

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

MÔNICA PIENIZ

**A APROPRIAÇÃO DO GLOBAL PARA FINS LOCAIS:  
AS REPRESENTAÇÕES DA IDENTIDADE GAÚCHA  
EM COMUNIDADES VIRTUAIS DO ORKUT**

SANTA MARIA  
FEVEREIRO DE 2009

MÔNICA PIENIZ

**A APROPRIAÇÃO DO GLOBAL PARA FINS LOCAIS:  
AS REPRESENTAÇÕES DA IDENTIDADE GAÚCHA  
EM COMUNIDADES VIRTUAIS DO ORKUT**

Dissertação de mestrado apresentada  
como requisito parcial para a obtenção  
do título de Mestre em Comunicação  
pela Universidade Federal de Santa Maria

Orientador:  
Profª Drª Ada Cristina Machado da Silveira

SANTA MARIA  
FEVEREIRO DE 2009

MÔNICA PIENIZ

**A APROPRIAÇÃO DO GLOBAL PARA FINS LOCAIS:  
AS REPRESENTAÇÕES DA IDENTIDADE GAÚCHA  
EM COMUNIDADES VIRTUAIS DO ORKUT**

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, linha de pesquisa Mídia e Identidades Contemporâneas, e aprovada pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria.

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Eugenia M. M. R. Barichello  
Coordenadora

Banca Examinadora:

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Ada Cristina Machado da Silveira  
POSCOM/UFSM (Orientador)

---

Prof. Dr. Valdir José Morigi  
PPGCOM/UFRGS

---

Prof. Dra. Elisângela C. M. Mortari  
UFSM

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Veneza V. M. Ronsini  
POSCOM/UFSM

Dedico este trabalho a minha família:  
pai Luiz, mãe Maria e mano Marlon.  
Mesmo longe eles são meu porto  
seguro, em todos os momentos.

“A ciência sem humanismo  
Gera no homem o egoísmo  
E a vida perde a razão  
Pois diploma sem respeito  
Segue o rumo da imperfeição”.

Maria Madalena Pieniz

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço especialmente a minha orientadora Ada Cristina Machado da Silveira pela dedicação e compreensão; por ser um exemplo de trabalho e de realização.

A meus pais e meu irmão pelo apoio e amor incondicional,  
com todas as suas possibilidades.

Ao Adrian por me dar força nos desafios e por comemorar comigo as vitórias.

À amiga Janice Zalamena, pela companhia e ajuda durante estes anos de UFSM.

À amiga e colega de orientação Pauline Neutzling Fraga pelos bons papos e por tornar o mestrado mais agradável. Aos demais colegas do mestrado, Daiana Stasiak, Vilso Junior Chierentin Santi, Vivian Castro de Miranda, Vivian de Carvalho Belochio, Laura Elise de Oliveira Fabricio, Raquel Ditz Ribeiro, Lutiana Casaroli, Fabiane Sgorla,  
pelos momentos de descontração, aula e parceria.

A todos os professores do mestrado da UFSM, além da orientadora, pelo esforço em consolidar o programa de pós-graduação, especialmente aqueles com os quais eu tive contato em aula ou em grupo de pesquisa:

Eugenia M. M. R. Barichello, Veneza Mayora Ronsini,

Graciela Presas Areu, Antonio Fausto Neto e Adair Caetano Peruzzolo,

À banca da qualificação e da defesa final da dissertação, pela disponibilidade e pelas considerações e esmero para com o trabalho:

Professoras Veneza Mayora Ronsini e Elisângela Carlosso Mortari e

Professores Valdir Morigi e João Freire Filho.

## RESUMO

A presente pesquisa aborda as representações sociais da identidade dos gaúchos presentes nas comunidades virtuais do Orkut. Os conceitos de comunidade virtual, cultura local, representações sociais, identidade e cibercultura permeiam a construção deste trabalho. Seus objetivos consistem em mensurar a incidência de comunidades existentes no Orkut ligadas à cultura gaúcha; apreender as representações nucleares em que a identidade gaúcha está calcada presentes nos textos descritivos, verbal e icônico, do corpus selecionado para a análise qualitativa; analisar as representações periféricas da identidade gaúcha constantes no corpus; verificar o perfil dos donos com base nos dados de idade, cidade, sexo e comunidades a que pertencem. A metodologia utilizada requereu inicialmente uma abordagem quantitativa, na qual foram levantados aspectos referentes a comunidades virtuais do Orkut que têm como foco a cultura gaúcha. A abordagem qualitativa tomou como base a análise de discurso, com foco nas categorias de tempo, espaço e pessoa. O corpus de pesquisa foi delimitado tomando-se em consideração os textos verbais e icônicos das comunidades e os perfis dos seus donos, e foi selecionado a partir de um parâmetro quantitativo. Os dados analisados permitem afirmar que as representações centrais dos gaúchos presentes no corpus são baseadas na cultura formalizada e difundida pelo Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) e pelos Centros de Tradições Gaúchas (CTG). As representações periféricas constatadas são aquelas consideradas inovadoras em relação ao tradicionalismo. Estas estão presentes na minoria das comunidades do corpus, porém abrigam o maior número de membros. Como ancoragem destas representações nucleares e periféricas constata-se a referência ao território, às instituições, à sociabilidade rural e a recorrência da produção de sentido nos propósitos definidos pelo espírito da cavalaria. Tanto nos textos verbais e icônicos das comunidades virtuais quanto no perfil dos donos das comunidades prevalecem sentidos isotópicos à temática da comunidade. Sustentam-se, dessa forma, as hipóteses de que a apropriação do global para fins locais evidencia representações sociais das identidades de cidadãos comuns afetados pela cibercultura, e que estas identidades podem estar em transformação diante dos elementos constatados nas representações periféricas.

**Palavras-chave:** Comunidades virtuais. Representações sociais. Identidade. Cultura local. Cibercultura.

## ABSTRACT

This study focuses on the social representations of *gaucho's* identity in virtual communities on Orkut. Definitions of virtual community, local culture, social representations, identity and cyberculture are part of this study. The objectives are to measure the occurrence of Orkut communities involving *gaucho's* culture; to examine the main representations for *gaucho's* identity in descriptive, verbal and iconic texts from the corpus selected for qualitative analysis; to analyze the peripheral representations of *gaucho's* identity recurrent in the corpus; to investigate the profile of the owners based on age, city, gender and their virtual communities. In the methodology, firstly we used qualitative research methods, analyzing aspects of virtual communities focusing on the *gaucho's* culture. This qualitative research was carried out in the light of the discourse analysis, and the categories of time, space and person. The corpus was selected considering verbal and iconic texts of the communities and the profile of the owners, based on a quantitative parameter. The data show that the main representations for *gauchos* in the corpus are originated from the culture conveyed by *Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG)* and *Centros de Tradições Gaúchas (CTG)*. The peripheral representations found are those considered innovative if compared to the traditionalism. They are the minority in the corpus and contain the largest number of members. In the system of the main representations and the peripheral representations, it was found the reference to territory, institutions, rural sociability, and the occurrence of meaning production defined by the cavalry spirit. In the verbal and iconic texts as well as in the profiles of the communities' owners, characteristics related to the topic of the community are predominant. It gives support to the hypotheses that the appropriation of global with local aims reinforces social representations of ordinary people's identities influenced by the cyberculture, and that these identities can be affected by elements from peripheral representations.

**Key words:** Virtual communities. Social representations. Identity. Local Cyberculture.

## **LISTA DE APÊNDICES**

**APÊNDICE A** - Quadro com dados quantitativos ..... **147**

**APÊNDICE B** - Quadro com dados qualitativos ..... **148**

## LISTA DE ANEXOS

<b>ANEXO A</b> - Dados demográficos do Orkut .....	<b>150</b>
<b>ANEXO B</b> - Número de comunidades virtuais em língua portuguesa .....	<b>151</b>
<b>ANEXO C</b> - Categorias para as comunidades virtuais do Orkut.....	<b>152</b>
<b>ANEXO D</b> - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “Gaúcho” .....	<b>153</b>
<b>ANEXO E</b> - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “Gaúchos” .....	<b>154</b>
<b>ANEXO F</b> - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “Gaúcha” .....	<b>155</b>
<b>ANEXO G</b> - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “Gaúchas” .....	<b>156</b>
<b>ANEXO H</b> - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “MTG” .....	<b>157</b>
<b>ANEXO I</b> - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “CTG” .....	<b>158</b>
<b>ANEXO J</b> - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “Rio Grande do Sul” .....	<b>159</b>
<b>ANEXO K</b> - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “Porto Alegre” .....	<b>160</b>
<b>ANEXO L</b> - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “Revolução Farroupilha” ..	<b>161</b>
<b>ANEXO M</b> - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “Galpão Crioulo” .....	<b>162</b>

