

# Processos culturais e suas manifestações

Paula Regina Puhl  
Juracy Assmann Saraiva  
(Organizadoras)

ISBN 978-85-7717-160-6



9 788577 171606 >



CAPES



# **Processos culturais e suas manifestações**

Associação Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo - ASPEUR  
Universidade Feevale

# Processos culturais e suas manifestações

Paula Regina Puhl  
Juracy Assmann Saraiva  
(Organizadoras)



Novo Hamburgo - Rio Grande do Sul - Brasil  
2013

## EXPEDIENTE

### Presidente da Aspeur

Argemi Machado de Oliveira

### Reitor da Universidade Feevale

Ramon Fernando da Cunha

### Pró-Reitora de Ensino

Inajara Vargas Ramos

### Pró-Reitora de Extensão e Assuntos Comunitários

Gládis Luisa Baptista

### Pró-Reitor de Pesquisa e Inovação

João Alcione Sganderla Figueiredo

### Pró-Reitor de Planejamento e Administração

Alexandre Zeni

### Realização

Mestrado em Processos e Manifestações Culturais

### Apoio

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

– CAPES

### Coordenação Editorial

Inajara Vargas Ramos

### Editora Feevale

Celso Eduardo Stark

Daiane Thomé Scariot

Graziele Borguetto Souza

### Capa

Celso Eduardo Stark

### Editoração Eletrônica

Daiane Thomé Scariot

Graziele Borguetto Souza

### Revisão Textual

Dos autores

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Universidade Feevale, RS, Brasil

Bibliotecária responsável: Susana Fernandes Pfarrius Ladeira - CRB 10/1484

Processos culturais e suas manifestações [recurso eletrônico] / Paula Regina Puhl, Juracy Assmann Saraiva (organizadoras). – Dados eletrônicos. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

Sistema requerido: Adobe Acrobat Reader.

Modo de acesso: <[www.feevale.br/editora](http://www.feevale.br/editora)>

Inclui bibliografia.

ISBN 978-85-7717-160-6

1. Processos culturais. 2. Cultura de massa. 3. Televisão. 4. Futebol.
5. Convergência. I. Puhl, Paula Regina. II. Saraiva, Juracy Assmann.

CDU 659.3

© **Editora Feevale** – Os textos assinados, tanto no que diz respeito à linguagem como ao conteúdo, são de inteira responsabilidade dos autores e não expressam, necessariamente, a opinião da Universidade Feevale. É permitido citar parte dos textos sem autorização prévia, desde que seja identificada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei n.º 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

### Universidade Feevale

Campus I: Av. Dr. Maurício Cardoso, 510 – CEP 93510-250 – Hamburgo Velho – Novo Hamburgo – RS

Campus II: ERS 239, 2755 – CEP 93352-000 – Vila Nova – Novo Hamburgo – RS

Fone: (51) 3586.8800 – Homepage: [www.feevale.br](http://www.feevale.br)

# APRESENTAÇÃO

A presente publicação, editada com recursos do PROSUP-CAPES, resulta de investigações de professores e alunos do *Mestrado em Processos e Manifestações Culturais*, da Universidade Feevale. Com o intuito de contribuir para uma maior compreensão da cultura como um bem coletivo, cujas múltiplas faces desvelam o hibridismo e a pluralidade que a compõem, a obra é concebida, tal qual o Curso onde se origina, sob uma perspectiva interdisciplinar, estando articuladas as áreas da História, da Comunicação e da Literatura. Nesse sentido, a diversidade dos objetos de reflexão, que os capítulos enfocam, integra-se sob um denominador comum: a concepção de cultura, vista como um processo dinâmico que abrange estilos de vida, ritos de inclusão ou de exclusão social, padrões de conduta, conhecimentos, crenças, valores, formas de lazer, artes, tecnologia.

Além disso, os autores compartilham do pressuposto de que todas as formas de manifestação da cultura se enraízam em contextos socio-históricos, não sendo deles apenas uma expressão, pois também atuam sobre o contexto, devido às recíprocas relações de causa e de consequência que se estabelecem entre os fatos culturais e a sociedade de onde emanam. Em decorrência disso, os processos e as manifestações culturais impregnam-se de significações que exigem uma interpretação e uma atribuição de sentidos, os quais não só ordenam o convívio social – por influenciarem o modo de vida dos membros de uma mesma comunidade – mas também traduzem a peculiaridade das marcas identitárias dessa mesma comunidade.

Portanto, cientes de que grupos humanos têm a necessidade de se afirmar em face uns dos outros, de salientar suas diferenças e de mostrar os elementos que os identificam – embora a interação entre culturas seja constante e inevitável – os autores dos diferentes capítulos refletem sobre a questão da identidade, visualizando distintos processos ou manifestações. Sob essa perspectiva, o capítulo “TV Feevale e a relação com a constituição da identidade local de Novo Hamburgo” enfoca a televisão da universidade como mediadora entre culturas distintas, ao mesmo tempo em que preserva e reafirma a identidade cultural de sua comunidade. Já em “A Cultura da Convergência na União entre Televisão e Web: um Estudo do CQC 3.0”, os autores investigam a convergência entre a televisão e a web, partindo de considerações acerca do programa “CQC 3.0”, produzido pela Rede Bandeirantes de Televisão e veiculado na web, com o intuito de refletir sobre transformações culturais ocasionadas por meio da convergência midiática.

O terceiro capítulo, “O Maior Espetáculo da Terra: o futebol como elemento da cultura de massa brasileira” mostra de que forma o futebol, recorrendo ao rádio, à televisão e à internet, reforça a presença desse esporte, dando-lhe visibilidade nacional e internacional. Nessa mesma temática, o capítulo “Futebol e identidade em Novo Hamburgo nos anos 1920 e 30” analisa esse esporte como elemento de formação de identidades locais, na cidade de Novo Hamburgo.

A cultura erudita e a popular também são investigadas como manifestações de *constructos* identitários. O capítulo “O Brasil que me (des) silencia” aborda a concepção, por meio de textos literários, da identidade angolana pós-independência, principalmente na obra

de Pepetela, para comprovar que a literatura brasileira influenciou a construção dessa representação identitária. A cultura popular é tratada no capítulo “Patativa do Assaré: canto ilimitado” que enfatiza a dimensão social da obra do poeta cearense, mostrando que ela não se prende a nenhum rótulo, ainda que tenha sido vinculada à ideologia socialista.

Em “Performance e práticas de consumo online: ciberativismo em sites de redes sociais”, os autores posicionam-se criticamente diante das práticas de consumo *online* e sua associação com o conceito de performance. Eles adotam o ponto de vista segundo o qual o consumo, embasado na manipulação de bens, é veículo apto a atuar na construção de identidades, enquanto a performance é a representação que o indivíduo faz de próprio. Isso posto, interrogam-se sobre as apropriações do consumo, que podem ser identificadas nas práticas ciberativistas, e sobre o conceito de performance problematizado por esse tipo de consumo. No capítulo “Ciberativismo como cultura de mobilização imanente à internet” são analisados conceitos relativos ao ciberativismo, tratado como fenômeno social emergente, mas imanente ao processo que deu origem a internet. Os autores concluem que esse fenômeno midiático abrange um conjunto de práticas, postas em circulação na rede, com o objetivo de ampliar os significados sociais e de colaborar na defesa de causas específicas.

Os ensaios que compõem este livro – *Processos culturais e suas manifestações* – voltados para a concepção de identidades, para a preservação da memória em múltiplas dimensões, para a reflexão sobre as ferramentas cibernéticas e os usos discursivos que comportam, constituem uma contribuição aos estudos voltados

para a cultura. Considerados em seu conjunto, os diferentes textos assinalam a importância de se compreender a cultura como fator responsável pela integração de indivíduos e de comunidades, da qual resulta o sentimento de pertença social e de comprometimento com o outro, sem que ignorem a abrangência dos processos culturais que, mobilizados pela tecnologia, transcendem os limites espaciais e temporais, para se fazerem presentes no aqui e agora.

Esta publicação não se teria efetivado, sem os recursos financeiros provenientes da CAPES, razão por que seus organizadores e autores agradecem a esse órgão o apoio recebido.

*Dr.<sup>a</sup> Juracy Assmann Saraiva*

*Coordenadora do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais*

*Dr.<sup>a</sup> Paula Regina Puhl*

*Professora do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais*

# SUMÁRIO

## **TV FEEVALE E A RELAÇÃO COM A CONSTITUIÇÃO DA IDENTIDADE LOCAL DE NOVO HAMBURGO..... 10**

Aline Streck Donato

Paula Regina Puhl

## **A CULTURA DA CONVERGÊNCIA NA UNIÃO ENTRE TELEVISÃO E *WEB*: UM ESTUDO DO CQC 3.0.....32**

Aline Streck Donato

Paula Regina Puhl

## **O “MAIOR ESPETÁCULO DA TERRA”: FUTEBOL E CULTURA DE MASSA NO BRASIL.....52**

Cleber Cristiano Prodanov

Vinícius Moser

## **O BRASIL QUE ME (DES)SILENCIA .....72**

Daniel Conte

Rafael Hofmeister de Aguiar

## **PATATIVA DO ASSARÉ: O CANTO ILIMITADO .....94**

Rafael Hofmeister de Aguiar

Daniel Conte

**PERFORMANCE E PRÁTICAS DE CONSUMO *ONLINE*:  
CIBERATIVISMO EM *SITES* DE REDES SOCIAIS.....116**

Sandra Portella Montardo

Willian Fernandes Araújo

**FUTEBOL E IDENTIDADE EM NOVO HAMBURGO  
NOS ANOS 1920 E 30 ..... 142**

Vinícius Moser

Cleber Cristiano Prodanov

**CIBERATIVISMO COMO CULTURA DE MOBILIZAÇÃO  
IMANENTE À *INTERNET* ..... 162**

Sandra Portella Montardo

Willian Fernandes Araújo

Ernani Cesar de Freitas

# TV FEEVALE E A RELAÇÃO COM A CONSTITUIÇÃO DA IDENTIDADE LOCAL DE NOVO HAMBURGO<sup>1</sup>

*Aline Streck Donato*<sup>2</sup>

*Paula Regina Puhl*<sup>3</sup>

## **Telejornalismo local e a relação com construção da identidade**

A partir de uma concepção moderna do conceito de identidade, pode-se afirmar que ela é estabelecida através das informações e estímulos que o sujeito recebe através das relações e do convívio com outras culturas, ou como afirma Silva (2000), a identidade é fruto do

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado no XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul na divisão temática Comunicação Audiovisual, ocorrido entre 31 de maio a 12 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Mestranda em Processos e Manifestações Culturais e bolsista /Prosup/CAPES na Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). *E-mail:* alline.donato@hotmail.com

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação (PUC-RS) e docente no Mestrado em Processos e Manifestações Culturais na Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). *E-mail:* paulapuhl@feevale.br

mundo cultural e social, sendo que são os próprios indivíduos que a fabricam no contexto dos contatos sociais.

Estes contatos, entretanto, não são necessariamente presenciais, podendo ser estabelecidos pelas mídias, ou seja, o papel de formador identitário também é atribuído aos meios de comunicação. Estes através de suas emissões acerca da sociedade e dos acontecimentos ocorridos no ambiente social, possibilitam que o indivíduo interaja com particularidades que não faziam parte de sua essência, deixando-o atribuir características distintas as suas na concepção do “eu”.

Atualmente, segundo Hall (2001), as mídias atuam como uma forte influência nos sistemas culturais, transformando continuamente a identidade de um grupo. Para ele, a pós-modernidade fez com que as transformações associadas com a modernidade libertem o indivíduo de suas tradições, sendo que as diferenças produzidas na identidade cultural são resultado do processo da globalização.

A mídia televisiva reforça essa questão ao ser consagrada como um veículo de comunicação de massa de diversas funções: fonte de informação, de entretenimento, formadora de opinião e, até mesmo, como companheira e cúmplice de seus espectadores. Dessa forma, a televisão estabelece-se como uma mediadora que cria relações entre diferentes identidades culturais.

Essa perspectiva, em um contexto mais abrangente é defendida por McLuhan (1996) quando afirma que a partir do advento tecnológico dos novos meios de comunicação, como a televisão, o mundo se interligaria completamente, havendo uma troca cultural entre os povos, aproximando-os como se estivessem em uma grande aldeia global.

Hall (2001) ressalta, entretanto, que, em resposta à globalização, cada vez mais, as comunidades estão se “fechando” como resistência à deturpação de suas identidades. Nesse contexto, entram as emissoras locais, que têm a capacidade de proporcionar, nas diversas regiões do Brasil, uma aproximação entre a comunidade que as assistem com a política e ideologia estabelecida no local, ao mesmo tempo em que ofertam ao cidadão comum a possibilidade de “ganhar voz” na mídia tevê, procurando recobrir, com mais precisão, os acontecimentos que cercam essa realidade geográfica.

A proximidade gerada pelas mensagens difundidas pela televisão regional<sup>4</sup> ao seu público cria vínculos sociais que são responsáveis pela construção da identidade cultural. Assim, os telejornais locais buscam manter uma relação de pertencimento com o seu público, que se reconhece na veiculação de acontecimentos acerca de um cotidiano em comum. A TV se configura como um agente unificador da sociedade local.

Desse modo, emissoras que se dedicam unicamente na veiculação de matérias referentes ao contexto local têm a possibilidade de recobrir tal realidade com maior profundidade e precisão, devido a um tempo consideravelmente maior na produção e veiculação da reportagem, além dos fatos que merecem ser noticiados acontecerem em menor número e frequência.

O conceito de telejornalismo regional, entretanto, diverge entre alguns estudiosos da área. Moragas Spà (1996 apud BAZI, 2001) considera que o termo regional foi utilizado com frequência para se referir a um modelo de televisão que se supõe ser reservada

---

<sup>4</sup> Ver mais sobre televisão regional em Bergesch (2010) e Schirmer (2002).

para a informação local. Por outro lado, para ele, a mesma ideia de regional se uniu, na maioria dos casos, a mera descentralização administrativa. Dessa maneira, o telejornalismo regional seria algo que acontece devido a um contexto mercadológico em que estariam visadas apenas as regiões com maior capacidade para suportar e dar lucro à mídia televisiva.

Já Cruz (1996 apud BAZI, 2001) acredita na impossibilidade de definir regional, pois tal categorização se configura por uma questão tecnológica. De acordo com a autora, uma das dificuldades é que seria preciso definir em termos de alcance das ondas de TV o que é uma região, “[...] tarefa um tanto complicada visto que a possibilidade de se expandir o sinal por microondas ou satélites vincula o conceito às limitações tecnológicas e econômicas”. (CRUZ, 1996, p. 160 apud BAZI, 2001, p. 15).

Sob um viés sociológico, Bourdieu (1989) pensa em regional como um campo em que se manifestam as representações mentais – tais como a língua, o sotaque, o dialeto, o caráter -, as representações em objetos - como emblemas, bandeiras, hinos e indumentárias –, além dos atos-estratégia de manipulação simbólica, com o objetivo de determinar como as representações mentais funcionam na prática e são orientadas para a produção de efeitos sociais.

Rogério Bazi (2001, p. 16), de maneira simplificada, afirma que a “[...] televisão regional é aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região e que tenha a sua programação voltada para a mesma”. Nessa perspectiva, entende-se que as emissoras regionais devem ter seu foco na comunidade a que estão inseridas, difundindo, para determinado grupo social, as notícias relevantes causadas pelos mesmos.

Nessa mesma lógica, Coutinho e Fernandes (2007) afirmam que a interação das experiências vividas pelo sujeito em sua cultura e sociedade com a recepção da mensagem televisiva será de grande valia para sua transformação. Para elas, a relação de telejornalismo local e seus destinatários, quando trabalhada no contexto de formação de identidades, passa a contribuir para transformar o conhecimento do espectador enquanto sujeito sócio-cultural. Tal questão é corroborada por Wolton (2004) quando diz que os telespectadores assimilam o que veem na TV e produzem sentido a partir de sua compreensão, aprimorando conhecimento.

Quanto a principal diferença entre o telejornalismo local com o que é emitido em caráter nacional, encontra-se, segundo Vizeu e Correia (2006), na relação de identificação com o telespectador, pois se refere a acontecimentos que o atingem em seu cotidiano mais próximo.

Inclusive, segundo Bazi (2001), existe uma lei que tramita no Congresso Nacional desde 1991<sup>5</sup> que estabelece que as emissoras nacionais devam produzir, no mínimo, cerca de 30% de programação regional, para que a comunidade local tenha acesso à divulgação da informação e cultura regional. Nesse sentido, Debona e Fontella (1996, p. 18 apud BAZI, 2001) dizem que a televisão regional serve para desenvolver as características culturais de cada comunidade, combatendo uma homogeneização que poderia ser causada pelas grandes redes de comunicação.

O papel do telejornalismo regional, então, está na busca de ações conjuntas com a comunidade em que está difundida,

---

<sup>5</sup> O Projeto de Lei nº 256/91, da deputada federal Jandira Feghali (PC do B/RJ).

atendendo aos anseios noticiosos da mesma. O êxito alcançado por essa proposta é refletido na audiência dos programas regionais, modo pelo qual a comunidade mostra sua aprovação ou seu desagrado.

De caráter estritamente regional, as TVs universitárias despontam hoje no cenário nacional como difusoras e potencializadoras dos aspectos culturais mais importantes das comunidades em que as produções são transmitidas. Por esta lógica, realizaremos a seguir um breve apanhado histórico a respeito da criação das televisões universitárias no Brasil.

### **Breve histórico da televisão universitária no Brasil**

De acordo com o relatório anual da Associação Brasileira de Televisão Universitária – ABTU (2012), a TV Universitária é aquela produzida no âmbito das Instituições de Ensino Superior ou por sua orientação, em qualquer sistema técnico ou em qualquer canal de difusão, independente da natureza de sua propriedade. Uma televisão feita com a participação de estudantes, professores e funcionários, com programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento, salvo aquelas impostas pela qualidade estética e a boa ética.

Ainda de acordo com a ABTU (2012), a televisão universitária tem um caráter eminentemente público, sem finalidades comerciais ou lucrativas, com programação voltada à educação, à cultura e à informação da comunidade em que a Instituição de Ensino Superior responsável se insere, estimulando, assim, a produção local e regional.

A primeira televisão universitária do Brasil (na época designada como TV educativa pela falta de uma legislação que reconhecesse a televisão universitária) surgiu há mais de quatro décadas, exatamente no dia 22 de novembro de 1968<sup>6</sup>, vinculada à Universidade Federal de Pernambuco. A justificativa para a criação de uma televisão universitária era oferecer aos nordestinos a opção de um canal que integrasse, em sua programação, temas informativos, culturais, de lazer e educativos, além do considerável número de aparelhos de televisão residenciais que existiam no nordeste (cerca de 200 mil na época), fato que influenciou a implantação do canal na região.

No ano de 1972, de acordo com Ramalho (2010), a Universidade Federal do Rio Grande do Norte também recebeu concessão de TV para transmitir as aulas do Projeto SACI – Satélite Avançada de Comunicações Interdisciplinares. Ainda segundo o autor, até o ano de 1974, o Brasil contava com cerca de nove emissoras educativas.

No entanto, o processo de implantação das TVs universitárias foi vagaroso até a metade da década de 1990, quando o governo instaurou a Lei nº 8.977/95, mais conhecida como a Lei do Cabo. Esta lei deu oportunidade para que os distribuidores de sinais de TV aberta optassem por transformar sua outorga em concessão de TV a Cabo. Com licenças de caráter local, limitadas a um município, a Lei do Cabo estabelece que as operadoras de televisão a cabo forneçam canais de utilização gratuita para as programadoras<sup>7</sup> de caráter educativo-cultural, legislativas, comunitárias e universitárias.

---

<sup>6</sup> Informações retiradas do site da TVU de Pernambuco através do endereço <[www.ufpe.br](http://www.ufpe.br)>.

<sup>7</sup> No sistema de transmissão via cabo, as TVs não são reconhecidas como emissoras, a nomenclatura estabelecida pelo artigo 5º da Lei do Cabo é programadora.

A partir desse momento, diversas universidades fizeram uso da Lei do Cabo e inauguraram suas respectivas televisões universitárias, tendo como pioneiras a TV Campus e a TV PUC. A primeira delas, vinculada à Universidade Federal de Santa Maria, entrou ao ar no dia 30 de julho de 1995<sup>8</sup>. Até hoje, sua programação está voltada, inteiramente, à divulgação do ensino, pesquisa e extensão da instituição, procurando compartilhar conhecimentos entre professores, alunos, servidores e comunidade em geral. Já a TV PUC de São Paulo começou a produzir em 1993 programas elaborados pelos alunos em circuito interno da NET<sup>9</sup>, mesmo que só tenha sido reconhecida como universitária a partir da Lei do Cabo.

Guimarães (2010) relata que, entre 1995 e 2003, surgiram, no Brasil, 34 canais universitários, cerca de três por ano. No ano de 2005, estimava-se que havia 73 TVs universitárias no país. “Dezessete IES veiculavam sua programação em TVs comerciais, sete através da Internet uma através do sistema MMDS<sup>10</sup>. Os outros 48 canais estavam distribuídos entre as TVs abertas e as TVs a Cabo” (GUIMARÃES, 2010, p. 8).

Ramalho (2010), em pesquisa realizada no ano de 2009, aponta que apenas 9% das Instituições de Ensino Superior possuem televisão universitária. Apesar da região Sudeste do Brasil apresentar a maior concentração de universidades do país, é na região Sul que se encontra o mais elevado número de televisões universitárias, como pode ser observado no gráfico a seguir.

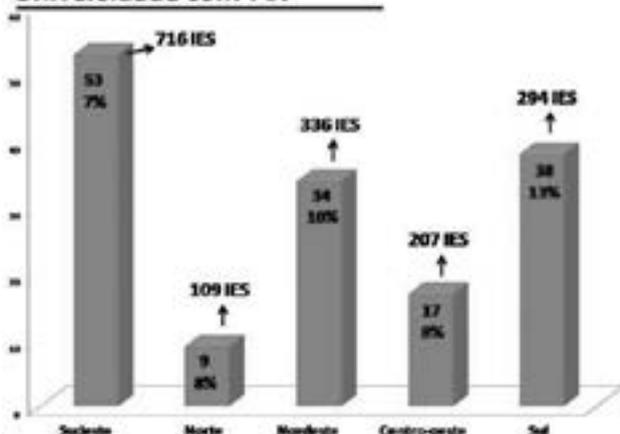
---

<sup>8</sup> Informações obtidas através do site da TV Campus, endereço <[www.ufsm.br/tvcampus](http://www.ufsm.br/tvcampus)>.

<sup>9</sup> Operadora de TV a cabo.

<sup>10</sup> Método alternativo de recepção de TV a cabo através de Cabo *Wireless*.

### Universidade com TV:



Distribuição de TVs Universitárias por Região.

Fonte: (RAMALHO, 2010, p. 91).

Além do pouco número de Instituições de Ensino Superior que possuem TVs universitárias, outro agravante se refere a pouca efetividade do suporte das TVU<sup>11</sup>. Hoje, conforme Ramalho (2010), o sistema de alcance dos canais a cabo chega a somente 10% da população, sendo 78% deles das classes A e B. Dessa maneira, a difusão da informação transmitida pelas TVs universitárias do país fica prejudicada, o que não ocorreria se as mesmas fossem emitidas através de sinal de TV aberto.

### A TV Feevale

É nesse contexto de televisão universitária em que a TV Feevale está inserida. Fundada no ano de 2002 pela Universidade

---

<sup>11</sup> Televisão Universitária.

Feevale da cidade de Novo Hamburgo/ RS, a emissora televisiva tinha por objetivo, inicialmente, ser um laboratório em que os alunos do curso de jornalismo aplicariam à prática o que aprendiam em sala de aula. Munida de uma estrutura tecnológica bem equipada, a TV permitia que os estudantes produzissem curtas-metragem, ficções, reportagens e programas telejornalísticos.

Nesse mesmo ano, a partir da Lei do Cabo, a Universidade Feevale ganhou a concessão do canal 15 da NET, tendo a possibilidade de emitir a programação de sua TV universitária para a localidade de Novo Hamburgo. O fluxo de programação era baixo com apenas três programas veiculados com conteúdos gerados pelos acadêmicos na universidade nas disciplinas do curso de Jornalismo.

Segundo o responsável pela TV Feevale<sup>12</sup>, o jornalista e apresentador Rodrigo Teixeira (2011), o canal nasceu como uma ação de *marketing* da universidade, com o intuito de dar visibilidade às ações da instituição, juntamente, com as da comunidade, estando, dessa forma, próxima aos acontecimentos da região. Caparelli (1982 apud BAZI, 2001), nessa perspectiva, fala que a programação de uma estação de TV do interior nasce de uma necessidade de atender o mercado regional. Para isso, os responsáveis por tais emissoras trabalham em sintonia com seu público.

Mas foi a partir do ano de 2007 que a TV Feevale deixa de lado seu caráter, unicamente, acadêmico de transmitir produções dos alunos da Universidade Feevale e passa a ter um desígnio mais profissional, com a produção voltada para a comunidade. Rodrigo Teixeira (2011) afirma que “apesar de ser um canal de NET, temos

---

<sup>12</sup> Entrevista concedida a Aline Donato em 02 de junho de 2011.

uma visibilidade muito boa, pois a própria comunidade se vê nesse espaço televisivo e comenta sobre”.

A TV Feevale, nesse aspecto, por ser universitária e possuir um vínculo direto com o grupo social ao qual se destina, se aproxima da lógica do jornalismo público. Tornero (2001 apud GUIMARÃES, 2010) destaca alguns traços existentes no jornalismo tradicional que não fazem parte do jornalismo público, tais como a necessidade de abordar aspectos emotivos, dramáticos e espetaculares para conseguir audiência, a simplificação e redução do grau de complexidade das questões abordadas e os discursos apresentados sem história e sem memória.

Barbeiro e Lima (2002, p. 36) garantem que

As empresas públicas de comunicação difundem o jornalismo de reflexão e não de reflexo, como objetivo de aprofundar o conhecimento da realidade, proporcionando o desenvolvimento do espírito crítico e estimulando uma participação política e social ativa. É uma contribuição para que o cidadão seja o sujeito e não o objeto da História.

Por ser uma televisão universitária e não obedecer às amarras de uma lógica mercadológica, a TV Feevale tem algumas vantagens em matéria de conteúdo e veiculação que não são permitidas em emissoras privadas.

Barbeiro e Lima (2002) discorrem que a condição de não depender, fundamentalmente, de verbas publicitárias e, conseqüentemente, buscar a audiência que justifique esses investimentos, permite à emissora pública um ritmo próprio de produção de reportagens que incitam a reflexão. Ainda complementam que “[...] o jornalismo público não objetiva a

conquista do mercado, por isso, pode se comprometer com o conjunto da sociedade em exercer a busca do interesse público” (BARBEIRO; LIMA, 2002, p. 37).

Para os autores, obviamente, a TV pública quer audiência, mas não faz concessões ao sensacionalismo como algumas empresas privadas de comunicação. A emissora particular tem a preocupação de gerar resultados. Um dos caminhos é a obtenção de audiência e isso pode custar a produção de programas de baixo nível cultural ou de comprometimento de social e político.

Bazi (2001) alega que a conquista da audiência de uma emissora regional passa, necessariamente, pela questão de qualidade de seus programas e de sua credibilidade junto ao público. A TV Feevale, por possuir ambas características – pública e regional –, se preocupa em atingir e alcançar visibilidade na região de Novo Hamburgo e, por esse motivo, busca sempre focar suas produções nos interesses dessa localidade.

Teixeira (2011) ressalta que a TV Feevale tem como dever mostrar as coisas de Novo Hamburgo, não sendo eficiente para a emissora a veiculação de outras localidades. “Hoje, quem mostra a cidade na mídia somos nós, e a população já tem a noção disso”. Uma das formas de alcançar tal intento, segundo o responsável pela TV Feevale, é trazer assuntos nacionais para o cotidiano de Novo Hamburgo, utilizando fontes da própria localidade.

A emissora ainda não realizou uma pesquisa de audiência, mas os responsáveis garantem que a aproximação com a população hamburguense rendeu frutos. Como relata Rodrigo Teixeira (2011), “[...] no início da TV, nós os procurávamos (a comunidade) muito mais do que eles nos procuravam, hoje isso ocorre de maneira inversa”.

Prova de tal afirmativa, ainda segundo ele, pode ser medida pela quantidade de e-mails e ligações que a TV Feevale recebe diariamente dos telespectadores com comentários e sugestões – cerca de 15.

Outra característica importante da TV Feevale está na escolha de suas pautas. Por não ter compromisso com a factualidade, a emissora aborda temas culturais que não tem espaço nas emissoras privadas. Barbeiro e Lima (2002) afirmam que o *hard news* não dá lugar para a análise, o jornalismo público se orienta por uma pauta pluralista. Dessa forma,

As empresas públicas de comunicação são comprometidas com as grandes causas de sociedade, como a participação ativa em coberturas que visem a proteção de crianças, o incentivo da participação comunitária, a preservação do meio ambiente, do patrimônio histórico e cultural, entre outras iniciativas (BARBEIRO; LIMA, 2002, p. 38).

Ainda de acordo com Barbeiro e Lima (2002), a TV pública tem que lançar mão de todos os atrativos do bom jornalismo para conquistar a audiência, como objetividade, leveza, profundidade e agilidade. Seus programas devem atrair o telespectador com notícias que contenham relevância, novidade, surpresa, beleza, enfim, tudo que possa fazer para que ele seja cativado por uma programação comprometida com a cidadania.

Bazi (2001) completa que além dos programas produzidos com enfoque regional, essas emissoras também realizam campanhas e eventos a fim de complementar sua filosofia de envolvimento comunitário como empresa. Essa ação comunitária possui um objetivo certo: o telespectador regional. “A emissora sabe que, com a realização dessas campanhas e eventos, conseguirá manter sempre sua credibilidade junto aos telespectadores” (BAZI, 2001, p. 56).

Entretanto, Barbeiro e Lima (2002) alertam para o cuidado com matérias referentes a campanhas e deixam claro que a reportagem de assuntos referentes à prestação de serviços deve ter a mesma qualidade, seriedade, exatidão e credibilidade de qualquer outro gênero de matéria. Dessa forma, não pode ser considerada reportagem de menor importância.

Tendo o telespectador da cidade de Novo Hamburgo como foco central, a TV Feevale tenta inseri-lo no contexto local da cidade, utilizando a mídia como forma de divulgar ações e fatos recorrentes a ela, sendo eles cotidianos ou não, como expõe Rodrigo Teixeira (2011): “[...] quando Novo Hamburgo aparece em outras emissoras é porque algo ruim aconteceu. Elas têm pouco espaço e priorizam, assim, acontecimentos da Capital ou tragédias. Aqui o telespectador tem a possibilidade de enxergar as coisas boas da região e com um tempo melhor”.

Em 2011, a TV Feevale conta com 25 funcionários, entre eles jornalistas, técnicos e estagiários provindos dos cursos de jornalismo, *design*, jogos digitais, publicidade e propaganda, engenharia eletrônica e relações públicas da Universidade Feevale.

A TV Feevale produz hoje dezessete programas de diversas temáticas<sup>13</sup>, sendo eles: “Ambiente em Foco”, um *programete* quinzenal com duração de 5 minutos, que trata de ações de responsabilidade socioambiental através de entrevistas e matérias com ONGs, entidades e empresas; “Autografando”, programa mensal com 30 minutos de duração, que traz entrevistas com renomadas personalidades de diversas áreas; “Especiais”, que apresenta grandes reportagens,

---

<sup>13</sup> Informações retiradas do site da TV Feevale.

entrevistas e coberturas de eventos; “Eu Fui”, programa mensal que apresenta entrevista com intercambistas da Feevale; “Faça Mais”, programa que mostra ações de responsabilidade social de empresas, instituições de ensino e Organizações Não-Governamentais na região do Vale do Rio dos Sinos; “Feevale no ar”, programa em formato de telejornal, que aborda pautas institucionais relacionadas ao ensino, pesquisa e extensão, apresenta matérias sobre palestras, seminários, exposições, estudos acadêmicos e projetos desenvolvidos junto à comunidade; “Filhos”, que fornece à comunidade dicas de educação, desenvolvimento e tudo que possa ser interessante aos pais; “Interrogando o pensamento”, programa de entrevista que procura ir ao cerne do tema abordado; “Líderes e Empreendedores”, programa de entrevistas com convidados, lideranças e empresários da região; “Peça Única”, que é um *programete* de moda com dicas de estilo e histórias curiosas do mundo *fashion*; “Per Cursos”, que apresenta os cursos de graduação e especialização da Feevale, percorrendo os laboratórios, grupos de pesquisas e projetos de extensão que promovem a integração com a comunidade de Novo Hamburgo e região; “Por Dentro da Feevale”, *programete* que leva o telespectador para dentro dos mais variados setores e ambientes da Feevale; “Saúde e Beleza”, programa quinzenal com duração de 15 minutos, que traz dicas de alimentação, beleza e tudo que fala sobre o bem-estar físico e mental; “Tá na Sala”, que tem a proposta de abordar temas ou atividades que estejam ocorrendo dentro das salas de aula da instituição; “Toca Aí”, programa mensal com duração de 20 minutos, que abre espaço para novas bandas; “TV Feevale Notícias”, telejornal diário que divulga as principais notícias e fatos que são destaque na região, além de assuntos ligados à economia, à saúde, ao esporte, ao lazer, à previsão do tempo, entre outros, aborda, também, temas especiais através de quadros

como Momento Cidadão e Esporte no Vale e, por fim, “VÍdeo Bula”, programa quinzenal com duração de 30 minutos, que abre espaço para as produções audiovisuais de universidades, escolas e independentes.

Após esta contextualização acerca da TV Feevale, serão considerados os conteúdos exibidos pela emissora. Foram selecionadas 30 reportagens exibidas pelo telejornal TV Feevale Notícias durante os meses de julho e agosto de 2011. A escolha por este programa em específico se deu devido ao fato de ser a única produção diária da emissora com um constante fluxo de informações. A escolha das reportagens foi feita de maneira aleatória, procurando, assim, obter material diversificado e plural para a análise. O TV Feevale Notícias é exibido pelo canal 15 da NET em Novo Hamburgo e a captação do *corpus* foi realizada através de *downloads* dos programas disponíveis no canal da TV Feevale no *Youtube*<sup>14</sup>.

Foram analisados dentro de cada reportagem o tema, os cenários, os entrevistados e a contribuição cultural para a comunidade. A partir desses elementos, pode-se perceber a relação que a TV Feevale cria com os moradores de Novo Hamburgo a partir de suas matérias jornalísticas.

A partir da análise realizada no *corpus* em questão, podem-se observar alguns elementos que compõe a prática jornalística da TV Feevale e seu envolvimento com a comunidade. Por ser um telejornal local, o programa trouxe, em todas as trinta reportagens analisadas, pautas<sup>15</sup> referentes a assuntos voltados, fundamentalmente, à comunidade em que está inserido. Notícias sobre saúde da população,

---

<sup>14</sup> Disponível em <<http://www.youtube.com/tvfeevale>>.

<sup>15</sup> Roteiro dos assuntos de interesse jornalístico com sugestão de abordagens e informações capazes de orientar a equipe de produção (MACIEL, 1995).

entretenimento, educação, projetos sociais, variedades, cultura e a própria universidade Feevale foram abordados, demonstrando assim, que o TV Feevale Notícias se detém em assuntos não factuais, mas que tenham um cunho de orientação e até mesmo educacional para com a comunidade hamburguense. Entre as reportagens analisadas, não houve ocorrência, por exemplo, de matérias mais “duras”, como as da editoria policial, de tragédias, acidentes ou intempéries.

A TV Feevale tem muito bem demarcada, em suas transmissões, as características do jornalismo público, cujos principais traços são o comprometimento com o interesse público, considerando o telespectador como um cidadão e não apenas como um consumidor de notícias como um outro qualquer. A TV Feevale tem a noção de sua capacidade em resolver os problemas da comunidade.

A marca germânica da cidade foi abordada não pela emissora, mas pelos próprios entrevistados, como no depoimento: “Aqui é uma região de alemães, fomos contemplados com esse show (do cantor alemão Cris Wolf em Novo Hamburgo)”, e outros entrevistados, inclusive, evidenciando o enfraquecimento da cultura germânica na cidade, como pode ser observado na fala: “Pena que boa parte do pessoal não entendeu o alemão, mas eu, como sou das origens, foi muito bom poder falar e escutar (o alemão)”.

Outra característica marcante do telejornal Feevale Notícias é a quantidade considerável de reportagens institucionais da Universidade Feevale. Das trinta analisadas, oito faziam referência ao nome da Universidade ou eram realizadas no próprio campus, tendo como entrevistados a comunidade acadêmica.

Salvo em raros casos (como turistas, atores e cantores visitantes), todos os entrevistados provieram da própria comunidade

hamburguense, ressaltando a máxima do telejornalismo regional de que “a comunidade tem voz”. Seguindo a mesma lógica, os cenários em que ocorreram as gravações eram eminentemente da cidade de Novo Hamburgo, sendo de fácil reconhecimento para seus habitantes.

Por fim, das trinta matérias jornalísticas do *corpus*, oito eram abordagens de projetos sociais desenvolvidos no município. Bazi (2001) fala que as emissoras regionais retratam tais eventos a fim de complementar seu envolvimento na comunidade. A emissora sabe que, com essas campanhas, conseguirá manter sua credibilidade junto ao público.

## **Considerações Finais**

Conceitualmente, a televisão universitária é muito mais do que uma televisão estudantil. Considerando que em algumas localidades não existe uma TV de cobertura restrita a apenas uma cidade, ela surge como uma forma de expressão audiovisual de sua comunidade, relatando suas atividades, seus projetos, e afirmando uma identidade sólida do grupo ao qual se insere.

Nesse sentido, a universidade brasileira se afirma, através da televisão universitária, como uma importante benfeitora da comunidade local, ao mesmo tempo em que os cidadãos passam a encará-la como um local de difusão de informações, de cultura, de educação e de cidadania.

O estudo da TV universitária tem uma incipiente história de interesse nas pesquisas acadêmicas e carece de muitas investigações, não só do ponto de vista histórico, como também de seus modos de produção. Este tipo de contexto remete, diretamente, à construção

de uma identidade e de um pertencimento a esta mídia tão platinada e etérea como a tevê.

Esses questionamentos moveram o interesse em investigar uma parcela de produção da TV universitária e local, a TV Feevale, através do telejornal, eminentemente, hamburguense, no TV Feevale Notícias. O resultado dessa análise apresentou diferentes acepções sobre o tema e propôs, também, alguns percursos de compreensão deste modo de fazer a produção de notícias para a televisão nesse contexto em específico.

A TV Feevale, por ser universitária e não precisar se submeter à lógica de mercado que guia as outras emissoras do Estado, consegue abordar com mais precisão a comunidade hamburguense e, conseqüentemente, criar laços de identidade com ela. Por possuir uma linha editorial diferenciada dos outros canais informativos veiculados na região – todos eles particulares, ela tem a possibilidade de produzir e veicular a notícia em um tempo, consideravelmente, maior. Assim, é um canal que aborda temas mais leves, livres de sensacionalismo e que dá voz para a comunidade.

Também por ser regional, a TV Feevale se preocupa em atingir e alcançar visibilidade na região de Novo Hamburgo e, por esse motivo, busca sempre focar suas produções nos interesses dessa localidade. Ela consegue ser um agente potencializador da identidade cultural da comunidade.

As marcas identitárias da colonização alemã são referidas pela própria população, demonstrando, assim, que a comunidade de Novo Hamburgo preza o histórico de sua colonização, ao mesmo tempo em que está ciente das transformações culturais e da perda dos traços germânicos na contemporaneidade.

A abordagem recorrente do nome da Universidade Feevale se justifica como uma ação de marketing da instituição, com o intuito de dar visibilidade às ações da universidade, juntamente, com as da comunidade, estando, dessa forma, próxima aos acontecimentos da região. Além disso, a aproximação entre mídia e comunidade se dá tanto pelo contato direto com o público a que se destina, quanto pela cobertura de temas que remetam, diretamente, a esse determinado nicho da sociedade.

Fica claro, através da análise realizada, que a TV Feevale faz uso do telejornal TV Feevale Notícias para prezar pela preservação do histórico cultural de Novo Hamburgo, retratando, de maneira singular no mercado televisivo, as principais características que compõe a identidade local da cidade através da cobertura de eventos culturais, educativos e de interesse público. Ela se solidificou, ao longo dos anos, como um lugar de referência aos telespectadores hamburgueses e como uma importante difusora da memória e cultura da cidade de Novo Hamburgo.

## **Referências**

ABTU – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA. **As perguntas mais comuns sobre televisão universitária, a ABTU e a RITU.** Disponível em: <<http://www.abtu.org.br>>. Acesso em: 15 mar. 2012.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. **TV Regional: trajetória e perspectivas.** Campinas: Editora Alínea, 2001.

BERGESCH, Walmor. **Os Televisionários**. Porto Alegre: Ardotempo, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

COUTINHO, Iluska; FERNANDES, Livia. Telejornalismo local e identidade: o jornal da alterosa e a construção de um lugar de referência. In: XII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO REGIÃO SUDESTE. Juiz de Fora, 2007. **Anais...** Juiz de Fora: 2007.

CRUZ, Dulce M. **Televisão e negócio: a RBS em Santa Catarina**. Florianópolis: UFSC, 1996.

GUIMARÃES, Michelle. Jornalismo público e a cidadania na TV universitária. In: XV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO REGIÃO SUDESTE. Vitória, 2010. **Anais...** Vitória: 2010.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 5. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

MACIEL, Pedro. **Jornalismo de televisão: normas práticas**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1995.

MCLUHAN, Marshall. **La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXXI**. Barcelona: Gedisa, 1996.

RAMALHO, Azilmar Rodrigues. **O perfil da TV universitária e uma proposta de programação interativa**. São Paulo, 175 f.

2010. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.

SCHIRMER, Lauro. **RBS: da voz-do-poste à multimídia**. Porto Alegre: L&PM, 2002.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

TEIXEIRA, Rodrigo. **A história da TV Feevale**: estúdio da TV Feevale. Novo Hamburgo, 02 de junho de 2011. Entrevista concedida a Aline Donato.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO. **Site da TVU de Pernambuco**. Disponível em <[www.ufpe.br](http://www.ufpe.br)> Acesso em: 3 abr. 2012.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. **TV Campus**. Disponível em: <[www.ufsm.br/tvcampus](http://www.ufsm.br/tvcampus)>. Acesso em: 9 abr. 2012.

UNIVERSIDADE FEEVALE. **TV Feevale**. Disponível em: <[www.feevale.br/institucional/marketing/tv-feevale](http://www.feevale.br/institucional/marketing/tv-feevale)>. Acesso em: 12 mai. 2012.

VIZEU, Alfredo Eurico; CORREIA, João Carlos. **A construção do real no telejornalismo**: do lugar de segurança ao lugar de referência. Porto Alegre: 2006.

WOLTON, Dominique. **A outra globalização**. Lisboa: Difel, 2004.

# A CULTURA DA CONVERGÊNCIA NA UNIÃO ENTRE TELEVISÃO E WEB: UM ESTUDO DO CQC 3.0<sup>1</sup>

*Aline Streck Donato*<sup>2</sup>

*Paula Regina Puhl*<sup>3</sup>

## **Introdução**

O desenvolvimento de novas tecnologias para o mercado midiático acarreta em uma transformação social no momento em que novas manifestações culturais surgem através do uso que os espectadores fazem acerca das novas ferramentas e estratégias de mídia. A convergência midiática se estabelece, neste contexto de inovações dos meios de comunicação, como agregadora de

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado no VI Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber) na categoria Entretenimento Digital, realizado de 6 a 8 de novembro de 2012 na Universidade Feevale.

<sup>2</sup> Mestranda em Processos e Manifestações Culturais e bolsista /Prosup/CAPES na Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). *E-mail:* alline.donato@hotmail.com

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação (PUC-RS) e docente no Mestrado em Processos e Manifestações Culturais na Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). *E-mail:* paulapuhl@feevale.br

potencialidades de veículos de informação distintos, com o intuito de aprimorar a maneira como o consumo do produto midiático será realizado, assim como permite que o receptor deixe de ser passivo e passe, a partir das peculiaridades inerentes à convergência, a participar do processo de criação e difusão da informação.

O fluxo constante dos conteúdos de mídia perpassa pelos mais diversos canais midiáticos, sendo que os curadores da convergência midiática são os próprios usuários que, em algum momento ao longo desse processo, acabam trocando de papel com os produtores de conteúdo, fazendo emergir, no cenário social, um novo conceito de receptor midiático.

A relação que se estabelece entre as mídias já não é novidade. Atualmente, é muito comum, por exemplo, que a televisão transmita vídeos retirados da *Web* e que produtos televisivos sejam disponibilizados na rede.

Para entender a união de duas mídias distintas e sua influência na produção simbólica dos usuários, faz-se necessário aqui uma breve compreensão acerca de cada uma delas em específico. Na televisão, a informação é, preferencialmente, transmitida de maneira cronológica, para que o telespectador consiga acompanhar o desenvolvimento dos fatos de maneira temporal, enquanto, na *Web*, a não-linearidade e a fragmentação da notícia fazem com que o leitor acompanhe a informação a partir dos elementos que considera importantes na ordem que lhe convir. Enquanto a informação transmitida na televisão é feita para ser compreendida em todos os públicos, na *Web*, ela ainda é acessada por um público segmentado e mais restrito, devido ao alto custo dos equipamentos que possibilitam a interação e, conseqüentemente, a linguagem é

mais elaborada. Outra potencialidade da *Web* é a disseminação da informação, que, ao contrário da televisão, não está condicionada a um canal de transmissão e, desse modo, qualquer pessoa, em qualquer parte do mundo (desde que tenha acesso à rede), pode recebê-la. A informação na *Web* se dá através de um produto discursivo e as relações entre emissor e receptor são estabelecidas através das ferramentas que possibilitam a interação e que são exclusivas do próprio meio. Esse *feedback* entre produtor e receptor de conteúdo é um elemento que ainda não é tão eficiente na televisão.

A união de duas mídias estabelece novas diretrizes para o pensamento acerca de uma nova manifestação cultural. Por meio da produção, recepção e construção das formas simbólicas das mídias, a convergência dos meios gera na sociedade uma reconfiguração na forma de entender o processo e mercado midiático. O caminho da experimentação das novas tecnologias ainda tem muito que se desenvolver, mas fica claro que está, aos poucos, através da inovação dos meios de comunicação, transformando a cultura da sociedade atual.

Em uma era em que o desenvolvimento de novas tecnologias ocorre de maneira quase diária, é fundamental compreender a função da sociedade perante tal conjunto de inovações. Cada vez o indivíduo está mais conectado com o mundo em que vive e a profusão de informações que recebe por intermédio da mídia é constante. A importância da pesquisa acerca da produção e compreensão dos novos produtos midiáticos, resultantes da convergência entre meios de comunicação, se justifica pelas transformações culturais que possibilitam no cerne da sociedade moderna e na constituição do indivíduo.

Os estudos que concernem à convergência entre a televisão e a *Web* ainda são insipientes no sentido de compreensão do processo em voga, sendo que a possibilidade de união destas duas mídias começa a ser pensada e executada, tardiamente, pelos meios de comunicação. Um exemplo recente pode ser observado no programa CQC 3.0. O programa, que possui um formato inédito no Brasil, integra a lógica de produção televisiva com as ferramentas e o processo de difusão da informação característicos da *Web*. Com elementos que o aproximam do *infotainment*<sup>4</sup>, o CQC 3.0 é produzido pela Rede Bandeirantes de Televisão e ofertado através da *Web* nas segundas-feiras após o encerramento da transmissão do programa Custe o Que Custar<sup>5</sup> na TV. O programa CQC 3.0 tem duração de aproximadamente trinta minutos e é uma continuação do programa CQC na *Web*, em que os apresentadores interagem com os espectadores através de conferências de vídeo, redes sociais e *chat*.

## **A cultura da convergência**

O termo convergência é designado por Jenkins (2009) como o fluxo de conteúdo através de múltiplas plataformas das mídias, assim como a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e o comportamento “migratório” dos públicos dos meios de comunicação. Segundo ele, o usuário, hoje, vai a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que deseja.

---

<sup>4</sup> Termo utilizado para caracterizar a aproximação entre informação e entretenimento.

<sup>5</sup> Popularmente, conhecido como CQC.

A convergência, dessa forma, serve para atender as necessidades e os desejos de quem não se satisfaz apenas com a informação fornecida por uma mídia tradicional, e sim, procura através da inovação, uma maneira de ter sua curiosidade suprida pelas ferramentas disponíveis na convergência. Como reitera Jenkins (2009, p. 30), “[...] a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. A convergência pode ser encarada como o resultado dos anseios do consumidor moderno.

O autor diz ainda que o processo pode se definir devido à tecnologia, pois

Diversas forças começaram a derrubar os muros que separam esses diferentes meios de comunicação. Novas tecnologias midiáticas permitiram que o mesmo conteúdo fluísse por vários canais diferentes e assumisse formas distintas no ponto de recepção (JENKINS, 2009, p. 38).

O antigo paradigma da revolução digital, de acordo com Jenkins (2009), presumia que as novas mídias substituiriam as antigas e que tudo isso permitiria aos consumidores acessar os conteúdos com mais facilidade. Em contrapartida, para ele, o que se estabeleceu foi o emergente paradigma da convergência, que garante que novas e antigas mídias possam interagir de formas cada vez mais complexas. Resumidamente, percebe-se que os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos, mas revendo suas funções, que estão sendo transformadas em decorrência da introdução de novas tecnologias.

Tal mudança de padrão demonstra a transformação pela qual passaram os mercados midiáticos, ou como ressalta Jenkins (2009, p. 27): “[...] é onde velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”.

A convergência, então, é um campo que combina tecnologias, ferramentas, linguagens, meios, produtores e receptores de conteúdos midiáticos. De natureza híbrida, integra elementos selecionados para proporcionar uma eficiência maior na transmissão de conteúdo e é, no contexto digital, segundo Aquino (2010), que sua função se potencializa.

É no ambiente digital, inclusive, que o receptor tem a possibilidade de participar, embora em níveis de diferentes graus de influência, do processo de produção de conteúdo. Jenkins (2009, p. 189) corrobora que “[...] o momento atual de transformação midiática está reafirmando o direito que as pessoas têm de contribuir ativamente com sua cultura”.

A partir de tal assertiva, entende-se que a convergência não é apenas aquela que ocorre entre equipamentos, mas a que realiza transformações de cunho social a partir das interações realizadas através de seus aparatos tecnológicos, dando ao receptor – e agora também produtor de conteúdo – a opção de participar, ativamente, na construção da informação. São os usuários dos produtos midiáticos que sedimentam as mídias em decorrência do consumo. Através da convergência, eles podem, além de trocar informações sobre o meio, fazer sugestões e fornecer sua opinião, em uma troca constante com outros usuários e os responsáveis pelo produto midiático.

Aquino (2010) destaca o papel do público na participação do processo de produção e circulação de conteúdos midiáticos. De acordo com a autora, além de um caráter técnico, o conceito de convergência faz referência ao estabelecimento de um contexto cultural. O poder destinado ao receptor não se limita a apenas escolher o horário e o produto midiático que irá consumir. Ele tem a capacidade de opinar, orientar e formar laços sociais com consumidores iguais a ele, além de estabelecer uma relação de mão-dupla com os produtores de mídia. A convergência não se concretiza sem a participação dos atores sociais.

Jenkins (2009), a partir de tal ponto de vista, garante que a circulação de conteúdos depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Para ele, “[...] a indústria midiática está cada vez mais dependente dos consumidores ativos e envolvidos para divulgar marcas num mercado saturado” (JENKINS, 2009, p. 190). É como se a função de “curador da convergência” fosse atribuída ao usuário, sendo que é para ele e através dele que a fusão dos meios se configura e alcança o êxito pretendido pelos conglomerados midiáticos. Os intercâmbios constituídos entre usuários e produtores das mídias convergentes são potencializados, também, não unicamente pela emissão de um produto em específico para diversos suportes.

Em resposta à convergência midiática, segundo Jenkins (2009), surgiu a narrativa transmídia. O autor relata que ela é a arte da criação de um universo, pois os consumidores assumem o papel de caçadores e coletores de pedaços de histórias que se desenrolam por meio de múltiplas plataformas. Em suma, a narrativa transmidiática é a produção de um mesmo conteúdo em diversos aparatos tecnológicos.

Jenkins (2009) afirma ainda que existem grandes motivações econômicas na narrativa transmídia, devido ao interesse em unir entretenimento e *marketing*, criando assim, ligações emocionais nos consumidores para que estes busquem mais informações acerca de um produto em diversas mídias e, conseqüentemente, aumentem as vendas.

Os formatos dos produtos da era convergente também devem ser pensados e desenvolvidos de modo que seus potenciais possam ser exequíveis pelos aparatos técnicos que integram o processo. As possibilidades interativas devem ser levadas em conta, pois é através dessas ferramentas de *feedback* que os produtores terão o retorno acerca do que criam.

Aquino (2010) afirma que a maneira que o produto convergente será consumido perpassa não apenas o âmbito técnico, mas também pelas formas de produção e pelas maneiras de recepção, influenciadas não só pelos contextos e aparatos tecnológicos, como também, pelas possibilidades de interação mediadas por tal conjunto de tecnologias.

O produto convergente, para alcançar êxito e cumprir as funções com as quais se propõe, deve ser pensado de tal maneira que atenda as características da inovação que fazem que as novas mídias não se tornem obsoletas ou caiam em desuso. Como foi apresentada anteriormente, a hipótese de que uma mídia nova e em ascensão destrói a anterior é descartada na era da convergência. Não existe batalha entre elas, uma vez que a intersecção e o aproveitamento de ferramentas de ambas as partes é que constituem a lógica de um produto convergente.

Alguns autores defendem que já não há mais sentido em tentar separar as mídias, sendo que tudo é conteúdo digital que pode

ser convertido para distintas plataformas. “As empresas não mais se definem como produtoras de uma única mídia (revista, internet, televisão, etc.), e sim como produtoras de conteúdo” (CANNITO, 2010, p. 84).

A escolha pela não definição de um produto acarreta na tendência de fusões entre empresas de diferentes setores da mídia. Dessa forma, elas podem criar conteúdos híbridos, sem o compromisso de seguir um padrão já estabelecido na produção de conteúdo referente à determinada mídia. A combinação entre televisão e internet tem sido vista como uma promissora aposta para o futuro do mercado midiático. É sabido que a televisão, atualmente, é o meio de comunicação mais influente na vida dos brasileiros, enquanto a internet vem se consolidando como um espaço de livre circulação de conteúdos.

Quando se aborda o tema da convergência entre a televisão e internet, estabelece-se como ferramentas essenciais a interatividade<sup>6</sup>, a democratização dos produtores, os conteúdos colaborativos, horários de programação a escolha do usuário e as ferramentas para que os receptores se expressem. Tais aparatos permitem que exista, através da relação produtor/receptor, uma maior eficácia na recepção do conteúdo veiculado.

O presente processo de convergência de mídias e de conteúdos, que contempla um convívio comum entre o fluxo contínuo das grades de televisão com os fluxos fluídicos, não lineares da internet, efetivamente, tem movimentado as relações entre as instâncias de

---

<sup>6</sup> “Conexões e reinterpretações produzidas ao longo de zonas de contato pelos agenciamentos e bricolagens de novos dispositivos que uma multiplicidade que atores realizam” (LÉVY, 1993, p. 107).

produção e recepção. A interatividade nos produtos televisivos se define como um diálogo que leva os espectadores da postura passiva à de agentes, ainda que por meio de suas escolhas. Para Cannito (2010, p. 144), essa lógica remete que “[...] o espectador tem a impressão de que também está no comando do ‘jogo’, algo que a televisão se empenhava em fazer e que só se efetivou no ambiente digital”.

Santaella (2003) colabora com o tema ao acrescentar que com a introdução dos microcomputadores pessoais e portáteis, os espectadores começaram a se transformar também em usuários. Para ela, isso significa que começou a mudar a relação receptiva de sentido único com o televisor para o mundo interativo e bidirecional que é exigido pelos computadores. Hoje, segundo a autora, as telas dos computadores estabelecem uma interface entre a eletricidade biológica e tecnológica, entre o utilizador e as redes, e, na medida em que o usuário foi aprendendo a falar com as telas, através dos computadores, telecomandos, gravadores de vídeos e câmeras caseiras, seus hábitos exclusivos de consumismo automático passaram a conviver com hábitos mais autônomos de discriminação e escolhas próprias.

Após apresentar este diâmetro de discussão acerca da cultura da convergência, o presente estudo vai apresentar uma análise acerca do programa de CQC 3.0 produzido para a internet. O programa, que tem duração de 30 minutos, é uma continuação daquele que é veiculado em rede pela Rede Bandeirantes de Televisão nas segundas-feiras às 22 horas e 30 minutos.

## CQC 3.0

Com o *slogan* “CQC 3.0, o canal de interatividade entre você e os apresentadores do CQC”<sup>7</sup>, o programa deixa bem claro que o foco principal do CQC 3.0 é o próprio espectador/usuário. Utilizando os mesmos apresentadores do CQC emitido pela Band, o CQC 3.0 é improvisado e oferece discussões dos temas e reportagens tratados no programa exibido na televisão, além de realizar concursos culturais com os espectadores e trazer alguns conteúdos exclusivos. O *site*<sup>8</sup> pelo qual o programa CQC 3.0 é transmitido apresenta uma estrutura peculiar que agrega, por meio de uma interface interativa, a possibilidade do usuário participar do programa utilizando as redes sociais *Facebook* e *Twitter*<sup>9</sup>, *chat*<sup>10</sup> do próprio programa e conferência de vídeo via *Skype*<sup>11</sup>.

O usuário pode se inscrever para participar do programa ao vivo, mesmo fora do estúdio (via *Skype*), candidatar-se para que os

---

<sup>7</sup> Disponível em <<http://cqc.band.com.br/cqc30.asp>>.

<sup>8</sup> Idem.

<sup>9</sup> De acordo Melo e Silveira (2011), são novas mídias sociais viabilizam um contato instantâneo com os públicos de interesse, tornando mais interativo o diálogo entre estes.

<sup>10</sup> Barth (2011) parte da Wikipédia para definir *chat* como conversação ou bate-papo (termo usado no Brasil), utilizado para designar aplicações de conversação que incluem programas de *Internet Relay Chat* (IRC), conversação em sítio *Web* ou mensageiros instantâneos.

<sup>11</sup> Cavalcanti (2005) afirma que é um programa de mensagens instantâneas com ênfase na comunicação via áudio e em chamadas telefônicas via Internet, mas que permite também mensagens de texto. Pode ser baixado gratuitamente a partir de seu sítio oficial, acessível em <<http://www.skype.com>>.

integrantes do programa visualizem, comentem e curtam o *Facebook* dos usuários, enviar vídeos cômicos para participarem do *Top Five*<sup>12</sup> e assistir os programas anteriores.

No CQC 3.0, também em discrepância com o da televisão, Oscar Filho, Marco Luque e Marcelo Tas têm liberdade de tratar assuntos que são “tabus” na mídia televisiva, como a menção de emissoras concorrentes e o uso de palavras.

Outra característica a ser apontada sobre o CQC 3.0 é que o programa tem delimitado a sua duração ao vivo. Após esta transmissão, o vídeo fica disponível no site do programa, mas fica descartada a participação do usuário.

É evidente que as constantes referências ao CQC da televisão fazem parte da constituição do CQC 3.0. O programa pode ser compreendido como um ambiente de discussão entre os apresentadores e os internautas a respeito dos temas abordados no programa da televisão, além de agregar características interativas que, devido ao formato, não teriam tanto êxito na TV. Isso propicia, tanto aos apresentadores quanto aos internautas, a viabilidade de discorrer com mais liberdade e autonomia, em questão de linguagem, os assuntos pautados pelo CQC da televisão.

A interação entre o internauta e os apresentadores é o carro-chefe do CQC 3.0, fato que pode ser observado pelo próprio *slogan* do programa: CQC 3.0, o canal de interatividade entre você e os apresentadores do CQC. A partir do exame dos elementos que compõe a categoria interatividade, pode-se verificar que ela fundamenta a lógica do programa, pois realiza a troca de experiências

---

<sup>12</sup> Quadro do CQC que apresenta os cinco vídeos mais engraçados da televisão.

entre produtor e receptor de conteúdo. Assim, fica clara a importância do internauta na construção das informações transmitidas pelo CQC 3.0, uma vez que é ele quem dita o curso que será tomado por parte dos apresentadores e os assuntos abordados ao longo do programa.

Di Felice (2008) afirma que, com a comunicação digital, surgiram novas maneiras na sociedade, produzidas nas redes e surgidas nas telas dos computadores através das interações digitais. A introdução de novas tecnologias comunicativas passou a atingir a interação com o mundo, contribuindo para determinar a transformação da estrutura de percepção da realidade.

O autor diz ainda que a diferença entre comunicação analógica e digital encontra-se no fato de que a forma analógica se dá na transmissão de informações de um emissor em direção a um receptor, em um fluxo unilateral, enquanto a comunicação digital é um processo em rede e interativo. Acontece que, na comunicação digital, se substitui a relação entre emissor e receptor por uma interação de fluxos informativos entre o internauta e as redes.

Já Castells (1999) afirma que este tipo de interação, que pode ser observada no CQC 3.0, realiza uma relação de todas as mensagens em um padrão cognitivo comum, enquanto Aquino (2010) afirma que os modos que o produto convergente será consumido decorre também das maneiras de recepção, influenciadas pelas possibilidades de interação mediadas por tal conjunto de tecnologias.

Alguns minutos antes de iniciar o programa CQC 3.0 via *Web*, é liberada a entrada dos usuários no *chat* da plataforma. A partir deste momento, já começam a surgir comentários de internautas acerca do CQC da televisão. Em trinta minutos de duração do CQC 3.0, vários comentários fizeram referência a situações ocorridas no

CQC, o que infere que o comportamento migratório do público efetua-se nessa instância de comunicação. Ou seja, logo após o término do CQC emitido pela televisão, grande parte do público passa a utilizar outros meios de comunicação para consumir mais informações acerca do programa.

França (2009) afirma que a relação entre as mídias não é de concorrência, o que reforça o diálogo entre os veículos midiáticos ao invés de enfraquecer os diferentes meios. Os programas televisivos, de acordo com ela, possibilitam desdobramentos com maiores informações aos usuários.

Por meio do site do CQC 3.0, os internautas possuem quatro diferentes maneiras de participar do programa. A primeira delas é através do *chat*, que começa sua transmissão toda segunda-feira minutos antes do início do CQC 3.0. Para fazer parte do *chat*, o usuário deve cadastrar um nome ou apelido. Ele pode enviar imagens e ainda tem a possibilidade de se conectar através das redes sociais *Facebook* e *Twitter*. Quando conectado a qualquer uma destas redes, é permitido ao internauta o compartilhamento do comentário de qualquer usuário do *chat*.

Outro modo de participação do usuário no site é através do “Vc no CQC”. Para entrar ao vivo no programa (fora do estúdio), o internauta deve ter uma conta no *Skype*, uma *webcam* e um microfone. Após preencher um formulário *online*, contendo alguns dados como nome, e-mail, telefone, perfil do *Facebook* e endereço no *Skype*, o usuário deve gravar um vídeo mostrando seu talento especial, além de deixar uma mensagem relatando o porquê de sua motivação a participar do programa. Toda segunda-feira é escolhido um espectador para participar do CQC 3.0.

“Invasão *Facebook*” é a terceira ferramenta que permite a participação dos usuários no CQC 3.0. Se escolhido, o internauta terá suas fotos e conta no *Facebook* comentadas pelos apresentadores durante o programa, além de ser destaque no *site* do CQC por uma semana e ganhar um *avatar*<sup>13</sup> especial para usar nas redes sociais. Para se candidatar, o usuário deve fornecer seu nome, e-mail, telefone e perfil no *Facebook*.

Por fim, o espectador do CQC 3.0 ainda pode participar do programa por meio do *Top Five* 3.0. Para isso, deve enviar qualquer vídeo da internet que ache engraçado, sendo que o mais votado da semana é exibido no programa.

Sobre o CQC 3.0, Frey et al. (2011) relata que é uma ferramenta que permite ao internauta interagir diretamente com os apresentadores, e que, nesse formato, os internautas podem enviar vídeos e perguntas de seu interesse que serão abordadas ao longo do programa.

Lusvargui (2012), nesse sentido, aponta que a *Web* proporcionou a expansão de conteúdos midiáticos, fazendo com que os grupos de mídia ampliem seu alcance. O jornalismo do entretenimento, por exemplo, embora moldado enquanto fluxo de comunicação pela internet, encontra um parceiro ideal na televisão, pois garante o retorno de notícias destinadas a atender as massas.

O que se observa no site do CQC 3.0 é a tentativa de estabelecer um vínculo entre produtor de conteúdo e espectador. As diversas ferramentas fornecidas pela *interface* do *site* reiteram o poder que o usuário tem na era da convergência das mídias. No caso

---

<sup>13</sup> Segundo Soares et al. (2006), é a representação do internauta no mundo virtual.

do CQC 3.0, em específico, percebe-se que, salvo algumas exceções, todo o programa se baseia pela participação dos internautas.

## **Considerações Finais**

O debate que é movimentado a respeito de qual mídia é mais importante ou que irá se sobressair sobre as demais não tem mais espaço na convergência. Nela, tudo se funde, conflui, mescla. A convergência dá a possibilidade de os produtores experimentarem novas práticas que atuem simultaneamente em diversas plataformas e, dessa forma, aprimoraram os produtos midiáticos. E quem sai ganhando é o usuário.

Agora, ele não precisa mais se enquadrar na figura passiva de espectador passivo, que tinha como “arma” apenas o controle remoto para se defender das imposições dos veículos midiáticos. Ele pode, agora, navegar pelas possibilidades de seu interesse, escolhendo o tempo e as maneiras para tal apreciação do produto.

Com a convergência dos meios de comunicação, os receptores têm a possibilidade de se comunicar melhor e, conseqüentemente, diminuir os vazios informativos, possibilitando uma melhor convivência social. A inovação que se dá através dessas práticas quebra fronteiras, mostrando práticas que, diariamente, se renovam e se aperfeiçoam em uma sequência cada vez mais veloz.

Atualmente, o telespectador pode, ao mesmo tempo em que assiste a seu programa favorito, acessar mais informações sobre ele, além de interagir com outros usuários e os próprios produtores. Tal ação faz com que ele adquira voz e possa influir no conteúdo que está recebendo.

A *Web*, nesse contexto, entra como uma potencializadora do fluxo e difusão de informações. Através das ferramentas que disponibiliza, como a possibilidade de agregar em uma mesma página vídeos, textos e fotos, além do fácil envio destes de qualquer aparelho e pessoa que capte essas informações, ela permite que o usuário receba, em tempo real, os fatos que acontecem. A convergência entre os dois meios surge no mercado como uma plataforma midiática híbrida e eficiente ao que se propõe.

Outra característica dos produtos convergentes é a possibilidade de escolha dada aos usuários no consumo de informações. É ele quem decide, através de uma diversidade de produtos que lhe é ofertado, aquilo que julga importante saber. Os consumidores de informações passam, então, a formar grupos de interesse distintos, não sendo mais encarados pela mídia como uma sociedade de massa.

Uma importante estatística que deve ser levada em conta na era da convergência é que o número de pessoas que migraram da frente da televisão para o computador aumenta rapidamente, e a previsão é que tal fato ganhe ainda maior proporção a medida que o público vai rejuvenescendo. Esse público não se contenta mais com a passividade, ele necessita ouvir e ser ouvido.

O que ainda falta nesse processo de convergência, entretanto, é a inclusão das gerações não digitais para o uso de produtos que tenham essas peculiaridades referentes à inovação dos meios midiáticos. Isso poderá acontecer através do convencimento de que essa fusão será capaz de sanar os vazios informativos que os meios de comunicação comuns não conseguem.

Em uma análise inicial, observa-se que os elementos que contextualizam a cultura da convergência se fazem presentes na lógica e formato do programa apresentado. Além da participação do usuário, percebe-se que a interação entre produtores e receptores de conteúdo se dá de forma constante, sendo esta uma das principais características da narrativa do CQC 3.0.

Mesmo que, a primeira vista, pareça que se está assistindo a um produto televisivo em outra plataforma, as possibilidades de interação possíveis no processo quebram essa percepção. A interação que se dá através das ferramentas dispostas pela interface do *site* faz com que se perceba que estamos em uma nova era, em que a opinião do público é importante. E esse é o grande trunfo da convergência.

## Referências

AQUINO, Maria Clara. Redes Sociais como ambientes convergentes: tensionando o conceito de convergência midiática a partir do valor visibilidade. In: IV SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER. Rio de Janeiro, 2010. **Anais...** Rio de Janeiro: 2010.

BARTH, Daiani Ludmila. Uol chat: rotinas empíricas e significações. In: XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Recife, 2011. **Anais...** Recife: 2011.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio.** São Paulo: Summus, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e terra, 1999.

CAVALCANTI, Mário Lima. **Os possíveis prós e contras na utilização do e-mail e dos comunicadores instantâneos como ferramentas para se fazer entrevistas**. Portal Comunique-se [s.l.], 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/~boccmirror/pag/cavalcanti-mario-utilizacao-mail.pdf>> Acesso em: 23 mai. 2012.

DI FELICE, M. **Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008.

FRANÇA, Vera. A televisão porosa – traços e tendências. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 27-52.

FREY, Carolína et al. CQC e o telejornalismo humorístico: mero entretenimento ou ferramenta de desalienação? In: XVI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE. São Paulo, 2011. **Anais...** São Paulo: 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: 34, 1993.

LUSVARGUI, Luiza. CQC – Custe o que Custar: o jornalismo como entretenimento e espetáculo. **Alterjor**, São Paulo, v. 1, n. 5, jan./jun. 2012.

MELO, Daniele; SILVEIRA, Bianca. As redes sociais como nova ferramenta da comunicação empresarial e uma análise do Twitter e do Facebook do GBarbosa. In: XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Recife, 2011. **Anais...** Recife: 2011.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SITE DO CQC 3.0. Disponível em: <<http://cqc.band.com.br/cqc30.asp>>. Acesso em: 10 nov. 2012.

SOARES, José M. et al. Uma infra-estrutura para colaboração à distância como suporte à comunicação gestual. In: XXXIII SEMINÁRIO INTEGRADO DE SOFTWARE E HARDWARE. Campo Grande, 2006. **Anais...** Campo Grande: 2006.

# O “MAIOR ESPETÁCULO DA TERRA”: FUTEBOL E CULTURA DE MASSA NO BRASIL<sup>1</sup>

*Cleber Cristiano Prodanov*<sup>2</sup>

*Vinícius Moser*<sup>3</sup>

## **Introdução**

O futebol foi introduzido no Brasil no final do século XIX e evoluiu, rapidamente, ao longo do século XX. Ao longo de sua implantação e consolidação em terras brasileiras, essa modalidade esportiva afirmou-se como um dos mais importantes elementos da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul (INTERCOM SUL), em 2012.

<sup>2</sup> Doutor em História Social pela USP (SP), professor titular da Universidade Feevale em Novo Hamburgo (RS), onde atua também no corpo permanente do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais. É pesquisador do grupo de pesquisa em Cultura e Memória da Comunidade, na mesma instituição. *E-mail:* prodanov@feevale.br

<sup>3</sup> Graduado em História pela Universidade Feevale em Novo Hamburgo (RS). Mestrando, com bolsa Prosup/CAPES, em Processos e Manifestações Culturais, pela mesma instituição. *E-mail:* moser@feevale.br

formação da identidade brasileira. Com distintas fases, o papel do esporte vem se alterando ao longo do tempo na sociedade brasileira. Inicia como elemento de lazer de uma pequena classe dominante e torna-se uma paixão popular integradora, atividade profissional séria, bem como um caminho de afirmação nacional e também um milionário e globalizado negócio.

Dentro desse contexto, o futebol pode ser compreendido como um dos elementos de formação e de consolidação de uma identidade nacional brasileira mais coesa. Populações que se situam, geograficamente, distantes sentem-se mais próximas, como ocorre quando das partidas do selecionado brasileiro de futebol, como trazem Drumond (2009). Um exemplo de como o futebol, enquanto elemento identitário nacional se constitui em uma prática já consolidada pela elite brasileira, é descrito por Guterman (2009), em que, durante o Estado Novo instituído por Getúlio Vargas em 1937, a atividade futebolística é percebida como um elemento de união e de coesão da pátria brasileira<sup>4</sup>. Também, na atualidade, o futebol é entendido como um componente que dá substância ao modo do brasileiro perceber sua identidade, como pode visto em Da Matta (2006).

Nesse sentido, o presente texto tratará do futebol, compreendido aqui como manifestação cultural, com características bem específicas e com uma legitimação própria<sup>5</sup>. Esta modalidade esportiva pode ser entendida enquanto tal pelo fato de que permite,

---

<sup>4</sup> A questão do futebol, enquanto um elemento que dá consistência à formação da identidade nacional, em diferentes contextos, pode ser vista em outras produções, como Prodanov e Moser (2009; 2010; 2011).

<sup>5</sup> Para mais informações acerca da trajetória histórica e da importância do futebol dentro do contexto sul-rio-grandense, ver Prodanov e Moser (2009; 2010; 2011).

para sua compreensão, um enfoque interdisciplinar e multidisciplinar dentro das ciências humanas e sociais aplicadas, englobando, no âmbito da cultura, saberes de diferentes áreas, já que o futebol, como diz Da Matta (2006), pode ser considerado como um dos vetores de análise da cultura brasileira como um todo.

Para tanto, parte-se do princípio de que a atividade futebolística, tanto em um espaço nacional quanto regional, configura-se em um elemento de legitimação social da população como um todo, constituindo-se, assim, como um elemento de intersecção dos diferentes níveis de cultura de massa propostos por Umberto Eco (2004), que são três, segundo esse autor: alto, médio e baixo. Assim, este trabalho adota como questão norteadora principal a seguinte circunstância: de que maneira o futebol proporciona uma porosidade dos níveis de cultura de massa propostos por Umberto Eco (2004)? Deste modo, a proposta do artigo é mostrar, dentro desse contexto, que os ‘níveis’ de cultura de massa não podem ser observados na dinâmica comunicacional do futebol, pois o futebol perpassa e subverte a ordem desses níveis da cultura de massa em um movimento bastante próprio e dinâmico.

Desse modo, a revisão bibliográfica a que esse texto se propõe pretende efetuar uma aproximação entre duas áreas contraditórias e que, aparentemente, em um primeiro olhar, parecem distantes entre si, a História e a Comunicação Social, bem como mostrar de que forma a atividade futebolística surgiu no Brasil e no Rio Grande do Sul, sendo esta, inicialmente, ligada a determinados grupos sociais de elite, conforme veremos.

Nessa aproximação entre diferentes campos de conhecimento, como já dito anteriormente, a História, em especial nos últimos três

decênios, vem assumindo novos posicionamentos, no sentido de permitir um diálogo mais abrangente com outras áreas do saber. Assim, o futebol surgiu como um objeto valorizado dentro do ramo dos estudos históricos, embasada em abordagens de outras disciplinas do saber, como a Antropologia e as Ciências Sociais. É também importante frisar que, nessa visão antiga da historiografia, a análise dessa prática esportiva estava relegada a um segundo plano. Dessa forma, desde o início da Nova História Cultural, no final dos anos 1920, abriram-se diferentes caminhos de pensamento da história com outros campos do conhecimento, pois para os historiadores dessa corrente historiográfica<sup>6</sup>

O domínio do passado não implica uma imagem de imobilidade social. É compatível com visões cíclicas de mudança histórica, e certamente com a regressão e a catástrofe (ou seja, o fracasso em reproduzir o passado). É incompatível com a idéia de progresso contínuo (HOBSBAWN, 2002, p. 25).

Essa imagem de um passado estanque e imóvel, que não pode e nem necessita articular-se com os outros saberes, mesmo dentro das humanidades, somente geram regressões de pensamento, bem como o *apequenamento* da própria produção intelectual. Durante séculos, as áreas do conhecimento estiveram compartimentadas em seus nichos, sem uma possibilidade de uma intersecção proveitosa entre elas, o que acabava empobrecendo-as; somente há poucas décadas que começou a ocorrer esse trânsito entre as diferentes áreas do saber, com o objetivo de se estabelecer novas relações e novos olhares sob os objetos de pesquisa.

---

<sup>6</sup> Os principais expoentes teóricos da Nova História Cultural, corrente historiográfica também denominada como a quarta geração da Escola dos *Annales*, se constituem em Roger Chartier (2002) e Peter Burke (2005).

Assim, para que haja uma melhor compreensão do fenômeno futebolístico no Rio Grande do Sul, por exemplo, se faz necessário esse ato de perpassar diferentes campos do conhecimento – como já mencionado antes, aparentemente estanques entre si –, em uma perspectiva interdisciplinar e enriquecedora do saber dentro das Humanidades.

### **Os primeiros lances do futebol no Brasil e no Rio Grande do Sul**

O período estabelecido entre o último decênio do século XIX e os primeiros vinte anos do século XX constituiu-se na introdução e no estabelecimento do futebol no Brasil e no Rio Grande do Sul (JESUS, 2003). O futebol desenvolveu-se, grandemente, tanto nos maiores centros industriais e populacionais do país, como São Paulo e Rio de Janeiro, como na região mais meridional do país.

Oficialmente, o começo das atividades futebolísticas no Brasil deu-se com a criação dos primeiros clubes por ingleses que residiam em São Paulo e no Rio de Janeiro, a partir dos anos 1880 (GUTERMAN, 2009). Nesse contexto, Charles Miller – nascido em São Paulo em 1874, mas de nacionalidade inglesa por seus pais serem naturais desse país – é considerado o “pai” do futebol no Brasil, quando trouxe da Inglaterra, vinte anos após o seu nascimento, as primeiras bolas e bombas para enchê-las.

Nesse sentido, cabe ressaltar que uma das qualidades que fez com que o futebol se tornasse um esporte de vocação popular foi, justamente, “[...] a possibilidade de jogá-lo sem que seja necessário

gastar muito dinheiro. Nos primeiros anos do esporte no Brasil, porém, todo o equipamento adequado para a prática do jogo tinha de ser importado” (GUTERMAN, 2009, p. 33-34). Embora com essa dificuldade imposta pelo custo dos equipamentos necessários ao jogo e, também, por ter sido logo adotado pela elite brasileira como um esporte “fino” – apesar de na Inglaterra o futebol ter sido, desde o seu princípio, um esporte ligado às massas populares –, o futebol, rapidamente, popularizou-se por meio dos operários das companhias férreas inglesas que trabalhavam no Brasil nesse período. Esses trabalhadores não tinham contato somente com os representantes da classe dominante brasileira, mas também com gente de origem mais simples, o que, ainda segundo Guterman (2009), auxiliou a disseminar essa prática esportiva.

Nesse período efervescente para o esporte, no Rio Grande do Sul, vários clubes haviam se formado, especialmente, em Rio Grande, Pelotas e Porto Alegre, cidades que iniciam o movimento de introdução, no sentido litoral-interior, ensejando uma multiplicação de equipes esportivas (JESUS, 2003). No estado, as primeiras bolas de futebol e demais equipamentos para a prática do esporte apareceram, na cidade portuária de Rio Grande e em cidades próximas da fronteira com o Uruguai e a Argentina, através de viajantes oriundos desses países e de comerciantes de origem alemã, sobretudo, que estavam de passagem ou estabelecidos nessas cidades.

Essa presença decisiva dos teuto-brasileiros na introdução do futebol no estado traduziu-se, por exemplo, na fundação do *Sport Club* Rio Grande, em 19 de julho de 1900.

[...] esse foi o primeiro clube de futebol criado no RS, contou com a participação majoritária e decisiva de alemães, pois foi um

hamburguês chamado Minnermann seu principal articulador e eram de origem germânica a grande maioria dos fundadores do clube (JESUS, 2001, p. 05).

Embora o primeiro clube de futebol no Rio Grande do Sul tenha sido fundado por comerciantes de origem teuto-brasileira em Rio Grande, portanto ligados a uma elite local, rapidamente, o esporte, que chegou ao Estado como uma manifestação esportiva ligada às elites, transformou-se em uma prática ligada às massas, em que seu público consumidor, nesse caso, o número cada vez maior de adeptos do jogo da pelota ligado aos segmentos populares, não formulava exigências particulares a este produto cultural que chegava à região sul do Brasil. Assim,

Mesmo estando geograficamente no extremo sul do Brasil e não sendo o centro político e econômico do país, o Rio Grande do Sul teve certo grau de pioneirismo nessa acelerada e apaixonante expansão do futebol. Houve uma considerável contribuição de uruguaio e ingleses residentes nesse Estado, assim como daqueles que trabalhavam em nossos portos e fronteiras mais meridionais e traziam consigo a prática do chamado esporte bretão. Também foi decisiva a grande massa de imigrantes alemães, italianos e seus descendentes, que habitavam essa região mais ao sul do Brasil, nas bordas da região platina e povoada por imigrantes europeus de várias etnias (PRODANOV; MOSER, 2011, p. 03).

Desse modo, nesse contexto de expansão da imigração e de seus descendentes no estado, também, na capital, em 1903, foram fundados, no mesmo dia (15 de setembro), os dois primeiros clubes de futebol de Porto Alegre: o Grêmio *Foot-Ball* Porto Alegrense e o *Fussball Club* Porto Alegre; já o *Sport Club* Internacional iniciou suas atividades em 1909. Dessa forma, já nesse período, o futebol gerava uma intensa participação popular nessa prática esportiva (GUAZZELLI, 2000).

A acentuada presença desse grupo étnico teuto-brasileiro no início do desenvolvimento da atividade futebolística no Rio Grande do Sul pode ser explicado pelo conceito de Germanidade, conforme traz Giralda Seyferth (1999)<sup>7</sup>.

Desse modo, a autora destaca, ainda, que o sentido ambivalente do emprego dessa terminologia na formação étnica das colônias alemãs e, nesse caso especificamente, também serve ao futebol. Ao se reforçar a superioridade alemã na “selva” e depreciar o elemento “nativo”, no caso os brasileiros natos, que o processo de colonização assumiu, justamente, esse traço marcadamente étnico. A autora, também, coloca que o enriquecimento dos colonos alemães, acentuado a partir do último quartel do século XIX, teve como resultado, justamente, reforçar essa superioridade do ‘alemão’ em detrimento do ‘brasileiro’ pobre e indolente, colocando-o, dentro das relações e das estratégias de negociação simbólica<sup>8</sup> e social estabelecidas dentro das colônias, esses últimos em um patamar de inferioridade e de depreciação. Um exemplo dessa negociação em termos étnicos deu-se com a entrada do primeiro jogador negro em um time composto majoritariamente por brancos, como episódio ocorrido no Grêmio FBPA nos anos 1950 (DAMO, 2002).

---

<sup>7</sup> A autora exemplifica esse conceito no sentido de que essa “germanidade”, para os imigrantes que chegaram ao sul do Brasil nos séculos XIX e XX, consistia num sentimento de superioridade do “trabalho alemão” e “[...] define o pertencimento à etnia alemã, estabelecendo seus critérios – língua, raça, usos, costumes, instituições, cultura alemãs” (SEYFERTH, 1999, p. 74).

<sup>8</sup> Valendo-se aqui do aporte teórico de Pierre Bourdieu (1998). Esse autor traz a ideia de que, nas relações societárias, as negociações simbólicas consistem em importantes estratégias para a dinâmica social.

Outro aspecto que cabe aqui salientar foi como o futebol transcendeu o âmbito elitista e, fortemente, ligado ao conceito étnico para transformar-se no esporte nacional brasileiro por excelência, em especial a partir da década de 1930. Durante o primeiro governo de Vargas, compreendido entre o período 1930-45, o futebol foi alçado à condição de um elemento de integração e disciplina das massas populares, ligando-se, assim, a um projeto nacional de criação de uma identidade brasileira. Nesse momento histórico, o futebol já tinha deixado de estar circunscrito às elites, locais ou nacionais, para ser praticado por pessoas de todas as classes sociais, conforme já referido. De acordo com Ribeiro (2003, p. 02),

[...] correspondia a um movimento cultural e político mais amplo, envolvendo tanto os interesses de disciplina social do Estado, a dinâmica específica do futebol, quanto um clima cultural, que perpassava toda a sociedade, de produção de uma identidade nacional forte. Com relação à situação específica do futebol, a profissionalização correspondia à tensão que existia entre a tradição elitista e amadora dos primórdios da prática esportiva e a necessidade de regulamentar nos clubes - numa conjuntura de popularização do futebol - a crescente participação de jogadores remunerados, de sua maioria de origem pobre e negra.

Dessa maneira, a profissionalização do futebol talvez tenha sido uma das principais realizações do governo Vargas. Nesse período, esse esporte tornou-se um dos principais vetores da construção da identidade nacional brasileira, criando, segundo autores como Gilberto Freyre (apud RIBEIRO, 2003), um estilo próprio de jogar, que caracteriza e valoriza o jogador brasileiro nos gramados, tornando-o único em relação ao futebol praticado na Europa, por exemplo.

Um elemento que também foi relevante para essa acentuada disseminação e massificação do futebol configurou-se na realização das primeiras transmissões radiofônicas das partidas disputadas pela seleção brasileira no Campeonato Mundial de 1938, que ocorreu na França (GUTERMAN, 2009). Essas transmissões eram irradiadas para boa parte do território brasileiro, o que reforçava justamente essa ideia de integração nacional proposta pelo ideário varguista do Estado Novo. Desde então, o futebol só tem conquistado cada vez mais espaço na preferência esportiva do brasileiro, suplantando outros esportes, em termos de aceitação como esporte ligado às massas.

Um exemplo de como a prática de utilizar os meios de comunicação de massa através de outros suportes técnicos e em outros contextos históricos também se deu na Copa do Mundo do México, em 1970, em que o Brasil conseguiu seu tricampeonato mundial de futebol. Nessa ocasião, a televisão foi, largamente, utilizada como um meio para mostrar que, durante o auge do regime militar, o Brasil se tratava de um país “vencedor” e que se unia, identitariamente falando, por meio das transmissões televisionadas das partidas futebolísticas (FICO, 1997).

Dessa maneira, na contemporaneidade, com o advento de outras modalidades de comunicação, como a Internet, por exemplo, o futebol também possui esse espaço de destaque em relação às outras modalidades esportivas, como já ocorria na década de 1930, com o começo das transmissões radiofônicas de futebol, como mencionado anteriormente.

## O Futebol e os níveis de cultura de massa

O futebol, dentro do referencial teórico analisado – como mencionado anteriormente – possui uma relação bastante aproximada com as premissas teóricas da Cultura de Massa ou mass media elencadas por Umberto Eco (2004). Nesse sentido, Eco divide a Cultura de Massa em três níveis distintos, partindo da distinção feita por Dwigth MacDonald no final da década de 1930. O primeiro nível que o autor italiano destaca é a alta cultura de massa – que pode ser representada por um quadro de Modigliani ou a *Divina Comédia* de Dante Alighieri, por exemplo. A segunda modalidade de *mass culture* que o autor aponta é a de nível médio (como, para exemplificar, o romance de Giuseppe Tomasi, *O Leopardo*, que se pretende da alta cultura, mas, pela sua difusão, acabou ficando nesse nível intermediário). Desse modo,

[...] o ‘midcult’ [mídia cultura] é representado por obras que parecem possuir todos os requisitos de uma cultura procrastinada, e que, pelo contrário, constituem, de fato, uma paródia, uma depauperação da cultura, uma falsificação realizada com fins comerciais (ECO, 2004, p. 37, grifo do autor).

Essa pretensão a um nível cultural mais elevado, mais próximo da erudição, torna o *midcult* vazio, sem uma consistência firme em termos culturais. Desse modo, Eco (2004, p. 38) censura esse nível da cultura de massa, pois reduz o “[...] ‘desfrutar’ das descobertas da vanguarda e [banaliza-as], reduzindo-as a elementos de consumo”. Nessa direção, alguns programas de televisão, como as microsséries produzidas pela Rede Globo aqui no Brasil, também poderiam se encaixar como uma cultura média, nesse sentido, bem como boa

parte dos meios de comunicação, como rádios e jornais, também podem ser enquadrados nessa faixa da baixa cultura de massa. Um exemplo de microssérie como um produto cultural médio, segundo os padrões de Eco pode ser traduzido na produção *Hoje é dia de Maria*, veiculada pela Rede Globo em 2005 (MALCHER, 2010). Já como exemplo de baixa cultura de massa, pode ser citado o programa humorístico semanal *Zorra Total*, produzido pela mesma emissora, que possui um padrão de qualidade de conteúdo bastante abaixo da produção citada anteriormente (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010).

E finalmente, para Eco, há a baixa cultura, de que se consistem as estórias em quadrinhos, programas de auditório de televisão, enfim, a produção de conteúdo comunicacional voltada sobremaneira *high brow* a uma determinada necessidade mercadológica não comprometida ou muito pouco com o valor cultural em si. Dessa forma, dentro do panorama descortinado pelo teórico italiano, ele propõe que a democratização da cultura implica uma revisão dos três níveis de *mass culture*, já que

Os níveis não correspondem a uma nivelção classista. Isso já é ponto pacífico. Sabe-se que o gosto 'high brow' [nível alto, em inglês] não é necessariamente o das classes dominantes; assiste-se, assim a curiosas convergências: a Rainha da Inglaterra gosta daquele quadro de Annigoni [pintor italiano nascido em 1910], que de um lado encontraria a anuência de um Kruschew, e do outro, ganharia os favores de um operário impressionado com as ousadias do mais recente abstracionista (ECO, 2004, p. 54, grifos do autor).

O que o autor mostra, na passagem acima, é que a mescla entre diferentes classes sociais é uma variável possível de se

encontrar também dentro dos níveis de cultura de massa. Em outras palavras, assim como o futebol pode ser um elemento da *mass culture*, no sentido de que pode não ter nível de erudição algum, esse esporte também faz parte do universo da alta cultura no Brasil. Essa mobilidade que o futebol proporciona em relação aos níveis de cultura de massa propostos por Eco (2004) pode ser traduzido no sentido de que a elite do país, assim como a massa popular, vai e assiste às pelepas de futebol, seja nos estádios, nos bares cujos televisores transmitem os jogos através de canais fechados e pagos, no sistema de *pay-per-view* (pague para assistir em inglês) e em outras tantas modalidades de democratização da cultura, através de seu aspecto de entretenimento.

Assim, no Brasil, o futebol dialoga com essas delimitações propostas por Eco, pois a comunicação de massa retroalimenta e sustenta o futebol como elemento de *mass media*, em detrimento de outras práticas esportivas ou culturais. Desse modo, o futebol no Brasil é legitimado pela mídia de massa em seus diferentes níveis, ainda segundo o pensamento de Eco (2004), e o país apoia e aprova o futebol como seu principal elemento de cultura de massa, elemento esse cuja construção remonta bastante tempo, como já mencionado anteriormente.

Essa legitimação que o futebol possui, enquanto um elemento da mídia de massa, também possui um caráter de ordem financeira pelo fato de que essa modalidade esportiva movimenta vultosas somas de dinheiro nas negociações referentes à compra e à venda de jogadores de futebol, bem como nas disputas referentes à venda, por parte das confederações nacional e regionais de futebol brasileiras, dos direitos sobre as transmissões das partidas pela televisão, conforme

traz Damo (2008). Tais aspectos, de certa forma, já subvertem a ideia, inicialmente, levantada por Eco (2004), de que o popular e, no caso do futebol, o massivo, são normalmente baratos e de baixa qualidade.

Já em termos de reforçamento da identidade nacional, o futebol, como já visto acima, desde a década de 1930, é utilizado como um elemento dessa operação de reforço de um “modo de ser brasileiro”, como diz Da Matta (2006). Assim como o carnaval e outras manifestações festivas brasileiras, segundo ainda Da Matta, o futebol pode ser considerado como um ritual nacional, da mesma forma que os desfiles cívicos ou procissões. Dessa forma, é através destes três rituais que “[...] a realidade brasileira se desdobra diante dela mesma, mira-se no seu próprio espelho social e ideológico e, projetando múltiplas miragens de si própria, engendra-se como uma medusa, na sua luta e dilema entre o permanecer e o mudar” (DA MATTA, 1978, p. 35). Dito de outra maneira, o futebol pode produzir duas alternativas de ação: a volta satisfeita ao cotidiano ou a sua transformação.

No contexto brasileiro dos últimos setenta anos, o futebol assumiu justamente a segunda alternativa de ação que o autor elenca, qual seja, de modificar as estruturas e as relações societárias brasileiras – pelo menos dentro do âmbito dos estádios e locais onde se assiste e torce durante as partidas futebolísticas – bem como o de forjar uma identidade brasileira em torno da paixão que esse esporte gerou na população brasileira.

Dessa maneira, retoma-se a Eco (2004), no sentido de que os seus “níveis” de cultura não podem ser observados na dinâmica comunicacional do futebol, pois o futebol perpassa e subverte a ordem desses estamentos da cultura de massa, em um movimento bastante próprio e dinâmico. O futebol, dessa maneira, dá porosidade

a esses níveis culturais de massa propostos pelo teórico italiano, no sentido de que essa modalidade esportiva consegue perpetrar uma grande mobilidade entre níveis. Tal situação se dá pelo fato de que o “jogo da bola” reúne, em um mesmo espaço, torcedores de diferentes classes sociais e de diferentes graus de escolaridade e posição dentro da sociedade, como traz Damo (2008).

## **Considerações Finais**

Em termos gerais, o presente texto mostrou de que maneira os diferentes níveis existentes na Cultura de Massa, segundo os pressupostos estabelecidos por Umberto Eco (2004), relacionam-se com a atividade futebolística no Brasil, subvertendo-a. Desse modo, a revisão teórica efetuada evidenciou que a introdução e os primeiros momentos de desenvolvimento desse esporte no país e no estado do Rio Grande do Sul permitiram mostrar que, diferentemente do que ocorreu na Inglaterra, a referida modalidade esportiva teve um começo ligado às classes dominantes regionais e nacionais. Somente após três décadas do seu estabelecimento, o futebol já alcançava um patamar de esporte de massa no Brasil, sendo apropriado pelos demais segmentos da sociedade e alçado à condição de “paixão nacional”.

De igual modo, foi possível observar, ao longo desse texto, que o começo e o desenvolvimento da atividade futebolística, tanto no Brasil quanto no Rio Grande do Sul, constituiu-se em um elemento muito importante para a construção de uma identidade, seja no plano nacional como regional. Nesse sentido, já na década de 1930, o futebol, dentro do contexto histórico do Estado Novo

varguista (1937-1945), foi utilizado como uma forma de união identitária e social da população. Essa perspectiva nacionalista de criação de uma identidade coesa e sem tensionamentos internos no Brasil teve como veículo de divulgação o rádio, que, nos anos 1930-40, se consolidou, no Brasil, como o grande meio de comunicação por abranger boa parte do território nacional (KERBER, 2007).

Cabe ressaltar que não foi somente no período do Estado Novo que ocorreu esse processo de reforçamento da identidade nacional brasileira através do futebol. Durante o regime militar (1964-1985), a televisão foi utilizada como o meio de propagação de uma ideia de que o Brasil era um país “que ia para frente” e que estava unido por meio das transmissões em rede de televisão, sobretudo nas partidas televisionadas de futebol (FICO, 1997).

Nesse sentido, também, foi possível constatar que, na contemporaneidade, os meios de comunicação de massa dão substância e retroalimentam a dinâmica futebolística, tanto no contexto nacional quanto regional, deixando, em segundo plano, as outras modalidades esportivas. Esse “privilegio”, por assim dizer, engendra-se pelo fato de que, no Brasil como um todo, o futebol foi guindado à categoria de espetáculo, de produto cultural de primeira grandeza, em detrimento de outras manifestações culturais e também de cunho esportivo. Nesse sentido, é preciso frisar que a cobertura jornalística das atividades relacionadas ao futebol detém um espaço, significativamente maior, do que as outras modalidades esportivas, que possuem pouco destaque em termos de crônica e de cobertura jornalística propriamente dita.

Desse modo, os níveis de Cultura de Massa, propostos por Eco (2004), originalmente na década de 1960, em uma primeira

visão, não podem ser aplicados tal qual como são à relação existente entre o futebol e o *mass media* no Brasil, pois o futebol é um objeto cultural tanto do interesse dos consumidores da baixa, quanto da média e da alta culturas.

Finalmente, o futebol configura-se como um objeto cambiante e mutável, dentro do escopo teórico advindo da cultura de massa no Brasil, não tendo como serem aplicados modelos estáticos e, teoricamente, enrijecidos. Esse enrijecimento teórico não possui sentido em ser aplicado ao futebol – e todas as implicações que esse objeto cultural imbrica na sociedade brasileira – pelo fato de que tanto consumidores de uma “alta” cultura quanto de uma “baixa” ou “média” cultura interessam-se pelo futebol e consomem os produtos comunicacionais resultantes dessa prática esportiva.

## Referências

BEHREND, Martin Herz. **O 5 de Abril**: o primeiro jornal de Novo Hamburgo. Novo Hamburgo: [s.n.], 2002.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BURKE, Peter. **O que é história cultural**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

CHARTIER, Roger. **História cultural**: entre práticas e representações. 2. ed. Lisboa: DIFEL, 2002.

DA MATTA, Roberto. **Carnavais, Malandros e heróis**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

\_\_\_\_\_. **A bola corre mais que os homens:** duas copas, treze crônicas e três ensaios sobre futebol. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

DAMO, Arlei. **Futebol e identidade social.** Porto Alegre: UFRGS, 2002.

\_\_\_\_\_. Dom, amor e dinheiro no futebol de espetáculo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 23, n. 66, fev./2008, p. 139-150.

DRUMOND, Maurício. O esporte como política de estado: Vargas. In: PRIORE, Mary Del; MELO, Victor Andrade de (orgs.). **História do esporte no Brasil:** do Império aos dias atuais. São Paulo: Editora da UNESP, 2009.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados.** São Paulo: Perspectiva, 2004.

FICO, Carlos. **Reinventando o otimismo:** Ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil. Rio de Janeiro: FGV, 1997.

HOBBSBAWN, Eric J. **Sobre História.** São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

GUAZZELLI, Cesar Augusto Barcellos. 500 de Brasil, 100 de futebol gaúcho: construção da “província de chuteiras”. **Anos 90**, Porto Alegre, n. 13, p. 21-50, jul. 2000.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil:** uma história da maior expressão popular no país. São Paulo: Contexto, 2009.

JESUS, Gilmar Mascarenhas de. Imigrantes desportistas: os alemães no sul do Brasil. **Scripta nova**: revista electrónica de geografia y ciencias sociales. Barcelona, v. 1, n. 94, ago. 2001. Disponível em: <<http://www.ub.es/geocrit/sn-94-108.htm>>. Acesso em: 16 abr. 2011.

\_\_\_\_\_. Futebol, globalização e identidade local no Brasil. **Lecturas**: Educación Física y Deportes, Revista Digital. Buenos Aires, ano 8, n.57, 2003.

KERBER, Alessander Mario. **Representações das identidades nacionais argentina e brasileira nas canções interpretadas por Carlos Gardel e Carmen Miranda (1917-1940)**. Porto Alegre, 2007, 315 f. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

MALCHER, Maria Ataíde. **Teledramaturgia**: agente estratégico na construção da TV aberta brasileira. São Paulo: Intercom, 2010.

MÁXIMO, João. Memórias do futebol brasileiro. **Estudos Avançados**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 37, p 179-188, jan./dez. 1999.

PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. **Footballmania**: uma história social do futebol no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

PRODANOV, Cleber Cristiano; MOSER, Vinícius. Estado Novo e futebol: a região italiana do Rio Grande do Sul. **Lecturas**:

Educación Física y Deportes, Revista Digital. Buenos Aires, ano 14, n.135, jan. 2010.

\_\_\_\_\_; MOSER, Vinícius. O futebol ítalo-germânico no Rio Grande do Sul. **Lecturas:** Educación Física y Deportes, Revista Digital. Buenos Aires, ano 14, n.135, ago. 2009.

\_\_\_\_\_; MOSER, Vinícius. Marcas de uma história, marcas do futebol: o Foot-Ball Club Esperança. **Lecturas:** Educación Física y Deportes, Revista Digital. Buenos Aires, ano 14, n.152, jan. 2011.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil:** do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

RIBEIRO, Luiz Carlos. Brasil: futebol e identidade nacional. **Lecturas:** Educación Física y Deportes, Revista Digital. Buenos Aires, ano 8, n. 56, ago. 2003.

SEYFERTH, Giralda. **Etnicidade, política e ascensão social:** um exemplo teuto-brasileiro. Mana, Rio de Janeiro, v. 5, n.2, jan./dez. 1999, p. 61-88.

# O BRASIL QUE ME (DES)SILENCIA<sup>1</sup>

*Daniel Conte<sup>2</sup>*

*Rafael Hofmeister de Aguiar<sup>3</sup>*

## O caminho

Ao pensarmos o itinerário constitutivo da edificação das Nações da África lusófona, faz-se necessário levar em consideração sua produção literária e os diálogos latentes às obras. A necessidade de redizer a oficialidade da História que se lhes foi imposta encontra nas Artes e na Literatura um campo profícuo de ação e de possibilidade de assunção do sujeito social, antes relegado a uma violenta condição silenciante. Essas literaturas sobre as quais lançamos, muitas vezes, nosso olhar desconfiado, pela distância aparente, estão muito próximas de nós, de nossa cultura, de nossa religiosidade e de nossa produção literária – principalmente do nosso Regionalismo, a partir

---

<sup>1</sup> Texto apresentado no I SEPLEV – Seminário de Estudos em Práticas de Linguagem e Espaço Virtual. Recife-UFPE, 16 a 18 de maio de 2012.

<sup>2</sup> Doutor em Literatura Brasileira, Portuguesa e Luso-africana pela UFRGS. Professor do Curso de Letras e do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais na Universidade Feevale. *E-mail*: danielconte@feevale.br

<sup>3</sup> Mestrando em Processos e Manifestações Culturais na Universidade Feevale. *E-mail*: rafael.rhofmeister@gmail.com. Colaborador do projeto “O Brasil que me (des)silencia: a concepção de leitura e de leitores inscrita na ficção de Pepetela e a identidade sonhada”.

dos anos 40. É um caminho pensado em nível simbólico e prático. Uma edificação referencial de Nações emergentes que se erguem depois de séculos de um sistema colonialista devastador.

A literatura da África colonizada, portanto, é uma escritura que exerceu uma tarefa fundamental para a organização de uma sociedade que se sonhou mais justa, solidária e fraterna e que, sob a égide da igualdade, conquistou sua liberdade – alheia, em tempos, à rede simbólica que lhe foi imposta durante os anos de gesta colonial. A literatura, aí, teve o papel de organizar os anseios dos cidadãos dos novos Estados de Direito, de repensar a tradição e de apontar o caminho experimental do socialismo com valores, agora, permeados pela sensação do pós-colonialismo.

Já nas primeiras décadas do século XX, estendendo-se aos anos que seguem, a produção literária africana vai elevar o negro a um patamar de audibilidade dentro do fazimento produtivo de uma literatura de cunho marxista. Essa literatura é já influenciada pelo neo-realismo português e pelo romance social do Brasil e erguerá a voz contra as injustiças da máquina social. A fase de resistência se desenha nos anos 60 com o início das Guerras de Libertação, e o período pós-independências é o momento em que a literatura sofre violentas mudanças, como violentas são as modificações da ossatura social. Rita Chaves (2010, p. 14) vai observar que surge, então, “[...] a elevação de uma nova mitologia, capaz de fazer frente aos deuses eleitos pela gesta colonial, [indicando] a necessidade de uma apropriação da história”.

Apropriar-se de sua História é, para o sujeito, empoderar-se dos elementos que o estruturaram como indivíduo e, a partir de então, lançar-se à tarefa de ressignificação dos signos

ideológicos que o compõem, em uma espécie de decantação dos estratos simbólicos que, de fato, significam. Esse movimento é relevante quando pensamos no enleio cultural que vem à tona. É nessa complexidade, nesse novelo ideológico, que analisamos a representação de uma rede imaginária lusófona que envolve Brasil, Portugal e Angola no período em que inicia a guerra de resistência à colonização portuguesa no país africano e, com ela, uma profícua produção literária, indo até o pós-independência.

Emerge desse contexto das representações culturais uma funcionalidade imagética que comportará o mosaico lusófono trazido desde uma tradição político-cultural e de seus movimentos de sentido até uma sedimentação efetiva do constructo de suas influências. É a partir da análise das obras de Arthur Maurício Pestana dos Santos, Pepetela, uma das vozes mais expressivas da África contemporânea, que notamos a relação dialógica da rede simbólica e a construção de uma organização imagética significativa. Em suas malhas narrativas, o Brasil é norteador de reações e de movimentos de sentidos, uma vez que, no processo de constituição das identidades nacionais emergentes da África lusitana, dialogicamente, Portugal e Brasil aparecem como vetores de verticalização das imagens de nação, trazendo possibilidades constituintes do sentido sócio-organizacional.

Em tal relação, contrapondo-se à imagem colonizadora de Portugal, o Brasil habitará a História de Angola em uma ação desnudante e rompedora do silenciamento patrocinado pela oficialidade histórica, fazendo com que emerja uma possibilidade outra de diálogo entre os dois discursos: o ficcional e o histórico. A análise das tessituras literárias, através de uma aproximação comparativa das formações discursivas, faz com que se possam

sistematizar as influências culturais, a gesta de imagens comuns às nações lusófonas componentes deste imaginário e suas repercussões efetivas dentro das práticas culturais portuguesas, brasileiras e africanas, evidenciando em Angola o surgimento e a solidificação de um conceito de nação com acentuado hibridismo cultural, consoante a Stuart Hall (1999), e com fronteiras imagéticas tênues e permeáveis, quando trazemos à discussão Homi Bhabha (2007). Ou, ainda, como afirma Maria Manuela Tavares Ribeiro (2002, p. 387), dito “[...] por outras palavras, europeus de primeira hora, os portugueses eram intercontinentais já que a nossa língua e a nossa cultura criaram raízes na África, no Brasil, no oriente”. Nessa relação de dizeres – Brasil, Portugal e Angola - aproximados pela história de suas políticas e de suas literaturas, servem de exemplo para o que aponta Benjamin Abdala Júnior, ao dizer que quando

[...] comparamos literaturas de um mesmo sistema linguístico, modelos semelhantes de articulação literária tendem a ser utilizados com maior frequência pelas similaridades dos discursos ideológicos e de outras séries culturais. Ao mesmo tempo, a atualização específica de cada país pode facilmente passar para outro, como criações intercambiáveis, se não implicar dependência cultural. Pela proximidade da situação comunicativa, conforme temos desenvolvido, a tendência é africanos lusófonos, brasileiros e portugueses trabalharem literariamente modelos geradores equivalentes, com ‘estratégias’ discursivas igualmente confluentes (ABDALA JUNIOR, 2007, p. 65).

O que evidencia o Abdala é uma constante dentro da organização sistêmica das literaturas de língua portuguesa: as similaridades de discursos, gestados a partir de compêndios imagéticos idiossincráticos, criam um novo ideológico complexo e

gestor de configurações significantes, e com maior latência a partir da segunda metade do século XX. É, justamente, nesse momento importante de contestação do processo colonial, que “[...] a imagem do Brasil, em matizes multiplicados iria pesar positivamente na construção de uma identidade cultural comprometida com a libertação” (CHAVES, 2006, p. 34). Esse mosaico de significações mostrará que o *eu* e o *outro*, formadores do imaginário lusófono, vão encontrar-se em imagens comuns de uma funcionalidade que iniciou com a colonização portuguesa no Brasil e na África.

Tais aproximações imagéticas se traduzem na matéria prima da literatura dos países lusófonos que comportam em seus imaginários relações de acercamentos produtores de sentido, embora sejam sentidos, por vezes, que denotem oposições ideológicas. Dentre os escritores que têm uma orientação dialógica, o angolano Pepetela é aquele que evidencia em sua literatura o diálogo mais acentuado entre sua terra natal, Portugal e Brasil. E para que entendamos a cartografia imagética e o esforço de Pepetela em “descobrir” a terra e (re)fundar literariamente seu país, é imprescindível termos em vista as “revoluções” que, a partir da década de 50, pairam sobre Angola. Há um sentimento nacionalista de maior intensidade do que qualquer anterior manifestação. Sentimento que foi resultado da observação e da análise da trajetória histórica de mais de cinco séculos de colonialismo português e da reação das outras nações colonizadas, em função da prática colonialista que havia se esgotado historicamente.

Foi em uma região fronteiriça do velho reino de Benguela que Pepetela nasceu, justamente, no limite, onde terminava a cidade branca e iniciava um emaranhado de necessidades criadas pela desorganização colonialista, que denominavam os africanos

de Musseque (originalmente terra vermelha, mais tarde os bairros periféricos e pobres de Luanda, as favelas). O autor é constructo, como é a própria cultura angolana, de uma hibridização da base africana civilizacional e da influência euro-ocidental, a portuguesa. É a partir de tal posição que propõe, através de sua obra, um posicionamento crítico referente à História angolana que podemos afirmar que o autor procura uma releitura efetiva de sua condição de sujeito dizente; com uma visão não apenas do ponto de vista da colonização, da oficialidade, mas a do espaço íntimo do angolano, ou seja, dando a escutar a voz daquelas populações que viveram a História de fato, longe de uma verticalização nacionalista.

Introduz, dessa forma, o autor, ao aspecto historiográfico africano, uma questão importante: a “[...] da ampliação da audiência do historiador profissional, de permitir um acesso mais amplo à história de um padrão profissional do que aquele normalmente permitido pelos nobres acadêmicos profissionais e seus alunos” (SHARPE, 1992, p. 55), trazendo as possibilidades ressignificadoras. Sharpe (1992, p. 54) observa que isso cumpre duas importantes tarefas:

A primeira é servir como um corretivo à história da elite [...] A Segunda é que, oferecendo esta abordagem alternativa, a história vista de baixo, abre a possibilidade de uma síntese mais rica da compreensão histórica, de uma fusão da história da experiência do cotidiano das pessoas com a temática dos tipos mais tradicionais da história. Inversamente, poderia ser argumentado que a temática da história vista de baixo, os problemas de sua documentação e, possivelmente, a orientação política de muitos de seus profissionais criam um tipo distinto de história.

A partir das palavras do historiador é possível apropriarmos desse estudo e ressignificá-lo inserido nas condições de

produção das literaturas lusófonas, dando às imagens gestadas por sua discursividade não uma simples transposição semântica de tais imagens, mas sim uma consistente funcionalidade aos símbolos que as compõem em seus aspectos formais e de conteúdo, suportados pela História que lhes é comum. Tal análise se torna verossímil, uma vez que a relação do homem com a História se constrói em seus embates diários ao largo dos anos e sempre haverá uma voz homogeneizante a ser contestada e um discurso totalizador a ser redito por aqueles que o “sofreram”.

## **O entre laços**

As diversas produções literárias dessa rede lusófona são entrelaçadas por suas “atualizações nacionais”, eliminando o caráter de dívida entre as literaturas, dando às articulações uma autonomia ideológica, sem perder de vista, obviamente, o caráter interimagético, valorizando as releituras do macrossistema literário, pois “[...] o imaginário recria e reordena a realidade, encontra-se no campo da interpretação e da representação, do real” (LAPLANTINE; TRINDADE, 1997, p. 79). A contraponto da razão canônica colonialista, a literatura de Pepetela traz os mitos e suas nuances como elemento vivo para o africano e seu pragmatismo aparece “como uma espécie de justificativa ideológica, evidenciando o estado condicionante do imaginário e condicionado do Homem. No pensamento do historiador Joseph Ki-Zerbo (1972), a procura da identidade para os africanos faz-se pela reunião dos elementos dispersos na memória coletiva e pelo silêncio primevo que põe

homens e mulheres em contato com o espaço sacro, possibilitando a constituição de um espaço para o devaneio.

Os elementos que fazem parte do campo de representações não se mostram como mera transposição imagética, e sim como uma conceituação histórico-literária. Os elementos culturais produtores de sentido da identidade primeira africana, os mitos, influenciam e são influenciados pela diaspórica relação dos signos angolanos, brasileiros e portugueses e de suas significações convergentes. Manuel Alegre (1995, p. 3-4) registra a importância de um escritor como Pepetela, diz que o autor “[...] não é só o maior romancista da África que se exprime literariamente em português. Ele é o escritor da língua portuguesa que mais intensamente e melhor do que nenhum outro, fixou nos seus livros o itinerário e o perfil de uma geração”, seus personagens são ícones de uma ossatura social em evidência. São microssistemas que representam o espaço e a História de Angola e, em menor grau representativo, do Brasil e de Portugal. Transitam estes personagens desde a organização do Império Lunda, em *Lueji, o nascimento dum império* (1989), negando o colonizador e evidenciando o intento de buscar no Brasil as referências necessárias para um nacionalismo de consciência mestiça e, também em caminho de volta, quando o Brasil, necessitado de ajuda, recorre à ajuda da espiritualidade angolana. A senda vai até o desencanto do pós-revolução, em *A Geração da Utopia* (1992), com as matizes portuguesas geradoras do desprestígio da prática colonialista, uma vez que o “processo de aculturação do colonialismo português visava à *desculturação* dos outros povos. Se Portugal impôs seus padrões, também foi marcado, por sua vez, pelo sistema que estabeleceu ao voltar-se obsessivamente para o sonho do “ultramar” (ABDALA JUNIOR, 2007, p. 37).

Estes arquétipos estabelecem uma organização e uma funcionalidade da resistência que produzem uma guerra civil silenciosa com a corrupção e que transgridem as tradições e que condenam e geram a desolação e o deslocamento. Pepetela é um escritor que relê processual e continuamente sua condição de sujeito social, elevando o regional, aquilo que alimenta a aridez das gargantas secas de grito e sede, a um patamar da universalidade condizente a sua existência. É muito pouco provável que se encontre em outro escritor de África um panorama tão amplo, tão pleno e tão falável da História de uma nação e das imagens que o compõem em relação com o *outro* que comporta os movimentos das influências.

Desde essas condições de produção, surge a feitura de uma narrativa sedimentada em um alicerce intercultural, referencializando-se, gestando um leitor já permeado de anseios plenos. Faz, ainda, o que Barthes (1985) ensina n’*O discurso da História*: eleva sua literatura a uma possibilidade de leitura a mais, como fonte documental para os historiadores. Nesta perspectiva, as obras *Lueji, o nascimento dum império* e *A geração da utopia* têm uma significância condizente, porque, ao largo da malha narrativa, seus personagens se referem ao Brasil como uma orientação segura para a organização e rearranjo simbólicos de sua identidade Nacional que, em crise devido às sucessivas guerras de libertação, está reordenando-se; importante que digamos, ressignificando-se, refazendo-se em mosaico múltiplo.

É relevante, ainda, dizermos que, de acordo com a professora Rita Chaves (2006, p. 33), desde

[...] o século XIX, mas, sobretudo, a partir dos anos 1940, os escritores africanos nos territórios ocupados por Portugal alimentam com a literatura brasileira um vivo processo de interlocução, que ganha vitalidade quando se reforçam os projetos de construção

de identidade nacional, fenômeno que se estende pelo período das lutas que antecederam a libertação de países como Angola, Cabo Verde e Moçambique. Antônio Jacinto, Mário Antônio, Luandino Vieira, José Craveirinha, Gabriel Mariano, [Pepetela], entre outros autores empenhados na formulação de novos modelos culturais que servissem de base para o debate sobre a libertação, vão encontrar na obra de Jorge Amado, Graciliano Ramos, Rachel de Queirós, José Lins do Rego, por exemplo, uma fonte de inspiração para as propostas que pretendiam desenvolver, [...].

Assim, contrapondo-se aos modelos impostos por Portugal que tentava, ainda, perpetuar-se culturalmente nas colônias, impondo uma política cultural em exaustão semântica. Chaves, ainda, observa que era nos textos brasileiros que iam buscar elementos capazes de refletir novas formas de ver o mundo. Desta relação surgem personagens leitores na tessitura textual que, ao lerem, leem o Brasil e leem Portugal, porque invocam uma rede imagética compositora dos países e de suas literaturas.

N' *A geração da utopia*, o ponto de contato se dá pela literatura, pelo reconhecer-se na linguagem daquele que sofreu um processo semelhante de colonização; o Outro distante geograficamente, em verdade, é um alheio-próximo que se acerca pela via cultural mais importante: a língua e sua configuração sígnica.

- Vê o livro do Viriato da Cruz. Ele marca a ruptura definitiva com a literatura portuguesa. Utilização da voz do povo. Na língua que o povo de Luanda usa. Já não tem nada a ver com tudo o anterior. Em particular com os portugueses. A literatura à frente, a expressar o sentimento popular, de diferença. Os brasileiros fizeram isso há trinta anos (PEPETELA, 1992, p. 65).

O angolano que marca a ruptura com os padrões estéticos metropolitanos e valoriza a manifestação do popular está amparado

pela literatura brasileira, segundo o personagem, é o Brasil que legitima o processo de ruptura. É pertinente registrarmos que foram africanos os primeiros países a reconhecer a independência do Brasil no século XIX. Foi no dia 4 de dezembro de 1824, que passou pelo Rio de Janeiro, a fim de comunicar a Dom Pedro I, o reconhecimento da independência do Brasil, o imperador do Benin e rei de Ajan, vassalo do Obá do Benin. Essa ação diplomática não se dá à revelia, porque “Missões dos Reis de Abomé, de Onim e de Porto Novo tinham sido freqüentes durante o período colonial, pois era por meio da Bahia que o governo português mantinha o grosso de suas relações não apenas com os estados africanos, mas também com Angola”, como nos explica Alberto da Costa e Silva (2003, p. 8). Naquela nação, as

[...] relações diretas com o Brasil eram tradicionalmente mais intensas do que as com a metrópole portuguesa, a notícia do 7 de setembro de 1822 teve forte impacto e consequências imediatas. Surgiu, desde logo, em Benguela, uma corrente política favorável à união daquele território ao Brasil. E, dos três deputados angolanos eleitos para as cortes gerais portuguesas, dois, na viagem para Lisboa, aderiram à causa da independência brasileira e ficaram no Brasil: Euzébio de Queirós Coutinho Matoso Câmara e Fernando Martins do Amaral Gurgel e Silva. O terceiro só seguiu para Portugal depois de muito hesitar (SILVA, 2003, p. 8).

A atitude dos deputados foi de repercussão tal que gerou uma divisão entre os partidos políticos e a opinião pública. Portugal, receoso de que houvesse uma junção entre os territórios brasileiros e angolanos, o que abalaria econômica e socialmente a metrópole e a tornaria insustentável, tranquilizou-se somente à assinatura do Tratado de Reconhecimento da Independência do Brasil, com a mediação da Inglaterra no dia 29 de agosto de 1825. Essa relação

se estenderá no imaginário africano e pautará muito da produção literária desde os anos 40, como afirmamos antes. E Pepetela deixa isso evidente em sua literatura, n'*A Geração da Utopia*, em um exercício crítico aos portugueses [e ao intento da imposição de parâmetros literários], Horácio, o mesmo personagem que atribui à produção literária brasileira o movimento de “voltar-se” para o popular, valorizando a linguagem do povo, em tom conceitual, fala aos amigos:

Qual Camões, qual Pessoa, Drummond é que era, tudo estava nele, até a situação de Angola se podia inferir na sua poesia. Por isso vos digo, os portugueses passam a vida a querer-nos impingir a sua poesia, temos de a estudar na escola e escondem-nos os brasileiros, nossos irmãos, poetas e prosadores sublimes, relatando os nossos problemas e numa linguagem bem mais próxima da que falamos nas cidades. Quem não leu Drummond é um analfabeto (PEPETELA, 1992, p. 31).

É bastante significativa, no excerto, a referência ao poeta brasileiro como o norte de leitura da poesia do sujeito angolano e da negação de Camões e Pessoa, do distanciamento de sua linguagem, da abissal diferença imagética – frustrado intento de colonialismo estético.

Como ensina Bachelard (1998, p. 4),

[...] pede-se ao leitor de poemas que não encare a imagem como um objeto, muito menos como um substituto ao objeto, mas que capte sua realidade específica. Para isso é necessário associar sistematicamente o ato da consciência criadora ao produto mais fugaz da consciência: a imagem poética.

Assim o faz, Horácio, aproxima realidades complementares de signos entrelaçados e decanta a um processo imagético associativo/

dissociativo, levando em consideração não só a consciência criadora, mas a imagem gestada por ela. A reação do dizente angolano é o alicerce daquilo que se desenha naturalmente na História: a sedimentação do oceano como via de acesso depois do proferimento da palavra e a filiação às imagens que se coadunam, historicamente, no campo das representações sociais. O oceano virou ponte depois que a leitura da poesia - imagem significativa do outro em sua representação íntima – e se ergueu funcionalmente no emaranhado dos processos históricos, obtendo a estranha “arquipotência sagrada ao ser proferida”, como aponta Cassirer (1972).

Em meio ao intento de segurar-se na condição de o último grande império, Portugal, nessa rede significativa, evidencia outro código – submerso à cristalização homogeneizante do discurso histórico - o da rede de influências, o da criouliização, pois sabe-se que

[...] esse país sempre se voltou para o mar, para as ex-colônias. Mais para atividades fora do continente europeu do que para relações internas com os demais países da Europa, onde aparecia em situação de inferioridade. Dentro dessa perspectiva, Portugal explorava as colônias e, ao impor seus valores, trazia de volta elementos culturais dos povos dominados, em face das condições em que se processou esse empreendimento (ABDALA JUNIOR, 2007, p. 68).

O conflito das influências é inevitável, uma vez que as relações político-culturais entre Brasil, Portugal e África construíram boa parte da História mundial, pois o comércio de escravos foi desastroso para o desenvolvimento da África, de Angola, especificamente, ao passo que foi a base civilizacional do Brasil e a sustentação econômica de Portugal. Se assim não fosse, a presença portuguesa teria sido abreviada. Bosi diz que o

[...] tráfico, mais ativo do que nunca, trouxe aos engenhos e às fazendas cerca de 700 mil africanos entre 1830 e 1850. As autoridades, apesar de eventuais declarações em contrário, faziam vista grossa à pirataria que facultava o transporte de carne humana, formalmente ilegal desde o acordo com a Inglaterra em 1826 e a lei regencial de 7 de novembro de 1831. A última qualificava como livres os africanos aqui aportados dessa data em diante (BOSI, 1992, p. 196).

Diante da constatação histórica, podemos pensar que a escravidão e o processo de assimilação, mesmo que ilegal, desta mão de obra, levou à manutenção do território em constante situação de mobilidade política e militar, subordinando Angola ao Brasil, em uma relação fornecedor/fornecido, porque a

África tornou-se a única fonte capaz de oferecer ao Brasil a gente que necessitava para ocupar seu vasto território, assegurar sua unidade e transformar-se numa grande nação. E o africano apesar de oprimido, humilhado e reduzido em sua humanidade pela escravidão, cumpriu esse papel e deixou sua marca profunda em todos os setores da vida brasileira (SILVA, 2003, p. 23).

A rede imaginária que se forma a partir dessas relações históricas entre a metrópole e os colonizados está muito bem representada nas literaturas que vêm com as independências dos países africanos que foram colônias lusitanas e com o reflexo político que se estende a Portugal, após a Revolução dos Cravos: o Brasil oferece uma imagem positiva à África, que se vai opor à representação de Portugal. A imagem que os africanos, mais ainda os angolanos, fazem dos brasileiros é a de um espaço fluído em aproximações culturais, ignorando a cautela de Dom João VI, varrendo oceano e distribuindo cargos emergenciais sob a ameaça

de Napoleão, os africanos (des) significam as causas que levaram o Brasil a ganhar a independência décadas antes da sua, o que se fixa é a plasticidade da bem-aventurança e é, pois, pela “[...] imagem que a alma humana representa com maior exatidão ainda as virtudes” (DURAND, 1999, p. 19). A imagem é a do Brasil que tem uma base civilizacional muito próxima e uma formação política oriunda da mesma fonte: a portuguesa. Portugal permanece latente nas organizações sociais brasileiras e os brasileiros estão perpetuados na África, como a África está, no Brasil, solidificada de muitas formas.

É importante evidenciarmos que as relações Brasil/África/Europa ou mais especificamente Brasil/Angola/Portugal, na política ou na literatura ou na tessitura de suas Histórias, são uma relação de percepções e enleios culturais, antes de qualquer outra impressão, fazendo com que haja um constante diálogo do campo das representações da vida cotidiana que está interpermeado de influências. O que se sedimenta é o diálogo e a confluência de vozes, são as matizes africanas e europeias que os sujeitos lusófonos trazem em si como constituintes de sua referência nacional. O que se evidencia é a poética da mescla das referências, um fazer regional que em sua plenitude multifacética constitui uma realidade universal.

As imagens do Brasil, Portugal e Angola despontam como o instrumento que gera uma força de continuidade. Isso é uma espécie de espaço coerente e produtor de significado dentro da História, pois a imagem “[...] é a representação de uma realidade cultural estrangeira através da qual o indivíduo ou o grupo que a elabora (ou que a partilha ou que a propaga) revela e traduz o espaço ideológico no qual se situa” (PAGEAUX; MACHADO, 1981, p. 43). Então, o Eu, o Outro e o Outro-eu-meu que se vai compor, a partir das

relações estabelecidas e que se fixa como o ponto de colmatação, estão relacionados de forma tão ampla e tão intrínseca que passam a existir quase que completamente devido à existência dessa acentuada relação de alteridade.

Isso é manifesto dentro das organizações dos Estados Modernos – e assim caracterizamos por conta e risco aquelas Nações que se configuraram Estados Nacionais a partir do fato de terem sido colonizadas – em que as identidades surgem já problemáticas desde o ponto de vista das confluências de discursos culturais que irão representá-las, principalmente, no período pós-colonização. Peter Burke (2003) discute essa hibridização das relações sociais e das formações dessas organizações antropológicas a partir do instante do primeiro contato, sistematizando essa existência para que a leitura das inter-relações não seja feita de forma aleatória, ensina o autor que não se pode abordar o hibridismo “indiscriminadamente”. Isso está também em Antonio Candido (1985) quando afirma categoricamente que estudar Literatura Brasileira é estudar Literatura Comparada e que não há a possibilidade de produzirmos um arranjo simbólico sem que se produza uma síntese dos estratos simbólicos.

Sendo esse entrelaçamento cultural perceptível, logicamente, pensamos que isso é possível devido a uma série de necessidades e impressões que vão-e-vêm inseridas em determinada rede imaginária. Ou dentro de outra urdidura de significação que se cerze. Consideramos as colocações de Burke nesta discussão porque desejamos chegar às imagens híbridas às quais se refere. Diz ele que na perspectiva da interpretação do mundo isso se mostra, o hibridismo dos estereótipos “[...] está claro na questão das convergências e/ou afinidades entre imagens, ou seja, aquelas que exercem uma função

semelhante, embora tenham imagens diferentes” (BURKE, 2003, p. 26), o que significa que o embate cultural dá início a um processo de releitura conceitual e faz emergir demandas outras que não existiriam se não fosse a relação de poder estabelecida. Pensemos no sincretismo religioso no Brasil com a escravatura e a colonização portuguesa e suas manifestações culturais.

Imagens diferentes, funções semelhantes, ou em todas as relações político-culturais que a História registra entre Portugal, Brasil e África. Pensemos no papel fundante das culturas lusitana e negra para nossa identidade nacional, constituindo uma universalidade regional. De tal forma, a questão do sincretismo acentuado se faz plenamente compreensível, no Brasil, porque o escravo africano deslocado e desespacializado vai constituir um estado outro de representações, já que uma “[...] nação é uma comunidade simbólica e é isso que explica seu poder para gerar um sentimento de identidade e lealdade” (HALL, 1999, p. 49), derivando à gestação de um espaço habitável em meio à hostilidade proporcionada pelas esferas da sociedade escravocrata brasileira.

É relevante, ainda, registrar que as administrações brasileiras, historicamente, se posicionaram ao lado dos governos africanos, embora o governo JK, por exemplo, lançasse um olhar indiferente e acovardado para o continente negro, preservando incontestemente o alinhamento político e as relações entre Brasil e Portugal, ademais o momento histórico não exigia nenhum tipo de efetiva prática nas relações internacionais com as colônias portuguesas na África, de acordo com Martins (1999). Nas políticas de relações exteriores, quando se fez necessário defender interesses comuns, como em questões de reconhecimento das práticas políticas internas, o Brasil,

aproximado da África por sua base civilizacional ou pelo passado comum ou retribuindo a gentileza histórica do reconhecimento da independência em 1822, ergueu-se em favor da África negra.

Dois episódios dessas relações foram importantes: o primeiro foi o fundamental apoio dado pelo Brasil às Nações africanas em desenvolvimento, quando elas exigiam a entrada de seus produtos tropicais no mercado comum da Europa, o que, por obviedade, os seis grandes países europeus não aceitavam e pela interferência brasileira cederam a liberação de quotas de exportação para os africanos. O outro foi quando em 31 de janeiro de 1961, em comunicado proferido ao povo brasileiro, no contexto da PEI (Política Externa Independente), através da Voz do Brasil, Jânio Quadros discursa:

Atravessamos horas das mais conturbadas que a humanidade já conheceu. O colonialismo agoniza, envergonhado de si mesmo, incapaz de salvar os dramas e as contradições que engendrou, [...] Abrimos nossos braços a todos os países do continente. Somos uma comunhão sem prevenções político-filosóficas. Os nossos portos agasalharão todos os que conosco queiram comerciar. Somos uma comunhão sem rancores ou temores. Temos plena consciência da nossa pujança para que no arreceemos de tratar com quem quer que seja (QUADROS apud RODRIGUES, 1964, p. 374).

Generalizando a afirmação, como aí está, e guardadas as devidas particularidades, a História do colonialismo europeu é a História da construção do indivíduo brasileiro e do indivíduo africano. Assim como a História da formação das nações mestiças é a História da Europa, pois “[...] que país europeu foi só e exclusivamente europeu? Alguma vez a Europa foi só Europa?” (RIBEIRO, 2002, p. 387). E, então, dentro de uma conjuntura social tensionada historicamente, o Brasil desponta como um elemento catalisador, uma cultura que,

por se haver construído a partir de uma base luso-africana, tem a função de harmonizar relações entre colonizador/colonizado. Para a diplomacia, tanto a brasileira como a portuguesa, o Brasil tinha a missão de ser o mediador entre a Europa e os países tropicais, tendo um papel a cumprir no Atlântico: o de ajudar a reforçar a língua e a cultura portuguesas na África. Daí a ideia, levantada outrora, de criação de uma comunidade atlântica compreendendo o Brasil, o Portugal metropolitano e as nações africanas (SARAIVA, 1996). O que notamos é a existência de uma referência imagético-cultural, a nação que contém em sua construção a essência das possibilidades de diálogo entre os países que ensaiam um reconhecimento não mais como colonizador/colonizado, opressor/oprimido, ou qualquer outra oposição que o valha, mas que vislumbram possibilidades de um (re)arranjo dialógico é o Brasil. O mesmo país que permeia, juntamente com Portugal, constantemente a ficção africana, trazendo a possibilidade de representação de uma identidade nacional mestiça, habita também sua História em uma ação constituidora de sentido e rompedora do silenciamento beligerante. Isso significa que, circunspecto às relações de poder ainda existentes, pois não se pode apagar as feições de Clio tão facilmente, tem-se emergindo uma outra relação: a do reconhecimento das influências, o que servirá para a elaboração de um outro discurso. O que servirá para a edificação de uma identidade em que o Eu-africano se erguerá da formação discursivo-identitária lusitana e mostrará o que de europeu nele há. Em que o Eu-africano se erguerá da identificação do discurso de reconhecimento do outro-em-si e mostrará o que de brasileiro nele há e o que de africano no brasileiro está evidente, em uma constituição de imagens que oferecem a possibilidade de uma comunicação “trans-histórica” como ensina Eliade (1996, p. 174).

A vazão das influências da África para a Europa e da Europa para o Brasil, notadamente, dá-se na mesma cadência. Desta forma, parece-nos relevante registrar, ainda, que a ossatura das relações do Brasil com a África e com Portugal, está contida na imagem gestada pela palavra. A mesma palavra que atravessava o oceano para trazer o reconhecimento da soberania brasileira pelos africanos, que atravessava o oceano na proa dos navios para comunicar os anseios dos escravos de aqui para suas famílias de lá e que servem, agora, para que se comece uma releitura de nós mesmos, hibridizados que nos construímos, dando conjunções ao nosso imaginário e sonhando um espaço de desejo catalisador de uma imensidão íntima que, por vezes, esteve imersa em desejos e sonhos coletivos.

## **Referências**

ABDALA JUNIOR, B. **Literatura, história e política**. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

ALEGRE, Manuel. Muana Puó: ou talvez o nosso rosto. **Jornal de Letras, Artes e Idéias**, Lisboa, v. 11, mar./abr. 1995, p. 3-4.

BACHELARD, Gaston. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

BARTHES, Roland. **O rumor da língua**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

BURKE, Peter. **Hibridismo Cultural**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

CANDIDO, Antonio. **Literatura e sociedade**. São Paulo: Nacional, 1985.

CASSIRER, Ernst. **Linguagem e mito**. São Paulo: Perspectiva, 1972.

CHAVES, Rita et al (Org). **Brasil/África: como se o mar fosse mentira**. São Paulo: UNESP, 2006.

DURAND, Gilbert. **O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. Rio de Janeiro: Difel, 1999.

ELIADE, Mircea. **Mito do eterno retorno**. São Paulo: Mercuryo, 1992.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

KI-ZERBO, Joseph. **História da África Negra**. Lisboa: Publicações Europa-América, 1972.

LAPLATINE, F.; TRINDADE, L. **O que é imaginário**. São Paulo: Brasiliense, 1997.

MARTINS, Rodrigo Perla. **A diplomacia da prosperidade: a política externa do governo Costa e Silva**. Porto Alegre, 1999, 160 f.

Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

PAGEAUX, D. H.; MACHADO, A. M. **Da literatura contemporânea à teoria da Literatura**. Lisboa: Edições 70, 1981.

PEPETELA. **Lueji: o nascimento dum império**. Lisboa: Dom Quixote, 1989.

\_\_\_\_\_. **A geração da utopia**. Lisboa: Dom Quixote, 1992.

RIBEIRO, Maria Manuela Tavares. **A idéia da Europa**. Lisboa: Almedina, 2002.

RODRIGUES, J. H. **Brasil e África: outro horizonte**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1964.

SARAIVA, José Flávio Sombra. **O lugar da África**. Brasília: UNB, 1996.

SHARPE, Jim. A história vista de baixo. In: BURKE, P. (Org.) **A escrita da história**. novas perspectivas. São Paulo: Unesp, 1992, p. 39-62.

SILVA, Alberto da Costa e. **Um rio chamado Atlântico: a África no Brasil e o Brasil na África**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2003.

# PATATIVA DO ASSARÉ: O CANTO ILIMITADO

*Rafael Hofmeister de Aguiar<sup>1</sup>*

*Daniel Conte<sup>2</sup>*

Como deuses alguns homens executam vários atos  
Entre falares secretos assinam alguns contratos.  
Industrializam a Morte pela fome que os consome  
através de seus decretos e de inúmeros artefatos.  
E depois fazem campanhas plenas de vero combate,  
e constroem no deserto a fome maior dos ratos.  
Edificam na sombra a Fome e seus ornatos,  
e seus antepassados lembram que eles têm um Nome.  
Mas as mortes são diversas e trazem implícito pacto  
dos mirabolantes planos destes homens e seus fatos.

Embora saiba que a vida é justa, simples e plena  
mesmo que a floresta é vasta e minha visão pequena,  
embora saiba que a noite da Fome é grande e fria  
e que só tenho duas mãos, minhas duas mãos vazias,

---

<sup>1</sup> Graduado em Letras pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e mestrando em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade Feevale.

<sup>2</sup> Doutor em Literatura Brasileira, Portuguesa e Luso-africana pela UFRGS. Professor do Curso de Letras e do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais na Universidade Feevale. *E-mail*: danielconte@feevale.br

convoco meus aliados e também meus inimigos  
para movermos juntos as engrenagens do mundo  
e derrotarmos a máquina que sela o sono profundo  
aos que nada podem e que chamamos irmãos  
sejam eles de onde forem, Somália, Bósnia, ou Sudão.  
Eduardo Dall’Alba

Corria o ano de 1921 e, ao passo que Oswald de Andrade anunciava que chegava ao Brasil, em banquete oferecido no Palácio do Trianon, a Revolução Modernista, o poeta cearense Patativa do Assaré abandonava a escola formal iniciando um movimento de sentido que o constituiria na maior parte de sua vida, à margem da estética oficial, registrando as urgências da fome e das precariedades da existência sertaneja. O cenário cultural brasileiro à época era de uma efervescência pouco comum, até então, e a diversidade de expressão se pulverizava pelas principais cidades brasileiras, provocando uma agitação frenética na produção artístico-literária que se estendeu

[...] por todo país. O seu ruído acordou o Brasil de um estado de estagnação. O ânimo de renovação liquidou não somente um passivo de ideias antiquadas que predominavam na letras e nas artes, como chegou mesmo a influir na formação de um espírito novo que veio ocupar nossa órbita política (BOPP, 2012, p. 81).

Vicente do Rêgo Monteiro, por exemplo, atentava para a temática indiana, expondo no Rio de Janeiro e em Recife; em São Paulo, a mostra dos *Fantoches da meia-noite*, de Di Cavalcanti, chamava a atenção do público pela sensualidade das cores somada ao desalinho das formas; a cidade também servia de espaço produtor da crítica de Andrade que escrevia a série “Mestres do Passado”, analisando categoricamente a poesia parnasiana e, apelava, para a superação dessa estética.

A três mil quilômetros, aproximadamente, da anunciação de Oswald, em uma terra encarquilhada por fissuras improváveis para semeadura, anunciadora da repetitiva rotina da *secura* hostil e de abandonos recorrentes – que estendia aos calcanhares daqueles que cruzavam o Sertão, a aridez do solo –, um menino caminhava diariamente três léguas até descansar seu corpo nos bancos de uma escola “muito atrasada”, como afirmaria, ele mesmo, anos mais tarde. Antônio Gonçalves da Silva, alcunhado como Patativa do Assaré, resistiu por quatro meses ao estafante percurso, dando-se, então, exclusivamente, à travessia simbólica em seus poemas, ousando romper os paradigmas da geografia imaginária que se lhe foi tão maculável.

A necessidade diária de dividir-se entre o insistente revolver a terra, para que dali brotassem milho e algodão, que iriam sustentar seus mais quatro irmãos, e colocar-se hierarquicamente sentado ao silêncio imposto pelo limite da linguagem escolástica, se fazia difícil. A aspereza do protocolo seria destalhada pelo cinzel cantado de um deus cuidadoso e, com o dedo em riste, o poeta organizaria sua resistência persistente no campo das letras: seu canto ecoaria significativamente a todos rincões da severidade geográfica de Serra de Santana. É nessa altura da História que Patativa começava a compor seus versos, ainda e sempre, em rima e métrica rígidas, herdando uma genética cultural trazida pelos portugueses, pois deitava-se no verso e cantava que “[...] a poesia sem rima é como o corpo sem arma/ e o coração sem amô” (ASSARÉ, 2004, p. 19).

As idiossincrasias que compõem o artista são muitas, incluem-se nelas o trânsito entre a norma padrão e as variações da linguagem, o registro contundente das ações políticas dos atores sociais, além do

tom educativo de sua obra. O professor Gilmar de Carvalho (2009) entrevistou Patativa, em 1996, por ocasião de sua investigação, e aponta para uma relação entre a genialidade e a cegueira do poeta, referindo-se a Homero, o que coaduna a uma forma de aproximá-los. Entretanto, é em Debs (2000) que se encontra uma sustentação argumentativa a partir da qual se pode assinalar que não é só na cegueira que os dois se assemelham, é também pelo fato de os dois terem se constituído como educadores do seu povo e conseguirem, em suas produções, organizar a funcionalidade da representação imagética de sua gente. Consoante às observações de Jaeger (2001), não só Homero como também a poesia em si exercem um papel educativo junto aos gregos. Para o filólogo, o suposto autor da *Iliada* e da *Odisseia* representaria somente o exemplo insigne de tal função da arte na Grécia antiga, a da formação do sujeito social pela educação poética.

A concepção do poeta como educador do seu povo – no sentido mais amplo e profundo da palavra – foi familiar aos Gregos desde a origem e manteve sempre a sua importância. Homero foi apenas o exemplo mais notável desta concepção geral e, por assim dizer, a sua manifestação mais clássica (JAEGER, 2001, p. 61).

No excerto, síntese axiológica do pensamento helênico, Estética e Ética configuram-se como duas coisas inseparáveis para a sociedade grega. Ela compreendia que o Belo e o Bom seriam dois princípios indestrincáveis e, por este motivo, a poesia adquiria o caráter de educar para o Bom através do Belo, conjugando as duas percepções à produção de um efeito de sentido comum ao social. Porém, a questão que se coloca é o como se pode pensar a poesia de Patativa do Assaré como tributária de uma função educativa do

povo do Sertão? Este aspecto é possível ser cogitado se se desvelar a ideologia subjacente à obra patativana e seus braços interpretacionais estendidos aos signos sociais do Sertão.

É o próprio poeta que, categoricamente, diz

A minha poesia é quase toda social. Eu sou o poeta do engraxate, do chapeado, do ajudante de carro, do dono do carro e do doutor, quando ele me quer. Comigo não há distinção! Sempre fui assim e sempre hei de ser. Sabe por quê? Porque meu julgamento é diferente de muitos. Eu num tenho vaidade com essas coisas. Foi Deus que me deu, num é meu, num fui eu que criei! Foi a natureza que me legou. Então, se os filhos do chapeado têm o mesmo direito de me escutar e gostar do que eu digo, com os mesmos direito que tem os filhos do doutor, num é? Num é? Num é a mesma coisa? (CARVALHO, 2009, p. 90 - fala de Patativa do Assaré).

A repercussão ideológica que emerge de suas palavras, leva-o a erguer, ao largo de sua poética, um lastro imagético já-lá-existente oriundo do Sertão e nele gestado, uma vez que todo discurso referente a um objeto centra-se, inexoravelmente, nos signos sociais que o orbitam, fazendo com que penetrem em suas fissuras, feixes de realidade evidenciadores do diálogo irrestrito entre palavra, imagem e sentido. Não há versos na poética patativiana que não apareçam embebidos na confluência discursiva que, simbolicamente, desnuda a luta de classes. O *ethos* que parece mover o poeta é a busca pela igualdade social. Ele próprio afirma ser um revoltado com as injustiças, revelando, inclusive, sua pretensão em tornar-se uma espécie de educador de sua gente, já que sua obra funcionaria como um “grito de alerta” que *despertaria* aqueles que não se dão conta das injustiças e das desigualdades perceptíveis no Sertão.

Meus poemas são assim, porque *eu sou muito revoltado contra a injustiça*. Sempre fui. Agora, sei respeitar os donos do poder. Eu não vou afrontar ninguém coisa nenhuma. Tanto é assim que *minha poesia é* assim dentro desse tema do povo. É assim como *um grito de alerta*, apresentando o estado da vida aqui... ali na... classe pobre, né? (CARVALHO, 2009, p. 61 – Fala de Patativa do Assaré, grifos nossos).

A temática social é subjacente ao conteúdo da obra e emerge claramente quando de uma leitura mais atenta, sem embargo, a forma dos poemas constitui-se como elemento significante dessa temática, uma vez que a atenção dispensada ao exame dos aspectos formais e contedísticos da obra do poeta elucidam sua verve educativa. No tocante à questão formal, é importante voltar-se para a linguagem no que diz respeito à métrica e às variedades linguísticas empregadas na sua poesia. Quanto à métrica, ela é extremamente rígida e pode ser considerada como parte do projeto educativo de Patativa do Assaré. Tal percepção se deve ao fato de que a utilização de metro e rimas regulares facilitam a memorização pelo indivíduo, principalmente quando este não possui educação formal<sup>3</sup>. Assim, para que sua mensagem permeie o habitat do sertanejo, ele se utiliza do expediente formal que contribui para que alcance o seu intento. Em outras palavras, métrica e rimas rígidas são expedientes que facilitam a memorização dos poemas, funcionando como meio de divulgação da ideologia latente à obra, além do frequente uso

---

<sup>3</sup> Nas entrevistas, realizadas em junho de 2011 em Assaré-CE, com Geraldo Gonçalves e Inês Cidrão Alencar, filhos do poeta, ambos ressaltam que não tiveram oportunidade de estudar. Aliás, Geraldo Alencar resalta que esta condição não se atinha somente a sua família, mas ao povo do Sertão em geral.

da redondilha maior, predicado das composições populares, que remete, diretamente, ao Trovadorismo galego-português.

Patativa do Assaré afirma que compunha dois tipos de poemas: a poesia cabocla ou matuta e a poesia em forma literária (CARVALHO, 2009), o que distingue as duas modalidades é a variedade linguística empregada. Enquanto a poesia cabocla/matuta se vale da variante popular, segundo os termos empregados por Bagno (2000), a produção em forma literária se utiliza da norma padrão. A utilização de duas modalidades linguísticas distintas e com diferente prestígio social pode ser encarada como desveladora da orientação discursiva da poética patativana na qual se nota que o registro do popular não diminui, tampouco prejudica, a fluência imagética gestada nos poemas.

A linguagem da poesia cabocla/matuta possui uma série de alterações em relação à língua portuguesa padrão, que, em nível fonético, são perceptíveis pelos inúmeros metaplasmos<sup>4</sup>. O uso da variante popular faz com que o poeta dê voz ao sertanejo com o seu linguajar próprio. Parece instaurar-se um processo de identificação entre o receptor sertanejo e aquilo que é dito no poema por meio da linguagem. Devido a essa funcionalidade de escritura do poeta, a poesia de Patativa do Assaré revela ao povo do Sertão a realidade e a verdade, consoante à acepção da estudiosa holandesa Ria Lemaire (2009, p. 15).

Comunicar e ensinar o povo essa experiência e esse conhecimento ('essas filosofias') da vida real é a verdadeira missão do poeta-testemunha que, por esse motivo mesmo, tem de contar a verdade, outra palavra-chave da filosofia de Patativa.

---

<sup>4</sup> Transformações fonéticas que a língua passa no contexto de sua evolução.

Ademais, ao dar voz ao sertanejo por meio do emprego do dialeto regional, o poeta coloca na boca daquele que sofre as privações e as injustiças, o desejo de mudanças; é o homem do Sertão que revela sua sina e seu clamor pela transformação social. É neste encontro entre as urgências do cotidiano e o arranjo poético popular que o poeta faz ouvir aqueles que viveram a história de fato, longe de banquetes anunciadores da *nouvelle esthétiqu*e e alheios a apologias nacionalistas. O homem comum, nos poemas de Patativa, torna-se senhor de sua voz e não eco de um plurivocalismo altero, deslembado em galerias das metrópoles. A redenção do sujeito vem ao cantar o próprio mundo e valorizar o espaço do cotidiano como cenário de suas peripécias, ainda que se saiba das limitações, das dores e das necessidades que o constituem.

Por outro lado, como os próprios poemas revelam, há o emprego da língua padrão, variante com grande prestígio social (BAGNO, 2000). Este fato está ligado ao desejo de legitimar o protesto por uma vida mais digna ante as camadas cultas da população. Nessa direção, ressalta-se que o título de uma dessas composições é *Nordestino sim, nordestinado não*, em que apresenta um sentido passivo do próprio participio: “subjugado”, “espoliado”, que não o identifica como atuante dentro do seu próprio espaço. Para negar a posição do sertanejo como predestinado ao sofrimento e ao descaso social, o poeta se utiliza daquela modalidade linguística prestigiada com um grande valor social e civilizatório.

Outro poema edificado desde uma padronização linguística, *O retrato do sertão*, descreve as belezas do espaço habitado e transitado pelo sertanejo, e o descaso social também é retratado; há uma antítese entre a exaltação da natureza e a denúncia dos problemas sociais, como bem demonstra a estrofe abaixo.

Porém, se ele é portento  
De riso, graça e primor  
Tem também sofrimento,  
Sua mágoa e sua dor.  
Esta gleba hospitaleira,  
Onde a fada feiticeira  
Depositou seu condão,  
É também um grande abismo  
Do triste analfabetismo,  
Por falta de proteção (ASSARÉ, 2007, p. 103).

A reivindicação da justiça social passa por uma conscientização do povo. Por este motivo, em diversos poemas, o sujeito lírico patativano parece tentar *abrir os olhos* de sua gente, como acontece em *Vida sertaneja*, em que procura mostrar que os políticos não cumprem com as suas obrigações e só procuram os cidadãos, no limiar do cumprimento de seus deveres, para lhes cobrar impostos ou para lhes pedir votos.

Quando aparece um sujeito,  
De gruvata e palitó,  
Todo alegre e sastifeito,  
Como quem caça xodó,  
O matuto experiente  
Repara pra sua gente  
E, sem tê medo de errá,  
Diz, com um certo desgosto:  
'Ele vem cobrá imposto  
Ou pedi pra nós votá' (ASSARÉ, 2007, p. 119)

A postura educativa que procura revelar a verdade para o sertanejo fica mais evidente nos versos de *Caboclo roceiro*. Neles, o enunciador revela que as agruras sofridas pelo seu conterrâneo não são determinadas pela *mão divina*.

Tu pensas, amigo, que a vida que levas  
De dores e trevas debaixo da cruz  
E as crises constantes, quais sinas e espadas  
São penas mandadas por nosso Jesus

Tu és nesta vida o fiel penitente  
Um pobre inocente no banco do réu.  
Caboclo não guarda contigo esta crença  
A tua sentença não parte do céu

O mestre divino que é sábio profundo  
Não faz neste mundo teu fardo infeliz  
As tuas desgraças com tua desordem  
Não nascem das ordens do eterno juiz (ASSARÉ, 2007, p. 146-147).

Se, em *Caboclo roceiro*, percebe-se que a origem dos males do homem do Sertão não advém da Providência Divina, mas ainda vela a proveniência do “fardo infeliz”, em *Nordestino sim, nordestinado não*, o sujeito lírico aponta a origem do descaso que faz o sertanejo sofrer. Segundo este poema, “[...] a raiz do grande mal” (ASSARÉ, 2007, 209) origina-se na desigualdade nas ordens política, social e econômica.

Mas não é o Pai Celeste  
Que faz sair do Nordeste  
Legiões de retirantes  
Os grandes martírios seus  
Não é permissão de Deus  
É culpa dos governantes  
Já sabemos muito bem  
De onde nasce e de onde vem  
A raiz do grande mal  
Vem da situação crítica  
Desigualdade política  
Econômica e social (ASSARÉ, 2007, p. 209).

No mesmo poema, o sujeito lírico não se restringe a elucidar a origem da desigualdade pela qual passa o nordestino do Sertão, ele propõe como mudar a realidade cruel em que se encontra o sertanejo, construindo a igualdade. A mudança passa pela união não só dos oprimidos, como também de todos os estratos sociais do país. Há a necessidade ética de que cada um mostre o seu melhor e procure no outro os valores humanos indispensáveis para que se atinja a transformação social. Em outras palavras, a perspectiva patativana para chegar à igualdade está calcada na alteridade e em seu arrançamento combativo às desigualdades.

Por isso vamos lutar  
Nós vamos reivindicar  
O direito e a liberdade  
Procurando em cada irmão  
Justiça, paz e união  
Amor e fraternidade

Somente o amor é capaz  
E dentro de um país faz  
Um só povo bem unido  
Um povo que gozará  
Porque assim já não há  
Opressor nem oprimido (ASSARÉ, 2007, p. 210).

Exemplo insigne, ainda, da poética do autor como reivindicação social é *A terra é naturá*. A perspectiva de uma ideologia de transformação social que perpassa o poema é tão significativa que justifica o debruçar-se mais detalhadamente sobre ele.

Há, na primeira estrofe, a utilização de um recurso retórico perceptível também em outras composições de Patativa do Assaré: a tópica da falsa modéstia. Segundo ensina Ernst Robert Curtius (1996,

p. 126), essa tópica se caracteriza pelo fato de que, na introdução, o orador procura “conquistar a benevolência, a atenção e a docilidade de seus ouvintes” e a forma de que se utiliza para atingir tal objetivo é um “exórdio modesto”, mas sem acentuar a modéstia para não a tornar afetada. Mesmo que esse procedimento retórico advenha, de acordo com o mesmo autor, do discurso forense, ele passa “a outros gêneros”, podendo ser sentido na poesia.

O sujeito poético invoca um interlocutor (“Sinhô dotô”) de posição social mais elevada que ele, já que o ofício a que se propõe o enunciador é servir ao seu patrão (“meu ofiço/ É servi ao meu patrão” – ASSARÉ, 2004, p. 154). O locutor, ainda, observa que não tem o dom com o manejo da palavra e que não possui educação formal, pois, segundo sua própria declaração, “Eu não sei fazê comiço,/ Nem discuço, nem sermão;/ Nem sei as letra onde mora” (ASSARÉ, 2004, p. 154). Ademais, a utilização da variedade não-padrão da língua portuguesa evidencia a falsa modéstia, uma vez que o poeta manejava com autoridade também a forma padrão da língua. Acerca disso, fazem-se interessantes as palavras de Luiz Tavares Júnior (2002, p. 5), quando diz que,

Fenômeno da poesia popular, Patativa do Assaré é senhor de seu ofício, utilizando-se de uma linguagem dupla, ora de vocabulário e sintaxe do sertanejo nordestino, ora de uma lexicologia e de construções fraseológicas talhadas nos limites da linguagem padrão. Seus analistas são unânimes em realçar sua maestria no uso da linguagem, mais pendente para o rústico, o popular, o dialetal, por mais conforme, adequada aos fins de sua expressão de poeta do povo, poeta caboclo, que, por vezes, se utiliza do português padrão, como a insinuar que sua opção pela linguagem cabocla é fruto de deliberada vontade, por total integração com sua terra, sua gente, e não por desconhecimento dos códigos letrados.

O uso da linguagem própria do sertanejo não-escolarizado, segundo a observação do professor Tavares Júnior, não acontece por Patativa ignorar os preceitos da norma padrão – ele os conhece e os maneja com desenvoltura, habilidade e fluência imagética. Há uma opção consciente pela linguagem cabocla com o intuito de reforçar a integração de sua obra poética com o Sertão. Essa escolha, também, funciona como expediente retórico que ressalta a sua modéstia, uma vez que, ao utilizar uma forma desprestigiada da língua, ele faz com que se pressuponha uma inferioridade – ainda que falsa – do seu discurso. Apesar da modéstia, que deve ser vista como um recurso retórico, o sujeito poético tem o que dizer, o que passa pela reivindicação da transformação social.

Conquistada a benevolência do ouvinte/leitor, o interlocutor utiliza o caso hipotético da morte de um pai de família e da expulsão de casa dos filhos mais novos pelos mais velhos para fazer a defesa que a terra é bem comum. Ele afirma que o pai de família é Deus e que os filhos são os seres humanos. Através dessa comparação, o sujeito poético, na terceira e quarta estrofes, defende, de certa maneira, uma reforma agrária.

Seu dotô, que estudou munto  
E tem boa inducação,  
Não ignore este assunto  
Da minha comparação,  
Pois este pai de fãmia  
É o Deus de Soberania,  
Pai do sinhô e pai meu,  
Que tudo cria e sustenta,  
E esta casa representa  
A terra que Ele nos deu.  
[...]

O Deus justo que não erra  
E que pra nós fez a terra,  
Este planeta comum;  
Pois a terra com certeza  
É obra da natureza  
Que pertence a cada um (ASSARÉ, 2004, p. 154-155).

O tema da reorganização da estrutura fundiária será retomado no poema *Reforma agrária*<sup>5</sup>. Nele, o enunciador convoca o agregado sem terra a lutar, dirigindo-se diretamente a ele, dizendo-lhe: “Lutai altivo, corajoso e esperto/ Pois só verás o teu país liberto/ Se conseguires a reforma agrária” (ASSARÉ, 2007, p. 218).

A questão da redistribuição da terra é assunto presente e constante em sua obra, como atesta Carvalho (2009). Inclusive, o autor revela que o poeta possuía afinidades com as Ligas Camponesas. Dona Vandinha, Maria Evandete de Almeida, diretora do Instituto Canto do Patativa<sup>6</sup>, em entrevista concedida em junho de 2011, afirmou que Patativa do Assaré foi um poeta à frente do seu tempo, pois abordou o tema da reforma agrária antes que esse passasse a integrar a agenda social do país, incluindo a temática em sua primeira obra em livro *Inspiração nordestina*, publicado em 1956, com o poema *A terra é naturá*.

O poema segue clamando pela igualdade através das imagens do sol que brilha para todos, da chuva que cai sobre todos (“Móia a tapera do pobre/ E a grande casa do rico” – ASSARÉ, 2004, p.

---

<sup>5</sup> O poema *Reforma agrária* foi publicado na obra *Ispinho e fulo*, de 1988, enquanto o poema *A terra é naturá* em *Inspiração nordestina*, de 1956, e republicado em *Cante lá que eu canto cá*, de 1978.

<sup>6</sup> O Instituto Canto do Patativa é uma organização que realiza um amplo trabalho social com crianças, adolescentes, gestantes e deficientes físicos e mentais no município de Assaré-CE.

155), da lua que ilumina a todos e do vento que sopra sobre todos. Tal ideal de igualdade faz com que Carvalho (2009) vincule Patativa do Assaré à utopia socialista.

Num mundo marcado pela crise dos valores, pela revisão dos paradigmas e pela incerteza, é possível que não haja mais lugar para as utopias. Tudo se dilui sob o impacto de uma velocidade que é da informática e se banaliza no contexto das mídias.

A utopia igualitária do socialismo real pode ter sido a última manifestação nestes moldes do milênio. E, enquanto outra utopia não é construída, podemos ver as marcas que elas deixaram na produção artística e literária, por exemplo, na poética de Patativa do Assaré (CARVALHO, 2009, p. 128).

A perspectiva socializante na poesia patativana passa pelo entendimento da luta de classes não mais como um simples confronto exclusivo entre a burguesia e o proletariado, “mas antes em termos de alianças entre vários grupos sociais que, de um lado dominam e dirigem a vida econômica e social e de outro são subordinados e dirigidos” (BOTTOMORE, 1993, p. 224). Aliás, os versos abaixo de *A terra é naturá* abordam não só a exploração do pobre pelo rico, mas também o desejo do opressor de continuar explorando o oprimido.

Se o orguiôso pudesse  
Com seu rancô desmedido,  
Tarvez até já tivesse  
Este vento repartido,  
Ficando com a viração  
Dando ao pobre o furacão;  
Pois sei que ele tem vontade  
E acha mesmo que precisa  
Gozá o frescô da brisa,  
Dando ao pobre a tempestade (ASSARÉ, 2004, p. 156).

Contudo, mesmo que denuncie a exploração do pobre e o desejo do rico de relegar o desfavorecido a condições indignas e excluí-lo, ainda mais, das benesses econômico-sociais, o sujeito poético não pretende pregar a desapropriação material da classe abastada, originando a desgastada e simplista imagem da luta de classes. O que ele deseja são oportunidades iguais às dos privilegiados, o que, conseqüentemente, eliminaria os privilégios.

Não invejo o seu tesoro,  
Sua mala de dinheiro  
A sua prata, o seu oro  
O seu boi, o seu carnêro  
Seu repôso, seu recreio,  
Seu bom carro de passeio,  
Sua casa de morá  
E a sua loja surtida,  
O que quero nesta vida  
É terra pra trabaiá (ASSARÉ, 2004, p. 156-157).

Carvalho (2009, p. 134) faz um exercício para plasticizar a pretensão de Patativa do Assaré por uma igualdade social sem apelar para coerção e para a força, como bem denotam os versos acima. O pesquisador diz que o difuso socialismo patativano, que pode ser questionado se se constitui como utópico ou não, “apontava para uma justiça social, para uma correção romântica das *dores do mundo* e para as relações de poder baseadas no consenso e nunca na força”. Em uma espécie de conciliação de classes, a última estrofe do poema em questão traz um sujeito poético marginalizado expondo as agruras pelas quais passa e solicitando que o “seu doutor” lhe conceda as condições para conquistar uma vida digna e dignificante.

Iscute o que tô dizendo,  
Seu dotô, seu coroné:  
De fome tão padecendo  
Meus fio e minha muié.  
Sem briga, questão nem guerra,  
Meça desta grande terra  
Um tarefa pra eu!  
Tenha pena do agregado  
Não me dêxe deserddado  
Daquilo que Deus me deu (ASSARÉ, 2004, p. 157).

Mesmo que, intuitivamente, haja percepções próximas à compreensão socialista e comunista de cunho marxista – como a luta de classes – na poética patativana, é possível considerar Patativa do Assaré socialista ou comunista, como apontam os estudos críticos? Responder a pergunta de modo conceitual seria encarcerar o próprio poeta e sua obra, pois, como observa Carvalho, Patativa é ilimitado e não pode ser rotulado. Diz, ainda, que

Com uma sabedoria de vida e uma visão crítica do mundo, que o transformaram em um símbolo apropriado pelas esquerdas que viam nele o poeta da resistência e, pela direita, que exaltava a sua autenticidade, na valorização do tradicional, do genuíno e da raiz, Patativa pairava acima dessas querelas, não por arrogância, mas pela importância de seu cantar ser maior que todos os rótulos a ele atribuídos (CARVALHO, 2009, p. 32).

Por sua vez, Raimundo Gonçalves de Alencar, genro do poeta, em entrevista concedida no dia 26 de junho de 2011, na sua casa na localidade de Serra de Santana, município de Assaré-CE, ressalta que não é possível rotular Patativa do Assaré. Raimundo afirma que “o povo diz que todo poeta é comunista, mas não é. Ele clama muito em cima dessa ação social que é o descaso que não

acontece a ação social” Em trecho anterior da entrevista, Raimundo reforça o aspecto social da obra patativana. Ele diz que

*A triste partida*<sup>7</sup> que ele cantou, quando ele cantou *A triste partida*, ele cantou o desprezo com o trabalhador: o trabalhador era obrigado a sair daqui por causa de um desprezo social, não é? Que a justiça social não acolhia a pessoa. Aí vem *A morte de Nanã*<sup>8</sup>, também outro desprezo social. A justiça política deixa o cabra, a pessoa de lado e vira tudo isso. A pessoa morre de fome, morre à míngua por falta de remédio, morre por causa de uma estrada que não presta. Tudo isso ele clamou na poesia dele. É o descaso... (transcrição da entrevista realizada com Raimundo Gonçalves de Alencar em junho de 2011).

Isto demonstra o interesse de Patativa pela busca de uma igualdade social. Igualdade que pode ser considerada utópica, mas que não se revela, conforme Carvalho (2009, p. 132), como uma “utopia escapista”, quer dizer, o que “ele pleiteia é a importância da participação, é a ruptura com o imobilismo e a instauração de uma nova ordem”, uma ordem de combate organizado às desigualdades sociais e políticas da acessibilidade doméstica daquele espaço.

Considerando-se, ainda, que em alguns poemas, entre eles *A terra é naturá*, o locutor se dirige a um *doutor* e pensando a voz patativana, como observa Zumthor (2010), em performance, ela procura atingir os doutos ouvidos, audição daqueles que estão no

---

<sup>7</sup> *A triste partida* foi publicada inicialmente em cordel e gravada, em 1964, por Luíz Gonzaga (CARVALHO, 2009). O poema fala sobre o drama da seca que faz com que os sertanejos emigrem para o Sudeste e o Sul do país.

<sup>8</sup> O poema, publicado em 1970, pelo folclorista J. de Figueiredo Filho, em *Novos poemas comentados*, narra o episódio da morte por inanição da filha mais nova do poeta, Ana, aos 6 anos de idade.

centro do poder e das decisões políticas. Ao alcançar tal intento, chegar-se-ia à igualdade clamada na sua poética dos excluídos.

Mesmo no cordel, forma de manifestação poética que rejeitou por causa de sua fragilidade e falta de engajamento (CARVALHO, 2009), Patativa do Assaré envolveu-o de uma aura de crítica social, como é exemplo *A triste partida*. Por esse motivo, Tavares Júnior (2002, p. 9) afirma que o bardo sertanejo inova a prática cordelística, uma vez que

[...] assenhorou-se das tecnicidades do verso popular e introjetou em seu espírito a visão de mundo do Cordel, as quais transportará para a sua futura poesia, distinguindo-a com o forte estigma do telurismo e a marca de fogo de sua crítica social, dois aspectos pouco vivenciados na Literatura de Cordel, o que singulariza Patativa do Assaré no espaço da literatura popular, cuja ludicidade e ironia saberá dar curso.

A utilização do cordel faz parte do projeto educativo de Patativa do Assaré. Ele, apesar de todas restrições que tem pelo gênero, compreende que o cordel é amplamente difundido no Sertão, caracterizando-se como produto massivo, por isso é uma forma de divulgação de sua obra poética que *abre os olhos* do sertanejo e clama por transformação para se chegar à igualdade social.

Outro exemplo do engajamento social de sua literatura é um dos poucos cordéis que produziu: *ABC do Nordeste flagelado*. Nele, o sujeito poético fala sobre os sofrimentos pelos quais o sertanejo passa. Nas duas estrofes abaixo, é retomado o drama da seca que obriga o homem do Sertão a transformar-se em retirante, retomando o arquétipo usado n' *A triste partida*. Aliás, como registra Carvalho (2009, p. 35), dentre as necessidades reivindicadas em seus versos,

têm-se a “adutora de água de sua cidade”, que hoje leva o nome de Patativa do Assaré, e que “sempre foi uma reivindicação” dele.

L- Lamenta desconsolado  
o coitado camponês  
porque tanto esforço fez,  
mas não lucrou seu roçado  
num banco velho, sentado  
olhando o filho inocente  
e a mulher bem paciente,  
cozinha lá no fogão  
o derradeiro feijão  
que ele guardou era para semente

M- Minha boa companheira,  
diz ele, vamos embora,  
e depressa, sem demora  
vende a sua cartucheira,  
vende a faca, a roçadeira,  
machado, foice e facão;  
vende a pobre habitação,  
galinha, cabra e suíno  
e viajam sem destino  
em cima de um caminhão (ASSARÉ, 2002, p. 198-199)

Para Patativa do Assaré, constituir-se como voz habitante do Sertão, por fim, é também reivindicar mudanças sociais que permitam que não haja mais descasos, mas justiça e igualdade, sem opressor e oprimido como está exposto em *Nordestino sim, nordestinado não*. Ele compreende, segundo a acepção de Lemaire (2009, p. 14), que “[...] o papel do poeta não é neutro [...]” e que “[...] nasceu não só com o dom da poesia, como também o da verdade e da justiça [...]”, compreendendo “[...] a missão dupla da sua poesia e a dupla missão do poeta: informar e comentar/ensinar, formar a

opinião do povo”. O poeta, portanto, assenhora-se da linguagem do sertanejo e do imaginário do Sertão para mostrar a realidade deste espaço (AGUIAR; CONTE, 2012). No seu canto ilimitado, o poeta-pássaro busca atingir os privilegiados e desprivilegiados no intuito de edificar uma sociedade justa e igualitária; seu canto ressoa a voz do povo como canto de luta.

## Referências

AGUIAR, Rafael Hofmeister de, CONTE, Daniel. Entre o Sertão real e o imaginado: a representação do Sertão em Patativa do Assaré. **Literatura em Debate**, Frederico Wetsphalen, v. 6, p. 107-125, 2012.

ASSARÉ, Patativa. **Cordéis**. Fortaleza: EDUFC, 2002.

\_\_\_\_\_. **Cante lá que eu canto cá**: filosofia de um trovador nordestino. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

\_\_\_\_\_. **Antologia poética**. 5. ed. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2007.

BAGNO, Maços. **A língua de Eulália**: novela sociolingüística. 8. ed. São Paulo: Contexto, 2000.

BOPP, Raul. **Movimentos Modernistas no Brasil – 1922-1928**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2012.

BOTTOMORE, Tom (org.). **Dicionário do pensamento marxista**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

CARVALHO, Gilmar de. **Cem Patativa**. Fortaleza: Omni, 2009.

CURTIUS, Ernst Robert. **Literatura européia e Idade Média latina**. São Paulo: Edusp, 1996.

DEBS, Sylvie. Patativa do Assaré: uma voz do Nordeste. In: ASSARÉ, Patativa. **Patativa do Assaré uma voz do Nordeste**. São Paulo: Hedra, 2000, p. 9-37.

JAEGER, Werner. **Paidéia**: a formação do homem grego. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

LEMAIRE, Ria. Rer Patativa do Assaré: redescobrir um mundo. In: CARVALHO, Gilmar (org.). **Patativa em Sol maior**: treze ensaios sobre o poeta pássaro. Fortaleza: Edições UFC, 2009.

TAVARES JÚNIOR, Luíz. Patativa: um cordelista revisitado. In: ASSARÉ, Patativa. **Cordéis**. Fortaleza: EDUFC, 2002, p. 5-12.

ZUMTHOR, Paul. **Introdução à poesia oral**. Belo Horizonte: UFMG, 2010.

# PERFORMANCE E PRÁTICAS DE CONSUMO ONLINE: CIBERATIVISMO EM SITES DE REDES SOCIAIS

*Sandra Portella Montardo*<sup>1</sup>

*Willian Fernandes Araújo*<sup>2</sup>

## Introdução

Este estudo visa analisar práticas de consumo *online* e sua associação com o conceito de performance, tendo por objeto de estudo a página da *Wikileaks* no *Facebook*. Como nos mostra Barbosa (2009), “[...] a etimologia da palavra consumo é plena de ambigüidade. Consumo deriva do latim *consumere*, que significa usar tudo, esgotar e destruir; e do termo inglês *consummation*, que significa somar e adicionar” (BARBOSA, 2009, p. 21). A partir dessa consideração, a

---

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação pelo PPGCOM-PUCRS (2004). Professora e pesquisadora na Universidade Feevale, nos cursos de Publicidade e Propaganda, Mestrado em Processos e Manifestações Culturais e Mestrado em Inclusão Social e Acessibilidade. Secretária Executiva da ABCiber (2011-2013). *E-mail*: sandramontardo@feevale.br

<sup>2</sup> Bolsista Capes/PROSUP-Cursos Novos do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais na Universidade Feevale. *E-mail*: willianfaraujo@gmail.com

autora (2009) aponta problemas teóricos e dificuldades conceituais nos estudos de consumo. E acrescenta que problemas de pesquisa se renovam em seus nomes. No entanto, apesar de cada vez mais se mencionar a palavra consumo no campo acadêmico, percebe-se, especialmente, nos estudos voltados à Comunicação Digital, que não se problematiza a questão do consumo. Assim, pode-se entender que o consumo é considerado como dado, sendo empregado como sinônimo de qualquer tipo de ação, como fator de mediação das interações. Arrisca-se dizer que a variedade assumida pelas práticas de consumo *online* colaborem para certo esquecimento nesse sentido. Acredita-se que essas práticas, quando analisadas a partir de áreas de interesse específicas (ciberativismo, por exemplo), permitem uma problematização necessária do conceito quando aplicado a *sites* de redes sociais, o que vai trazer à tona a questão da socialização *online* e da performance em torno de consumo. Nesse termos, torna-se pertinente o exame da performance em *sites* de redes sociais pelo viés do consumo, levando em conta a hipótese de que o advento da modernidade legou ao indivíduo a responsabilidade de se singularizar cada vez mais (EHRENBERG, 2010), o que não se separa da questão de este indivíduo estar sujeito às impressões que causa nos outros e às suas expectativas quanto a isso (GOFFMAN, 1975).

Para situar essa perspectiva sobre o consumo no âmbito dos estudos sobre o tema, pesquisou-se a ocorrência de artigos sobre consumo e performance nos anais dos seguintes eventos: I Comunicon (2011), Intercom (2007 a 2011) e no Grupo de Trabalho Comunicação e Cibercultura da Compós (2007-2012) e em outras publicações. Percebe-se que a questão da performance aparece, predominantemente, associada à música e a seus fãs. Sá e Holzbach

(2010) discutem a performance musical mediada pelas ferramentas da *Web 2.0* (*Youtube* e *Twitter*). Amaral (2011) investiga a relação entre performance e práticas de consumo subculturais de fãs de gêneros musicais variados em sites de redes sociais e Amaral e Monteiro (2012) abordam a performance de gosto de fãs de música em um grupo no *Facebook*. De modo explícito, a questão do consumo e da performance é abordada por Almeida (2009), que relaciona o uso de tatuagem com uma performance romântica em termos de processos subjetivos de construção de identidade articulados a práticas de consumo, porém essa associação de conceitos não diz respeito a práticas *online*.

Por conta disso, justifica-se a escolha pela investigação de práticas de consumo *online* promovidas pela *Wikileaks*, uma organização ciberativista, no *Facebook*. Esta organização, que afirma defender a ‘liberdade de imprensa para o bem comum’, notabilizou-se pela divulgação de milhares de documentos confidenciais do Governo norte-americano (ARAÚJO, 2011). Na medida em que *sites* de redes sociais facilitam a performance (NASCIMENTO, 2010), e que práticas de consumo são aí observadas, pergunta-se: 1) que sentidos recobrem essas práticas quando associadas à página da *Wikileaks* nesse tipo de *site*?

## **Consumo e práticas de consumo online**

Com relação ao estado da arte dos estudos sobre consumo, Barbosa (2009) salienta que tão interessante quanto a profusão dos estudos sobre consumo nos últimos 25 anos, bem como o incremento de sua relevância teórica, é o reconhecimento de sua

presença em domínios em que antes o consumo não era percebido: cidadania, cultura, política, meio ambiente e religião. Isso, no sentido de que qualquer tipo de atuação ou manipulação de bens nesses domínios, pode ser interpretado como consumo no sentido de uma experiência de “construção” de identidade, por exemplo. Com isso, a autora propõe:

Ou seja, quando estendemos o significado de consumo a inúmeras esferas onde antes ele não se encontrava, estamos utilizando-o para classificar dimensões da vida social a partir de uma nova perspectiva, investindo-o de uma função e importância que até então não lhe era atribuída, qual seja a de *um dos mais importantes mecanismos de reprodução social do mundo contemporâneo* e, reconhecendo as dificuldades que temos pela frente do ponto de vista conceitual e metodológico quando nos propomos a estudar ou falar sobre o consumo (BARBOSA, 2009, p. 24, grifos do autor).

Barbosa (2004) sinaliza que o uso do termo sociedade de consumo enseja alguns embaraços conceituais, pois

consumir, seja para fins de satisfação de “necessidades básicas” e/ou “supérfluas” – duas categorias básicas de entendimento da atividade de consumo nas sociedades ocidentais contemporâneas – é uma atividade presente em toda e qualquer sociedade humana (BARBOSA, 2004, p. 7).

Ainda segundo a autora (2004), em todas elas, as pessoas consomem para reproduzirem-se física e socialmente, manipular artefatos e objetos da cultura material para fins simbólicos de diferenciação, atribuição de status, pertencimento e gratificação individual. A autora (2006) ainda pontua que para além da reprodução física e social, o consumo auxilia na “descoberta” ou “constituição” de nossa subjetividade e identidade. Para diferenciar

cultura de consumo e do consumidor de sociedade de consumo e do consumidor, Barbosa (2004) faz um levantamento teórico que distingue dois grupos de teóricos e de suas abordagens sobre o consumo. De um lado, a autora (2004) situa Frederic Jameson, Zygmunt Bauman e Jean Baudrillard como autores que rotulam a sociedade pós-moderna como sociedade do consumo. De acordo com ela (2004), essa abordagem viabiliza uma visão de consumo que o associa aos seguintes atributos negativos: “[...] perda da autenticidade das relações sociais, materialismo e superficialidade, entre outros”. (BARBOSA, 2004, p. 10). Por outro lado, Barbosa (2004) associa autores como Don Slater, Daniel Miller, Grant McCracken, Colin Campbell, Pierre Bourdieu e Mary Douglas, com uma abordagem que investiga o consumo pelas seguintes questões:

[...] quais as razões que levam as pessoas a consumirem determinados tipos de bens, em determinadas circunstâncias e maneiras? Qual o significado da importância do consumo como um processo que media relações e práticas sociais, as relações das pessoas com a cultura material e o impacto desta na vida social? Qual o papel da cultura material no desenvolvimento da subjetividade humana? (BARBOSA, 2004, p. 11).

Na medida em que esse segundo grupo de autores investiga o consumo como via de acesso para o entendimento de múltiplos processos sociais e culturais, o projeto a que se filia esse estudo se inscreve nessa segunda linha de abordagem, já que pretende identificar o consumo como performance em *sites* de redes sociais.

Barbosa (2009) salienta, ainda, que todos consomem embora nem todos produzam. Talvez por causa disso, a autora (2009) conclui que, nas sociedades contemporâneas, trabalhar é,

moralmente, superior a consumir. “O trabalho é considerado fonte de criatividade, auto-expressão e identidade. O consumo, por outro lado, é visto como alienação, falta ou perda de autenticidade e um processo individualista e desagregador”. (BARBOSA, 2009, p. 21). A investigação de práticas de consumo *online* como performance em *sites* de redes sociais desafia esse entendimento por duas razões: 1) trabalho e consumo não são práticas percebidas como dissociadas em *sites* de redes sociais e, frequentemente, ambas envolvem o uso de aplicativos e compartilhamento de informações, ações que podem ser consideradas como práticas de consumo *online*; 2) também na forma de mostrar o que se consome (performance), pode-se sugerir práticas de consumo e comentários em torno disso no *site* de rede social considerado (agregação social, portanto), além de esse ato poder ser fator de criatividade, auto-expressão e identidade, por exemplo.

De maneira bastante completa, chega-se ao seguinte conceito de consumo na sociedade contemporânea:

Consumo é ao mesmo tempo um processo social que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços e a diferentes formas de acesso a esses mesmos bens e serviços; um mecanismo social percebido pelas ciências sociais como produtor de sentido e de identidades, independentemente da aquisição de um bem; uma estratégia utilizada no cotidiano pelos mais diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direitos, estilo de vida e identidades; e uma categoria central na definição de sociedade contemporânea (BARBOSA, 2009, p. 26).

De acordo com essa citação, fica claro que consumo não significa, necessariamente, a aquisição de um bem. Portanto, cabe conceituar o que seriam práticas de consumo *online*. Por outro lado,

a autora (2009) critica a existência de abordagens generalizantes sobre o consumo para lidar com processos, atividades, itens tão heterogêneos compreendidos no mesmo. “O que se pode afirmar, por exemplo, sobre moda e roupas não se aplica à comida e à alimentação e muito menos à música, embora o consumo nas três áreas envolva processos de ‘produção social do gosto’” (BARBOSA, 2009, p. 28). Essa consideração leva a frisar, mais uma vez, a relevância em se investigar a questão do consumo associada a objetos de estudo diferentes, nesse caso, o ciberativismo praticado pela *Wikileaks* em sua página no *Facebook*. E, além disso, conforme já apontando anteriormente, torna-se pertinente atentar para as especificidades contidas em práticas de consumo online de acordo com o que é consumido.

Segundo Barbosa (2004), em *Cultura de Consumo e Modernidade*, Don Slater fala sobre sociedade e a cultura do consumidor sob o pano de fundo da modernidade. Nesses termos, o autor (apud BARBOSA, 2004) aborda o consumo como forma de reprodução social dominante na modernidade. De acordo com a intérprete (2004), alguns dos indicadores sociológicos formulados por Slater para explicar a cultura do consumidor consistem no seguinte: 1) cultura do consumidor é, em princípio, universal e impessoal, devido a aspectos da produção dos produtos/serviços; 2) o ato de consumo é um ato privado, uma vez que esse ato não tem significado e nem almeja objetivos públicos, partindo da escolha do consumidor, sem qualquer interferência institucional ou de terceiros; 3) consumir seria uma forma de negociar identidade e status em uma sociedade pós-tradicional. Mais uma vez, pensar em práticas de consumo *online* em *sites* de redes sociais a partir do conceito de

performance faz problematizar os indicadores sociológicos 1 e 2, justamente, em nome da negociação de *status* e identidade, previsto pelo terceiro indicador. Cada vez mais, a cultura do consumidor *online* é absolutamente pessoal, tendo-se em vista as múltiplas possibilidades de customização dos espaços ocupados e das formas de atuação em sites de redes sociais, por exemplo. Além disso, pensar o consumo como performance pressupõe, necessariamente, levar em consideração que a compra até pode ser um ato privado, mas as várias facetas das performances de consumo, ainda que não tenha um fim público, nem interferência institucional, conforme Slater (2001 apud BARBOSA, 2004), é passível de influenciar as impressões de terceiros sobre esse consumidor.

Frente a isso, é válido que se passe para as questões relativas à performance.

## **Performance**

Segundo Nascimento (2010), são várias as acepções do conceito de performance e essa polissemia do conceito é pertinente para avaliar as várias facetas do comportamento dos indivíduos em sites de redes sociais.

Para Schechner (2003), performar é ser exibido, mostrar-se fazendo algo a alguém. Para este autor, toda a gama de experiências compreendida pelo desenvolvimento humano pode ser entendida como performance, uma vez que agimos em termos de um comportamento restaurado, que diz respeito a viver em consonância com a cultura vigente. “O comportamento restaurado é – eu me

comportando como se fosse outra pessoa, ou eu me comportando como me mandaram ou eu me comportando como aprendi” (SCHECHNER, 2003, p. 5 ). De acordo com essa perspectiva, Schechner (2003) propõe que a Internet e a Mídia colaboram para que se viva “sequências de performances conectadas”, já que elas próprias produzem e reproduzem situações sociais. Aliás, socialização e tecnologia compõem as situações em que a performance é identificada, segundo Schechner (2003). Entre as funções da performance, Schechner elenca as seguintes: “[...] entreter; fazer alguma coisa que é bela; marcar ou mudar a identidade; fazer ou estimular uma comunidade; curar; ensinar, persuadir ou convencer; lidar com o sagrado e com o demoníaco” (SCHECHNER, 2003, p. 10). Acredita-se que, de acordo com Schechner (2003), as questões ligadas a entretenimento, identidade, comunidade e persuadir ou convencer são aquelas pelas quais se pode relacionar consumo e performance em *sites* de redes sociais.

Nascimento (2010) destaca, também, a questão da performance em termos de atuação social. Quanto a isso, evoca-se *A Representação do eu na vida cotidiana*, em que Goffman (1975) aborda as formas de representação do indivíduo a si mesmo e aos outros por meio da representação face a face, valendo-se para tanto de metáforas ligadas à representação teatral, entre elas a de performance. Quanto a isso, o autor pontua os dois lados contemplados na questão da representação: ao mesmo tempo em que se tem as necessidades e expectativas de quem representa, está em jogo a inter-influência com o “outro” e com a “plateia”. Observa-se, nessa interação, uma preocupação por parte de quem representa quanto às impressões causadas nos outros, as expectativas e manifestações destes,

havendo a preocupação de se causar impressões a partir de intenções determinadas. Sem dúvida, as questões de consumo podem ser consideradas objetos dessa representação na vida social *on* ou *off-line*, sendo mais facilmente controlada em sites de redes sociais pelas razões que nos traz Boyd (2007).

Para Boyd e Eliison (2007), citada por Nascimento (2010), a escolha de como se comunicar e de que tipos de informações revelar tornam a performance em *sites* de redes sociais mais facilmente gerenciável. Boyd (2007), que parte do conceito de Goffman, afirma que perfis em *sites* de rede sociais desempenham a função de performances virtuais identitárias.

Assim, ao nosso ver, os sites de rede social são peças importantes no mundo contemporâneo porque permitem que construamos uma presença, que engendremos um modo de existir através da tela que possui conseqüências diretas sobre nossos comportamentos, atitudes e mesmo sobre fatos e acontecimentos de nossas vidas”. (NASCIMENTO, 2010, p. 7).

Em termos artísticos, performance pode ser interpretada como uma série de tipos de manifestações (NASCIMENTO, 2010). Ao pensar a poesia, Zumthor (2007) sugere que a performance possa ser entendida como linguagem, sendo, portanto, reconfigurável a partir do surgimento de novos meios de comunicação, uma vez que é constitutiva da forma e que implica competência. Zumthor (2007) comenta que

[...] palavra admirável por sua riqueza e implicação, porque ela refere menos a uma completude do que a um desejo de realização. Mas este não permanece único. A globalidade, provisória. Cada performance nova coloca tudo em causa. A forma se percebe em performance, mas a cada performance ela se transmuda. (ZUMTHOR, 2007, p. 33).

A essa noção de incompletude, mencionada por Zumthor (2007), pode-se relacionar a intenção em causar impressões, conforme Goffman (1975), revelando a centralidade da dependência de quem representa para com o seu público.

A abordagem de performance feita por Ehrenberg (2010) refere-se à superação pessoal do indivíduo, de forma que se exige que o indivíduo acesse a sua individualidade por meio de uma passagem à ação. Como contexto para essa nova sensibilidade contemporânea, em que o homem deve tornar-se empreendedor de si, o autor (2010) aponta um cenário de instabilidade constante, em virtude do esfacelamento do Estado-providência. Mais do que valor e princípio de ação, o empreender passa a ser um sistema de normas que se endereça a todos, sendo que, assim como emergência do esporte-aventura, sinaliza modelos de ação (rapidez de adaptação, mudança permanente, flexibilidade psíquica e corporal). Nesse quadro, ser bem-sucedido corresponde a “[...] poder inventar seu próprio modelo, desenhar sua unicidade, ainda que idêntica a de todos os outros”. (EHRENBERG, 2010, p.51). Nesses termos, observa-se a relação inédita entre a identidade pessoal e a visibilidade social, e entre esta e a autenticidade, como mostra a citação que segue.

Ter por ambição tornar-se a si mesmo, identificar ser si mesmo e ser o melhor, é assimilar um código ‘da autenticidade’ ou da identidade a um código de visibilidade. É fazer entrar na intimidade psíquica o modelo público da performance: a identidade depende de uma conquista semelhante a um recorde ou a um mercado. (EHRENBERG, 2010, p. 51).

Nesse âmbito, a construção de identidade não mais se filiaria a pertencimentos coletivos tradicionais, mas consistiria em projeto

voltado ao futuro por uma performance individual. Em termos de comprometimento político, Ehrenberg (2010) identifica que a implicação de cada indivíduo é substituída pela sua realização e visibilidade pessoais.

Esse estilo de laço social rompe com a participação no sentido republicano e ou revolucionário. Ela se fazia em nome da devoção, do sacrifício, a uma classe, a uma religião ou a uma nação que, por sua vez, eram os verdadeiros atores; ela pressupunha o apagamento público do indivíduo em nome do coletivo com o qual ele se identificava e o transcendia. (EHRENBERG, 2010, p. 176).

Assim, a meritocracia inclui a possibilidade de vencer de qualquer forma, e isso inclui o consumo: do *fastfood* à moda. “O objeto do sucesso é acessório com relação ao fato exclusivo de ser bem-sucedido” (EHRENBERG, 2010, p. 66). O que importa, é a multiplicação das chances de vencer.

Quanto ao estabelecimento de relação entre performance e *sites* de redes sociais, importa destacar que Nascimento (2010) investigou a performance e a exposição de si nos *sites Orkut* e *Facebook*, elencando as seguintes categorias: audiência imaginada e a busca por entreter; fazer e comparar; felicidade e superação; e performance e controle. No entanto, este estudo sobre performance associada a *sites* de redes sociais não se voltou para os estudos sobre o consumo.

### **Ciberativismo em *sites* de redes sociais**

O ativismo por meio das novas ferramentas tecnológicas surge na própria esfera de definição de padrões dessas tecnologias. Como

explica Silveira (2010, p. 31), “[...] ele influenciou decisivamente grande parte da dinâmica e das definições sobre os principais protocolos de comunicação utilizados na conformação da Internet”. Ou seja, o ciberativismo é imanente à própria internet.

Este fenômeno social emergente representa o conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas com o objetivo de ampliar os significados sociais através da circulação de discursos e ferramentas capazes de colaborar na defesa de causas específicas (ARAÚJO, 2012). Como apontam Amaral e Montardo (no prelo), o ciberativismo é uma temática crescente no campo de estudos da cibercultura no Brasil.

Sites de redes sociais são campo fértil para proliferação das ações ciberativistas. Por se tratarem de um ambiente de troca entre atores sociais (RECUERO, 2009), estes mecanismos proporcionam ferramentas de cooperação e agregação que facilitam a ação coletiva (BATISTA; ZAGO, 2010). Pelo seu caráter mais horizontal de comunicação, os *sites* de redes sociais garantem visibilidade a mobilizações em que se engajam um número relevante de indivíduos.

Ou seja, os *sites* de redes sociais tendem a proporcionar mobilizações ciberativistas uma forma de comunicação mais horizontalizada, em que engajamento pode significar visibilidade, seja entre os atores sociais de determinada rede, ou, em muitos casos, visibilidade midiática. Desta maneira, estes mecanismos se consolidam, tanto pela abrangência em número de indivíduos, quanto pela facilidade de sua utilização, como um ferramental indispensável a grupos que praticam o ciberativismo.

Neste sentido, pode-se considerar que a visibilidade pelo engajamento coletivo buscada na utilização de sites de redes

sociais está, diretamente, ligada a uma participação performática dos indivíduos conectados a um grupo ciberativista. Isto é, exibir-se identificado com determinada causa aos indivíduos conectados à rede, buscando persuadi-los a também compartilharem de determinado valor, ampliando o alcance da mobilização.

É por isso que autores como Ugarte (2008) defendem que componentes identitários de grupos ciberativistas são fundamentais diante do ambiente de comunicação distribuída da internet. Ou seja, a efetividade das ações ciberativistas depende do engajamento de indivíduos desconhecidos e dispersos. Esse engajamento se dá quando há identificação com estes componentes identitários construídos e repassados através de atuações performáticas.

## **Procedimentos metodológicos**

A *WikiLeaks* (2011) define-se como uma organização de mídia independente que utiliza a combinação de profundos conhecimentos técnicos com os princípios do jornalismo investigativo para vazar dados sigilosos que apontem ações consideradas antiéticas praticadas por governos e grandes corporações. Apresentando-se como uma organização sem fins lucrativos, a *WikiLeaks* afirma ter todas as suas atividades financiadas pela colaboração de seus apoiadores. Para alcançar o aporte financeiro necessário, a *WikiLeaks* mantém, em todos os meios nos quais atua, práticas de consumo *online* que possibilitam a qualquer indivíduo contribuir com a organização.

Como o objetivo do estudo é identificar a associação do consumo *online* com o conceito de performance no ciberativismo,

optou-se pela página da *WikiLeaks* no *Facebook* como espaço de socialização *online*, em que as performances podem ser mais claramente identificadas. Então, diante da grande quantidade de dados disponíveis, optou-se pela utilização da Teoria Fundamentada (TF) como método de análise. Tal escolha fará com que possíveis compósitos teóricos surjam da constante análise e coleta dos dados empíricos disponíveis na rede. Este método surge na obra *The Discovery of Grounded Theory*, em 1967, dos sociólogos Barney Glaser e Anselm Strauss (GIL, 2010; AMARAL; FRAGOSO; RECUERO, 2011).

A TF apresenta-se em quatro fases: coleta de dados, codificação aberta, codificação axial e codificação seletiva. A coleta dos dados, chamada na TF de amostragem teórica, consiste na captação de dados que possibilitem o máximo de oportunidades de descobrir variações de um conceito. Os processos que se seguem na Teoria Fundamentada têm como objetivo encontrar categorias e subcategorias teóricas que poderão colaborar com o entendimento do fenômeno analisado. Estas categorias estão sempre sujeitas a reavaliações proporcionadas pelo aparecimento de novos dados.

Os passos da TF não representam etapas estanques, mas estágios que devem ser determinados pela sensibilidade teórica do pesquisador. Neste ponto, Amaral, Fragoso e Recuero (2011) consideram o levantamento teórico fundamental tanto para o desenvolvimento da sensibilidade teórica, quanto para discussão dos conceitos desenvolvidos ao longo da implementação do método. Concorde-se com a assertiva supracitada e reitera-se que o método explanado valoriza a experiência empírica, sendo, especialmente, adequada a objetos como o abordado neste estudo.

Desta maneira, ao iniciar a coleta de dados, observou-se que a página da *WikiLeaks*<sup>3</sup> no *Facebook* tem mais de dois milhões<sup>4</sup> de usuários conectados que a “curtiram” e passaram a receber suas postagens, representando um abrangente espaço de interação entre a organização e seus apoiadores. Conforme análise de 289 publicações na página da *WikiLeaks* no *Facebook*, em um período de 35 dias (de 1º de junho a 5 de julho de 2012<sup>5</sup>), observou-se uma utilização, predominantemente, informativa, como espaço midiático em rede para propagação de informações, opiniões e conteúdos considerados relevantes pela *WikiLeaks*.

Entretanto, em pouco mais de 8% das postagens analisadas, encontrou-se características de atuação performática, por parte da *WikiLeaks*, com a função de persuadir ou convencer (SCHECHNER, 2003) ao consumo *online*, essencialmente através da compra de produtos com a marca da *WikiLeaks*<sup>6</sup> e de doações de valores à organização<sup>7</sup>. Também, pode-se identificar, nesse sentido, a questão de marcar ou mudar a identidade, conforme o mesmo autor (2003). Para realização da compra, é disponibilizado *hiperlink* para uma loja virtual externa ao *Facebook* em que são encontrados diversos produtos com a marca da organização, como roupas, acessórios domésticos e equipamentos para viagem.

---

<sup>3</sup> Ver WikiLeaks (2012a).

<sup>4</sup> Em 21 de agosto de 2012, às 16h, eram exatamente 2.096.409 usuários conectados.

<sup>5</sup> Ver Araújo e Montardo (2012).

<sup>6</sup> Exemplo disso pode ser verificado em WikiLeaks (2012b).

<sup>7</sup> Exemplo disso pode ser verificado em WikiLeaks (2012c).

Por se tratar de um *site* externo ao *Facebook* e sem integração com *sites* de redes sociais, é tarefa difícil mapear as formas de divulgação do consumo pelos indivíduos apoiadores da *WikiLeaks*. Já em relação às doações, identificou-se diversas maneiras de colaboração financeira<sup>8</sup>. Entretanto, chamou a atenção a utilização de aplicativo interno ao *Facebook* chamado *FundRazr*, no qual os indivíduos podem realizar doações com apenas sua conta no *Facebook* e os dados financeiros de seu cartão de crédito. Assim, toda a doação realizada pode ser publicizada para rede social do indivíduo. Ou seja, este aplicativo viabiliza tecnicamente a performance pelo consumo *online* através de doações.

Como possibilidade de customização desta doação, o indivíduo pode escolher se divulga ou não o valor doado e deixar um comentário que será exibido tanto na página do projeto para qual fez a doação, quanto no seu perfil pessoal. Doações anônimas também podem ser feitas. Essa integração com *sites* de redes sociais é usada pelo aplicativo como forma de diferenciação diante de outras ferramentas com o mesmo fim: “Apenas o FundRazr tem uma profunda integração com as mídias sociais e o poder das ferramentas de compartilhamento que você necessita para levantar mais dinheiro” (FUNDRAZR, 2012a, *online*). Como se pode observar na Figura abaixo, a doação realizada, por opção do usuário, pode torna-se uma publicação na sua *timeline*.

---

<sup>8</sup> Em virtude de um bloqueio bancário a *WikiLeaks* promovido por empresas como Bank of America, Visa, MasterCard, PayPal e Western Union, a organização afirma ter perdido 95% de suas doações realizadas até a data do bloqueio. Por isso, a *WikiLeaks* ampliou e diversificou as formas de recebimento de doações.

<sup>9</sup> Tradução nossa. Texto Original: “Only FundRazr has the deep social media integration and powerful sharing tools you need to raise more money”.



**Reprodução de postagem em perfil no Facebook  
de um colaborador da WikiLeaks  
Fonte: Reprodução de perfil no Facebook**

Na página de doações para *WikiLeaks* nesse aplicativo (FUNDRAZR, 2012b), são apresentados os motivos pelos quais a organização necessita de colaboração financeira, como despesas para manutenção de seus serviços e gastos com a defesa de Julian Assange. Foi colocado como meta o valor de £ 250 mil, valor que, até o momento<sup>10</sup>, já foi alcançado em mais de 80% através de mais de oito mil doações. Neste espaço, é possível, a qualquer usuário do *Facebook*, verificar as doações realizadas.

Então, para identificar as formas de associação do consumo *online* com performance através do *Facebook*, analisou-se as doações

---

<sup>10</sup> Em 23 de agosto, às 15h00, eram 8306 doações, somando £ 215,155.

feitas através do *FundRaz* para *WikiLeaks*, de forma não anônima, no período de 1º de julho a 7 de agosto de 2012. Através de processo descritivo, de registro e descrição sem interferência direta no objeto, catalogamos 105 doações realizadas por usuários do *Facebook* de forma não anônima.

A partir deste total, verificou-se que 76 indivíduos revelaram o valor doado e 29 que não revelaram. Entre os que revelaram, a maior quantia doada foi de £ 1000 e a menor foi de £ 2. Em relação à postagem de comentário junto à doação, entre os que divulgaram o valor doado, 56 deixaram também um comentário. Este número é bem menor entre os indivíduos que não revelaram o valor de sua contribuição: apenas 14 deixaram algum comentário.

Sobre o conteúdo destes comentários, verificou-se tendências que predominaram entre as manifestações: 1) demonstração de apoio à *WikiLeaks*, à liberdade de imprensa e de expressão e a Julian Assange; 2) incentivo à doação para *WikiLeaks* aos indivíduos conectados pelo *Facebook*; e 3) informações de auxílio a indivíduos que, por ventura, não tenham conseguido doar através de outra ferramenta.

O próximo item traz a análise desses procedimentos à luz do viés performático que as práticas de consumo *online* assumem em sites de redes sociais.

## **Análise dos resultados obtidos**

A partir da análise realizada, pode-se dizer que as práticas de consumo *online* observadas na página da *WikiLeaks* no *Facebook*

consistem em doações à entidade, bem como compra de produtos com a marca *WikiLeaks*, apesar deste último caso não ter sido investigado pelas razões já colocadas. Além disso, o simples fato de o *Facebook* permitir o compartilhamento de suas mensagens, bem como acolher manifestações de adesão à causa, via o acionamento do botão “curtir”, podem ser consideradas como práticas de consumo *online* por meio da página da organização nesse *site* de rede social pelo viés performático que proporcionam aos usuários (publicação da ação em sua *timeline* e, portanto, junto à sua rede, assim como na página do projeto).

No que diz respeito à performance, percebe-se que os comentários analisados são demonstrações claras de duas de suas funções, conforme Schechner (2003): persuadir ou convencer e relativo à identidade. Na maioria dos casos analisados, observou-se uma ligação indissociável entre o processo performático de persuasão e o processo de construção identitária. Em outras palavras, ao mesmo tempo em que o indivíduo se constrói como alguém que partilha de valores e visões de mundo da *WikiLeaks*, também interpela os indivíduos conectados a sua rede social com o objetivo de persuadi-los a também engajarem-se no projeto proposto.

Com relação à abordagem de performance de acordo com Goffman (1975), tem-se que a página da *WikiLeaks* no *Facebook* representa o papel de entidade ciberativista que espera que seu público (pessoas interessadas na causa que defende): 1) divulguem as questões concernentes à organização, ou seja, reproduzam seu discurso ciberativista da *WikiLeaks* a um número maior de indivíduos, garantindo visibilidade aos seus conteúdos; 2) comprem os produtos da marca *WikiLeaks*; e 3) façam doações, sendo que essas duas últimas ações decorrentes da impressão causada pela

organização junto aos seus públicos permitem que a mesma continue o seu trabalho. Esses três itens também respondem a pergunta feita por Zumthor (2007) no sentido de saber o que a *WikiLeaks* pretende realizar por meio de sua performance.

Como um desdobramento desse entendimento, viabiliza-se o que Boyd e Ellison (2007) propõe como performances virtuais identitárias, uma vez que o aplicativo *FundRazr* no *Facebook* permite não só a performatização (mostrar o que se fez) quanto a ação propriamente dita (doações em dinheiro), de modo que é facultado ao doador realizar tanto a doação quanto a revelação do valor doado. Frente a isso, percebe-se que a ferramenta facilita o gerenciamento da performance, angariando para o doador a identidade de pessoa que apoia a causa defendida pela *WikiLeaks*, o que pode ser garantido também pelos compartilhamento de postagens feitas no *Facebook* pela organização, o apoio a essas postagens (via botão curtir), e a publicação em sua própria *timeline* dessas ações, o que se torna visível para a sua rede e na página do projeto para o qual doara.

De acordo com Ehrenberg (2010), percebe-se que o indivíduo ciberativista pode se singularizar pelas práticas de consumo *online* acima mencionadas, possibilitadas pela página da *WikiLeaks* no *Facebook*, no sentido de construir sua identidade como alguém que se preocupa com a causa defendida pela *WikiLeaks* e que faz algo por ela (compra seus produtos, faz doações, compartilha informações a seu respeito, por exemplo). Ainda conforme Ehrenberg (2010), identifica-se nessas práticas um tipo de ação de contornos políticos, em que o indivíduo, ao invés de se apagar em nome das causas que defende, tem a possibilidade de se colocar em primeiro plano em nome das mesmas à medida que as apoia.

## Considerações finais

Conforme já foi pontuado no decorrer do estudo, percebe-se com facilidade que práticas de consumo *online* em *sites* de redes sociais se prestam à construção de identidade, fazendo do ato de consumir algo que é, ao mesmo tempo, pessoal e particular, e que, talvez, por causa disso, estimule a socialização. Da mesma forma, consome-se trabalhando e trabalha-se consumindo nesses ambientes, duas esferas da ação humana que aparecem aí combinadas.

De maneira mais pontual, percebe-se que o conceito de performance a partir de Goffman (1975) é o que mais se oferece como objeto de problematização na perspectiva adotada neste estudo. Quanto a isso e de acordo com Boyd (2007), não apenas a questão do gerenciamento de impressões é facilitado no *Facebook*, via as várias formas de atuação por parte dos indivíduos, quanto, aparentemente, obtém-se com essa prática uma efetividade em relação à possibilidade de se causar impressões. Isso no sentido de que, nesses *sites*, é possível não apenas performar (mostrar o que se faz) como também fazer (doar, comprar, compartilhar e aderir às questões concernentes a uma causa).

Com isso, conclui-se que práticas de consumo *online* como fator de performance em *sites* de redes sociais merecem ser pensadas a partir de outros objetos de estudo, havendo a hipótese de se perceber variações quanto à performance em termos de tipo de ferramenta de mídia social analisada, bem como da espécie de objeto/serviço a ser consumido.

## Referências

ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de. Nada além da epiderme: a performance romântica da tatuagem. In: BARBOSA, L. CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

AMARAL, Adriana. MONTEIRO, Camila. “Esses roquero não curte”: performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook In: XXI ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL, 21, 2012, Juiz de Fora, 2012. **Anais...** Juiz de Fora: UFJF, 2012.

\_\_\_\_\_. Customização, viralização, e disputas nas performances e práticas de consumo subcultural nos sites de redes sociais. In: I COMUNICON, 1, 2011, São Paulo, 2011. **Anais...** São Paulo: ESPM, 2011.

\_\_\_\_\_; FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel. **Métodos de pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

\_\_\_\_\_; MONTARDO, Sandra Portella. **Mapeamento temático da história da cibercultura no brasil**. In: BARBOSA; SACRAMENTO. No prelo.

ARAÚJO, Willian Fenandes. Ciberativismo: levantamento do estado da arte na pesquisa no Brasil. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA (ABCIBER), V, Florianópolis, 2011. **Anais...** Florianópolis, UFSC, 2011.

\_\_\_\_\_; MONTARDO, Sandra Portella. Ciberativismo em sites de redes sociais: uma análise da apropriação das páginas do Facebook pela WikiLeaks. In: VI SIMPÓSIO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA (ABCIBER), Novo Hamburgo, 2012. **Anais...** Novo Hamburgo: Feevale, 2012.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

\_\_\_\_\_. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, L. CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

BATISTA, Jandré Corrêa ; ZAGO, Gabriela da Silva . Ativismo em Redes Sociais Digitais: Os fluxos de comunicação no caso #forasarney. **Estudos em Comunicação/Communication Studies**, v. 8, p. 129-146, 2010.

BOYD, D.; ELLISON, N. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, n.13, v.1, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>> Acesso em: 20 mai. 2012.

EHRENBERG, A. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. Aparecida: Idéias & Letras, 2010.

FUNDRARZa. **Raise more money**. 2012a. Disponível em: <<https://fundrazr.com/>>. Acesso em: 10 ago. 2012.

\_\_\_\_\_. b. **Wikileaks Staff Legal Expenses - Still need help!**. 2012b. Disponível em: <<https://apps.facebook.com/fundrazr/activity/41b29c5b8f144f82bdf8e0eb9bd947a7>>. Acesso em: 10 ago. 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1975.

NASCIMENTO, Liliane da C. Exposição e performance em sites de rede sociais. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA (ABCIBER), 4, 2010, Rio de Janeiro, 2010. **Anais...** Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SÁ, Simone de; HOLZBACH, Ariane. #u2youtube e a performance mediada por computador. In: XIX ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL, 19, 2010, Rio de Janeiro, 2010. **Anais...** Rio de Janeiro: PUCRJ, 2010.

SCHECHNER, Richard. O que é performance. O Percevejo, Rio de Janeiro, UNIRIO, Ano 11, n. 12, 2003, p. 1-12.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. **Revista USP**, São Paulo, v. v.1, p. 28-39, 2010.

UGARTE, David de. **O poder das redes**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

WIKILEAKS. **About**. Disponível em: <<http://www.wikileaks.org/about>>. Acesso em: 10 jan. 2011.

\_\_\_\_\_. **Facebook**. 2012a. Disponível em: <<https://www.facebook.com/wikileaks>>. Acesso em: 17 jun. 2012.

\_\_\_\_\_ 2012b. Disponível em: <<https://www.facebook.com/wikileaks/posts/397952840250802>>. Acesso em: 17 jun. 2012.

\_\_\_\_\_ 2012c. Disponível em: <<https://www.facebook.com/wikileaks/posts/389565351099655>>. Acesso em: 17 jun. 2012.

ZUMTHOR, P. **Performance, recepção, leitura**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

# FUTEBOL E IDENTIDADE EM NOVO HAMBURGO NOS ANOS 1920 E 30<sup>1</sup>

*Vinícius Moser*<sup>2</sup>

*Cleber Cristiano Prodanov*<sup>3</sup>

## **Introdução**

O futebol é uma manifestação cultural das mais significativas no Brasil desde as suas origens, no final o século XIX. Nesse início de século XXI, foi elevado a condição de espetáculo global, que tem potencializado suas práticas e estudos no país, especialmente às vésperas da Copa do Mundo de Futebol que se realizará em terras brasileiras no ano de 2014, como apontam Roberto da Matta (2006) e José Magnani (1998).

---

<sup>1</sup> Texto resultado da pesquisa de Dissertação elaborada pelo primeiro autor.

<sup>2</sup> Graduado em História pela Universidade Feevale em Novo Hamburgo (RS). Mestrando, com bolsa Prosup/CAPES, em Processos e Manifestações Culturais, pela mesma instituição. *E-mail*: moser@feevale.br

<sup>3</sup> Doutor em História Social pela USP (SP), professor titular da Universidade Feevale em Novo Hamburgo (RS), onde atua também no corpo permanente do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais. É pesquisador do grupo de pesquisa em Cultura e Memória da Comunidade, na mesma instituição. *E-mail*: prodanov@feevale.br

A atividade futebolística foi introduzida oficialmente no Brasil no período compreendido entre os últimos vinte anos dos oitocentos e a primeira década dos noventa. Ao longo de sua implantação e consolidação no país, o futebol afirmou-se como um dos mais importantes elementos da formação de uma identidade nacional brasileira, sendo atualmente um tema que vem recebendo uma atenção cada vez mais especial dentro dos estudos acadêmicos, em especial nas humanidades e ciências sociais.

Entretanto, cabe aqui frisar que, já nas primeiras décadas do século XX, essa prática desenvolveu-se também com grande expressão no estado do Rio Grande do Sul, o que, em linhas gerais, ocorreu de forma semelhante em outras regiões brasileiras. Nesse período de grande crescimento para este esporte, vários clubes haviam se formado em cidades sul-riograndenses, especialmente em Rio Grande, Pelotas e Porto Alegre.

Dessa maneira, a cidade de Novo Hamburgo, que se localiza há cerca de 40 km da capital gaúcha, já aparecia como um espaço em que a prática desse esporte começou a ganhar relevo já nas duas primeiras décadas do século XX. Esse destaque do futebol em relação a outros esportes na cidade também já podia ser percebido nas páginas da imprensa local, aqui interessando, mais especificamente, o caso do semanário *O 5 de Abril*<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Este periódico circulou de 1927 a 1962, foi o principal veículo de comunicação impressa da cidade de Novo Hamburgo durante o período de existência, e, no seu espaço destinado à crônica esportiva da cidade e da região do Vale do Rio dos Sinos e também destinou um destacado espaço às atividades esportivas na cidade e na região do Vale do Rio dos Sinos, através das seções *Notas Sportivas* e *Noticiário* (BEHREND, 2002).

Dentro desse panorama apresentado, o presente trabalho tratará acerca do futebol, compreendido como uma manifestação cultural de grande impacto na cidade de Novo Hamburgo, em especial<sup>5</sup>, que se constitui no recorte espacial desse trabalho. Para tanto, irá se partir do princípio de que o futebol, tanto em um espaço nacional quanto regional, configura-se em um elemento de legitimação social da população como um todo.

## **Conceituações sobre identidade**

As investigações acadêmicas dentro do âmbito da cultura – compreendida aqui enquanto um vasto e praticamente inesgotável campo de estudo, já que é inerente ao ser humano produzir cultura e manifestar-se culturalmente – cada vez mais possuem como escopo de análise as questões referentes à identidade. Entretanto, o que é identidade? Esta é uma pergunta que, no mínimo, perpassa reflexões acerca do que é o sujeito e de como esse sujeito atua e se posiciona política e socialmente na contemporaneidade. O que se pretende aqui é mostrar de que maneira o conceito, de forma breve, a importância do conceito da identidade para compreender os processos culturais que ocorrem na sociedade.

---

<sup>5</sup> Para um melhor entendimento acerca da trajetória histórica e da importância do futebol dentro do contexto de Novo Hamburgo e do Rio Grande do Sul, ver Prodanov e Moser (2009; 2010; 2011a; 2011b), nos quais analisam-se a atividade futebolística em espaços locais e regionais, assim como a maneira pela qual os meios de comunicação impressos assumem uma dimensão importante enquanto fontes de consulta, como, por exemplo, o semanário hamburguense *O 5 de Abril*, como será visto com mais profundidade no terceiro capítulo desse texto.

Nesse sentido, Silva (IN SILVA, 2000) traz que, para haver uma compreensão mais abrangente deste conceito, há que se considerar a diferença como uma parte constituinte da construção de uma identidade específica. Em outros termos, uma fotografia da seleção brasileira de futebol trata-se de um elemento de identidade para o Brasil enquanto nação, pois reflete justamente o “ser brasileiro”, através das cores estampadas nas camisetas dos jogadores, nos próprios jogadores, etc. Contudo, essa identificação se produziu com base em uma diferença, que se trata do fato desse grupo constituir-se como diferente de outros selecionados nacionais de futebol, como os da Argentina ou da França, por exemplo (SILVA IN SILVA, 2000).

Roque Laraia (1986) também dá substrato a essa fragmentação da identidade do sujeito na atualidade, operando uma retrospectiva de como a cultura era vista desde o início da idade moderna, quando predominava uma visão acentuadamente determinista. Nessa visão, o homem situava-se no centro de todas as relações societárias e possuía o controle delas numa perspectiva centralizadora.

Contudo, a mudança do processo de formação e de manutenção de identidades pode também ser compreendida como uma mudança de esferas, no sentido de que não se pode mais pensar em identidades e em uma cultura “global”, sobrepujando-se às manifestações culturais locais e suas respectivas identidades. Nos atualidade, o que pode se pensar é numa nova articulação entre os contextos global e local, já que um se mescla com o outro, não estando mais essas duas esferas correndo em paralelo entre si. Dessa maneira, pensá-la como

[...] unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente (HALL, 2006, p. 13).

Deslocar as identidades múltiplas e desconcertantes, como está se tornando corrente na época contemporânea, implica basicamente sair do lugar; em outras palavras, o sujeito não se esborrou pelos ares, mas, apenas mudou de posição, pois o centralizado homem cartesiano perdeu o espaço privilegiado nas relações sociais. A identidade, para o autor jamaicano, entra dentro desse processo de deslocamento, combustanciadas por circunstâncias de ordem psicológica, teórica ou de cunho sociológico, como o autor muito bem exemplifica em seu pensamento.

Na tentativa de se efetuar um amálgama teórico do que é identidade, finalmente é importante elencar aqui o conceito de hibridismo de um importante autor indiano que se especializou nos estudos pós-coloniais, dentro do âmbito da literatura, que é Homi K. Bhabha.

Desse modo, este teórico descortina um panorama teórico de rara profundidade, em que seu conceito de hibridismo da cultura aplica-se com muita propriedade ao estudo da identidade e, por conseguinte, da cultura, pois, para ele, “[...] a identidade é construída nas fissuras, nas travessias e nas negociações que ligam o interno e o externo, o público e o privado, o psíquico e o político” (SOUZA, 2004, p. 123). Assim, é justamente nessas fissuras, travessias e negociações, que o “outro” encontrou – e ainda encontra – um espaço de manobra para conseguir estabelecer sua

posição dentro da questão cultural e da formação da identidade no mundo contemporâneo, o que, como já mencionado anteriormente através de diferentes autores, se reflete, justamente, na perspectiva “hibridista” que Bhabha (2007) traz<sup>6</sup>.

Assim, por meio de autores de diferentes áreas do conhecimento das humanidades, como a comunicação, a sociologia, a história e a antropologia, mostrou-se, ao longo deste capítulo, de que maneira as diferentes interpretações acerca do que é identidade e como esse constructo influencia grandemente a formação de uma nacionalidade brasileira propriamente dita. Dessa maneira, o futebol insere-se com destaque na formação desse discurso de uma identidade nacional brasileira, bem como no âmbito local de Novo Hamburgo, como será visto na seção seguinte.

### **Futebol e identidade em Novo Hamburgo: anos 1920 e 30**

Antes que se mostre de que maneira o futebol articula-se como um elemento de formação identitária em Novo Hamburgo, é necessário mostrar como esta modalidade esportiva surgiu no estado mais meridional do Brasil. No Rio Grande do Sul, o *jogo da bola* surgiu quase que simultaneamente em relação ao Rio de Janeiro e São Paulo, de forma que o processo de introdução do futebol no estado mais meridional do país guardou algumas semelhanças com o que se verificou nessas unidades federativas.

---

<sup>6</sup> Peter Burke (2004) traz considerações importantes acerca do hibridismo cultural, em que o autor mostra como essa temática está sendo vivamente discutida em diferentes disciplinas do conhecimento, como será visto a seguir.

Com isso, muitos clubes formaram-se em diversas cidades sul-riograndenses, inicialmente em Rio Grande, Pelotas e Porto Alegre, localidades que deram início ao movimento de introdução no sentido litoral-interior, ensejando assim uma multiplicação de equipes esportivas (JESUS, 2003). No estado, as primeiras bolas de futebol e demais equipamentos para a prática do esporte apareceram na cidade de Rio Grande e em cidades próximas da fronteira com o Uruguai e a Argentina, por meio de viajantes oriundos desses países e de comerciantes de origem alemã, sobretudo, que estavam de passagem ou estabelecidos nessa cidade.

Nesse contexto, o primeiro clube de futebol do Brasil foi fundado na cidade sul-riograndense de Rio Grande, principal porto desse estado. Como toda cidade portuária, havia um grande trânsito de estrangeiros, o que tornava essa pequena cidade do Rio Grande do Sul um centro bastante cosmopolita. Segundo Buchmann (2002, p. 22),

Havia considerável inquietude criativa nas artes plásticas e na literatura, com academia e grêmios e, mais que tudo, uma comunidade construída por diversas nacionalidades convivendo com civilidade. Um ambiente que favorecia também a prática de esportes, dos quais o futebol já tinha ali quem se interessasse em praticá-lo.

Essa presença marcante dos teuto-brasileiros na introdução do futebol no estado traduzia-se na grande atividade das artes que ocorria nessa pequena cidade do sul do estado, pois as grandes companhias teatrais e europeias ali faziam paradas obrigatórias, nas suas excursões entre as grandes metrópoles sul-americanas de então, que eram Buenos Aires e Rio de Janeiro. Com isso, a inserção e o desenvolvimento do futebol no contexto sul-riograndense, foi marcado pela etnicidade teuto-brasileira, embora esse esporte, em

nível nacional, tenha sido trazido por ingleses que trabalhavam ou possuíam negócios no Brasil.

A marcante presença dos teuto-brasileiros no início do desenvolvimento do futebol no estado também pode ser explicada através conceito de germanidade (ou *Deutschtum*, em alemão), conforme menciona Giralda Seyferth (1999). Essa autora destaca o sentido ambivalente do emprego dessa terminologia, dentro da formação étnica das colônias alemães e que, nesse caso especificamente, também serve ao processo de introdução da atividade futebolística no Brasil meridional:

A palavra *Deutschtum* tem dois sentidos que convergem para compor a etnicidade teuto-brasileira: expressa o sentimento de superioridade do ‘trabalho alemão’ – e, neste caso, remete ao progresso trazido pelos pioneiros à ‘selva’ brasileira – e define o pertencimento à etnia alemã, estabelecendo seus critérios – língua, raça, usos, costumes, instituições, cultura alemães (SEYFERTH, 1999, p. 74, grifo da autora).

Ao se reforçar a superioridade alemã na “selva” e depreciar o elemento “nativo”, no caso os brasileiros natos, que o processo de colonização assumiu, justamente, esse traço marcadamente étnico. A autora também coloca que o enriquecimento dos colonos alemães, acentuado a partir do último quartel do século XIX, teve como resultado, justamente, reforçar negativamente essa superioridade do “alemão” superior em detrimento do “brasileiro” pobre e indolente. Dessa maneira, para Schleich (2004, p. 52), pode-se destacar que,

Como o futebol também é fruto das sociedades em que se insere, também na construção dessa identidade vão aparecer as clivagens étnicas. Em resumo a identidade futebolística e a identidade étnica

vão se entrecruzar. Nesta construção em primeiro lugar salientaram que a imagem comum do imigrante e de seus descendentes estava ligada ao trabalho. Essa construção da imagem do ‘imigrante trabalhador’ surgiu em oposição ao estereótipo do brasileiro ‘preguiçoso’, levando mais uma vez à construção da identidade por contraste (identidade contrastiva), o que não significava que os imigrantes não tivessem outros laços de identificação.

Esse sentimento de superioridade fez com que os teuto-brasileiros, dentro das relações e das estratégias de negociação simbólica<sup>7</sup> e social estabelecidas dentro das localidades com maior presença dessa etnia, se colocassem em um patamar de inferioridade e de depreciação em relação a esse último. Um exemplo dessa negociação em termos étnicos pode ser ilustrado pelo fato da entrada do primeiro jogador negro, o ponta-direita Tesourinha – que fez carreira e fama no Internacional de Porto Alegre –, em um time composto majoritariamente por brancos, que era o Grêmio FBPA, que se deu somente em 1952 (DAMO, 2002). Nesse contexto, o futebol no Rio Grande do Sul transcendeu muito mais lentamente o âmbito elitista e racista que permeavam suas relações e negociações simbólicas do que no Rio de Janeiro e São Paulo.

Depois de apresentar o desenvolvimento da atividade futebolística nos contextos nacional e sul-riograndense, cumpre aqui destacar de que maneira as atividades esportivas e futebolísticas tiveram seu desenvolvimento em Novo Hamburgo, cidade localizada na região nordeste do estado do Rio Grande do Sul, nas proximidades da capital, Porto Alegre.

---

<sup>7</sup> Pierre Bourdieu (1998) autor traz a ideia de que, nas relações societárias, as negociações simbólicas consistem em importantes estratégias para a dinâmica social.

Este município começou a ser colonizado, em caráter oficial, por imigrantes de origem alemã a partir de 1824, pertencendo desde esse momento até 1927, como o segundo distrito de São Leopoldo, quando se emancipou deste município (ROCHE, 1969). Entretanto, a partir da década de 1890 a cidade vivenciou um intenso crescimento das indústrias locais, especialmente com a introdução dos curtumes de couro, depois com as empresas artesanais e, posteriormente, com a indústria calçadista na cidade (SCHEMES ET AL, 2005).

Dessa maneira, o primeiro clube de futebol da cidade foi fundado no dia primeiro de maio de 1911, quando um grupo de ex-funcionários da Fábrica de Calçados Sul-Riograndense, de propriedade do industrial Pedro Adams Filho, reuniu-se para criar uma agremiação futebolística. Foram os fundadores desse clube de futebol, de cores azul e branca: Manoel Lopes Mattos, José Scherer, Aloys Auschild, Manoel Outeiro, João Tamujo e Adão Steigleder. Nascia, assim, dos sentimentos de trabalhadores das nascentes empresas calçadistas, distantes dos tradicionais clubes da cidade, o Esporte Clube Novo Hamburgo – ECNH (PRODANOV; MOSER, 2011b).

Três anos após a fundação do ECNH, foi fundado o *Foot-Ball Club* Esperança (FBC Esperança), em 10 de maio de 1914, por um grupo de trinta e oito comerciantes e industriais da localidade de Hamburgo Velho, núcleo inicial da colonização teuto-brasileira em Novo Hamburgo, que representavam a elite tradicional do *Hamburger Berg*, que foi a primeira denominação dada a Hamburgo Velho.

Os fundadores do FBC Esperança, diferentemente do seu maior rival, o Esporte Clube Novo Hamburgo, eram, em grande parte,

proprietários de eslatablecimentos fabris e comeciais de Hamburgo Velho. Desse modo, esta elite local sentia a necessidade de possuir um time de futebol próprio, para poder se sentir em pé de igualdade com a localidade vizinha – e rival – de Novo Hamburgo (PRODANOV; MOSER, 2010).

Com isso, rapidamente começou uma grande rivalidade entre as duas agremiações futebolísticas mencionadas acima, que surgiram como frutos da própria dinâmica industrial que Novo Hamburgo começou a experimentar desde o início do século XX. Com isso, o grande desenvolvimento verificado na cidade a partir deste momento deu ensejo para que, dentro da esfera futebolística, existisse também um grande desenvolvimento, especialmente dessa competição que ocorria entre os dois clubes.

Desde sua emancipação, a grande disputa futebolística de Novo Hamburgo traduziu-se nas partidas disputadas entre o ECNH e o FBC Esperança. Esta intensa rivalidade encontrava grande repercussão na imprensa da época. A disputa entre os dois clubes surgia, em muitos momentos, como o assunto desportivo de maior relevância desse cenário na cidade. Mesmo que houvesse espaço para o noticiário esportivo das outras agremiações do *jogo da bola* da cidade e da região, o grande destaque sempre era dado às partidas disputadas e atividades sociais do ECNH e do FBC Esperança (PRODANOV; MOSER, 2010). Esta dicotomia espacial que perdurou em Novo Hamburgo neste período, encontrava também ressonância nas situações, que ocorriam dentro deste processo de disputa que ocorria entre os dois clubes. Nos domingos em que ocorriam os jogos, muitos torcedores mal conseguiam almoçar, tal era a movimentação causada por este jogo na cidade.

Além disso, o futebol ajudou a criar e desenvolver muitos vínculos de identidade em Hamburgo Velho, local tradicional e inicial do núcleo de ocupação e colonização alemã e na área central da cidade, chamada de Novo Hamburgo, que se configurou como a nova área de expansão formada por grupos mais recentes de colonização, sendo esses os dois grandes polos de desenvolvimento do município de Novo Hamburgo no início do século XX (PRODANOV; MOSER, 2009).

Dentro desse contexto de organização social e identitária a que as comunidades de origem germânica se propunham, os clubes sociais de tiro, de canto e música e de esportes eram muito fortes e foram instituídos já na origem e formação das vilas e cidades, juntamente com as igrejas e as escolas, como elementos reforçadores dessa identidade teuto-brasileira. Desde 1824, esse movimento foi intenso e, ao longo de todo o século XIX, dezenas de clubes foram surgindo e multiplicando-se entre os alemães e seus descendentes, na lógica da etnicidade germânica (PRODANOV; MOSER, 2010).

Dentro destes aspectos já mencionados, o futebol possui um componente de paixão coletiva e fez uma rápida transposição para as massas, assim como foi um elemento que marcou alguns espaços e territorialidades, estilos de vida, expressão de grupos sociais, econômicos e mesmo étnicos. Como observou Michel de Certeau (1994), esses territórios urbanos ou bairros e até mesmo ruas, foram pródigos em induzir um estilo de vida e comportamento, pois, para o autor existia “[...] uma arte de conviver com parceiros (vizinhos, comerciantes) que estão ligados a você pelo fato concreto, mas essencial, da proximidade e da repetição” (DE CERTEAU, 1994, p. 39). O espaço e a territorialidade, ou seja, o bairro e a localidade são

“o lugar praticado”, ou seja, implica em ação dos sujeitos históricos que circulam, moram, trabalham, vivem o bairro e a localidade na sua essência (DE CERTEAU, 1994).

Nesse contexto espacial da cidade de Novo Hamburgo e seu bairro de Hamburgo Velho, o futebol mostrou-se como um elemento de reinvenção das práticas de lazer, como bem observou Francisco Ortega (2006), esse valor que se forma da sociabilidade, da política e da convivência e nesse espaço “[...] a amizade constitui uma alternativa às velhas e rígidas formas de relação institucionalizadas, representado igualmente uma saída ao dilema entre a saturação da relação, surgidos da dinâmica da modernidade, e uma solidão ameaçadora” (ORTEGA, 2006, p. 56). Além disso, o futebol ajudou a criar e desenvolver muitos vínculos identitários em Hamburgo Velho, local tradicional e inicial do núcleo de ocupação e colonização alemã e na área central da cidade, a nova área de expansão formada por grupos mais recentes de colonização, sendo esses os dois grandes polos de desenvolvimento da cidade de Novo Hamburgo no início do século XX.

Esse tema identitário ainda é pouco explorado quando se fala de futebol no Rio Grande do Sul, especialmente em áreas do interior do Estado. Além disso, existem certos fenômenos locais que fizeram que o futebol tivesse algumas características específicas e que ele se formasse de forma muito distinta nas várias regiões do país. Entretanto, percebe-se que vários elementos apresentam uma certa singularidade e regularidade dos fenômenos, pois segundo Leonardo Pereira (2000), que evidenciou em seu trabalho sobre o futebol no Rio de Janeiro nas décadas de 1920-1930, e que pode ser transposto para o caso de Novo Hamburgo, onde alguns vínculos

identitários se formaram diferentemente, podendo estes ocorrer através da geografia da cidade, dos bairros, da fábrica, da classe social e, mesmo pela etnia.

Este processo de formação podia ocorrer de forma dupla, ou seja, entre bairro e etnia ou bairro e fábrica, ou ainda, bairro e classe social, mas o componente territorial esteve sempre presente na formação das singularidades e das identidades relacionadas aos clubes de futebol. Além disso, esse vínculo de identidade foi flexibilizado, na medida em que mudavam os cenários, as necessidades e as oportunidades dos grupos e dos clubes de futebol (PEREIRA, 2000). A criação desses tipos de vínculos, por outro lado, auxiliou também no fomento de uma rivalidade entre as duas localidades mencionadas acima, já que essa tensão identitária que a atividade futebolística auxiliou a fomentar podia ser percebida com clareza através da rivalidade futebolística entre clubes.

Havia uma profunda cisão e disputa entre os dois clubes e localidades, prejudicando até mesmo o comércio entre essas regiões do município. Essa disputa que existia entre os dois bairros que hamburguenses ocorria desde antes a emancipação do município engendrava e reforçava a rivalidade futebolística na cidade, tomando muitas vezes um ar burlesco (PRODANOV; MOSER, 2011a).

Já nas páginas do jornal *O 5 de Abril*, a disputa entre os dois clubes surgia em muitos momentos como o assunto desportivo de maior relevância desse cenário no município. Mesmo que houvesse espaço para o noticiário esportivo das outras agremiações de futebol da cidade e da região, o grande destaque sempre era dado às partidas disputadas e atividades sociais do ECNH e do FBC Esperança.

Como revelam Prodanov e Moser (2011a), também é possível destacar a clara definição espacial entre os clubes: o ECNH, na reportagem, iria jogar na “Vizinha localidade” de Hamburgo Velho, como se tratasse de outra cidade, e não de um bairro de Novo Hamburgo, numa alusão à divisão territorial e simbólica que existia entre as localidades de Novo Hamburgo e Hamburgo Velho, até pelo menos a década de 1960.

Além disso, existiam certos fenômenos locais que fizeram que o futebol tivesse algumas características específicas e que ele se formasse de forma muito distinta nas várias regiões do país. Entretanto, percebe-se que vários elementos apresentam certa singularidade e regularidade desses fenômenos, como apontou Pereira (2000), que evidenciou em seu trabalho sobre o futebol no Rio de Janeiro nas décadas de 1900-1930, e que pode ser transposto para o caso de Novo Hamburgo, onde alguns vínculos identitários se formaram diferentemente, podendo estes ocorrer através da geografia da cidade, dos bairros, da fábrica, da classe social e, mesmo, pela etnia.

## **Considerações finais**

O futebol, desde a sua chegada ao Brasil em finais do século XIX, transformou-se em um dos elementos mais importantes de mudança de algumas das relações societárias brasileiras. Dessa forma, o *jogo da bola* também engendrou no país a mudança de como os brasileiros se percebem e de como a nação é percebida por estrangeiros, criando assim as bases de uma identidade nacional mais

consistente, transformando-se assim numa manifestação de cultura de massa brasileira por excelência, juntamente com o carnaval e as diferentes festas populares que ocorrem no país. Essa identidade mais coesa, no caso brasileiro, foi fruto das manifestações culturais populares que se elaboraram em solo brasileiro desde o seu processo de colonização através do encontro e da mescla de tradições, ritos e sociabilidades entre os colonizadores portugueses e os diferentes povos nativos brasileiros.

No Rio Grande do Sul, a presença acentuada dos teuto-brasileiros na formação dos times de futebol fez com que os afrodescendentes demorassem mais a aparecer nos principais clubes da capital sul-riograndense, contrariamente ao que já se verificava no Rio de Janeiro e São Paulo. A “fragmentação” da identidade étnica dos times do Rio Grande do Sul retardou-se em cerca de dez anos em relação ao centro do país.

Já na cidade de Novo Hamburgo, recorte espacial deste trabalho, ocorreu um processo semelhante ao verificado na capital do Estado, pois os times locais mantiveram-se, durante o período delimitado para este trabalho, excludentes àqueles que não possuíam relação com a identidade a que a cidade já se propunha, qual seja: negros, pessoas de origem social mais baixa, os não-descendentes de alemães.

Nesse panorama, o processo de formação da identidade em Novo Hamburgo, que aparece com bastante consistência nas páginas do periódico que serviu de base para a análise deste trabalho, o semanário *O 5 de Abril*, possuiu como bases, além da questão étnica e da germanidade, o expressivo crescimento industrial que se verificava na cidade desde antes a sua emancipação com seu município-mãe, São Leopoldo, ocorrida em 1927.

## Referências

BHABHA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BUCHMANN, Ernani. **Quando o futebol andava de trem: memória dos times ferroviários brasileiros**. Curitiba: Imprensa Oficial, 2002.

DA MATTA, Roberto. **A bola corre mais que os homens: duas copas, treze crônicas e três ensaios sobre futebol**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

DAMO, Arlei Sander. **Futebol e Identidade Social: uma leitura antropológica das rivalidades entre torcedores e clubes**. Porto Alegre: UFRGS, 2002.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JESUS, Gilmar Mascarenhas de. Futebol, globalização e identidade local no Brasil. **Lecturas:** Educación Física y Deportes, Revista Digital. Buenos Aires, ano 8, n. 57, 2003.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura:** um conceito antropológico. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1986.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. **Festa no pedaço:** cultura popular e lazer na cidade. 2. ed. São Paulo: UNESP; Hucitec, 1998.

O 5 DE ABRIL. **Notas Sportivas; noticiário.** Novo Hamburgo: Typographia Behrend, 1927-1931.

ORTEGA, Francisco. **Para uma política de amizade:** Arendt, Derrida, Foucault. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2006.

PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. **Footballmania:** uma história social do futebol no Rio de Janeiro 1902-1938. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

\_\_\_\_\_; MOSER, Vinícius. O futebol ítalo-germânico no Rio Grande do Sul. **Lecturas:** Educación Física y Deportes, Revista Digital. Buenos Aires, ano 14, n. 135, ago. 2009.

\_\_\_\_\_; MOSER, Vinícius. Estado Novo e futebol: a região italiana do Rio Grande do Sul. **Lecturas:** Educación Física y Deportes, Revista Digital. Buenos Aires, ano 14, n. 140, ago. 2010.

\_\_\_\_\_; MOSER, Vinícius. *Fussball, calcio, foot-ball: o futebol colonial no Rio Grande do Sul*. **Record**: revista de história do esporte, Rio de Janeiro, v. 4, n. 2, dez./2011a, p. 1-18.

\_\_\_\_\_; MOSER, Vinícius. Marcas de uma história, marcas do futebol: o Foot-Ball Club Esperança. **Lecturas**: Educación Física y Deportes, Revista Digital. Buenos Aires, ano 14, n.152, jan. 2011b.

RIBEIRO, Luiz Carlos. Brasil: futebol e identidade nacional. **Lecturas**: Educación Física y Deportes, Revista Digital. Buenos Aires, ano 8, n. 56, ago. 2003.

ROCHE, J. **A colonização alemã e o Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Globo, 1969.

SCHEMES, Claudia et. al. **Memória do setor coureiro-calçadista: pioneiros e empreendedores do Vale do Rio dos Sinos**. Novo Hamburgo: Feevale, 2005.

SCHLEICH, Paulo César. **Identidades, rivalidades e paixões: o futebol no Vale do Rio dos Sinos**. São Leopoldo, 2004. 178 f. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

SEYFERTH, Giralda. Etnicidade, política e ascensão social: um exemplo teuto-brasileiro. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 5, n.2, jan./dez. 1999, p. 61-88.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

SOUZA, Lynn M.T.M. de. Hibridismo e tradução cultural em Bhabha. In: ABDALA JR., Benjamin (Org.). **Margens da cultura**: mestiçagem, hibridismo e outras misturas. São Paulo: Boitempo, 2004.

# CIBERATIVISMO COMO CULTURA DE MOBILIZAÇÃO IMANENTE À *INTERNET*

*Sandra Portella Montardo*<sup>1</sup>

*Willian Fernandes Araújo*<sup>2</sup>

*Ernani Cesar de Freitas*<sup>3</sup>

## **Introdução**

Como enfatizou Walter J. Ong (1998), as tecnologias nunca são recursos essencialmente externos à condição humana. Ao contrário, elas representam aplicações pragmáticas de transformações da

---

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação pelo PPGCOM-PUCRS (2004). Professora e pesquisadora na Universidade Feevale, nos cursos de Publicidade e Propaganda, Mestrado em Processos e Manifestações Culturais e Mestrado em Inclusão Social e Acessibilidade. Secretária Executiva da ABCiber (2011-2013). *E-mail:* sandramontardo@feevale.br

<sup>2</sup> Bolsista Capes/PROSUP-Cursos Novos do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais na Universidade Feevale. *E-mail:* willianfaraujo@gmail.com

<sup>3</sup> Pós-doutor em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem - PUC-SP/LAEL (2011), doutor em Letras, área de concentração Linguística Aplicada, na PUCRS (2006), professor do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais na Universidade Feevale. *E-mail:* ernanic@feevale.br

consciência interior ao ser humano. Ou melhor, como propõe Neil Postman (1998), as tecnologias carregam consigo as formas filosóficas de interpretação do mundo nas quais foram forjadas.

Então, imbuídos desta perspectiva de pensamento sobre a relação do ser humano com seus artefatos culturais, consideramos o ativismo como fenômeno social imanente às redes telemáticas como a internet. Como bem coloca Sérgio Amadeu da Silveira (2010, p.31), o ativismo “influenciou decisivamente grande parte da dinâmica e das definições sobre os principais protocolos de comunicação utilizados na conformação da Internet”. Isto é, prática social e tecnologia se entrelaçam em uma relação de mútua influência, como veremos ao longo deste capítulo.

Ao tratá-lo como fenômeno social emergente, mas imanente ao processo que origem deu à internet, buscamos, neste capítulo, conceituar exatamente o que compreendemos como ciberativismo. Apresentamos diversos entendimentos em relação a este fenômeno social, condensando, ao fim, uma proposta adequada a este estudo. Para compreender seu surgimento, assim como os reflexos de suas práticas na evolução da rede, realizamos um apanhado histórico das principais expressões do ciberativismo, sintetizando quatro grandes momentos deste fenômeno social. Ao final deste capítulo, apresentamos uma conceituação de ciberativismo adequada ao nosso entendimento, além de algumas considerações sobre as perspectivas futuras desta prática social.

## O conceito de ciberativismo

A definição sobre que as práticas designam o termo ciberativismo não encontra construção teórica consolidada no campo de estudos da cibercultura. Apesar do atual crescente número de trabalhos sobre o tema (AMARAL; MONTARDO, 2012), são poucos os autores que se detêm de alguma forma na discussão do que consideram como ativismo em rede, webativismo, netativismo ou ciberativismo (termos, neste estudo, adotados como sinônimos) (ARAÚJO, 2011).

É possível considerar que um dos entendimentos sobre ciberativismo mais difundido é o encontrado na obra de McCaughey e Ayers (2003 apud RIGITANO, 2005), que o consideram como a presença do ativismo político na internet. Entretanto, como assevera Silveira (2010), com a expansão e complexificação do uso da internet – ampliando possibilidades de atuação em rede – o leque de causas defendidas, assim como as formas de apropriação dessas possibilidades, reconfiguram-se e se expandem.

Por isso, consideramos limitada a compreensão do ciberativismo como a manifestação do ativismo político através da internet. Esse entendimento traz consigo uma separação entre práticas sociais *online* e *offline*. Ou seja, considera as práticas do ciberativismo como apenas a migração de fenômenos sociais para as novas formas de comunicação em rede e não a resignificação dessas práticas, diante da apropriação realizada pelos atores sociais. Esta concepção é característica do princípio dos estudos qualitativos sobre a internet, como retomam Amaral, Fragoso e Recuero (2011).

Conforme já apresentado no princípio deste capítulo, Silveira (2010) observa o ciberativismo na conformação da internet,

influenciando decisivamente as definições técnicas e sociais que a tornaram o que conhecemos hoje. A definição de ciberativismo usada por Silveira (2010) identifica-o como o conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas em defesa de causas específicas, sejam elas políticas, ambientais, sociotécnicas, etc. A abrangência desta conceituação mostra a relevante preocupação de Silveira (2010) em reconhecer a pluralidade de expressões desta prática, principalmente, diante do atual espectro ideológico, que não mais proporciona definições estanques como no mundo industrial (SILVEIRA, 2010).

Ao colocar o ciberativismo na gênese da própria internet, Silveira (2009, p. 104) se refere ao processo peculiar que deu origem ao modelo não proprietário pelo qual a conhecemos atualmente, principalmente, por ter sido construída

[...] colaborativamente por grupos de voluntários que no decorrer de sua história foram envolvendo, além dos acadêmicos e hackers, engenheiros e especialistas de várias empresas, para construir os elementos fundamentais do funcionamento da rede, a saber, os seus protocolos de comunicação.

As características que advêm desse modelo são justamente as que proporcionam o poder comunicativo que serve ao ciberativismo. Como comenta Silveira (2011) em texto posterior, ao mesmo tempo em que o modelo trazido pela internet representa um grande arranjo de técnicas de controle, apontado como símbolo máximo do patamar social chamado por Gilles Deleuze (1992) de Sociedade de Controle, provê a expansão do poder comunicacional por meio da grande interatividade, velocidade e dispersão da comunicação. Com isso, o ciberativismo legitima-se na utilização radical de possibilidades como as redes distribuídas, o anonimato, e mesmo a visibilidade que a internet pode proporcionar.

Assim, o posicionamento de Silveira (2011), em relação à tensão entre controle e liberdade no ciberativismo neste novo momento da sociedade, é semelhante ao apresentado por Henrique Antoun e Fábio Malini (2010). Esses autores compreendem a internet como um campo social no qual a liberdade é disputada e que atuação social, mobilização e engajamentos são valores da rede. Essa liberdade é considerada, na prática, como os mecanismos e atos autônomos de cooperação por meio da rede.

Desse modo, para Antoun e Malini (2010), as manifestações ativistas na internet são tratadas como a biopolítica da rede, em contraposição ao biopoder. Este posicionamento remete à reinvenção do conceito de Michel Foucault por Antonio Negri e o seu aprimoramento por autores posteriores.

Essa biopolítica evocada por Antoun e Malini (2010) configura-se como a capacidade de a vida governar-se. Ou seja, ela exerce-se como uma liberdade positiva na atividade dos usuários ao construírem de forma singular um campo mais extenso de significados dos acontecimentos sociais. Isso se entrelaça com novas narrativas que esmiúçam fatos, ideias, dados, imagens, que ampliam a capacidade da rede de revelar sentidos que até então eram negociados na lógica do *gatekeeper*<sup>4</sup> da mídia tradicional. (ANTOUN, MALINI, 2010).

Nessa perspectiva, a biopolítica da rede constitui-se como a forma pela qual manifestações autônomas conseguem exceder

---

<sup>4</sup> Termo largamente usado nos estudos de comunicação para caracterizar a edição dos meios de comunicação de massa, a escolha do que será veiculado. Segundo Nelson Traquina (1999), o termo foi criado pelo psicólogo Kurt Lewin, sendo veiculado em artigo em 1947. Entretanto, sua aproximação com o campo da comunicação se deve a David Manning White (TRAQUINA, 1999).

os controles e bloqueios da rede (ANTOUN; MALINI, 2010). Em outras palavras, a biopolítica consiste em fazer uma utilização ativista da internet, colocando suas ferramentas a favor dessas ações.

Apesar de não trabalhar com o termo ciberativismo, a obra de Manuel Castells (1999; 2001; 2003) é repleta de apontamentos relevantes sobre a utilização da tecnologia em ações ativistas. Castells (2003) aborda tal utilização pelo viés dos movimentos sociais, considerando suas mudanças até o momento em que conceitua como “sociedade em rede”. A noção de “ativista” como um indivíduo engajado em uma disputa simbólica é contemplada na obra de Castells (2003), principalmente, ao se referir aos movimentos mais recentes.

Em sua obra *O poder da identidade*, Castells (2001) detalha melhor as características dos movimentos sociais em atividade, no que chama de sociedade em rede. Ao desenhar, conceitualmente, o panorama desse novo estágio social, o autor salienta a premência da identidade como principal significado em um contexto de desestruturação de instituições e de manifestações culturais marcadas pela efemeridade. Esse diagnóstico também é apresentado por Stuart Hall (1999): aponta esse autor um processo de enfraquecimento das velhas identidades e o surgimento de novas que fragmentam o antes unificado indivíduo moderno. A partir disso, as identidades passam a ser construídas pelos indivíduos ao longo de suas vidas.

A importância de compreender o panorama das identidades no atual estágio social é fundamental para o entendimento da lógica dos movimentos ciberativistas. Conforme lembra Castells (2001), é, por meio das práticas, principalmente, das discursivas, que esses movimentos constroem sua autodefinição, ou seja, sua identidade a ser compartilhada entre seus apoiadores.

Diante disso, Castells (2001) propõe, como método de análise desses movimentos, a utilização das categorias da tipologia clássica de Alain Touraine, que, ainda na década de 1970, as definiu, baseando-se em três fatores principais: autodefinição, adversários e metasocietal. Essa tipologia utilizada por Castells (2001) propõe uma análise, totalmente, calcada nas construções discursivas desses movimentos, seja diante da construção de sua máscara discursiva (autodefinição, identidade) (CHARAUDEAU, 2008), de sua meta de mudança social, ou mesmo pela afirmação do adversário do movimento.

A definição proposta por Castells (2001) se baseia em um método de estudos de grupos organizados, principalmente, os denominados movimentos sociais. Entretanto, ao abordar o ciberativismo, vê-se um espectro mais amplo e complexo de formas de mobilização. Isso pode fazer com que as categorias propostas por Castells (2001) possam não se aplicar a determinado movimento ciberativista.

David de Ugarte (2008), em seu livro *O poder das redes*, caracteriza as novas tecnologias de comunicação como protagonistas de uma mudança de estrutura de poder. Para Ugarte (2008), a abertura do polo de emissão ciberespaço cria um meio global de comunicação capaz de suplantar a edição dos meios de comunicação tradicionais, o *gatekeeping*. A partir desta compreensão da dinâmica informacional na internet, Ugarte (2008) caracteriza o ciberativismo como uma estratégia de busca de visibilidade midiática e social.

Sem entrar em detalhes técnicos sobre a infraestrutura da rede, Ugarte (2008) atribui à forma de comunicação distribuída à força de fenômenos sociais emergentes, como o ciberativismo. Assim, a premissa básica de Ugarte (2008) é que passamos de um fluxo comunicacional descentralizado para um fluxo distribuído,

diminuindo o poder dos conglomerados de mídia. Isto é, o autor (2008) assinala a mudança de uma estrutura de comunicação baseada nos meios de comunicação tradicionais para um ambiente comunicativo como a internet, em que os polos de fala são diversificados. Com isso, incluem-se, no debate público, grupos sociais antes dependentes da mídia tradicional para manifestação de seu discurso.

Nesse sentido, Ugarte (2008) acredita que fenômenos sociais como ciberativismo se potencializam diante da ampliação da autonomia comunicativa. Dessa maneira, o ciberativismo ocorre por um processo de autoagregação espontânea. Assim, o autor atribui à identidade o *status* de elemento-chave dessas mobilizações em redes distribuídas.

A partir desta compreensão, Ugarte (2008) defende que o ciberativismo, atualmente, é composto de três vias principais unidas pelo que o autor chama de ‘empoderamento individual’: discurso, ferramentas e visibilidade.

O discurso, chamado por Ugarte (2008, p. 57) de “*hacking social*”<sup>5</sup>, além de propiciar uma gama de significados sociais alternativos à mídia de massa, também é apontado como responsável pelo estabelecimento dos componentes identitários classificados como fundamentais diante do ambiente distribuído da internet. Ou seja, a efetividade das ações ciberativistas frente ao diagrama da rede distribuída depende do engajamento de indivíduos desconhecidos. Esse engajamento se dá quando há identificação com a imagem discursiva, que é construída por meio das enunciações ciberativistas.

---

<sup>5</sup> O termo *hacker* ainda será melhor abordado neste capítulo. No sentido empregado pelo autor neste momento, *hacking* está ligada à ideia de reconfiguração social. Ou seja, o discurso ativista em redes distribuídas como uma forma de reconfiguração das vozes sociais que circulam na sociedade.

Já as ferramentas, apontadas por Ugarte (2008) como uma das três vias fundamentais do ciberativismo, surgem da ideia do “faça você mesmo”. Baseada no ideário da cultura *hacker*, a criação de ferramentas em prol de ações ciberativistas podem ser caracterizadas como a essência do hacktivismo, uma das tipologias de ciberativismo, como será exposto no decorrer desta seção.

Por fim, a visibilidade é conceituada por Ugarte (2008) como o objetivo de luta permanente desses movimentos. Como foi referido, o ciberativismo, para Ugarte (2008), representa uma estratégia de busca da inclusão de determinados temas na pauta do debate público.

A partir do entendimento deste tripé de sustentação do ciberativismo (discurso, ferramentas e visibilidade), Ugarte (2008, p. 58) define o ciberativista como “[...] alguém que utiliza a Internet [...] para difundir um discurso e colocar à disposição pública ferramentas que devolvam às pessoas poder e a visibilidade que hoje são monopolizadas pelas instituições”. Assim, esse autor retoma e enfatiza a ideia do ciberativismo como disputa pela inclusão de determinadas pautas no agendamento público.

Samira Feldman Marzochi (2009), em sua tese de doutorado em sociologia, que teve como *corpus* de análise a ONG Greenpeace, vê o ciberativismo sob o prisma da cidadania. Cabe lembrar, como faz Marzochi (2009), que, geralmente, este conceito está ligado à participação dentro de um Estado. Neste caso, a autora (2009) frisa que o termo é usado no sentido de pertencimento a um determinado grupo social.

Assim, diante das novas formas de mobilização possibilitadas pela rede mundial de computadores, a autora (2009) considera que

o ciberativismo pressupõe uma nova cidadania, chamada por ela de ‘cibercidadania’. Trata-se de uma ligação social que extrapola as fronteiras nacionais. Assim, o ciberativismo representa “uma nova cultura de ligação individual com o mundo [...] O universo deste novo ser político, o cibercidadão, é a Terra em sua existência material e finita” (MARZOCHI, 2009, p. 286).

Como apresenta Poster (2004, p. 324), atualmente, a figura do cidadão reúne “[...] a individualidade autônoma da modernidade e o tradicionalismo pós-moderno da política da identidade”, configurando uma mistura desajeitada e inadequada às novas formas políticas emergentes na comunicação distribuída em escala global. Nessa perspectiva, Poster (2004) vê emergir, com a internet, formas políticas pós-nacionais, através de movimentos – muitas vezes – dissociados de identidades geográficas, mas identificados com territorialidades virtuais.

### **Breve histórico de ações ciberativistas**

Apesar de considerarmos imanente à própria internet (SILVEIRA, 2010), este fenômeno social passou a ser chamado de ciberativismo nas duas últimas décadas. Conforme Érico Gonçalves de Assis (2006), mesmo o termo ‘ativismo’ passa a figurar recentemente nos textos acadêmicos. Segundo o autor (2006), baseado nos estudos de Tim Jordan, este fato poderia ser explicado pela adoção do termo por grupos estadunidenses e europeus, com o suposto objetivo de escapar da carga social dos significados de “revolucionário” e “radical”.

Já o prefixo ciber, conforme retoma Montardo (2004), vem da cibernética, palavra popularizada pelos estudos do matemático Norbert Wiener. Desde então, o prefixo ‘ciber’ vem sendo utilizado para compor nomes de diversas faces da relação entre a sociedade e suas tecnologias. É exemplo disto a própria cibercultura, que engloba a diversidade de aspectos culturais potencializados pelas novas tecnologias.

#### Das listas de discussão à Desobediência Civil Eletrônica

Conforme o pesquisador Stefan Wray (1998), as primeiras ações práticas de ativismo através da utilização de computadores em rede como conhecemos hoje, surgem em meados da década de 1980, ao que chama de ‘pré-história da *web*’. Wray (1998, *online*) cita como primeira ação concreta de ativismo a criação do *PeaceNet*, em 1986, uma rede de internacional de pacifistas e ativistas políticos que trocavam mensagens através de mecanismos como listas de e-mails.

Até então, a Internet representava apenas um espaço comunicativo, em que informações eram trocadas de maneiras mais eficiente pelo suporte digital. Com a *PeaceNet* e diversas outras redes criadas na mesma época, a tecnologia tornava mais eficiente a organização e troca de informações entre ativistas de todo o mundo.

Entretanto, apenas a partir do fim da década de 1990, surgem as primeiras ações diretas de ativismo no ambiente de rede. Essas ações estavam ligadas ao que foi chamado de “Desobediência Civil Eletrônica”. Conforme Wray (1999, *online*), a Desobediência Civil Eletrônica, “[...] como uma massa eletrônica descentralizada de

ação direta, utiliza bloqueios e ocupações virtuais”<sup>6</sup>. A adaptação das ideias já centenárias de mobilização de Thoreau ao contexto dos novos ambientes de sociabilidade como a *web*, segundo Wray (1999), foi realizada em 1994 pelo grupo de artistas e teóricos do chamado *Critical Art Ensemble*. Em dois livros, o grupo tratou de apresentar hipóteses de como aplicar as práticas de desobediência civil na infraestrutura da internet.

No entanto, até 1998, a Desobediência Civil Eletrônica não passava de proposições teóricas. Desta forma, Wray (1999) afirma que, em dezembro de 1997, após o massacre de Acteal em Chiapas, no México<sup>7</sup>, pela primeira vez, passou-se a um ativismo de posição híbrida entre a utilização da internet como um meio de comunicação e como um ambiente de ação direta. Conforme Maria de Lourdes Balbinot de Lamônica Freire (2007), foi realizado um protesto na internet em que foi construído um monumento virtual às vítimas do massacre.

Assim, no início de 1998, surge uma das primeiras ações realmente diretas no uso da infraestrutura da internet, que conforme Wray (1998), foi o *software FloodNet*. Assim como o protesto contra o massacre de Acteal, este programa de computador foi criado pelo grupo *Electronic Disturbance Theater*, um dos primeiros coletivos a se autodenominar ‘ciberativista’. O *FloodNet* consistia na ocupação virtual de sítios ‘inimigos’ através da sobrecarga de solicitações. Dessa maneira, este grupo convidou usuários da internet a participarem de uma ocupação virtual contra o Governo mexicano.

---

<sup>6</sup> Tradução livre do autor. Texto original: “[...] as a form of mass decentered electronic direct action, utilizez virtual blockades and virtual sit-ins?”.

<sup>7</sup> Massacre em que 45 indígenas foram mortos por grupo paramilitar contrário ao Exército Zapatista de Libertação Nacional (EZLN) (BBC, 2002).

Wray (1998) avalia que o *FloodNet* teve capacidade mais simbólica do que, realmente, prática, já que raramente alcançou o objetivo de impedir o acesso aos sítios inimigos. Entretanto, estas ações de Desobediência Civil Eletrônica iniciadas no fim da década de 1990 representam o princípio de uma forma de ciberativismo recorrente no contexto atual. São exemplos disso os Ataques de Negação de Serviço (DDOS) <sup>8</sup>, em que se faz exatamente o que se buscava com o *FloodNet*, ou seja, ocupação simbólica de um certo espaço virtual.

#### Zapatistas e as possibilidades do ciberativismo na origem da *web*

Um dos primeiros grupos a usar a internet efetivamente como instrumento de divulgação de suas causas foi o movimento zapatista, no México. Trata-se até hoje de um objeto de estudo recorrente nas pesquisas sobre ciberativismo. Surgido em um contexto de levantes contra a globalização, os Zapatistas chegaram a tomar o poder do estado de Chiapas em primeiro de janeiro de 1994, data de início da vigência do Acordo Norte-Americano de Livre-comércio (NAFTA) (PIMENTA; RIVELLO, 2008).

Formado, principalmente, por camponeses indígenas que desde a década de 1940 habitavam comunidades estabelecidas próximo a divisa com a Guatemala, o Exército Zapatista de Libertação Nacional (EZLN) também teve a participação de intelectuais oriundos de regiões urbanas, como a figura pública do grupo paramilitar, o célebre Subcomandante Marcos (CASTELLS, 2001).

---

<sup>8</sup> Sigla da definição em inglês: *Distributed Denial of Service*

Castells (2001) afirma que o sucesso deste movimento deveu-se à sua estratégia de comunicação, que teve como ferramenta fundamental a internet. Como enfatizam Pimenta e Rívello (2008), na época em que o movimento zapatista alcançou notoriedade, a internet apresentava possibilidades limitadas como troca de e-mails e sites de armazenamentos de arquivos, os FTPs. A *web*, interface gráfica da internet, ainda dava seus primeiros passos. O primeiro sítio do movimento zapatista só foi vinculado à rede no final de 1996.

Foi, justamente, no ambiente comunicativo das listas de discussões e redes formadas por ONGs e ativistas de todo o mundo, que o movimento zapatista alcançou apoio que garantiu visibilidade à suas ações. Castells (2001, p. 105) considera que a utilização da internet neste episódio teve papel determinante, impossibilitando que “[...] o governo mexicano de fazer uso da repressão em larga escala”.

Desta maneira, com a possibilidade de expor ao mundo as causas em disputa no território de Chiapas, o movimento zapatista alcançou apoio que lhe garantiu segurança no enfrentamento com o governo mexicano. Além de ter sido uma das primeiras mobilizações a usar a internet, o movimento zapatista também, como referido neste item, serviu de motivação para o desenvolvimento das ações de Desobediência Civil Eletrônica.

Entretanto, mesmo após relativa popularização da *web*, a criação de novas ferramentas capazes de ampliar as possibilidades ciberativistas não ocorreu em grande escala. Francisco José Paoliello Pimenta (2003), ao estudar as possibilidades de hipermídia no ativismo de caráter global na primeira década do século XXI, constatou que as novas tecnologias, em sua maioria, estavam sendo usadas como

forma de organização e divulgação dos movimentos ativistas, em detrimento da criação de novas formas de ação remota pela rede. No período analisado por Pimenta (2003), a *web* apresentava ainda sua estrutura inicial, já mais acessível, mas ainda com sua construção restrita a usuários com conhecimentos mínimos de sua codificação.

Neste contexto, foram destaques iniciativas como *Indymedia*, formada por ativistas após série de protestos contra globalização em Seattle (RIGITANO, 2005). Com ramificações em diversas partes do mundo, estes sítios buscavam proporcionar uma cobertura alternativa, desvinculada do interesse corporativo dos grandes meios de comunicação.

A versão brasileira do portal, o Centro de Mídia Independente (CMI), criada em 2001, até hoje atua como meio alternativo de divulgação noticiosa (RIGITANO, 2005). De acordo com Rigitano (2005), durante os protestos, a cobertura dos meios de comunicação tradicionais atribuiu aos manifestantes valores a que eles não concordavam, enfocando a violência e a banalidade das ações. Desta maneira, os sítios serviram para contrapor o discurso midiático, alimentando um espaço com a visão dos manifestantes, em que era possível acompanhar fatos como a suposta violência policial (RIGITANO, 2005).

### Colapso da primeira *web* e o surgimento das mídias sociais

Desde o princípio, a internet proporcionou a movimentos e atividades sociais força e robustez diante de seu formato fluído de organização (ANTOUN, 2008). O surgimento da *web* facilitou a consolidação da internet como um ambiente interativo e distribuído,

que teve como uma de suas características a capacidade de servir a mobilizações de âmbito mundial. Assim, a mudança nessa nova dimensão comunicativa também determina mudanças na forma pela qual o ciberativismo se apropria da infraestrutura da internet.

Henrique Antoun (2008), ao refletir sobre a evolução da *web*, considera que movimentos como o zapatismo e os levantes contra redes globais de regulamentação representaram o sucesso dessa primeira fase da *web*. Para Antoun (2008), o fim desse primeiro estágio da *web* está ligado, justamente, ao declínio das formas de interação utilizadas nas mobilizações ativistas, como os grupos de discussões. Antoun (2008) atribui esse declínio a uma violenta reação de empresas e do Estado após os ataques terroristas de 11 de setembro.

Assim, o autor (2008) aponta a mudança da *web*: o fim de seu primeiro estágio diante da desordem participativa. Ou seja, Antoun (2008) acredita que iniciativas colaborativas utilizadas por movimentos em rede, como os grupos de discussões, entraram em colapso. Segundo o autor (2008), os atentados de 11 de setembro fazem retroceder os movimentos de multidão em âmbito internacional. Ao mesmo tempo, a ampliação de acesso a esses espaços de sociabilidade, em conjunto com as deficitárias formas de regulação das interações, criam a desordem responsável pelo fim deste primeiro estágio da *web*.

Dessa forma, o novo estágio dessa tecnologia tem como base a busca pela organização do público crescente da *web* e a ampliação dos mecanismos de participação. Conforme Antoun (2008), esta concepção da *web* 2.0, nome dado por Tim O'Reilly, emerge em discussões no sítio *Cluetrain Manifest*, que posteriormente tornou-se um livro.

Essa nova *web* fica marcada pela ampliação das possibilidades de interação e de produção dos seus usuários, projetando novos espaços em que os indivíduos passam criar e compartilhar conteúdos com sua rede social *online*. Ao mesmo tempo, esses ambientes de utilização gratuita são uma rica fonte de dados sobre seus usuários. Desta maneira, o preço da utilização desses novos mecanismos é o rastro deixado pelas formas de utilização dos indivíduos. Antoun (2008, p. 23) destaca isso ao apontar características iminentes aos novos mecanismos surgidos: “[...] tudo na Web 2.0 já nasce com filtro de palhaços, derrubadores de ego, pesquisadores de opinião, controladores de *spam* e mineradores de dados – todos os antídotos contra as mazelas da primeira *web*”.

Estas mudanças na *web* vão modificar, fundamentalmente, as maneiras pelas quais o ciberativismo age. Talvez uma das primeiras ferramentas a condensar as características do que viria a se chamar de *web 2.0*, os blogs<sup>9</sup> serviram, e continuam servindo, como mecanismo importante em ações ciberativistas. Conforme aponta Antoun (2008, p. 22), “[...] em 2003, essa nova *web* mostra seu poder político, auxiliando os movimentos contra a guerra do Iraque a promoverem a primeira manifestação internacional descentralizadas de massa através do blog do Move On”.

Mecanismo também surgido sob a égide da *web 2.0*, os sítios de redes sociais representam um campo fértil para proliferação das

---

<sup>9</sup> Surgidos ainda na primeira *web*, os *weblogs*, como foram denominados primeiramente, eram sítios de estrutura simples que, via de regra, funcionavam como selecionadores de *links* para outros sítios em uma *web* ainda sem grandes sistemas de busca. Com a popularização através dos servidores gratuitos, os *blogs* cresceram vertiginosamente transformando-se em um espaço utilizado de inúmeras formas (ARAÚJO, 2009).

ações ciberativistas. Atualmente, grande parte do fluxo de navegação dos usuários está em determinados *sites* de redes sociais (SRS)<sup>10</sup>. Boyd e Ellison (2007, *online*) definem sites de redes sociais baseados em três aspectos principais:

Definimos site de redes sociais como serviços na web que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semi-público, dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem compartilham conexão e (3) poder ver e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas pelos outros dentro do sistema. A natureza e nomenclatura dessas conexões podem variar de local para local<sup>11</sup>.

Recuero (2009) lembra que SRS como ‘Facebook’, ‘Orkut’ ou ‘Google +’ são apenas o meio técnico que proporciona a emergência destas redes. Desta forma, redes sociais não são “[...] pré-construídas pelas ferramentas, e, sim, apropriadas pelos atores sociais que lhes conferem sentido e que as adaptam para suas práticas sociais” (RECUERO, 2009, p. 21).

A partir desta afirmação, identificamos o ciberativismo como uma das inúmeras práticas sociais pelas quais são apropriados os SRS. Como apresentam Batista e Zago (2010), baseados nos estudos

---

<sup>10</sup> No Brasil, o número de indivíduos que acessam a internet e participam de algum SRS chega a 69%, segundo pesquisa do Centro de Estudos sobre Tecnologia da Informação e da Comunicação (CETIC.BR) sobre uso de internet nos domicílios brasileiros. Dados disponíveis em: <<http://cetic.br/usuarios/tic/2011-total-brasil/rel-int-06.htm>>. Acesso em: 17 jul. 2012

<sup>11</sup> Tradução livre do autor. Texto original: “*We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site*”.

de Recuero (2009), estes sítios representam espaços de trocas entre de atores sociais com diversas finalidades. Batista e Zago (2010) destacam a apropriação das mídias sociais pelo ciberativismo, que segundo os autores (2010), encontra, nesses novos espaços, possibilidades comunicativas que são colocadas em função da busca de reverberação política, alcançada através da cooperação

Pelo seu caráter mais horizontal de comunicação, como ressaltam Batista e Zago (2010), os sítios de redes sociais garantem visibilidade a mobilizações em que se engajam um número relevante de indivíduos. Estas características foram reforçadas pelos autores (2011) em texto posterior, em que analisaram mobilização colaborativa de apoiadores da *WikiLeaks* no *Twitter*, sendo que o objetivo era colocar o nome da organização em posição de visibilidade, “[...] numa tentativa de agendar o termo wikileaks ao lançá-lo aos Trending Topics<sup>12</sup>” (BATISTA, ZAGO, 2011, p. 247).

Ou seja, abordando esta problemática de maneira geral, os SRS tendem a proporcionar às mobilizações ciberativistas uma forma de comunicação mais horizontalizada, em que engajamento pode significar visibilidade, seja entre os atores sociais de determinada rede ou, em muitos casos, visibilidade midiática. Dessa maneira, esses mecanismos se consolidam, tanto pela abrangência em número de indivíduos, quanto pela facilidade de sua utilização, como um ferramental indispensável a grupos que praticam o ciberativismo.

Consideramos que as formas de sociabilidade dos *sites* de redes sociais e dos ambientes de conversação são profícuos mecanismos para construção e propagação de componentes identitários,

---

<sup>12</sup> Mecanismo que aponta os tópicos em ascensão entre os usuários do *site* de micropostagens *Twitter*.

essenciais a grupos ciberativistas. Como assinalam Frago, Rebs, Barth (2011, p. 215), é através desses sistemas de multiusuário *online* que se moldam os espaços sociais, constituídos “[...] pelas próprias práticas sociais e interações com os elementos que viabilizam a percepção relacional da espacialidade (Fragoso, 2005: 51) e pelas interações sociais que tem lugar em meio a esses elementos”. Esses lugares virtuais podem desenvolver sentimentos de pertença e posse, emergentes de uma vinculação identitária característica da territorialidade (FRAGOSO; REBS; BARTH, 2011), e que, no ciberativismo, representa elemento fundamental para ação coletiva.

A crescente expansão das tecnologias móveis, possibilitando acesso à internet por telefones celulares e *tablets*, também representa um acréscimo nas possibilidades de ações ciberativistas. Tal recurso amplia usos característicos da infraestrutura da internet pelo ciberativismo, como a divulgação de conteúdos de relevância e organização de movimentos através da comunicação em rede.

Então, observamos condensar quatro grandes momentos do ciberativismo: fases em que podemos agrupar os principais episódios deste fenômeno social. O que propomos não são períodos, extremamente, bem definidos, mas momentos com características em comum que se confundem com a própria história da internet, e que deixam mais evidentes a confluência entre ativismo e tecnologias digitais:

- *Surgimento*: No espaço de elaboração da internet, o ciberativismo surge como forma de disputa tecnosocial tensionando a internet a evoluir para uma tecnologia não proprietária.

- *Pré-web*: Momento inicial da internet, quando representava apenas um ambiente comunicativo baseado em troca de mensagens de texto. Redes como a *PeaceNet* são usadas como forma mais eficiente de comunicação entre ativistas distribuídos pelo mundo.
- *Popularização da web*: Representa o início e expansão da primeira *web*. É, nesse momento, que surgem os primeiros *sites* de apoio à causas ativistas, protestos organizados pela rede, coberturas alternativas e as primeiras ações práticas de Desobediência Civil Eletrônica. Começam a surgir as primeiras ações de hacktivismo, porém ainda eram escassas as plataformas de ação a distância.
- *Web 2.0*: Com a tendência do surgimento de novas ferramentas que ampliação do caráter interativo da *web*, o cibertivismo se apropria de *blogs* e sítios de mídias sociais. Tecnologias móveis facilitam as formas de organização de movimentos através da rede. Porém, ao mesmo tempo, estas ações são imersas em mais mecanismos de controle que podem ser suplantados por tecnologias do anonimato.

Como um fenômeno social emergente, consideramos que o ciberativismo pode ser representado por uma figura piramidal (Figura abaixo), seccionada por suas fases históricas. Logicamente, nesta representação gráfica considera-se que o topo da pirâmide representa a fase considerada como o seu surgimento, assim como sua base representa o período que consideramos sua situação atual. Esta representação gráfica nos serve para frisar diferentes aspectos relevantes da evolução do ciberativismo.



**Representação gráfica do histórico do ciberativismo**  
**Fonte: Elaborado pelos autores.**

Primeiramente, consideramos que a figura piramidal representa o número de atores sociais engajados de alguma forma em ações ciberativistas. Enquanto, no princípio, a atuação ativista estava limitada a um pequeno grupo envolvido em discussões tecnológicas, atualmente, vemos um grande número de indivíduos engajados em disputas específicas. Esta constatação nos leva a algumas outras: quanto mais próximo à base da pirâmide do ciberativismo verifica-se maior número de ferramentas apropriadas em suas ações e, logicamente, mais episódios relevantes desta prática. Também, quanto mais próximo à base, maior o espectro de causas defendidas por ações ativistas no contexto de redes temáticas.

Por fim, esta representação também reflete o diagrama da autonomia do ciberativismo em que quanto mais próximo da base, menor a autonomia das ações. Melhor dizendo, quanto mais próximo do momento caracterizado como *web 2.0*, maior a submissão do ciberativismo aos controles de estruturas como os *blogs* e os sítios de redes sociais, que, por se tratarem de espaços proprietários, podem ser usados para cercear determinadas ações.

## Considerações finais

De acordo com o levantamento bibliográfico realizado neste estudo, consideramos que o ciberativismo se modifica com as transformações pelas quais passa a rede. A evolução da rede determina a própria evolução do ativismo imanente a ela. Quanto mais participativa se tornou a internet, mais o ciberativismo ganhou ferramentas e ambientes para profusão de suas práticas.

Desta maneira, propõe-se entender o ciberativismo como conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas, com o objetivo de ampliar os significados sociais através da circulação na rede de discursos e ferramentas capazes de colaborar na defesa de causas específicas.

Assim, o que observamos no contexto atual (e é o que nos faz buscar uma conceituação menos restritiva) é a formação de coalizões temporárias por causas específicas, com as motivações mais variadas possíveis. Ou seja, observamos uma cultura de mobilização difusa, horizontalizada, heterogênea e abrangente, que já não cabe na dicotomia de conceituações herméticas.

Apesar de não contar com nenhum dado sistematizado de maneira científica, acreditamos que a tendência de evolução do ciberativismo está na ampliação de suas ferramentas, e, com isso, o crescimento do hacktivismo. Através de observação empírica, é possível já observar a tendência de busca por espaços próprios, como elaboração de sítios de redes sociais adequados a ciberativistas de determinado tema; além do aumento do já caracterizado desenvolvimento de ferramentas capazes de garantir eficiência e seguranças a estes movimentos.

## Referências

AMARAL, Adriana R.; FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

\_\_\_\_\_; MONTARDO, Sandra Portella. **Mapeamento temático da história da cibercultura no Brasil**. 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2241-1.pdf>> Acesso em: 29 ago. 2012.

ANTOUN, Henrique. Web Ativismo. **Observatório da Imprensa**, Rio de Janeiro, v. 124, p. 2-2, 06 jun. 2008.

\_\_\_\_\_; MALINI, Fabio. Ontologia da Liberdade na Rede: as multi-mídias e os dilemas da narrativa coletiva dos acontecimentos. In: XIX COMPÓS - 19 ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 1, Rio de Janeiro, 2010. **Anais...** Rio de Janeiro: COMPÓS; PUC-RIO, 2010, p. 1-14.

ARAÚJO, Willian Fernandes. **Blogs: uma proposta de estudo baseada na sistematização de suas ferramentas**. Santa Maria, 2009. 57 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social – habilitação jornalismo), Universidade Federal de Santa Maria.

\_\_\_\_\_. Ciberativismo: levantamento do estado da arte na pesquisa no Brasil. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, V, Florianópolis, 2011. **Anais...** Florianópolis, UFSC, 2010, p. 1-14.

ASSIS, Érico Gonçalves de. **Táticas lúdico-midiáticas no ativismo político contemporâneo**. São Leopoldo, 2006. 274 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

BATISTA, Jandré Corrêa ; ZAGO, Gabriela da Silva . Ativismo em Redes Sociais Digitais: Os fluxos de comunicação no caso #forasarney. **Estudos em comunicação/Communication studies**, v. 8, p. 129-146, 2010.

\_\_\_\_\_. Ativismo e agendamento nos trending topics do twitter: o caso Wikileaks. **Contemporânea**, Salvador, v. 9, p. 101-114, 2011.

BBC. **Nuevas condenas por masacre de Acteal**. Disponível em: < [http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin\\_america/newsid\\_2471000/2471083.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin_america/newsid_2471000/2471083.stm)>. Acesso em: 15 fev. 2012.

BOYD, D.; ELLISON, N. Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of computer-mediated communication**, n.13, v.1, 2007. Disponível em <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>> Acesso em: 20 mai. 2012.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. **O Poder da identidade**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

\_\_\_\_\_. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**: 1972-1990. São Paulo: 34, 1992.

FRAGOSO, Sueli; REBS, R. R.; BARTH, D. L.. Territorialidades virtuais – identidade, posse e pertencimento em ambientes multiusuário online. **Matrizes**, São Paulo, v. 5, p. 211-225, 2011.

FREIRE, Maria Lourdes Balbinot De Lamônica. **Electronic Disturbance Theater**: participação política no ciberespaço. São Paulo, 2007. 108 f. Dissertação de mestrado. Universidade Paulista (UNIP).

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

MARZOCHI, Samira F. **Metamodernidade e Política**: a ONG Greenpeace. Campinas, 2009. 509 f. Tese de doutorado – Universidade Estadual de Campinas.

MONTARDO, Sandra Portella. **Comunicação e cibercultura**: uma forma social da tragédia da cultura. Porto Alegre, 2004. 317 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

ONG, Walter J. **Oralidade e cultura escrita**: a tecnologização da palavra. Campinas: Papyrus, 1998.

PIMENTA, F. J. P. Possibilidades da Hipermídia no Ativismo Global. In: XXVI INTERCOM, I, Belo Horizonte, 2003. **Anais...** São Paulo: INTERCOM, 2003, p. 17-27.

\_\_\_\_\_; RIVELLO, A. P. A. . Zapatismo e Ciberativismo: a busca de uma conexão perdida. In: XXXI INTERCOM, I, 2008, Natal. **Anais...** Natal: INTERCOM; UFRN, 2008, p. 23-32.

POSTER, Mark. Cidadania, mídia digital e globalização. In: MORAES, Dênis de (org). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder.** 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004, p. 315-335.

POSTMAN, Neil. **Five Things We Need to Know About Technological Change.** 1998. Disponível em: <<http://www.mat.upm.es/~jcm/neil-postman--five-things.html>>. Acesso em: 24 set. 2012.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** Novo Hamburgo: Feevale, 2009.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIGITANO, M. E. C. . Ciberativismo: definições, origens e possíveis classificações. In: André Lemos. (Org). **Cibercidade II: Ciberurb – a cidade na sociedade da informação.** Rio de Janeiro: E-papers, p. 249-276, 2005.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. **Hackers, monopólios e instituições panópticas**: elementos para uma teoria da cidadania digital. 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/issue/view/453/showToc>>. Acesso em: 01 dez. 2010.

\_\_\_\_\_. Redes cibernéticas e tecnologias do anonimato: confrontos na sociedade do controle. In: XVIII COMPÓS, 2009, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: COMPÓS 2009.

\_\_\_\_\_. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. **Revista USP**, São Paulo, v.1, p. 28-39, 2010.

\_\_\_\_\_. O fenômeno Wikileaks e as redes de poder. **Contemporânea**, Salvador, v. 9, p. 06-21, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**: questões, teorias e ‘estórias’. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999.

UGARTE, David de. **O poder das redes**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

WRAY, Stefan. **Electronic Civil Disobedience and the World Wide Web of Hacktivism**: a mapping of extraparliamentarian direct action net politics, 1998. Disponível em: <<http://switch.sjsu.edu/web/v4n2/stefan>>. Acesso em: 25 fev. 2012.



