e vídeos, além de interagir com outros membros, criando listas de amigos e comunidades. (TELLES, 2010, p.78)

Assim, o diálogo em rede é resultado da chamada *cibercultura*, que nada mais é do que a conexão e a interação do usuários, através das redes computadorizadas, tendo em vista a interação entre os membros ativos na rede social, seja ela qual for. Atualmente a cultura digital vem se expandindo continuamente, pois cada vez mais as pessoas em tese, necessitam da auto afirmação que a mesma produz, dada a aceitação pública, é o chamado ator(es) social(is).

A cibercultura, tanto quanto quais quer outros tipos de cultura, são criaturas humanas. Não há uma separação entre uma forma de cultura e o ser humano. Nós somos essas culturas. Elas moldam nossa sensibilidade e nossa mente, muito especialmente as tecnologias digitais, computacionais, que são tecnologias da inteligência. (SANTAELLA, 2003, p. 8)

Com a democratização dos meios de comunicação e o crescente avanço digital, vive-se uma nova era, onde os meios virtuais ganham cada vez mais espaço, tanto nos relacionamentos pessoais, como no relacionamento mercadológico. Há alguns anos atrás, era parte do hábito do público alvo estar permanentemente ligado a televisão, porém, com as inovações tecnológicas e o maior acesso da população aos meios digitais e a internet, essa realidade foi sendo modificada.

A ideia de rede social começou a ser usada há cerca de um século para designar um conjunto complexo de relações entre membros de um sistema social e diferentes dimensões. A partir do século XXI, surgiram as redes sociais na internet, e, do ponto de vista sociológico, permanecem os mesmos conceitos. (TELLES, 2010, p. 7)

Com a expansão rápida de notícias e informação, relativas a tudo que ocorre ao nosso redor, a internet, torna possível que os seus usuários criem diálogos e expressem suas opiniões com os fatos, notícias e todo o conteúdo inserido. Há uma maior autonomia ao discutir qualquer assunto ou debate, e a liberdade de expressão é a grande vantagem deste meio.

A imprensa sofre concorrência das mídias digitais que propicia duas possibilidades na grande rede aos usuários: postar e consumir conteúdos. A internet revoluciona a indústria da informação e a maneira de expressar opiniões pelos blogs. (LIMA, 2012, p. 1).

O meio digital possibilita que haja uma rápida circulação de informações entre os seus usuários, em um breve período de tempo. Os acontecimentos na rede sucedem-se em tempo real, e o diálogo constante entre os seus usuários é o que incita a sua existência. Além de interativas e dinâmicas, as redes sociais possuem grande influência comportamental na sociedade, influência esta que engloba o modo de pensar e agir de seu público, isto através da propagação e disseminação constante de informações e opiniões oriundas de diversos lugares e pessoas, e a conseqüente interação sobre os diferentes pontos de vista.

A chegada da grande rede dinamizou e flexibilizou este acesso ao fato. As fronteiras foram quebradas para o público que consome os conteúdos e não se satisfaz em apenas recebê-los. Prepara artigos opinativos sobre o assunto e cria grupos de discussão. Nessa hora, conservam-se as referências sociais, políticas, religiosas e étnicas. (LIMA, 2012, p. 2).

Tornando-se extensa em toda a sua pluralidade e abrangência, este meio constitui, desde sua criação, até os dias atuais, bem mais do que apenas uma rede de relacionamento e entretenimento. Temas de interesse coletivo e político são discutidos através de grupos de discussões e comentários na internet, mais propriamente, no *Facebook*, e que nos dias atuais, é considerada uma das redes sociais mais abrangentes do momento.

A internet, mais especificadamente as mídias sociais são vistas como um espaço em grande potencial para debates, trocas de informação e mobilização social. Um exemplo pertinente a ser mencionado, foi a campanha "Vem pra Rua", proposta pela Fiat, em 2013, que ocasionou no protesto de inúmeras pessoas que estavam discordavam do reajuste das tarifas dos ônibus públicos. O resultado foi que; em um breve período de tempo, as pessoas do

Brasil inteiro que haviam participado do protesto nas redes sociais, principalmente no *Facebook*, com o tema e a utilização da *hashtag* (#) vem pra rua, estavam na sua maioria, nas ruas lutando por seus ideais, compartilhados com o mundo via internet, nas mais diversas plataformas de comunicação. Esta mobilização, define o grande poder das mídias sociais na internet, principalmente, entre os brasileiros. "As redes sociais fazem parte da rotina dos brasileiros, com 76% acessando-as diariamente. Este uso levou uma porção significativa dos brasileiros (dois em cada cinco) a ficarem 'viciados' na web." (LAMIRAL, 2014, p. 1). Segundo pesquisas que mensuram a audiência das mídias sociais, em foco, o *Facebook*, entre os brasileiros 89,0 milhões acessam o site de relacionamentos, sendo esta, a mídia social mais utilizada no Brasil.

Os diálogos vão de assuntos mais banais, até grandes discussões de interesse público, que, em vista do assunto, chegam a ter repercussão mundial. O *Facebook* conquistou uma importância tão grande, que hoje, por exemplo, os políticos utilizam a rede como ferramenta de auxílio para levar ao conhecimento da população suas ações eleitorais, objetivando persuadir e conquistar os potenciais eleitores.

Segundo Telles (2012), um exemplo inquestionável do grande poder e influência das mídias sociais na formação de opinião pública, foi a vitória do presidente norte-americano Barack Obama, nas eleições de 2008. O extraordinário uso das mídias sociais em sua campanha mostrou-se surpreendente de uma tal maneira, que a partir de sua campanha eleitoral, iniciou-se em nossa sociedade o boom da social media na política. Teóricos e pesquisadores que debatiam o tema da influência das mídias sociais na formação de opinião, tiveram seu espaço consolidado no mercado e passaram a ser respeitados como profissionais da área, pois a prova das campanhas em mídias sociais havia sido comprovada com a vitória de Barack Obama, um eleitorado de aproximadamente mais de 50 estados, havia se transformado em uma enorme comunidade on-line.

Dada a convergência cultural, a vida social está sofrendo transformações à medida em que a comunicação midiática vai se modificando, o que é um fenômeno já esperado. Com o desenvolvimento das tecnologias e o surgimento de novos ambientes socioculturais, como as redes sociais, é natural que o comportamento das pessoas vá se moldando a estes avanços.

[...] quaisquer mídias, em função dos processos de comunicação que propiciam, são inseparáveis das formas de socialização e cultura que são capazes de criar, de modo que o advento de cada novo meio de comunicação traz consigo um ciclo cultural que lhe é próprio e que fica impregnado de todas as contradições que caracterizam o modo de produção econômica e as consequentes injunções políticas em que um tal ciclo cultural toma corpo. Considerando-se que as mídias são conformadoras de

novos ambientes sociais, pode-se estudar sociedades cuja cultura se molda pela oralidade, então pela escrita, mais tarde pela explosão das imagens na revolução industrial-eletrônica etc. (SANTAELLA, 2003, p.3)

O tempo todo somos bombardeados por informações que são arremessadas de todos os lados. A grande vantagem da internet e de sua maneira democrática de comunicação, é que esta possibilita uma verticalização, há medida que ela somente existe a partir do momento em que há interação entre as mais constantes e diversificadas informações que são inseridas e propagadas neste meio virtual, e este fator primordial, é o que a diferencia da cultura de massa. As redes sociais, nos permitem através de seus ícones, mediados por signos, como curtir, compartilhar e comentar, no caso específico do *Facebook*, uma interação totalmente imediata com o conteúdo publicado, esta é a grande característica dos meios sociais na internet, à troca de informações em tempo real com os outros os usuários online, que são os próprios criadores da mensagem, aliás, neste meio todos somos simultaneamente produtores e consumidores de conteúdo. "Quando todos são emissores, não há mais emissor. Emissor-receptor, o internauta está fora da massa. A comunicação sai do estigma da manipulação para entrar na utopia da mediação." (SILVA, 2002, p. 176)

Em resumo, a nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida. A nova mídia não é mais mídia de massa no sentido tradicional do envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea de massa. Devido à multiplicação de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva. A audiência visada tende a escolher suas mensagens, assim aprofundando sua segmentação, intensificando o relacionamento individual entre o emissor e o receptor. (SANTAELLA, 2003, p. 27)

Com incentivos governamentais cada vez maiores, a perspectiva é que estes meios fiquem a cada ano que passa, mais abrangentes, e que envolva toda uma aldeia global. O barateamento, a convergência das mídias, a presença do marketing eficiente na internet, o acesso a redes móveis, cada vez maior e com um menor custo, e a maior cobertura, fazem com quem não tenhamos dúvida da força deste meio e de sua influência cultural em toda a nossa sociedade.

A ideia de comunidade na mídia social é real. Um estudo da Dra. Stephanie Tobin, da Universidade de Queensland, aponta que a participação ativa na social media ocasiona um senso de conectividade aos usuários.

3.1 O *Facebook* e os ícones de interação

O *Facebook* é uma rede social, criada pelo americano Mark Zuckerber, em 2004, que possibilita que o usuário faça um cadastro, através de um endereço de e-mail, e nele, adicione suas informações pessoais. Através deste perfil, é possível estar conectado a vários outros usuários, que são denominados amigos, nesta aldeia global.

Segundo o *Facebook*, a rede social já possui 1,23 bilhões de usuários ativos, que o utilizam ao menos uma vez ao mês, o que equivale à população da Índia, o segundo país mais populoso do mundo depois da China. Entre os usuários, 76,8% se conecta através de um aparelho móvel, como um *'smartphone'*, e 61,5% acessam a rede todos os dias. (UOL..., 2014, p.1.).

A comunicação mediada pelo *Facebook*, é concedida através de ícones interativos disponibilizados na interface da rede social, que são: o botão "curtir", o "compartilhar" e os comentários. De acordo com a Central de Ajuda do *Facebook*, "O índice de interação é o percentual de pessoas que curtiu, compartilhou, clicou ou comentou uma publicação." (CENTRAL..., 2014, p. 1).

Os ícones interativos do *Facebook*, servem para revelar e transmitir as emoções e sentimentos dos seus usuários. O clique em curtir, transpassa a ideia de que o receptor gostou da mensagem recebida. O compartilhar permite a expansão do conteúdo visualizado, entre os demais usuários que forem alcançados pela publicação e o comentário expressa uma opinião referente ao conteúdo publicado.

Através do engajamento de um conteúdo publicado no *Facebook*, é possível mensurar a quantidade de pessoas que foi atingida pela mensagem publicada e desta maneira traçar o perfil do mesmo, definindo qual conteúdo será mais atrativo e qual a melhor maneira de atingi-lo. Estas informações estão dispostas no próprio *Facebook*, através de um relatório que o mesmo disponibiliza para os gerenciadores das comunidades.

Pelo *Facebook* é possível mantermos conectados constantemente com milhares de informações propagadas diariamente, mas somente paramos o nosso olhar naquilo que deparamos e que nos atrai e desperta interesse. Através de um grande engajamento por parte do receptor, podemos perceber o que irá ser gerado e qual a repercussão tal assunto vai ter.

4 PESQUISA EXPERIMENTAL

A pesquisa experimental baseia-se em uma análise de uma determinada variável, onde a mesma objetiva através de um determinado dado, que pode ser denominado de x, analisar uma segunda variante, denominada hipoteticamente de y. Ou seja, através de um ou mais dados, analisar e criar hipóteses acerca de um outro objeto de pesquisa.

O investigador analisa o problema, constrói sua hipóteses e trabalha manipulando os possíveis fatores, as variáveis, que se referem ao fenômeno observado, para avaliar como se dão suas relações preditas pelas hipóteses. Nesse tipo de pesquisa a manipulação na quantidade e qualidade das variáveis proporciona o estudo da relação entre causas e efeitos de um determinado fenômeno, podendo o investigador controlar e avaliar os resultados dessas relações... (KOCHE, 2004, p.122)

Através da pesquisa experimental é possível descobrir as relações de um fator determinante, em relação a outro. É um tipo de pesquisa bem abrangente e que trás resultados bem específicos acerca dos fatos, também podendo ser utilizada em variados campos de estudos, tais como nas ciências humanas, naturais ou exatas, dependendo do objetivo que se pretende alcançar.

A pesquisa experimental possibilita levar as razões pelas quais um determinado fato ocorre, sendo possível desta forma a observação e análise dos mesmos, ela possui interferência direta na realidade, pois utiliza da manipulação dos fatos para se chegar a um resultado determinante do fenômeno. “A manipulação a priori das variáveis independentes e o controle das variáveis estranhas é característica da pesquisa experimental.” (KOCHE, 2004, p.123).

No caso desta pesquisa o objetivo do estudo será determinar a influência de fotos realistas em uma comunidade do *Facebook*, e assim descobrir sua interferência e influência no comportamento do público desta mídia social, sendo possível analisar e determinar o grau de interação com este público e estabelecer a maneira com que a mesma ocorre. A comunidade criada no *Facebook*, com o propósito de realizar esta pesquisa será denominada “Na Rua”, pois ela irá retratar os fatos cotidianos ocorridos neste local.

5 O FOTODOCUMENTÁRIO E A IMAGEM

O fotodocumentário trata-se de um gênero fotográfico, que objetiva por intermédio da sensibilidade e olhar do fotógrafo, fazer um relato da realidade através de imagens, e, levar aos seus espectadores, o conhecimento e consciência acerca desta realidade e do cotidiano das pessoas retratadas, é utilizado como uma ferramenta de denúncia e crítica social.

Toda representação visual midiática cuja temática trata de um aspecto problemático qualquer da realidade do mundo social tem como objetivo, declarado ou não, politizar seu espectador. Essa politização contribui para reforçar ou transformar a forma de percepção da realidade representada. (MACHADO, 2013. p. 1)

A fotografia se mostra eficiente neste relato, pois ela é capaz de nos aproximar de diferentes mundos sociais, e através desta aproximação e percepção mediada pelas imagens retratadas, possibilita com que tenhamos uma visão diferente, à cerca dos fatos que nos rodeiam e que muitas vezes, devido à uma rotina incessante, acabam passando despercebidos. O objetivo da fotografia documental, é demonstrar através das imagens que a miséria e a pobreza, como tantos outros problemas sociais são verossímeis, e que as problemáticas do sistema, são tão reais quanto as fotografias. Seu maior intuito, é gerar reflexão por parte de quem está vendo o que foi retratado. "No fundo, a Fotografia é subversiva, não quando aterroriza, perturba ou mesmo estigmatiza, mas quando é *pensativa*." (BARTHES, 1984, p. 62, grifo do autor).

As imagens produzidas se mostram eficazes neste aspecto, pois através da cena relatada, é possível que tenhamos empatia por tais pessoas, revivendo e refletindo, desta maneira, o momento da foto, possibilitando desta forma, que nosso emocional se sensibilize com a situação. "As duas vias da fotografia são a escolha entre submeter-se ao espetáculo, ao código civilizado das ilusões perfeitas ou afrontar nela o despertar da intratável realidade." (BARTHES, 1984, p. 175)

A Fotografia é a evidência intensificada, carregada, como se caricaturizasse, não a figura do que ela representa, mas sua própria existência. A imagem, diz a fenomenologia, é um nada de objeto. Ora, na fotografia, o que coloco não é somente a ausência do objeto; é também, de um mesmo movimento, no mesmo nível, que esse objeto realmente existiu e que ele esteve onde eu vejo. (BARTHES, 1984, p. 168-169)

Diferentemente de outros contextos, a fotografia documental utiliza em sua composição estética apenas o preto e branco, visto que a utilização de uma paleta de cores

traria a manipulação da imagem, e como nos referimos a fotos realistas, o preto e branco, seria capaz de trazer maior minúcia ao retrato, ressaltando os seus detalhes. Desta forma, como referência, tratando-se do foto documentário, podemos enfatizar o belíssimo trabalho de Sebastião Salgado, que também abstém-se das cores em sua produção, de forma que a verdade dos fatos seja intensificada através desta composição estética.

[...] em toda a fotografia, a cor é um revestimento aposto posteriormente sobre a verdade original do preto e branco. A cor é um ornato posticho, uma maquiagem, pois o que importa não é a vida da foto, mas a certeza de que o corpo fotografado vem tocar com seus próprios raios, e não com uma luz acrescentada depois. (BARTHES, 1984, p. 122 - 123)

Se tratando da composição da imagem de pessoas vulneráveis e marginalizadas socialmente, para que haja uma reflexão e mobilização por parte do receptor, é necessário que as fotos mexam com sua sensibilidade.

Então, falando de forma estética, é preciso construir estereótipos capazes de evocar qualidades que aproximam as pessoas de uma identificação social. Não somos solidários com o outro simplesmente porque ele é um ser humano, mas porque temos a capacidade de reconhecer o sofrimento e a humilhação como nossos, e de, a partir disso, nos identificarmos com ele. (MACHADO, 2013, p.3)

A estética na composição de um foto documentário é um detalhe muito importante, pois o ato fotográfico, vai muito além do disparo de um obturador, mas envolve a técnica e a harmonia de elementos que irão enfatizar o que será retratado e ajudarão a construir a percepção de quem os ver.

A produção da imagem fotográfica de uma realidade social sempre implica que o ato fotográfico constitui um julgamento da realidade representada. Diante de imagens desse gênero seria um equívoco separar a questão estética da questão política. Do mesmo modo que é impossível produzir uma imagem fotográfica *sem fazer escolhas que não constituam uma interferência*, cada uma das escolhas que participam da composição da imagem (enquadramento, distância focal, iluminação, tiragem, elementos incluídos ou excluídos, colocados em evidência ou em segundo plano, entre outras) resulta na criação de um determinado *ambiente estético*. A mínima mudança de uma delas levaria a um resultado fotográfico diferente, o que interferiria não somente no modo de apreensão e compreensão do espectador, mas também em seu modo de sentir. (MACHADO, 2013, p. 4, grifo do autor)

6 ROTEIRO

- Morador de rua que se abriga e dorme sob marquises;
- Morador de rua e alcoólatra;
- Viciados em *crack*;
- Prostituição.

7 ANÁLISE DA PESQUISA

Diante das postagens das fotos realistas em uma comunidade, criada exclusivamente para a análise da interação do público com as mesmas, o que pôde ser observado, é que as pessoas em questão, demonstraram simpatia pela causa, pois em um período de uma semana, um universo de 104 pessoas tiveram a adesão de “curtir” a página, isto sem o conhecimento de que fariam parte de um estudo ou de quem pertencia a comunidade, tendo em vista, que tais fatores influenciariam de determinada maneira a mediação com a página criada, oferecendo desta forma, resultados artificiais, decorrentes de motivos resultantes de grau de amizade e afinidade.

A maneira interativa em sua maioria consolidou-se no ato do “curtir”, todas as fotos obtiveram curtidas, a problemática maior é que este ato simbólico não torna tangível à ação humana a causa, ou seja, as curtidas não comprovam a sensibilização da sociedade a providências ativas referentes ao assunto ou a proposta de soluções aos problemas sociais demonstrados por intermédio das fotografias.

Analisando as curtidas com base no que afirmavam alguns teóricos da comunicação, elas também podem representar ações auto afirmativas do ator social que prevalece nas redes sociais. Curtindo a foto ou algo relacionado a uma questão social, por exemplo, o personagem mostra para os demais que é alguém preocupado com tais questões e politicamente consciente, este fato ocorre com uma certa frequência nas redes sociais. Então, desta maneira, não pode-se concluir que tais pessoas curtiram as fotos pelo simples fato de terem refletido de maneira consciente o problema.

Os atores são o primeiro elemento da rede social, representado pelo nós (ou nodos). Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa. Como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais. Quando se trabalha com redes sociais na Internet, no entanto, os atores são constituídos de maneira um pouco diferenciada. Por causa do distanciamento entre os envolvidos na interação social, principal característica da comunicação mediada por computador, os atores não são imediatamente discerníveis. Assim, neste caso, trabalha-se com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias no ciberespaço. (RECUERO, 2009, p.25)

A maioria das pessoas ao acessarem o *Facebook*, desejam abster-se de seus problemas e preocupações na rede social, procurando desta forma utilizá-lo como uma ferramenta de lazer e entretenimento. A atitude do público no *Facebook* nada mais foi do que um reflexo de

sua vida rotineira e estende-se sobre suas ações no mundo, quando andam pelas ruas e se deparam, com um mendigo ou alguém menos favorecido, a máxima que ocorre é um olhar vago de pena ou a doação de alguma esmola, porém nada é feito, ou existe apenas indiferença por parte destas pessoas em relação ao fato.

Creio que esses movimentos de dispersão na contemporaneidade, no que se relaciona com a dimensão social da vida, sejam parelhos à condição de excesso que se estabeleceu. Condição essa que acaba reproduzindo, de maneira automática, modalidades de lidar com as crises comuns ao que se quer humano. Daí os tais rostos da preocupação, daí a vida que se volta para o consumo das coisas e dos momentos, num espaço que não precisa permanecer além daquilo que nele se experimenta. A dimensão da existência de um outro parece sucumbir à feição do rosto preocupado. Esse se acostumou a estranhar de forma privilegiada a sua própria intimidade como uma alteridade possível. Uma maneira comum de sobreviver na cidade além da conta. (LOPES, 2014, p. 3)

7.1 As fotos

Foram selecionadas algumas fotos para serem analisadas de acordo com os dados estatísticos fornecidos pelo próprio *Facebook*, o requisito foi o fato de possuírem um alcance maior em vista das outras.

Dados decorrentes da análise:

- 54% dos fãs são do sexo masculino;
- 25% do público masculino possui entre 18 e 24 anos;
- 31% do público feminino possui entre 18 e 24 anos;
- 8% do público feminino possui entre 25 e 34 anos;
- 15% do público masculino possui entre 25 e 34 anos.

Cidades atingidas:

- Varginha, Três Corações, Divinópolis, São Paulo, Contagem.

Figura 1. Morador de rua que se abriga na marquise do Banco Itaú.



Fonte: As autoras

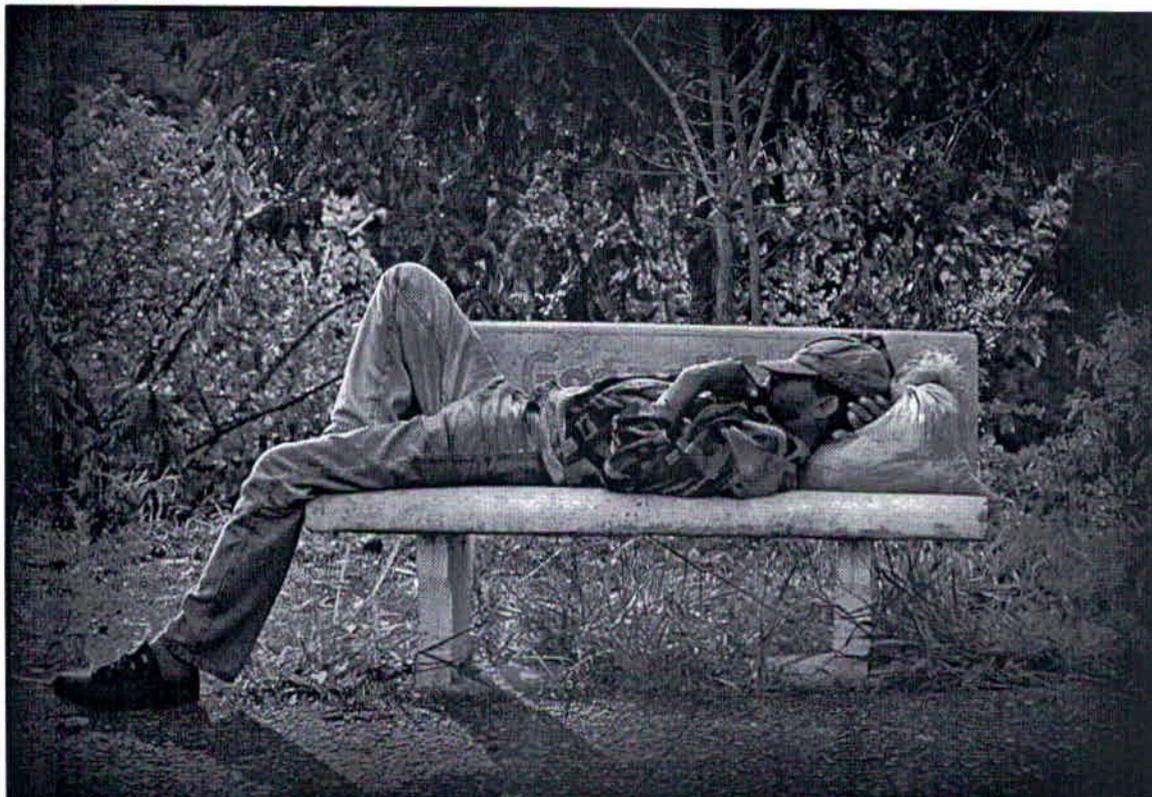
Figura 2. Alcance de 103 pessoas, oito curtidas e um comentário.



Fonte: As autoras

A figura 1 representa a rotina de um morador de rua que se abriga diariamente na marquise do Banco Itaú, na cidade de Varginha, Minas Gerais. A foto obteve um alcance de 93 pessoas, praticamente quase 100% do universo da pesquisa, oito curtidas e um comentário reflexivo sobre a questão abordada.

Figura 3. Morador de rua e alcoólatra que vive nas ruas à procura de pessoas que lhe dê dinheiro para o sustento do vício.



Fonte: As autoras

Figura 4. Alcance de 139 pessoas, seis curtidas e nenhum comentário



Fonte: As autoras

Figura 5. Viciados em *crack* e também portadores de *aids* que constantemente estão nas imediações dos bares universitários, em Varginha.



Fonte: As autoras

Figura 6. Alcance de 53 pessoas, 11 curtidas e um comentário.



Fonte: As autoras

Figura 7. Morador de rua que se abriga com frequência na marquise de loja, em Varginha.



Fonte: As autoras

Figura 8. Alcance de 64 pessoas e nove curtidas.



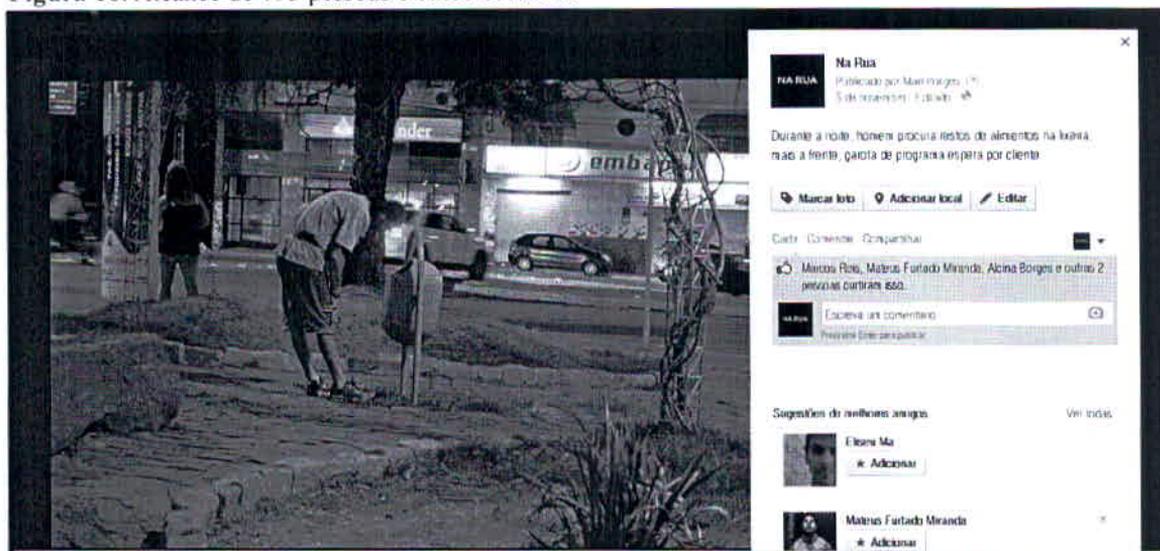
Fonte: As autoras

Figura 9. Garota de programa a espera de cliente e morador de rua a procura de restos de alimentos na lixeira.



Fonte: As autoras

Figura 10. Alcance de 195 pessoas e cinco curtidas.



Fonte: As autoras

8 CONCLUSÃO

O projeto “Um retrato da realidade: A percepção da sociedade sobre a marginalidade através do *Facebook*”, teve como princípio levar para os usuários do *Facebook* a realidade vivenciada nas ruas de cidades locais, e desta forma aproximar do público presente na rede estas questões sociais, a fim de analisar seu comportamento diante de tais acontecimentos que na maioria das vezes passam despercebidos em nosso cotidiano.

As redes sociais são de grande importância para sociedade, pois elas podem influenciar o comportamento das pessoas e atentá-las para os problemas e questões que ainda não tiveram polêmica na mídia convencional, e isto de uma maneira rápida, expansiva e democrática, através da interação e troca contínua de mensagens, não permitindo desta forma a imposição da informação.

No *Facebook*, conteúdos são desenvolvidos para o público, conteúdos estes que podem vir a repercutir de diferentes maneiras sobre um mesmo indivíduo, e esta é uma das grandes vantagens do uso da rede e o que a diferencia dos demais veículos de comunicação, pois o que torna esta mídia social muito utilizada é a liberdade de expressão oferecida para os seus usuários, possibilitando a postagem de discursos e opiniões diversificadas que explanam sua maneira de ver determinado assunto.

Entretanto, não é sempre que a vida online representa a vida de um indivíduo, pois, nem todas as vezes sua atuação em rede é coerente com seus atos no mundo real, podendo haver desta forma um confronto de ideias, o que resulta na famosa “Sociedade do Espetáculo” anteriormente mencionada e as maneiras de se autoafirmação em um mundo das aparências.

Os excessos da vida moderna na sociedade capitalista e a sua rotina impossibilitam um olhar verdadeiro e perceptível sobre as coisas e as pessoas ao redor, e este motivo é o principal fator pelo qual muitas vezes não hajam atos de solidariedade, compaixão e ajuda ao próximo, pois as pessoas estão completamente ocupadas com suas vida, com seus problemas e com o seu tempo, utilizado e voltado para alcançar seus desejos e necessidades.

As redes sociais, bem como o *Facebook*, tem se expandido de maneira global, e é incontestável a sua participação no cotidiano das pessoas. Muitos a utilizam como ferramenta de trabalho, lazer ou entretenimento, todavia, não há como negar uma grande conquista, que é a consolidação de espaço e o ganho de força política através da rede social em questão, num cenário de discussões e debates, onde os resultados tendem a ser; o despertar para uma sociedade consciente e ativa com as questões sociais.

REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT. **NBR 6023: informação e documentação - referências - apresentação**. Rio de Janeiro: [s. n.], 2002.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. 185p.
- CENTRAL de ajuda do Facebook. 2014. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/>>. Acesso em: 27 out. 2014.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo: eBookLibris, 2003. 140p.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 28. ed. Rio de Janeiro: Record, 2014. 174p.
- HOHLFEDT, Antonio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera. **Teorias da comunicação**. 2. ed. Petrópolis: Vozes. 2001.
- KOCHE, Jose Carlos. **O fluxograma da pesquisa científica**. Cap.5. 22. ed. Petrópolis: Vozes, 2004, 121 -136p.
- LOPES, Kleber Jean Matos. Modos de atenção na cidade além da conta: uma reflexão sobre lugares e não lugares. **Estud. pesqui. psicol.**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, dez. 2007. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-42812007000200014&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 13 set. 2014.
- MACHADO, Katia Regina. A política da estética de Sebastião Salgado. **Revista PROA: Revista de Antropologia e Arte**, [S. l.], v. 1, n. 4, 2012/2013. Disponível em: <http://www.revistaproa.com.br/04/?page_id=52>. Acesso em: 03 set. 2014.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Meridional, 2009, 191p.
- SALGADO, Sebastião. **Êxodus**. Paris: Companhia das Letras, 2000. 432p.
- SAMARÃO, Lilianny; FURTADO, Pedro. As imagens e suas implicações sociais. **Revista Sociologia**. ed. 53, 2010. Disponível em <<http://psiquecienciaevida.uol.com.br/ESSO/Edicoes/18/artigo98178-1.asp>>. Acesso em: 05 set. 2014.
- SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós humano. **Revista Famecos**, Porto Alegre, p. 1-32, Quadrimestral, 2003. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3229/2493>>. Acesso em: 01 set. 2014.
- TELLES, André. **A revolução das mídias sociais**. São Paulo: M.Books, 2010. 199p.
- UOL. 2014. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/afp/2014/02/03/facebook-em-numeros.htm>>. Acesso em: 03 set. 2014.