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
<b>2 LOCALISMO, GLOBALIZAÇÃO, REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E IDENTIDADE</b> .....	<b>19</b>
2.1. DO CIBERESPAÇO À CIBERCULTURA DAS COMUNIDADES VIRTUAIS .....	19
<b>2.1.1 O Orkut</b> .....	<b>27</b>
2.2. REPRESENTAÇÕES E IDENTIDADES SOCIAIS .....	32
2.3. O LOCAL (REGIONAL) E A GLOBALIZAÇÃO.....	43
<b>2.3.1 As representações do gaúcho</b> .....	<b>46</b>
<b>3 A CULTURA LOCAL NO ORKUT</b> .....	<b>55</b>
3.1 DELIMITAÇÃO E DESCRIÇÃO DO CORPUS EMPÍRICO .....	55
<b>3.1.1 Gaúcho</b> .....	<b>57</b>
<b>3.1.2 Gaúchos</b> .....	<b>58</b>
<b>3.1.3 Gaúcha</b> .....	<b>59</b>
<b>3.1.4 Gaúchas</b> .....	<b>59</b>
<b>3.1.5 MTG</b> .....	<b>60</b>
<b>3.1.6 CTG</b> .....	<b>61</b>
<b>3.1.7 Rio Grande do Sul</b> .....	<b>61</b>
<b>3.1.8 Porto Alegre</b> .....	<b>62</b>
<b>3.1.9 Revolução Farroupilha</b> .....	<b>62</b>
<b>3.1.10 Galpão Crioulo</b> .....	<b>63</b>
3.2 LEVANTAMENTO QUANTITATIVO.....	63
3.3 CORPUS DE ANÁLISE QUALITATIVA.....	65
<b>4 MARCADORES IDENTITÁRIOS E CATEGORIAS DO DISCURSO</b> .....	<b>67</b>
4.1. MARCADORES IDENTITÁRIOS.....	67
4.2. APLICAÇÃO DA ANÁLISE DE DISCURSO .....	69
4.3. ANÁLISE DAS COMUNIDADES .....	79
<b>4.3.1 Comunidade principal “EU ME ORGULHO EM SER GAÚCHO”</b> .....	<b>79</b>
<i>4.3.1.1 Comunidades relacionadas à principal</i> .....	<i>83</i>
<i>4.3.1.2 Comunidades do dono ligadas a territórios</i> .....	<i>84</i>
<i>4.3.1.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho</i> .....	<i>84</i>
<i>4.3.1.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios</i> .....	<i>85</i>
<b>4.3.2 Comunidade principal “Gaúchos de verdade”</b> .....	<b>85</b>
<i>4.3.2.1 Comunidades relacionadas à principal</i> .....	<i>89</i>
<i>4.3.2.2 Comunidades do dono ligadas a territórios</i> .....	<i>89</i>

4.3.2.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho .....	89
4.3.2.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios .....	92
<b>4.3.3 Comunidade principal “A Verdadeira Tradição Gaúcha” .....</b>	<b>92</b>
4.3.3.1 Comunidades relacionadas à principal.....	94
4.3.3.2 Comunidades do dono ligadas a territórios .....	94
4.3.3.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho .....	94
4.3.3.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios .....	95
<b>4.3.4 Comunidade principal “Gaúchas Incomodam &amp; Comandam” .....</b>	<b>95</b>
4.3.4.1 Comunidades relacionadas à principal.....	97
4.3.4.2 Comunidades do dono ligadas a territórios .....	97
4.3.4.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho .....	97
4.3.4.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios .....	98
<b>4.3.5 Comunidade principal “MTG” .....</b>	<b>98</b>
4.3.5.1 Comunidades relacionadas à principal.....	99
4.3.5.2 Comunidades do dono ligadas a territórios .....	99
4.3.5.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho .....	99
4.3.5.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios .....	101
<b>4.3.6 Comunidade principal “ViCiAdOs Em C.t.G. !!!!!” .....</b>	<b>101</b>
4.3.6.1 Comunidades relacionadas à principal.....	103
4.3.6.2 Comunidades do dono ligadas a territórios .....	103
4.3.6.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho .....	103
4.3.6.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios .....	105
<b>4.3.7 Comunidade principal “EU AMO O RIO GRANDE DO SUL” .....</b>	<b>105</b>
4.3.7.1 Comunidades relacionadas à principal.....	107
4.3.7.2 Comunidades do dono ligadas a territórios .....	107
4.3.7.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho .....	107
4.3.7.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios .....	108
<b>4.3.8 Comunidade principal “Porto Alegre” .....</b>	<b>109</b>
4.3.8.1 Comunidades relacionadas à principal.....	110
4.3.8.2 Comunidades do dono ligadas a territórios .....	110
4.3.8.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho .....	110
4.3.8.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios .....	110
<b>4.3.9 Comunidade principal “Neo-Revolução Farroupilha” .....</b>	<b>110</b>
4.3.9.1 Comunidades relacionadas à principal.....	112
4.3.9.2 Comunidades do dono ligadas a territórios .....	113
4.3.9.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho .....	113
4.3.9.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios .....	116
<b>4.3.10 Comunidade principal “Comunidade ‘Galpão Crioulo’” .....</b>	<b>117</b>
4.3.10.1 Comunidades relacionadas à principal.....	119

4.3.10.2 Comunidades do dono ligadas a territórios .....	119
4.3.10.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho .....	119
4.3.10.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios .....	120
4.4 INTERPRETAÇÃO DOS DADOS VERIFICADOS NA ANÁLISE .....	120
<b>4.4.1 Categorias interpretativas e representações de cultura gaúcha presentes no corpus .....</b>	<b>121</b>
<b>4.4.2 O tempo, o espaço, a pessoa e as tematizações predominantes .....</b>	<b>127</b>
<b>4.4.3 O ciberespaço e a cultura local.....</b>	<b>133</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>138</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>141</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Pressupondo-se que a comunicação é a base para o desenvolvimento da cultura, acredita-se que cabe aos comunicadores e pesquisadores o debruçar-se e o envolver-se no emaranhado complexo de fenômenos hodiernos que são pauta de debates neste âmbito. Para começar cita-se o fenômeno da pedra lascada e toda a evolução da humanidade a partir disso.

A capacidade de simbolização permitiu ao homem fabricar seus próprios instrumentos para lhe facilitar o trabalho e uma inovação foi gerando outra, até chegarmos ao desenvolvimento do alfabeto. Por meio desse, o homem pôde se comunicar melhor, melhorando a sua capacidade de cognição e trocando experiências com outros povos por meio da escrita.

As gerações posteriores foram adquirindo conhecimentos por meio dos escritos de seus antepassados e como num círculo virtuoso a comunicação se ampliou. Técnica e tecnologia foram permeando a vida humana. Surge a imprensa, o telégrafo, o rádio, o telefone, a televisão, a internet e, a convergência e digitalização das mídias. A sociedade midiática prevaleceu.

Diante desta escalada vivencia-se hoje a era da midiatização - fenômeno onde a lógica midiática permeia a produção de sentido de um campo social não midiático. Regras de mídia organizam ações institucionais, políticas, esportivas, educacionais. Há uma afetação mútua entre a sociedade midiatizada e os atores individuais, na medida em que um influencia o outro.

Polemizada, pauta na academia, e amplamente discutida, a midiatização tem relevância perceptível hoje no contexto em que estamos inseridos. A mídia é tomada hoje como esfera propiciadora de visibilidade aos mais diversos grupos sociais, constituindo-se uma passagem obrigatória para todo e qualquer outro campo social que visa mostra-se e legitimar-se. O campo político, o educacional e o da saúde, por exemplo, se valem de estratégias de captação da atenção da mídia. Aspectos mais simples de qualquer um desses campos estão permeados por concepções que abrangem a linguagem midiática.

Dessa forma, os fatos não falam mais por si, mas estão em meio a construções de ricas tessituras discursivas adequadas a regras de discursos midiáticos. A mídia, por sua capacidade discursiva e amparo tecnológico tem poder de falar a milhões de pessoas. Reiterando o que já foi citado, técnica e tecnologia tomaram conta da vida humana e os sujeitos atuantes neste sistema dele se utilizam a fim de expressarem os seus valores de vida.

Sabe-se, então, que a economia discursiva da mídia é interpelativa, constrói sentido. Não há lugares de fala vazios. Não há opacidade na enunciação, há sim uma força no discurso onde as condições de enunciação são orquestradas. As estratégias tecem os discursos e seus efeitos de sentido.

Este emaranhado de sentidos traz consigo uma representação da realidade vivida que por si constitui um modo de vida e vivifica uma identidade, um modo de ser no mundo. E é a respeito das representações identitárias contemporâneas presentes no discurso midiático que trataremos neste trabalho. A mídia específica é a internet e o fenômeno observado são os discursos presentes em comunidades virtuais que tratam de culturas locais.

A linguagem é a constituidora de estratégias, pois possibilita estes discursos nomeados no parágrafo precedente. O enunciador, com seu repertório, é o feitor do trabalho de representação de uma ordem, sendo a linguagem a ferramenta deste processo. Os textos são conseqüências de uma operação de enunciação por meio da linguagem e fazem assim a representação de mundo. A enunciação é um trabalho, uma escolha. Os modos de dizer repousam na construção de sentido. O sujeito é quem fala, mas é a linguagem que o faz falar, que tece os sentidos.

Como numa semiose infinita, os fatos desdobram-se a cada dia em novas estratégias de ser com regras semelhantes de produção de sentido. E nenhum discurso é isento de regras e estratégias de produção de efeitos de sentido, mesmo em seus pormenores, já que são de fato esses pormenores que enlaçam estratégias de significação.

O leitor é desdobrado pelas novas mídias que fragmentam a informação e neste movimento frenético de diversos discursos sobrepondo-se uns aos outros se tem, também, o cidadão comum querendo agilizar e promover a sua própria visibilidade.

Num tempo de *reallity shows* o personagem-cidadão comum da vida diária quer também manter seu espaço de visibilidade e legitimação perante a sociedade midiaticizada que lhe inspira e lhe estimula. O Orkut, site de relacionamentos é o exemplo mais brasileiro deste fenômeno na internet – sendo um terreno fértil para pesquisadores da área afetados pela problemática da representação identitária na contemporaneidade diante das tecnologias de informação e comunicação (TICs).

Dessa forma ocorre que as comunidades virtuais lideradas por membros do Orkut, como também os seus perfis pessoais, carregam discursos que significam e representam um modo de vida. Esse fato é gerador de representações de identidades, pois ali os sujeitos objetivam o seu mundo, os seus valores, a sua cultura por meio do agendamento de temas que lhe interessam. E sabe-se que agendar é produzir significados.

A internet é tomada neste trabalho como um ícone da globalização e no Orkut, recorte deste ambiente virtual, todos os membros podem criar seu espaço de emissão e de socialização e podem também dar uma “espiadinha” no perfil alheio, já que quem aí está se torna midiaticizado e, por isso mesmo, visível para aquele contexto. É uma nova ambiência onde os sujeitos envolvidos intercalam os papéis de emissores e receptores no processo de enunciação e constroem discursos que lhe interessam.

A importância e o diferencial da internet como fenômeno social reside no fato de ela não ser mídia de massa e por isso mesmo um espaço propício para as mais diversas manifestações. Além de culturas locais como é o caso dessa análise, a internet propicia espaço e voz para a representação de minorias que muitas vezes são discriminadas por outras mídias. E é dentro deste contexto de midiaticização, e de ainda não massificação, mas de um fenômeno intenso, que enquadraremos esta pesquisa.

Salientamos, entretanto, que mesmo os emissores e receptores virtuais podendo ser cidadãos comuns e podendo intercalar os papéis de emissão e recepção – e este ponto envolver a importância da recepção –, o foco deste trabalho está na produção do discurso. A recepção dos discursos midiáticos e, por sua vez, a percepção desses discursos pelos seus receptores, apesar de extrema relevância, escapa da intenção deste presente estudo.

O processo de articulação entre uma mídia que permite a comunicação global e os sujeitos que dela se apropriam para manifestações de cultura local é uma evidência empírica que justifica este trabalho. É preciso pensar a questão da cultura em relação a essas novas tecnologias que proporcionam novas noções de tempo e espaço, novos modos de relacionamento do indivíduo com a sua própria história.

Quanto maior a integração mundial, mais há a busca pela diferença, por manifestações culturais que marcam as peculiaridades dos grupos fadados à homogeneização. Aí entraremos também na questão local – que aqui tomaremos como sinônimo de regional e estadual - *versus* nacional e *versus* global, pois num país como o Brasil, com dimensões continentais, é perigoso falar de cultura regional sem avaliar a cultura de Estado-Nação do qual faz parte.

Diante do exposto, utiliza-se a internet – especificamente as comunidades virtuais do site Orkut - como o corpus empírico desta dissertação. O imbricamento entre conceitos de cultura local, ciberespaço e representações sociais e identidade é o cenário teórico em que nos apoiamos ao nos depararmos com o discurso presente no objeto empírico analisado.

Busca-se, desta forma, responder as questões que nos inquietam: Que representações sociais da identidade dos gaúchos estão presentes nas comunidades virtuais ligadas a cultura do Rio Grande do Sul? Como se dá discursivamente esta articulação global local? Os objetivos deste estudo são: a) Mensurar a incidência de comunidades existentes, no Orkut, ligadas à cultura gaúcha; b) Apreender as representações nucleares em que a identidade gaúcha está calcada nos textos descritivos, verbal e icônico, do corpus selecionado para a análise qualitativa; c) Analisar as representações periféricas da identidade gaúcha constantes no corpus; d) Verificar o perfil dos donos com base nos dados de idade, cidade, sexo e comunidades ligadas a território em que ele seja membro.

Esta pesquisa se encaixa epistemologicamente na área da comunicação. Como teoria fundamental tem-se as representações sociais das identidades. Como método, a pesquisa qualitativa interpretativa por meio da análise do discurso. O procedimento metodológico tem as seguintes etapas: 1<sup>o</sup>) levantamento quantitativo das comunidades virtuais do Orkut que tematizam a cultura gaúcha por meio da busca por palavras-

chave; 2º) seleção de corpus prévio e posteriormente uma compilação dos dados quantitativos verificados. 3º) A análise qualitativa interpretativa do discurso feita de uma amostragem destas comunidades verificadas na análise quantitativa e coleta e análise de dados do perfil dos donos destas comunidades.

Adianta-se que o critério de seleção desta amostra para a análise discursiva obedecerá primeiramente o filtro do próprio site - será pelo número de membros - e, posteriormente, levará em conta também a categoria que esta comunidade está inserida e a relevância do texto verbal, que precisa ser considerável e consistente para dar margem a uma análise discursiva. O corpus qualitativo é composto por dez comunidades que têm também o perfil dos seus donos avaliados, principalmente no que compete às comunidades em que estes estão filiados.

A justificativa deste estudo gira, portanto, em torno de dois eixos já discutidos nesta introdução: a internet e a cultura local. A internet como mídia não massificada tem relevância na medida em que propicia espaço para a manifestação de culturas locais em espaços virtuais – que é o caso das comunidades do Orkut sobre a cultura gaúcha. Esse fato que demonstra esta articulação global-local gera uma relação discursiva que representa identidades, sendo este discurso o modo de apreendermos como se constitui esta representação.

Novas formas de sociabilidades estão sendo configuradas e propiciadas por estas comunidades virtuais. O mesmo potencial que a internet tem para abrigar discursos de solidariedade humana e reflexões acerca de aspectos de cidadania e pertencimento local é utilizado para o crime. Enquanto mídia democrática e livre de regulamentações geridas pelo poder público, a internet estará à mercê de todos os tipos de enunciadores que prevalecerem na rede.

Salientamos, portanto, que a temática aqui abordada no caso da cultura local é apenas uma amostra das possibilidades de interação no Orkut e que também este não é um trabalho que busca valorar a cultura local como boa ou não boa, apenas toma esta cultura local gaúcha como exemplo de um fenômeno maior que diz respeito à relação entre culturas locais e cultura global. Nossas hipóteses sustentam que a apropriação do global para fins locais evidencia representações sociais das identidades

de cidadãos comuns afetados pela cibercultura e que esta identidade está em transformação.

Para estruturar esta argumentação, tem-se no segundo capítulo a exposição de idéias dos autores que colaboram para explicar os conceitos primordiais em que este trabalho está baseado. Para pensarmos as comunidades virtuais há autores como Tönnies, por Töto (1995), com as noções fundadoras. Depois, Levy (1999) e Bauman (2003) tecem conceitos mais recentes do tema. E, ainda, como apoios teóricos estão Reinghold (1993), Lemos (2004), Fragoso (2008), Eisenberg e Lira (2006), Castells (2005) e Wolton (2006;2007).

Para tratar de representações sociais trazemos principalmente Moscovici (2003), com as abordagens referentes à objetivação e à ancoragem; Jodelet (1984; 1989) e Sá (1996; 1998) com a teoria do núcleo central das representações de Abric (1994; 1998), para mostrarmos a origem do que aqui tratamos como representações centrais e periféricas. Para o conceito de identidade buscamos como base Hall (2000), Tajfel (1982) e novamente Bauman (2005). Ao expor dados sobre o gauchismo temos os estudos dos pesquisadores Oliven (1992), Silveira (2003) e Jacks (1998; 1999).

No terceiro capítulo há exposição dos passos para a seleção do corpus. As fases quantitativas nos trazem as bases para a seleção do corpus qualitativo. O manejo com o número das incidências deste fenômeno começa a ser delineado no levantamento quantitativo. Estes elementos começam a alcançar parte dos objetivos deste trabalho, pois dão uma noção da presença de comunidades orkutianas ligadas à cultura gaúcha.

O quarto capítulo contempla o procedimento metodológico subsequente e conceitos sobre a análise do discurso. A análise e a interpretação dos dados são postas em seguida, de forma a responder às questões que nortearam esta pesquisa, trazendo elementos reflexivos em torno dos dados. E após, com as considerações finais, encaminha-se aos pontos conclusivos desta dissertação, como também sugere os próximos passos de investigação acerca do fenômeno aqui abordado.

## 2 LOCALISMO, GLOBALIZAÇÃO, REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E IDENTIDADE

Parte-se de um pressuposto básico, conforme nos indica Peruzzolo (2006), que não se pode entender a comunicação fora da cultura, mas também não se pode compreender a cultura sem a força que a anima, a comunicação. Ela é a força geradora da cultura e das formas tecnológicas que a compõem. As tecnologias se conformam nas necessidades humanas do ser. Os homens, na tentativa de sobrevivência, exercitam processos relacionais que configuram processos altamente significativos para sua vida.

O que hoje se coloca em questão é a relação da cultura local com o ciberespaço no processo de transmissão e transformação cultural. Desta forma, este capítulo traz conceitos que colaboram na elucidação da problemática de pesquisa. A primeira parte aborda estudos acerca do ciberespaço e do ambiente específico de onde provém o corpus desta dissertação. A segunda parte expõe as concepções de representações sociais e identidade utilizadas. E por fim, autores que se debruçaram sobre a problemática da cultura local.

### 2.1 DO CIBERESPAÇO À CIBERCULTURA DAS COMUNIDADES VIRTUAIS

Turkle preocupa-se com os usos da internet, com a sua influencia nos sistemas psíquicos dos sujeitos e com a forma que ela é apropriada em suas relações. Ao falar da máquina podemos entender todas as suas possibilidades de interação disponíveis hoje.

Nuestras mentes, por supuesto, son muy diferentes unas de otra, de manera que no es sorprendente que gente diferente se apropie del ordenador de formas diferentes. La gente elige cómo personalizar y utilizar los ordenadores e interpretar su significado. Em este aspecto, el ordenador se parece al test psicológico Rorschach, cuyas manchas de tinta sugieren muchas formas pero no se comprometen con ninguna. Depende de los individuos descubrir qué les provoca ver el legado de la personalidad, la historia y la cultura. De la misma manera que personas diferentes lo adoptan de formas diferentes. Es más, desde el principio de su desarrollo en masa, la tecnología informática animó a

diversas culturas em las que tenían expresión um amplio abanico de valores sociales, artísticos y políticos (TURKLE, 1997, p.42).

Cada nova forma de comunicação interfere no ambiente em que é utilizada e cada nova tecnologia aparece como conseqüência de um ambiente anterior que lhe deu suporte. O rádio causou suas transformações sociais e foi, por certo tempo, elitizado - assim como hoje é a internet. Há infoexcluídos como houve os indivíduos que não tiveram acesso ao rádio e ao livro em seus primórdios. O essencial, no entanto, são as mudanças na vida humana causadas por cada novidade em tecnologias de informação e comunicação (TICs) que aos poucos vai permeando o cotidiano dos indivíduos em sociedade.

Conforme Silverstone (2002), a mídia faz parte da textura geral da experiência humana. Por isso, como pesquisadores e pensadores da comunicação, devemos estudá-la como dimensão social, cultural, política e ideológica da contemporaneidade, já que através de sua onipresença o ser humano apreenderia um sentido à passagem do tempo e à experiência humana. É responsabilidade, portanto, dos pesquisadores da área fazer girar as discussões e reflexões de cunho crítico a respeito da mídia, objeto geral de sua atenção, para que assim novos pensamentos possam render novas ações e formas de vida mais dignas.

Conforme Fausto Neto (2005) “Estamos diante de uma nova forma de organização e produção social, onde o capital já não estaria apenas a serviço das estruturas, mas dos fluxos e da informação”. A midiatização é esta nova forma existente na sociedade e é aqui tomada como contexto, já descrito na introdução deste trabalho. E é ao pensarmos nas TICs que ela se faz entender em seus aspectos culturais.

Percebe-se que vivemos hoje na lógica da teia, da rede, das interconexões. E nisso a internet é uma potencializadora de redes de relacionamentos, imersa na midiatização, pois nela transparecem diversos ditos que produzem sentidos aos comunicantes. Comunicação, cultura e tecnologia midiática têm uma relação íntima e imbricada, gerando conseqüências sociais na vida humana.

Como produto cultural, os meios de comunicação tanto refletem e reagem à realidade social quanto regulam porque, a categoria “cultura” nomeia o modo de

relacionamento do homem com o seu real. No Orkut, exemplo tomado no presente estudo para elucidar um limite de análise no campo da internet, vê-se que as culturas particulares estão sendo priorizadas e defendidas pelos seus adeptos, pois diferente da mídia tradicional, na internet não há censura – há sim, liberdade de expressão. Cada membro pode ser o seu próprio enunciador público.

Para Lemos (2004), a cultura contemporânea, associada às tecnologias digitais e ao ciberespaço - espaço virtual - vai criar uma nova relação entre a técnica e a vida social que é denominada cibercultura. Há, dessa forma, uma relação estreita entre a sociedade e a cultura contemporânea. A cibercultura é um produto da digitalização dos meios de comunicação, do advento de um fluxo bidirecional e multimodal de mensagens, onde o receptor torna-se também um emissor – fato que vai ao encontro das características de midiatização. Por isso há uma efervescência de agregações sociais no ciberespaço.

A cibercultura é a vida social midiatizada pela tecnologia hodierna da internet. A tecnologia passa a fazer parte da cultura, pois se torna constitutiva do homem e mesmo em sua fase embrionária - e excluída de muitos cidadãos - ela é uma realidade social planetária. E a tecnologia é um dos fatores fundamentais nos modos de relacionamentos contemporâneos, e por isso, na reafirmação das identidades neste corpus empírico que ora analisamos. As representações de identidade do gaúcho propostas no discurso destes sujeitos filiados ao Orkut são engendradas por este complexo processo de enunciação nas mídias, onde estes, mesmo não sendo detentores de um grande veículo de comunicação, têm acesso a um espaço de visibilidade.

Ao ser um dos fatores fundamentais nos modos de relacionamentos contemporâneos a cibercultura age diretamente na reafirmação das identidades.

As identidades na cibercultura apresentam-se transformadas pela singularização de suas representações, facilitadas pela viabilidade técnica e sua difusão imediata em escala planetária para quem tenha suporte técnico e habilidade intelectual para conectar-se. Os interessados no novo fenômeno – seus usuários, espectadores, atores ou consumidores – podem ser particularizados ou tomados como coletivos; eles atuam por interesses pessoais, grupais ou corporativos, próprios ou delegados por terceiros e constituem a nova esfera ciberespacial, sucedânea do declínio da esfera pública burguesa. Sua unidade de condição é o desejo de compartilhar formas

novas de intervenção na realidade, acesso à informação, entretenimento, ferramentas de trabalho, etc (SILVEIRA, 2002, p. 108).

O homem não vive somente num universo físico, mas num universo simbólico, o qual lhe permite a representação. Assim, a internet é baseada em relações virtuais predominantemente simbólicas, destituídas da obrigatoriedade do contato físico. Nas comunidades virtuais do Orkut os membros não têm especificamente ligação física. Elas estão configuradas no que Muniz Sodré denomina de novo *bios*.

Em *Antropológica do Espelho*, Sodré (2002) expõe sua tese sobre a configuração de um quarto *bios*, uma nova configuração ao *ethos*, uma nova esfera da vida humana: a vida mediatizada. Junto dos *bios* propostos por Aristóteles que correspondem à vida política, à vida contemplativa e à vida prazerosa viria, então, a vida mediatizada. A mídia aqui entendida como os meios de comunicação social, incluindo as neotecnologias que aqui tratamos como TICs.

Sodré (2002) afirma que o indivíduo é um “nó de relações” e que isso já é comumente reconhecido. Só teria relevância, portanto, pensar nas novas tecnologias em relação aos seus efeitos na vida do homem enquanto indivíduo e enquanto ser social. Dessa forma, tem-se como ponto de partida as relações entre seres humanos e seus modos de vida diante de suas interações com as máquinas. O autor continua nesta linha de raciocínio quando explica que na nova modalidade de existência, que no caso é o quarto *bios* ou a vida mediatizada, os modos tradicionais de socialização imbricam-se aos modos tecnológicos criando-se assim uma nova ambiência, uma nova realidade.

As identidades tendem a ser fluídas (BAUMAN, 2003), porém fixar raízes não pode ser um costume totalmente superado já que dependemos do território para a concretude da vida humana. Os processos de desterritorialização são fenômenos contemporâneos necessários que decorrem, em grande parte, da ascensão do ciberespaço e por isso devem ser avaliados em profundidade. A humanidade está tateando nesta nova forma de ser e daí a importância da cautela e da reflexão diante de fenômenos complexos que devem ser gerenciados pelos aldeões globais.

Como se percebe a internet é muito mais que uma tecnologia, é sim, um meio de comunicação que constitui a forma organizativa da sociedade em rede. As

comunidades virtuais do Orkut que tratam da cultura gaúcha são, de acordo com o pensamento exposto por Sodré, uma metaforização do real. São decorrentes deste real e a partir disso são também atuantes e influentes neste real. Saber conduzir estas novas configurações identitárias influenciará na mediação que as novas tecnologias proporcionam nas sociedades em que se inserem. Os pertencentes destas comunidades são unidos por laços que podem ter correspondências no concreto, e desta relação virtual podem surgir benefícios nos vínculos e na interação cultural dos grupos sociais situados no território geográfico correspondente a esta cultura representada.

É a cibercultura ou quarto bios sendo o reflexo das novas tecnologias que reconfiguram a noção de fixidez e de território e, por sua vez, são parte da cultura humana regada a relações de comunicação. Lévy (1999, p.11) nos alerta que “[...] estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação e cabe a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano”.

Culturas consistem em processos de comunicação. E todas as formas de comunicação, como Roland Barthes e Jean Baudrillard nos ensinaram há muitos anos, são baseadas na produção e consumo de sinais. Portanto não há separação entre realidade e representação simbólica [...] o que é historicamente específico ao novo sistema de comunicação organizado pela integração eletrônica de todos os modos de comunicação, do tipográfico ao sensorial, não é a indução à realidade virtual, mas a construção da realidade virtual [...]. Todas as realidades são comunicadas por intermédios de símbolos (CASTELLS, 2005, p.459).

Para Levy (1999) as atividades humanas abrangem, de maneira indissolúvel, a interação entre pessoas vivas e pensantes, entidades materiais e artificiais e idéias e representações. Deste modo o uso das tecnologias é inseparável do efeito deste ato na vida humana ao nível da representação identitária. Pensa-se que a aproximação das pessoas no ambiente virtual se dá por meio da existência de traços identitários partilhados e pelo interesse em determinados assuntos, tanto que o participante escolhe qual grupo quer se inserir, podendo ainda fazer parte de quantas comunidades desejar, pelo tempo que quiser.

Tomaremos o conceito de comunidade tradicional para então chegarmos às comunidades virtuais. A analogia tem sentido na medida em que no virtual os

agrupamentos buscam a união por meio de um assunto comum e de um espaço compartilhado, mesmo que não seja a territorialidade geográfica. Porém o que se percebe especificamente neste corpus é que dentre milhões de comunidades virtuais há aquelas que têm assuntos semelhantes ligados ao território físico de determinado agrupamento humano.

Em 1887, o sociólogo alemão Ferdinand Tönnies cunhou duas classificações quanto às junções humanas e as apresentou na obra *Comunidade e Sociedade*. A primeira seria a de comunidade – *gemeinschaft* – e a segunda seria referente a associações ou à sociedade – *gesellschaft*. Seu conceito de comunidade descreve uma sociedade tradicional baseada em relacionamentos interpessoais, com laços de sangue, amizade, sentimentos partilhados e crenças comuns. Já as associações seriam construções artificiais que teriam uma base de relação utilitarista e impessoal, onde os indivíduos estão isolados e pensando primeiramente em si (TÖTO, 1995).

A diferença fundamental entre estes conceitos é calcada na natureza das relações humanas que se estabelecem. O que sustenta a *Gemeinschaft* é a tradição e o afeto, como ocorre numa família. Enquanto que a *Gesellschaft* é sustentada na busca de objetivos e são as relações funcionais que mantêm o grupo. A comunidade seria uma forma de vida mais primitiva e as associações seriam típicas de um ambiente urbanizado como após a industrialização.

Junto a isso Tönnies apresenta a Teoria das Vontades Humanas. Para ele é a vontade que possibilita a criação e o estabelecimento de vínculos entre os indivíduos. O consenso é o vínculo comunitário; o contrato é o vínculo da sociedade. Estas expressões reafirmam a sua posição quanto às concepções de comunidade e sociedade.

Weber (1987) e Durkheim, citado por Aldus (1995) também falam de comunidades. O primeiro se assemelha às idéias de Tönnies, e acredita que a comunidade se baseia fortemente nas relações afetivas. Já o segundo escreveu uma resenha criticando Tönnies logo que este divulgou os seus conceitos de comunidade e sociedade. Durkheim acredita que empiricamente é difícil verificar estes dois tipos de agrupamentos humanos em separado, pois ambos estariam mesclados nas relações

sociais. E para ele a sociedade pode ser considerada como formação orgânica, e não somente como uma formação artificial.

No ciberespaço o conceito de comunidade adquire uma nova configuração. Rheingold (1993) define as comunidades virtuais como agregações sociais que emergem na internet quando um número de pessoas conduz discussões públicas, em um determinado tempo, com uma tal intensidade emocional que forma uma teia de relações neste ambiente. A emergência deste tipo de agregação seria decorrente da diminuição dos encontros pessoais em grandes cidades. E que as pessoas se utilizariam de palavras na tela do monitor para trocar experiências, levando ou não ao vício, podendo ou não ter contatos off line.

Manuel Castells (2005) esclarece a questão das comunidades virtuais tomando por base os estudos de Barry Wellman, reconhecido pesquisador empírico em sociologia, o qual analisa o surgimento das comunidades virtuais na Internet. Wellman salienta que as comunidades virtuais não precisam opor-se às comunidades físicas, pois são formas diferentes de comunidades, com leis e dinâmicas próprias.

Dessa forma haveria um novo formato de comunidade, de acordo com as possibilidades ofertadas pelo meio, encaminhando para o argumento de Bauman (2003) de que a contemporaneidade sustenta apenas laços efêmeros e superficiais entre os sujeitos. A modernidade estaria fundamentada na liquidez, no utilitarismo, na lógica do consumo e da liberdade e por isso a segurança ofertada pela noção tradicional de comunidade estaria em risco. Este posicionamento é questionado por muitos autores, os quais contestam a pretensa ausência de solidariedade entre as pessoas e a idéia de que os relacionamentos não são profícuos.

Porém a busca pela pureza e originalidade de uma cultura, assunto presente nos textos de Bauman (2003), é percebido nas comunidades do corpus. Por diversas vezes encontra-se a busca dos indivíduos por uma cultura gaúcha original, pura e autêntica. A novidade, portanto, é o fenômeno da apropriação do ciberespaço para fins de afirmação de um pertencimento local, como é o caso em estudo da cultura gaúcha.

Este autor também associa a idéia de comunidades contemporâneas com as identidades nelas presentes. Associando estes dois conceitos podemos aproveitar a idéia de que na internet, por exemplo, as ofertas de assuntos são muito variadas e os

indivíduos podem filiar-se em quantas comunidades quiserem pelo tempo que desejarem. Os laços podem ser fluídos e sem compromisso. A dualidade entre segurança e liberdade seria a grande busca dos seres humanos, onde as comunidades, utopicamente pensadas, sugerem a segurança enquanto que o mundo, hoje, oferece a liberdade. Nunca poderíamos ter as duas situações da maneira desejada.

Tanto as comunidades tradicionais quanto as virtuais são amplas em sentido e conceituações. E o que se vê atualmente é a liquidez dos acontecimentos e a efemeridade dos laços diante da gama de possibilidades de escolhas propiciadas pela sociedade de consumo e pelas potencialidades da comunicação virtual. Dessa forma Bauman expõe o termo “comunidades cabide”, que seriam baseadas em identidades móveis, amparadas em objetos identificadores de um modo de vida com prazo de validade que acompanha o ritmo frenético das mudanças no mundo globalizado.

Identidade significa aparecer: ser diferente e, por essa diferença, singular – e assim a procura da identidade não pode deixar de dividir e separar. E, no entanto a vulnerabilidade das identidades individuais e a precariedade da solitária construção da identidade levam os construtores da identidade a procurar cabides em que possam, em conjunto, pendurar seus medos e ansiedades individualmente experimentados e depois disso, realizar ritos de exorcismo em companhia de outros indivíduos também assustados e ansiosos. É discutível se essas ‘comunidades-cabide’ oferecem o que se espera que ofereçam – um seguro coletivo contra incertezas individualmente enfrentadas; mas sem dúvida marchar ombro a ombro [...] pode fornecer um momento de alívio da solidão (BAUMAN, 2003, p.21).

De acordo com este pensamento, Dominique Wolton (2006) acredita que quanto mais há comunicação no mundo contemporâneo mais as identidades fortalecem-se para defender seus territórios e seus valores. Com o advento da globalização, da internet e da comunicação em rede, a velocidade dos fluxos aumentou e o território virtual torna-se âmbito para a manifestação de diversas identidades que alcançam a todos os conectados na rede.

Conforme o mesmo autor tem-se hoje uma dominação do tempo, porém as tecnologias cibernéticas não conseguem dominar o espaço geográfico. Dessa forma as culturas locais, originariamente construídas acerca de um território físico, manifestam-se na internet e demarcam suas especificidades. Utilizando-se das vantagens da

comunicação planetarizada é possível manter a propagação de um discurso regional – emitido por pessoas comuns - que, no caso dos gaúchos, é centrado em um território.

Conforme Fragoso,

[...] as comunidades do *Orkut* que têm como referência localidades geográficas têm dupla função, identitária e agregadora. Ou seja, as comunidades funcionam como etiquetas identitárias e também como pontos de reunião e encontro que potencializam as associações por afinidade mantendo no horizonte os referentes territoriais, cuja importância para a construção e para o compartilhamento da identidade social continua preservada (FRAGOSO, 2008a, p. 14).

Assim, esse público, aderido às comunidades do Orkut, busca utilizar-se de seus recursos para demarcar suas representações sociais, seu modo de vida, suas convicções mais profundas. O contexto pode influenciar no sentido do texto (SILVEIRA, 2003), ainda mais neste momento da história em que a globalização e as tecnologias estão transformando os modos de relação do homem com o real. Estamos, portanto, no limiar de um tempo em que as comunidades virtuais tornam-se vetores de novos modos de habitar na sociedade, especificamente, de habitar no ciberespaço, em meio à cibercultura.

### **2.1.1 O Orkut**

Criado pelo engenheiro turco Orkut Buyukkokten, funcionário da empresa norte-americana Google, o site de relacionamentos Orkut completou cinco anos de existência em 24 de janeiro de 2009. Qualquer usuário deste específico ciberespaço pode interagir sem custos com os demais por meio de convite para “ser amigo” ou também como criador ou membro de comunidades virtuais que tratam dos mais diversos assuntos.

Focando nas comunidades virtuais do Orkut percebemos que os indivíduos se apropriam do espaço e da tecnologia trazendo uma versão própria de representação social de sua identidade pessoal. Verificamos comunidades que tratam da cultura local num meio que é ícone da globalização. Dessa forma as articulações entre o global e o

local neste espaço da internet se mostram como reafirmadores de uma cultura local resistente à homogeneização<sup>1</sup>, porém nem sempre propondo-se necessariamente enquanto uma cultura de resistência.

As relações sociais já existentes e fixadas num território estão sendo reterritorializadas nas comunidades virtuais do Orkut. As representações identitárias dos gaúchos vêm aí apenas para afirmar em outro espaço os valores constitutivos de sua cultura. Isso conforme Hall (2000) seria a resistência frente à tendência homogeneizante proposta pela globalização, onde a comunicação entre os membros seria simplesmente mediada por computador sem este discurso ser alterado devido às características do meio que está sendo apropriado para facilitar a comunicação.

A cibercultura, ao ser um produto da digitalização dos meios de comunicação e do advento de um fluxo bidirecional e multimodal de mensagens, proporciona a inovação de que o receptor se torna também um emissor. Por isso há uma efervescência de agregações sociais no ciberespaço constituído enquanto ambiente simbólico onde as comunidades virtuais se constituem.

Observa-se que além deste aspecto de cultura local há muitos outros tipos de comunidades virtuais no Orkut. Os assuntos abordados vão desde “Eu adoro estourar papel bolha”, com 57 membros, até “Vamos discutir relação humana” com 1.136 membros<sup>2</sup>. Dessa forma escolhemos como objeto empírico aqui neste momento as comunidades virtuais do Orkut que tratam da cultura local, porém há diversas temáticas

---

<sup>1</sup> Exemplos de comunidades como esta, além das constantes no corpus empírico deste trabalho, são as denominadas: “Sou do nordeste e me orgulho”, onde a imagem da comunidade que tem 1446 membros é um mapa da região; “Brasileiro? Eu sou é nordestino”, com 1556 membros e a imagem de um par de havaianas e um côco na praia; “Sou carioca com muito orgulho”, estampando a foto do ponto turística Cristo Redentor para 1592 membros; “Poder Paulista”, que traz a bandeira do Estado como foto, com 11.919 membros; “Eu sou goiano e tenho orgulho”, com 309 membros que escolheram esta comunidade que traz a foto de uma cachoeira – ponto turístico da beleza natural do território; “Ñ vem forte q. eu sou do norte”, com 147 membros e também com um mapa da região como foto. E ainda, “Amantes de Minas Gerais”, com 20.074 membros e com o diferencial de trazer um desenho de paisagem no local da foto representativa da comunidade; “Identidade Capixaba”, com 1567 membros – comunidade que traz um ponto de interrogação na foto, já que a base da comunidade é justamente discutir qual é a identidade do Estado do Espírito Santo em contraponto com a identidade dos paulistas e cariocas; “Eu sou gaúcho!”, comunidade que traz o brasão da bandeira do Rio Grande do Sul e que tem 2271 membros; “Eu sou paranaense”, com 11987 membros e também com a bandeira do Estado correspondente e “Sou catarinense com orgulho”, com 820 membros e como em outras comunidades citadas traz como foto o ponto turístico correspondente: o litoral (fonte: <http://www.orkut.com> ).

<sup>2</sup> Acesso em 15/03/08.

abordadas neste meio, expostas como formas de apropriação de seus membros. É amplo o leque de manifestações identitárias na internet.

É certo que o pertencimento ou não a uma comunidade virtual implica apenas o desejo de clicar e se tornar membro, ou, da mesma forma clicar e deixar de participar. Porém a evidência de culturas locais representadas no ciberespaço demonstra que traços identitários ligados a um território persistem e é preciso dar atenção a este fato que parece de relevância ao falarmos de política de identidade no mundo contemporâneo que é permeado por novas tecnologias que constituem redes de relacionamento que antes se pensavam globalizantes.

A internet, desta forma, não é simplesmente uma tecnologia; é o meio de comunicação que constitui a forma organizativa e a base material da sociedade em rede – característica da midiatização. Esta foi a fundamentação para a proposta do VII Congresso da ALAIC – Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação – de 2004, citada por Peruzzolo (2006). É uma nova forma de relação, produção e distribuição do simbólico, onde os docentes pesquisadores da comunicação devem estar inseridos com consciência crítica, já que a internet está se tornando um campo de embates sociais e econômicos. Esse fato nos faz verificar a relevância do fenômeno midiatização no espaço sócio-histórico que presenciamos.

Pontos de vista questionadores também precisam ser levados em conta, como o que coloca Recuero (2004) quando interroga se a simples existência de uma comunidade virtual com muitos membros significa realmente uma interação entre estes. Caso o nível de mensagens trocadas entre eles - o nível de discussão - seja muito inferior à quantidade de membros pode-se pensar que há apenas algo dado, sem realmente existir interação. Mesmo a interação não sendo foco deste trabalho, ela é um aspecto importante de ser avaliado.

Estes e outros pontos de vista são essenciais para um pensamento crítico diante da era do virtual onde a intensidade dos laços que unem os membros de uma comunidade pode realmente ser muito frágil e fluída; mas onde também, em contrapartida a isso, vemos manifestações culturais que têm extrema ligação com a vida cotidiana dos seus membros e onde as discussões são acirradas e intensas. E, mesmo não havendo propriamente uma constante interação na forma de bate-papo

entre membros, sabe-se que o fato de ser membro já é significativo em termos de identificação com a temática da comunidade virtual.

O mundo de relações virtuais (EISENBERG; LYRA, 2006) - é um campo da sociabilidade humana em plena expansão. A organização desse espaço interativo em plataformas de administração de comunidades virtuais, como o Orkut, é dotada de normas específicas e revela bem mais do que uma simples interface para que as pessoas compartilhem interesses.

Essas comunidades formam verdadeiras cidades virtuais, nas quais a cidadania é conferida a partir da adesão a regras de interação estabelecidas por seus idealizadores. Mas a invasão do Orkut por brasileiros, sobretudo jovens, de acordo com os autores, a ponto de tornar o português a língua franca da plataforma, parece imprimir parâmetros de sociabilidade que desafiam a previsão concebida pela engenharia social orkutiana. Isso é o fator essencial que leva a esta reflexão aqui posta em discussão. Mesmo sem tratar propriamente da sociabilidade tem-se em mente que este fenômeno das comunidades virtuais da cultura gaúcha constitui uma nova forma de afirmar uma tradição, ao apropriar-se das novas tecnologias que seriam possibilitadoras da universalização dos hábitos e estão sendo, na verdade, um meio de afirmação das diferenças.

A resistência cultural diante da tendência à homogeneização dos hábitos no mundo todo mostra que os indivíduos necessitam da segurança do local, mantida por laços e vínculos fortes - mesmo que em comunidades virtuais que unem pessoas ligadas a uma cultura que tem origem e é delimitada por um espaço real, concreto e demarcado. No virtual a cultura gaúcha torna-se extramuros e carregada de significação – a qual é reafirmada pelas mensagens trocadas entre os seus membros na esfera da comunicação virtual.

A escolha do Orkut como delimitação no território imenso da internet observa os dados divulgados pela revista *Ciência Hoje* – divulgação científica da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), de maio de 2006, na matéria “A invasão brasileira do Orkut”, de autoria de José Eisenberg e Diogo Lyra da área da Sociologia. Tais dados são percentuais e mostram que: 75,71% dos usuários do Orkut são brasileiros, seguidos pelos Estados Unidos que têm 5,74% de participantes. A diferença

é considerável. Quanto à faixa etária a maioria dos membros do Orkut situa-se entre 18 e 25 anos, com 53,90% seguidos pelos de 26 a 30 anos com 15%. Mas a principal referência que se tem no tema é que a presença da língua portuguesa no ciberespaço atingiu níveis muito superiores aos de anos anteriores à expansão das comunidades entre os brasileiros.

Hoje, o percentual presente nos dados demográficos expostos pelo próprio Orkut mostra que 54% dos usuários do Orkut são Brasileiros (Conforme anexo A). No tocante às comunidades, tem-se que (Cf. anexo B), mais de 40 milhões delas estão em língua portuguesa. A maior delas, com mais de 3 milhões de membros é do Brasil e denomina-se “Eu amo a minha mãe”.

Quanto à criação de perfis o Orkut hoje não exige mais convite de outros membros. Basta acessar e configurar uma conta colocando dados como idade, relacionamento, cidade, filhos, fumo, bebo, paixões, interesses, cozinha, etc. No perfil há possibilidades de expor fotos, vídeos, músicas e estas possibilidades ampliam a cada dia, permitindo uma maior interatividade entre os usuários, como o exemplo da marcação de fotos. Hoje, no álbum de fotos, o usuário pode marcar cada pessoa da foto e configurar com o nome de um dos seus amigos, o qual terá um aviso que foi marcado em uma foto, a qual, ao passar o mouse em cima e clicar onde há a marcação remeterá ao perfil deste amigo marcado.

A possibilidade de deixar recado, escrever depoimentos e filiar-se em comunidade são outras formas de interatividade entre usuários. Estes podem ser os mediadores das comunidades que podem ser ou não públicas, mediadas, etc. Percebe-se que a esfera do icônico e imagético é o que impera, por meio das possibilidades de interação pelas fotos e atualizações de seus amigos. Salienta-se que junto das novidades técnicas há também uma ampliação das possibilidades de “privacidade” onde o próprio usuário pode bloquear o acesso dos não “amigos” a seus dados - inovações estas que foram decorrentes das polêmicas em torno dos crimes cibernéticos.

O Orkut, como site de relacionamento e como mídia, faz parte do que se denomina fenômeno da midiatização e tem, também, aspectos de auto-referencialidade como outras mídias. Aspectos esses que mostram os bastidores de produção como

forma de legitimação perante os sujeitos receptores. Exemplo disso é o blog do Orkut, o qual não exige *login* e senha para o acesso. Ali a equipe de engenheiros e outros profissionais da Google expõem os acontecimentos em torno do Orkut, recebem depoimentos dos usuários, levam 'orkuteiros' para visitar a sede da empresa, presta homenagens em datas comemorativas como dia das mães e dos namorados e também falam acerca das comunidades, local este onde foi colhida a imagem do anexo B.

Há uma gama de possibilidades de comunicação proposta pelas empresas que lideram o mercado das TICs. Aqui nos detemos em averiguar parte das formas de uso deste ambiente por cidadãos comuns. Por meio das reflexões conceituais postas no próximo item teremos o cerne teórico para a análise das representações de identidade dos gaúchos presentes no discurso das comunidades virtuais do Orkut.

## 2.2 REPRESENTAÇÕES E IDENTIDADES SOCIAIS

Conforme Morigi e Rosa (2007), as representações sociais nasceram da idéia original das representações coletivas de Durkheim (1975) e ganharam forma definida com Serge Moscovici, o qual toma as questões sociais em relação direta com as mensagens dos meios de comunicação, que por sua vez estariam ligadas a teorias, ideologias e vivências do cotidiano.

É preciso, então, reconhecer o papel preponderante das crenças, dos sentimentos e das representações em qualquer sociedade ou cultura. Na sociedade contemporânea, a mídia é uma das principais difusoras e propulsoras de novas representações sociais e constitui-se estrutura que visa a comunicar, difundir e propagar determinadas representações [...]. As representações podem ser compreendidas como formas de conhecimentos socialmente distribuídos e que servem aos agentes sociais como um meio de sociabilidade entre eles (MORIGI e ROSA, p. 101, 2007).

Como eixo teórico deste trabalho, tomaremos os conceitos de Moscovici (2003), principalmente no que tange à objetivação e à ancoragem, buscando aportes para verificarmos as representações centrais e periféricas presente no discurso das comunidades virtuais. Para este autor, as representações sociais são entidades

praticamente tangíveis que circulam e se cristalizam por meio de gestos e palavras em nosso cotidiano. As representações estão presentes em nossas relações e comunicações e correspondem à esfera simbólica que as elabora e também às práticas que realizamos.

Para Denise Jodelet (1989, p.36) as representações sociais se constituem em uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, que tem um objetivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social. Para Abric (1994, p. 13) as representações sociais são o produto e o processo de uma atividade mental pela qual um indivíduo ou um grupo reconstitui o real com que se confronta e lhe atribui uma significação específica.

Há uma heterogeneidade de representações no mundo cotidiano, fruto da diversidade de pensamentos, apesar de haver algumas concepções hegemônicas. Dessa forma serão consideradas as representações nucleares como sendo as mais recorrentes no corpus e as periféricas, as de menor incidência, mas nem por isso menos importante. São justamente as representações marginais ou periféricas que, num sistema cultural, propiciam as tensões e o surgimento de novas representações. Os pontos de tensão são aqueles em que há o diferente, o novo, o conflituoso e o incomum, e a partir daí as transformações podem ocorrer.

A teoria do núcleo central foi proposta pela primeira vez em 1976, através da tese de doutorado de Jean-Claude Abric na Universidade de Provence, sob a forma de uma hipótese a respeito da organização interna das representações sociais (SÁ, 1996). Esta é um aspecto teórico embasado na teoria das representações sociais de Moscovici e também dela decorrente.

A organização de uma representação apresenta uma característica particular: não apenas os elementos da representação são hierarquizados, mas além disso toda representação é organizada em torno do núcleo central, constituído de um ou de alguns elementos que dão à representação o seu significado (ABRIC, 1994, p. 19).

Para Abric (1994) o núcleo central de uma representação é composto de alguns elementos cuja ausência desestruturariam a representação ou lhe dariam um outro

caráter de significação. Este constitui a parte mais estável da representação, o que lhe assegura a perenidade em contextos de mudança e de evolução. Diz ainda o autor:

Ele será na representação o elemento que mais vai resistir á mudança. Com efeito, toda modificação do núcleo central conduz a uma transformação completa da representação. Nós assumimos portanto que é o levantamento desse núcleo central que permite o estudo comparativo das representações. Para que duas representações sejam diferentes, elas devem ser organizadas em torno de dois núcleos centrais diferentes (ABRIC, 1994, p. 22).

Para Abric (1994) o núcleo central das representações sociais cumpre duas funções essenciais: *uma função geradora*: ele é o elemento pelo qual se cria, ou se transforma, a significação dos outros elementos constitutivos da representação. É por eles que esses elementos tomam um sentido, um valor; *uma função organizadora*: é o núcleo central que determina a natureza dos laços que unem entre si os elementos da representação. Ele é nesse sentido o elemento unificador e estabilizador da representação” (ABRIC, 1994, p. 22)

As representações, além de um sistema central, têm um sistema periférico. Abric atribui ao sistema central, constituído pelo núcleo central da representação as seguintes características:

Ele é diretamente ligado e determinado pelas condições históricas, sociológicas e ideológicas. Ele é nesse sentido fortemente marcado pela *memória coletiva* do grupo e pelo sistema de normas ao qual se refere. Ele constitui portanto a base comum, coletivamente partilhada das representações sociais. Sua função é *consensual*. É por ele que se realiza e se define a homogeneidade de um grupo social. Ele é estável, coerente, resistente à mudança, assegurando assim uma segunda função, a da continuidade e da permanência da representação. Enfim, ele é de uma certa maneira relativamente independente do contexto social e material imediato no qual a representação é posta em evidência” (ABRIC, 1994a, p.78)

Para este autor, o sistema periférico é uma interface da realidade com o sistema central. Ele atualiza e contextualiza constantemente as determinações normativas do sistema central. Por isso é móvel e flexível. E o autor explica melhor:

Sua primeira função é portanto a *concretização* do sistema central em termos de tomadas de posições ou de condutas, Contrariamente ao sistema central

ele é pois mais sensível e determinado pelas características do contexto imediato. Ele é [...] mais flexível que os elementos centrais, assegurando assim uma segunda função: a de *regulação* e de *adaptação* do sistema central aos constrangimentos e às características da situação concreta à qual o grupo se encontra confrontado. Ele é um elemento essencial nos mecanismos de defesa que visam proteger a significação central da representação. É sistema periférico que vai inicialmente absorver as novas informações ou eventos suscetíveis de colocar em questão o núcleo central. Por outro lado, e é essa sua terceira função, o sistema periférico permite uma certa modulação individual da representação. Sua flexibilidade e sua elasticidade permitem a integração na representação das variações individuais ligadas à história própria do sujeito, a suas experiências pessoais, ao seu vivido. Ele permite assim a elaboração de *representações sociais individualizadas* organizadas não obstante em torno do núcleo central comum (ABRIC, 1994a, p. 79-80).

Esta dinâmica das representações sociais ao abrigarem possivelmente um sistema central e um periférico permite entender as aparentes contradições existentes na análise das representações sociais da cultura gaúcha nas comunidades virtuais, por exemplo. Conforme Sá (1998) a transformação das representações começa sempre pelo sistema periférico, face a modificações introduzidas nas práticas sociais, e pode apresentar diferentes desenvolvimentos e estados finais dependendo de variadas circunstâncias.

Tomaremos aqui a grande teoria de Moscovici, com a especificidade da teoria do núcleo central das representações. Nos pontos estruturados e coesos de um núcleo central, entendemos que há uma geração de representações centrais; e na possível dinamicidade do sistema periférico acreditamos que se constituam representações periféricas. Usamos, portanto, as expressões representações *centrais* e *periféricas*.

Assim, percebemos que o ciberespaço é um ambiente que possibilita a efervescência de uma amplitude de discursos, variados em seus objetivos e valores. Como mídia que propicia acesso a cidadãos comuns, a internet permite que os discursos que estão ausentes em mídias tradicionais de massa estejam difundidos no virtual. Por isso os conceitos de centro e periferia das representações sociais são cabíveis neste problema aqui delineado.

Além disso, temos os conceitos de objetivação e ancoragem para a compreensão do fenômeno das representações sociais em Moscovici (2003). Para ele, ancorar é “classificar e dar nome a alguma coisa”. As representações seriam prioritariamente um sistema de classificação e de denotação, de alocação de categorias

e nomes conforme os paradigmas estocados em nossa memória. Generalizamos ou particularizamos alguém ou alguma coisa conforme nosso repertório de paradigmas. As representações de identidade gaúcha serão analisadas conforme os sistemas em que estão ancoradas.

A objetivação seria “transformar algo abstrato em algo quase concreto, transferir o que está na mente em algo existente no mundo físico”. Objetivar é tornar real um pensamento, é ter idéias materializadas em imagens. “Nós personificamos, indiscriminadamente, sentimentos, classes sociais [...], quando nós escrevemos, nós personificamos a cultura, pois é a própria linguagem que nos possibilita fazer isso” (MOSCOVICI, 2003, p. 76). Heróis cultuados em determinados países ou regiões são formas de objetivar concepções em forma de personificações.

A ancoragem para, Jodelet (1984), consiste na integração cognitiva do objeto representado a um sistema de pensamento social pré-existente e nas transformações implicadas em tal processo. E a objetivação consiste em uma operação imaginante e estruturante, pela qual se dá uma forma – ou figura – específica ao conhecimento acerca do objeto, tornando concreto, quase tangível, o conceito abstrato, como que materializando a palavra.

As representações são criadas por esses dois mecanismos, ancoragem e objetivação. Por meio deles as representações tornam familiar o que até então era não-familiar. São dois mecanismos de lidar com a memória. A ancoragem “mantém a memória em movimento e a memória é dirigida para dentro” (MOSCOVICI, 2003, p. 78), sempre classificando e nomeando pessoas e acontecimentos. Enquanto que a objetivação é direcionada para fora, tenta reproduzir idéias a fim de exteriorizá-las.

Trazendo estas noções para o corpus de pesquisa temos que a cultura está objetivada num discurso presente numa mídia de longo alcance e suas ancoragens serão analisadas conforme os dados que o discurso nos traz, descritas no capítulo quatro.

O que se quer é que examinemos o aspecto simbólico dos nossos relacionamentos e dos universos consensuais em que nós habitamos. Porque toda ‘cognição’, toda ‘motivação’ e todo ‘comportamento’ somente existem e têm repercussões uma vez que eles signifiquem algo e significar implica, por definição, que pelo menos duas pessoas compartilhem uma linguagem comum, valores comuns e memórias comuns. É isto que distingue o social do

individual, o cultural do físico e o histórico do estático. Ao dizer que as representações são sociais nós estamos dizendo principalmente que elas são simbólicas e possuem tantos elementos perceptuais quanto os assim chamados cognitivos. E é por isso que nós consideramos seu conteúdo tão importante e nos recusamos a distingui-las dos psicológicos como tais (MOSCOVICI, 2003, p. 105).

Como aqui o nosso interesse é pelas representações sociais, utilizaremos o conceito de identidade também delimitada pelo termo 'social', a fim de verificarmos as representações de identidades dos gaúchos. O autor que utilizamos para teorizar especificamente esta identidade social é Henri Tajfel, que, assim como Moscovici, é ligado à psicologia social. Para este autor, a identidade social está ligada ao relacionamento do indivíduo com os diversos grupos sociais a que possa estar ligado. " 'Social identity' is defined as 'that part of the individuals' self-concept which derives from their knowledge of their membership of a social group (or groups) together with the value and emotional significance of that membership" (TAJFEL1981, p.255 *apud* TAJFEL1982, p. 24)<sup>3</sup>.

In conditions in which social interactions are determined to a large extent by the individuals' reciprocal group memberships, positive social identity can be achieved, in a vast majority of cases, only through appropriate intergroup social comparisons. Thus, the positive or negative conceptions of a social group are seen as being primarily relational in nature (TAJFEL1982, p. 24)<sup>4</sup>.

O pertencimento estaria aí implicado sendo parte da relação que produz a identidade social dos indivíduos. Oliven (1992) também fala de identidade social. Trataremos, portanto das representações sociais da identidade dos gaúchos que enunciam no ciberespaço. O regionalismo é um caso particular de lutas propriamente simbólicas e no virtual a sua representação estaria implicada justamente no aspecto simbólico, já que desterritorializada. Aí os agentes estariam engajados, seja

---

<sup>3</sup> Tradução nossa: " 'Identidade social' é definida como 'aquela parte do autoconceito dos indivíduos' o qual deriva do conhecimento deles acerca da sua qualidade de membro de um grupo social (ou grupos) juntamente com o valor e o significado emocional desse convívio em grupo" (Tajfel 1981, p.255 *apud* Tajfel, 1982, p. 24).

<sup>4</sup> Tradução nossa: "Em condições nas quais interações sociais são geralmente determinadas pelos agrupamentos sociais recíprocos dos indivíduos, identidade social positiva pode ser alcançada, na grande maioria dos casos, apenas por meio de comparações apropriadas entre os grupos. Desse modo, as concepções positiva ou negativa de um grupo social são vistas primordialmente como relacionais por natureza" (TAJFEL, 1982, p.24).

individualmente ou coletivamente, com o objetivo de conservação ou de transformação das relações de forças simbólicas e dos lucros correlatos ligados às manifestações simbólicas da identidade social.

Assim, reconhece-se uma identidade social, uma maneira própria de estar no mundo, partilhada por um grupo. A pertinência de um sujeito a um grupo faz com que ele assumira uma dada identidade social que, por sua vez, tem a ver com as representações do grupo. Assim os líderes das comunidades virtuais do Orkut, como também os adeptos dessas comunidades, são propagadores de uma cultura, de uma representação social da qual se sentem parte.

Embora sejam entidades abstratas, as identidades – enquanto propriedades distintivas que diferenciam e especificam grupos sociais – precisam ser moldadas a partir de vivências cotidianas. Assim como a relação com os pais nos primeiros anos de vida é determinada na construção da identidade individual, as primeiras vivências e socializações culturais são cruciais para a construção de identidades sociais, sejam elas étnicas, religiosas, regionais ou nacionais (OLIVEN, 1992, p. 26 e 27).

Oliven (OLIVEN, 1992, p.128) também afirma que quando se pretende comparar o Rio Grande do Sul ao resto do país, apontando diferenças e construindo identidade social, é quase inevitável que este processo lance mão do passado rural do estado e da figura do gaúcho, por serem estes os elementos emblemáticos que permitem ser utilizados como sinais distintivos.

A idéia de identidade, como exposto por Bauman (2005, p. 26), nasceu da crise de pertencimento e do esforço que esta desencadeou no sentido de transpor a brecha entre o “deve” e o “é” e erguer a realidade ao nível dos padrões estabelecidos pela idéia – recriar a realidade à semelhança da vida. Para ele,

O anseio por identidade vem do desejo de segurança, ele próprio um sentimento ambíguo. Embora possa parecer estimulante no curto prazo, cheio de promessas e premonições vagas de uma experiência ainda não vivenciada, flutuar sem apoio num espaço pouco definido, num lugar teimosamente, perturbadoramente “nem-um-nem-outro”, torna-se a longo prazo uma condição enervante e produtora de ansiedade. Por outro lado, uma posição fixa dentro de uma infinidade de possibilidades também não é uma perspectiva atraente. Em nossa época líquido-moderna, em que o indivíduo livremente flutuante, desimpedido, é o herói popular, “estar fixo” – ser “identificado” de modo

inflexível e sem alternativas – é algo cada vez mais malvisto (BAUMAN, 2005, p. 35).

Através deste pensamento, este teórico demonstra que a sua concepção de identidade não é positiva nem mesmo pouco conflitante. Segurança e liberdade são dois aspectos essenciais da vida humana e não seria possível ter os dois na quantidade desejada já que um impede a plenitude do outro.

Para Hall (2000) as concepções de identidade passaram por três períodos. O primeiro é o sujeito do iluminismo, totalmente centrado, dotado da capacidade da razão, núcleo interior que nascia e se desenvolvia, ainda permanecendo essencialmente o mesmo – identidade como essência; O segundo é o sujeito sociológico, que refletia a crescente complexidade do mundo moderno, núcleo interior não autônomo e auto-suficiente, formado em relação aos outros significativos, identidade formada a partir da interação e do reconhecimento do outro. Este sujeito “Estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis” (Hall, 2000, p. 12); e finalmente, o sujeito pós-moderno, o terceiro, aquele que não tem uma identidade fixa, essencial ou permanente. Na pós-modernidade “A identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às outras formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas sociais que nos rodeiam” (2000, p. 12-13).

Em Hall a identidade é entendida, hoje, não como algo fixo, o que é próximo da concepção desenvolvida por Bauman, em que a identidade só nos é revelada como algo a ser inventado, e não descoberto; como alvo de um esforço, um objetivo, que é necessário construir a partir do zero ou escolher entre alternativas e, então, lutar por ela e protegê-la, lutando ainda mais – mesmo que, para que essa luta seja vitoriosa, a verdade sobre a condição precária e eternamente inconclusa da identidade deva ser, e tenda a ser, suprimida e ocultada (2005, p. 22).

Dessa forma podemos pensar nas comunidades virtuais que expõem temáticas que representam determinadas culturas e nisso conquistam membros que partilham desta idéia. A sociabilidade é transparecida em comunidades de sites de relacionamento como o Orkut e assim a identidade regional, por exemplo, é atualizada

ou mantida na medida em que novos contextos são criados e novas realidades são analisadas.

A fluidez do ciberespaço, por outro lado, propicia a efemeridade de toda e qualquer representação identitária. Ao mesmo tempo em que há diversas comunidades tomadas como sérias por seus membros – com discussões relevantes referentes à cidadania e território, por exemplo -, há aquelas em que o pertencer pode não significar mais do que um ícone e um título no seu perfil – como a comunidade “A preguiça mata? Morri”, com mais de um milhão de membros.

Falar de internet, como já foi comentado na introdução deste trabalho, é tratar de um espaço para as mais diversas representações e para os mais diversos fins. Freire Filho (2005) ao refletir sobre as culturas de minorias expõe que estas procuram meios de se representarem e lutarem contra determinadas representações midiáticas que não lhe cabem.

A análise crítica da sub-representação ou da representação distorcida de identidades sociais (classes, gêneros, orientações sexuais, raças, etnias, nacionalidades) se consolidou, desde a década de 1960, como um dos temas centrais da agenda dos estudos culturais e midiáticos. Tal inclinação teórica se harmoniza com a pauta de reivindicações dos novos movimentos sociais, notabilizados por uma preocupação profunda com a questão da identidade – o que ela significa, como é produzida e questionada (FREIRE FILHO, João, p. 20, 2005).

Diante disso o espaço virtual é palco democrático para culturas particulares que não têm abertura em outras mídias para os discursos referentes a seus valores. Especificamente sobre a apropriação da internet como mídia que abarca discursos locais, tem-se que a afirmação de identidades regionais no Brasil, de acordo com Oliven (2000, p.80) pode ser encarada como uma reação a uma homogeneização cultural e como uma forma de salientar diferenças culturais. Essa redescoberta das diferenças e a atualidade da questão da Federação - numa época em que o país se encontraria bastante integrado do ponto de vista político, econômico e cultural - sugerem que, no Brasil, o nacional passa primeiro pelo regional. Além disso, estamos na era da globalização de mercados e culturas e por isso a afirmação pela diferença passa ser o modo de sobreviver característico dos localismos.

No texto de Nilda Jacks (1998) consta que houve, e pensa-se que ainda há, a afirmação dos mais diferentes tipos de identidade no Brasil, por exemplo. Entre essas, encontram-se as identidades regionais que salientam suas diferenças em relação ao resto do Brasil, como forma de distinção cultural. Isso deixa claro que há muita coisa diferente do Oiapoque ao Chuí.

Na década de 1970 se afirmava, nas palavras de Oliven ao apresentar o livro de *Mídia Nativa: Indústria Cultural e cultura regional* (JACKS, 1998, p. 9), que o mundo estaria se homogeneizando e que estaríamos a caminho de uma única cultura, padronizada, com a tendência de acabar com as culturas nacionais e regionais. As décadas de 1980 e 1990 se encarregaram de mostrar que nada estava mais distante da realidade, como também mostrado por Silveira (2003).

Quanto mais a globalização avança, argumentado por Oliven, mais se recoloca a questão da tradição, da nação e da região. À medida que o mundo fica menor, torna-se mais difícil se identificar com categorias genéricas como Europa e mundo. É, por isso, natural que a questão das diferenças se recoloque e que haja um intenso processo de construção de identidades. Os atores sociais buscam objetos de identificação mais próximos, como se o pertencimento a uma cultura mais local fosse a chave de segurança para a sua identidade

É neste intuito que se pretende analisar as representações identitárias do gaúcho nas comunidades virtuais do Orkut, já que a articulação entre o global e o local permitida pelas novas tecnologias pode trazer consigo discursos diferenciados acerca da mesma cultura que ora convive com demais culturas identitariamente representadas no ciberespaço. Pensar as mudanças culturais decorrentes das novas tecnologias parece ser lógico na medida em que se evidenciam manifestações de culturas particulares na rede.

Martín-Barbero tem um pensamento que é pertinente para esta explanação:

Dois processos estão transformando radicalmente o lugar da cultura em nossas sociedades: a revitalização das identidades e a revolução das técnicas. Os processos de globalização econômica e informacional estão reavivando a questão das identidades culturais – étnicas, raciais, locais, regionais – [...] o que a revolução tecnológica introduz [...] não é tanto uma quantidade inusitada de novas máquinas, mas, sim, um novo modo de relação entre os processos simbólicos [...]. o que galvaniza hoje as identidades como

motor de luta é inseparável da demanda de reconhecimento e sentido (MARTIN-BARBERO, 2006, p.54).

Conforme Silveira (2003), o tema das representações das identidades considera que estas são as mais seguras bases que alguém pode conceder-se depois do desencantamento do mundo produzido pela secularização contemporânea. A incerteza produzida por fenômenos como o deslocamento das religiões da centralidade das culturas, a racionalização do mundo-da-vida, a diáspora planetária e os fluxos migratórios em consequência das guerras e regimes políticos produziram a necessidade de criar novas formas de aportar algumas bases em meio à vulnerabilidade dos homens e mulheres contemporâneos. O fortalecimento das identidades, desta forma, acredita a autora, parece ser o mecanismo capaz de fazê-los superar a continuada sensação de vertigem frente aos abismos cotidianos em sociedade e individualmente.

Para Silveira (2001), o representar implica, mais do que tudo, a produção de significados. O pensamento de Woodward converge com esse parecer, pois ela explica que:

A representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeito. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos [...]. A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar (WOODWARD, 2000, p.17).

A enunciação de valores locais num espaço virtualizado parece fazer sentido uma vez que um discurso pode mobilizar a união de diversos sujeitos que a ele se adscvem. O discurso traz representações sociais ancoradas em valores, e estas representações são objetivadas pela linguagem. As estratégias utilizadas nesta objetivação, conforme suas ancoragens, constroem sentidos que revelam uma identidade, que é social pelo seu caráter coletivo.

## 2.3 O LOCAL – REGIONAL - E A GLOBALIZAÇÃO

De imediato, como expõe Flores (2000, p.2) “creio que todos concordariam, o que nos vem à mente é a idéia de ‘região’ como ