



Poderia Ser: Um choque entre culturas¹

Madja PENHA²

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) – Rio Grande do Norte, RN

Sadon FRANÇA³

RESUMO

O objetivo desse trabalho é mostrar a cibercultura como dinamizadora da cultura em nível planetário, tomando como ponto de partida a análise da Fanpage “Poderia Ser”. O ensaio visa evidenciar que a cibercultura instaura uma cultura do compartilhamento e de trabalho colaborativo, rompendo paradigmas que separa, em escalas, a cultura popular, de elite e de massa a partir de estereótipos, (pré-) conceitos e rotulações.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura de Massa; Cibercultura; Fanpage; Poderia Ser.

1. Introdução

As tecnologias digitais ocupam um papel central nas mudanças experimentadas em todos os aspectos da vida social. Comunidades virtuais atestam as rápidas e profundas alterações na forma como nos relacionamos.

A Fanpage Poderia Ser utiliza o espaço virtual como agente transformador, desmistificando o rótulo comercial e propondo uma nova visão do que consideramos Cultura de Massa. A comprovação, em tese, de que a tradição de elite tem suas raízes na popular e que, com o advento da internet, convergiram à massa. “Não existe propriedade privada nos campos da cultura já que esta se constitui por intercruzamentos e mútuas influências”. (Lemos, 2004). Nesse sentido, a busca quanto à verificação do choque entre culturas; exteriorizado a partir de suas opiniões, reflexões e sugestões;

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Rádio, TV e Internet – XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Graduanda do 8º período de comunicação social com habilitação em jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-Mail: madja_elayne@hotmail.com; Twitter: @madjapenha.

³ Orientador do trabalho (não inscrito no Intercom). Jornalista formado pela Universidade Estácio de Sá - RJ, pesquisador de Comunicação Empresarial e Cultura – E-Mail: sadonfranca@gmail.com



pode ser visualizado, conceituado e analisado nas entrelinhas do hipertexto que se solidifica nas conversações mantidas na página.

2. Cultura de Massa

Para entendermos melhor a expressão Cultura de Massa, utilizaremos, aqui, uma declaração do Papa Pio XII, no ano de 1944, em que definiu povo por “indivíduos que se movem por princípios. Ele é ativo, agindo conscientemente de acordo com determinadas ideias fundamentais, das quais decorrem posições definidas diante de diversas situações em que vivem”. Ele ainda determinou o termo massas como “um grupo de indivíduos que não se movem, mas que são movidos por paixões. Ela é sempre passiva. Não age racionalmente e por sua conta, mas se alimenta de entusiasmos e ideias estáveis. É sempre escrava das influências instáveis da maioria, das modas e dos caprichos”.

As definições do sumo pontífice fazem correlacionar “massa” com “o ser limitado”. Todavia, segundo Orlando Fideli, em nossos dias, esse é um conceito amplo, que abrange por muitas vezes a toda e qualquer manifestação de atividades ditas populares. (Fideli, 2008)

“É preciso transplantar tal conceito para o plano coletivo, podendo afirmar que cultura é o resíduo, imune à ação do tempo, dos conhecimentos fundamentais dos povos. A cultura de determinada civilização vem a ser, portanto, o conjunto de seus valores e conhecimentos perenes”. (ZILLOTTO, 2003, p. 23)

Com o advento da internet, dado o acelerado fluxo informacional e a criação de novos pontos emissores, toda representação se tornou a priori massificada. A difusão exacerbada que da internet contribui sobremaneira para a industrialização dos produtos artísticos, os processos outrora cheios de alma e cognição vem se mecanizando com as novas formas de veiculação e encontram na Web⁴ um agente realçador deste aspecto.

3. Cibercultura

A cibercultura, esse conceito de processos tecnológicos, midiáticos e sociais emergentes a partir da década de 70 do século passado com a convergência das telecomunicações,

⁴ Rede que conecta computadores por todo mundo, a World Wide Web (WWW).



da informática e da sociabilidade contracultural da época (Breton, 1990; Castells, 1996), tem enriquecido a diversidade cultural mundial e proporcionando a emergência de culturas locais em meio ao global supostamente homogeneizante. É o compartilhar, o criar, o emitir. No ciberespaço, a direção deixa de ser unilateral, para, partindo de vários pontos, convergir, colidir e coexistir com os demais. Participativa, interativa e colaborativa. “A rede é ao mesmo tempo artefato, conteúdo, canal e metáfora”. (Musso, 1997). Trata-se de uma forma de sociabilidade que tem nas tecnologias digitais um suporte de agregação social.

“Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. [...] Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos”. (JENKINS, 2009, p. 45)

A explosão participativa, proporcionada pela rede, gera uma incalculável produção de conhecimento, entretenimento e experimentação criativa. Tal processo interativo é, portanto, uma ação comunicativa entre o indivíduo e seus pares; um reflexo social.

4. Fanpage

Fanpage ou Página de Fãs é uma página específica dentro do Facebook direcionada para empresas, marcas ou produtos, associações, sindicatos, autônomos, ou seja, qualquer organização com ou sem fins lucrativos que desejem interagir com os seus clientes no Facebook.

O especialista em cultura, sociologia e política Howard Rheingold, um dos primeiros autores a utilizar o termo “comunidade virtual”, define-a:

“As comunidades virtuais são agregados sociais que surgem da Rede [Internet], quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço⁵”. (RHEINGOLD, 1995, p.20)

⁵ No original: “Virtual communities are social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationship in cyberspace”.



É no espaço virtual que as relações são prioritariamente construídas, embora, essa característica, não a desconecte do relacionamento face a face. Wellman e Gulia (1999) explicam que os interesses homogêneos das pessoas participantes das comunidades virtuais podem aumentar consideravelmente a sensação de empatia, compreensão e suporte mútuo nesses grupos. Ou seja, quanto mais parecidos e mais interesses em comum tiverem os atores sociais, maior a possibilidade de formar grupos coesos com características de comunidades. (Recuero, 2009)

O [praticamente] extinto Orkut disponibilizava tais grupos de relacionamento nomeados como comunidades. Não obstante, com o surgimento e, conseqüente, aumento do número de usuários, as companhias migraram para o Facebook que apresentou uma estética amplamente aceita por gestores comunicacionais, uma vez que expõe as empresas de forma mais profissional, facilitando sua atuação na rede.

As informações de que se podem dispor constantemente nos grupos influenciam com mais força um ou outro tipo de capital social, seja esse relacional ou cognitivo.

Este trabalho propõe a análise de uma Fanpage em específico: Poderia Ser.

5. Poderia Ser

A Fanpage “Poderia Ser” criada em 1º de abril de 2013 pela Social Media, Thais Castro, e a Community Manager, Lauanna Miranda Caetano (mais conhecida nas redes sociais como Nana Caê)⁶, possui, em menos de um mês, mais de quarenta mil seguidores. “Tentamos aproximar músicos, bandas, escritores, pensadores, antes vistos como diferentes, distantes uns dos outros e mostramos que eles têm algo em comum. Surpreendendo, assim, os internautas”⁷, definem as publicitárias.

A Folha de S. Paulo destacou a página no dia 10 de abril de 2013, em matéria, na coluna Ilustrada, com título: “Versos do pagode romântico ganham homenagens nas redes sociais”⁸. Thais Castro, uma das idealizadoras do projeto, declarou: “A página surgiu

⁶ Informações adquiridas a partir dos seus respectivos perfis no Facebook.

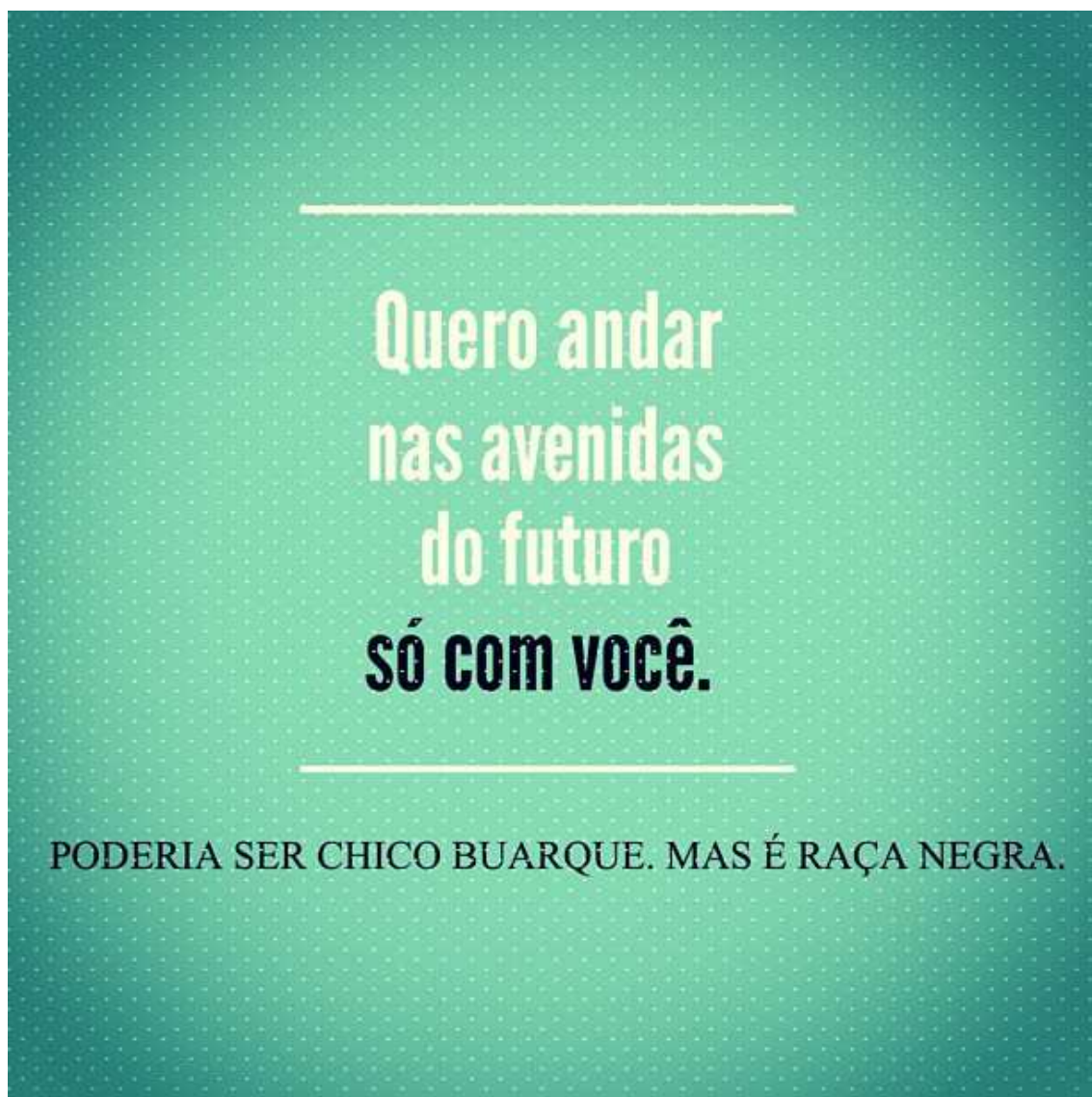
⁷ A definição está disponível como comentário na publicação:
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=444073662334671&set=a.439506232791414.1073741826.439501699458534&type=1&theater>

⁸ Na íntegra: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/102950-versos-do-pagode-romantico-ganham-homenagens-nas-redes-sociais.shtml>



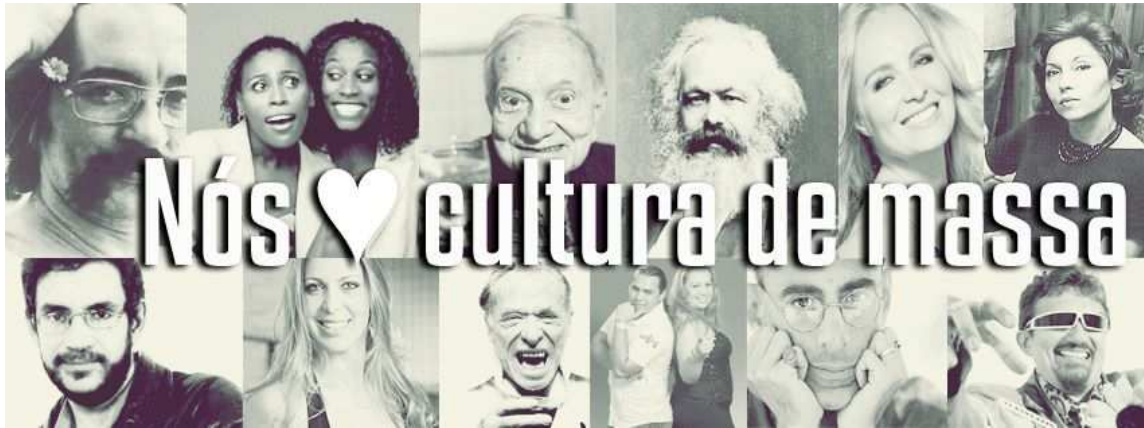
por causa da banda Raça Negra. Eu gosto muito, mas sempre fui hostilizada por isso. Ouvi aquele verso e pensei: se alguém me dissesse que era do Chico Buarque, muita gente acreditaria”.

A Fanpage classificada como entretenimento revela o seu tom divertido e, como veremos a seguir, sua crítica e reflexão. A primeira publicação [post] justifica a idealização da página. O trecho “Quero andar nas avenidas do futuro só com você. Poderia ser Chico Buarque. Mas é Raça Negra” alcançou 1.540 compartilhamentos, 800 “curtidas” e 140 comentários.





A capa do Facebook também exterioriza o seu lado criativo. Fotos de escritores, poetas, filósofos ditos do alto escalão ao lado de artistas populares. Angélica ao lado de Clarice Lispector. Caio F. Abreu e Falcão. Todos, sob a legenda: “Nós ♥ [amamos] Cultura de Massa”.



Desafiador. A página quebra paradigmas, destrói preconceitos e rótulos, oferece ao povo voz. E ele gosta. Ele curte. Ele grita. E rindo, assume: “Sempre gostei do Raça Negra, do Latino, da Sandy e do Junior, porque eles tem, sim, o seu valor”. No momento em que a cultura popular é confundida com a de elite, desmistificamos o pensamento para entender que o ciberespaço está redistribuindo e re-identificando a massa. Que, por fim, não é mais julgada pelo título que possui.

O rótulo compromete nossa percepção do outro. A atribuição de um título a uma pessoa nos inclina a pressupor condutas compatíveis com o imputado; nossas percepções são distorcidas e isso pode acarretar uma ou duas consequências importantes: a) por um lado, em virtude de nossas tendências à consistência cognitiva, faz com que comportamentos que não se harmonizem com o imposto tendam a passar despercebidos ou fiquem deturpados para se adequarem; b) por outro lado, as expectativas ditadas podem nos fazer agir inconsciente e consistentemente, de modo a induzir o rotulado a se comportar da maneira que esperamos.

Conforme exemplificado por Angelina Garcia, se mesmo antes de conhecermos uma pessoa, alguém nos fala sobre ela; no primeiro encontro, a tendência será procurarmos em suas atitudes sinais que correspondam à imagem pré-construída. Da mesma maneira lidamos com os rótulos dados àqueles com quem nos relacionamos em tudo o que falam



ou fazem, encontraremos algo que justifique o chato, o bobo, o infantil, o irritado, seja qual for. Do mesmo modo, é com a música, a poesia, a literatura. Consumimos imagem e fama. Somos motivados.

“A motivação é tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma ou, pelo menos, que dá origem a uma propensão a um comportamento específico, podendo este impulso à ação ser provocado por um estímulo externo (provindo do ambiente) ou também ser gerado internamente nos processos mentais do indivíduo”. (CHIAVENATO, 1999)

Nosso enfoque cognitivo evidencia a necessidade que temos ao formamos todos significativos em nossas percepções. Por este motivo, somos seletivos na busca de predicados que se coadunam com as primeiras impressões formadas. Somos profundamente influenciados por esquemas sociais⁹.

O que a página almeja comprovar é que, em suma, nossa percepção qualitativa está diretamente relacionada a conceituações pré-estabelecidas; a influências sociais; os estereótipos.

Os psicólogos sociais contemporâneos identificam o estereótipo como à base cognitiva do preconceito. Gordon Allport, em sua obra *The Nature of Prejudice* (1954), referia-se ao ato de estereotipar como fruto da “lei do menor esforço”. O fato de provocar reações frente ao mundo esconde a realidade de que, na maioria das vezes, pode conduzir a generalizações incorretas e indevidas, principalmente quando você não consegue observar um indivíduo com suas idiosincrasias e traços pessoais, por trás do véu aglutinador do modelo estabelecido como padrão.

Se o estereótipo é a base cognitiva, os sentimentos negativos em relação a um grupo constituíram o componente afetivo do preconceito, e as ações, o componente comportamental. Em sua essência, o preconceito é uma atitude. E é o que podemos verificar, na Fanpage, após uma discussão decorrente da seguinte postagem: “Seu perfume ainda dorme comigo na solidão da nossa cama. Estou morrendo de amor por alguém que já não me ama. Poderia Ser Tati Bernardi¹⁰. Mas é Cleiton & Camargo”¹¹.

⁹ Coleções organizadas de crenças e de sentimentos acerca de algum aspecto do mundo. Eles funcionam como plataformas mentais e fornecem estrutura para a interpretação e a organização de novas informações.

¹⁰ Roteirista – escreveu para a Rede Globo o programa Amor & Sexo e a novela A Vida da Gente. Colaboradora da Revista ALFA. Trabalhou como redatora e possui quatro livros publicados.



Seu perfume ainda dorme comigo
na solidão da nossa cama.
Estou morrendo de amor
por alguém que já não me ama.

PODERIA SER TATI BERNARDI. MAS É CLEITON & CAMARGO.

facebook.com/PoderiaSerMas

Tati Bernardi, ao tomar ciência da publicação, escreveu vários comentários de repúdio na página, afirmando que o trecho em nada se assemelhava com a sua obra. Um exemplo dos mais visíveis, não só do que tange a comparação entre estilos, mas também do embate entre as diferentes formas de pensar e entender o que é produzido na internet.

Quando um dos agentes sai da simples imaterial presença e passa a produzir um novo conteúdo muito mais complexo pode-se ter um entendimento maior de tudo que está direta e indiretamente envolvida em ações deste tipo. Neste ponto, Tati Bernardi rompe o paradigma do distanciamento e mistura sua opinião a dos meros espectadores e comentaristas.

¹¹ Antiga dupla sertaneja formada por Luciano dos Santos [cujo nome artístico é Cleiton] e Werley José de Camargo [mais conhecido como Camargo] sendo, respectivamente, primo e irmão da dupla Zezé Di Camargo e Luciano.



Em resposta, foram inúmeros os comentários dos participantes, criticando deste o que seria uma falha interpretativa à prepotência da escritora¹². As administradoras da Fanpage ofereceram uma espécie de nota explicativa ao caso.



¹² A discussão pode ser lida, na íntegra, observando os comentários da publicação:
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=442915575783813&set=a.439506232791414.1073741826.439501699458534&type=1&theater>



Transcreverei *ipsis litteris* dado sua importância significativa. Palavra do administrador:

“Boa noite Tati Bernardi. Em momento algum afirmamos que o trecho presente logo acima é de sua autoria, é do Cleiton e Camargo, como informamos claramente no banner. A proposta dessa página de humor é mostrar que muito do que é classificado na música e literatura como algo com conteúdo, não carregam apenas ‘qualidades’ poéticas, de métrica ou arranjos sonoros bem feitos, mas sim também um nome, fama que o ajuda a enaltecer ainda mais o ‘produto’ ali vendido. Trechos de músicas de pagodeiros, cantores populares, sertanejos, bregas, de axé e até mesmo infantis são colocados aqui, em banners, mostrando que poderiam ser de algum filósofo, cantor Cult ou escritora, como nesse caso específico você. O que esperamos realmente é que ocorra um processo de aproximação de artistas aparentemente inconciliáveis, buscamos surpreender o internauta, que ele leia o trecho que tem no banner e pense ‘Nossa, isso realmente poderia ser de tal fulano, mas na verdade é de tal cicrano’. No final das contas, a página Poderia Ser é um sincero elogio à produção de cultura de massa do país e, ao mesmo tempo, a todos os artistas, pensadores e filósofos do ‘alto escalão intelectual’. Porque temos certeza que toda cultura tem seu valor. Não compreendo essa insegurança quanto a sua escrita, mas tudo bem. Cada um possui a sua opinião e reafirmo, em nenhum momento falamos que é seu o trecho logo acima, mas sim que poderia ser. Triste menosprezar Cleiton e Camargo, eles poderiam sim escrever como você, assim como qualquer outra pessoa”.

O preconceito foi evidente e o que magistralmente a Fanpage sugere é a sua diminuição através do contato; da interdependência mútua. Solução já apontada por outros pesquisadores:

“O preconceito pode ser reduzido em contatos entre grupos majoritários e minoritários, desde que os mesmos se deem em condições de igual status social, e na busca de objetivos comuns. Este efeito pode ser aumentado se os contatos forem apoiados institucionalmente (leis, costumes, condições locais), e enfatizada a consecução de interesses comuns entre os membros dos dois grupos”. (ALLPORT, 1954)

O que dá ainda mais notoriedade para esta discussão é a possibilidade de um ciclo diferente do que a TV, o Rádio e o Jornal Impresso possibilitam de uma forma geral. Aqui é verificado um



incessante processo que se configura em emissão – recepção – resposta. As ferramentas de comunicação presentes na internet fazem deste um campo propício ao *feedback*¹³ e produção de uma forma ímpar.

“Este espaço representa muito bem a nova realidade de produção de conteúdo presente na Web 2.0, mostrando, de forma prática, como se dá este processo onde emissor e receptor se confundem, assim, é possível observar diversos momentos únicos”. (FRANÇA, 2010, p.4)

É importante ressaltar que os artistas, que, aqui, poderão ser desde escritores consagrados a bandas de música regional, são classificados como Cultura de Elite e Cultura de Massa de acordo com análises subjetivas das autoras e sugestões do público participante. Este aspecto evidencia, claramente, um conceito pré-concebido pelas próprias autoras, ou seja, ainda em um trabalho sério que tente se distanciar desta rotulação exacerbada existente em nossa sociedade o ato de segregar é quase que subconsciente, ato contínuo da classificação pessoal que cada um faz dos mais diferentes assuntos. A seguir, uma tabela comparativa de exemplificações utilizadas na Fanpage:

Elite	Populares
Rubem Alves	Rick & Renner
Victor Hugo	João Paulo e Daniel
Gilberto Gil	Jammil e Uma Noites
Oswaldo Montenegro	Wanessa Camargo
Platão	Banda Dejavú
Clarice Lispector	João Bosco & Vinícius
Mário de Andrade	Xuxa
Adriana Calcanhoto	Naldo
José de Alencar	Sandy e Júnior
Marilena Chauí	Jota Quest
Chico Buarque	Katinguelê
Nelson Mandela	Cheiro de Amor
Caio F. Abreu	Mamonas Assassinas
Zeca Baleiro	Falcão

Fonte: Produzido pela autora com base na Fanpage

Tais comparações podem parecer esdrúxulas em algumas concepções, mas foi, dessa forma, que a página alvitrou a aproximação entre culturas, o olhar terceiro e individual

¹³ Realimentação, resposta, opinião quanto a determinado assunto proposto.



convergindo para a massa, exteriorizando um dos principais princípios da cibercultura: a coexistência livre, participativa e dinâmica do ser.

6. Considerações Finais

O espaço virtual tende a convergir toda e qualquer manifestação em Cultura de Massa. Sua interatividade norteia o surgimento de comunidades virtuais como novas manifestações de grupos sociais, em parte estabelecidas no plano online, em parte, estendidas para o plano *off-line*.

A Fanpage Poderia Ser reúne participantes que, surpreendidos pelo uso de elementos comparativos, seguem a página e escarnecem com a quebra de paradigmas, seja por estereótipos ou rotulação. Obras são vendidas, em sua maioria, por critérios pré-estabelecidos, (pré-) conceituados, em detrimento de abordagens apenas qualitativas.

Embora o preconceito tenha causas diversas e complementares, a página propõe reduzi-lo: estereótipos podem ser inibidos após sua ativação automática; a agressão pode ser deslocada ou inibida de forma a neutralizar seu descomedimento e um contato em igualdade de condições, proporcionado pela Web, pode criar concordância onde antes havia aversão e discriminação. Principalmente, se for acompanhado de mudanças macrossociais, que questionem normas sociais, modelos educacionais e práticas conformistas.



7. Referências Bibliográficas

ALLPORT, G. **The nature of prejudice**. Reading, MA: Addison-Wesley, 1954.

BRETON, P. **Une histoire de l'informatique**. Paris: Seuil, 1990.

CASTELLS, M. **The rise of the Network Society**, vol. 1. Blackwell, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas** e o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 2. ed., Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

FEDELI, Orlando. **Cultura Popular e Cultura de Elite**, cultura de massa. São Paulo: Associação Cultural Montfort, 2008.

FRANÇA, Sadon. **Comunicação Organizacional e Media Training: O Porta-Voz no Twitter**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, RS, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2055-1.pdf>> Acesso em: 10 Abr. 2013

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS, André. **Cibercultura, cultura e identidade**. Em direção a uma “Cultura Copyleft”? 2004. In: Contemporânea, vol.2, nº 2.

MUSSO, P. **Télécommunications et Philosophie des Réseaux**. La postérité paradoxale de Saint-Simon. Paris: PUF, 1997.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RHEINGOLD, H. **La Comunidad Virtual: Uma Sociedad sin Fronteras**. Barcelona: Gedisa Editorial, 1995.

ZILLOTTO, Denise Macedo. **Consumidor: Objeto da cultura**. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.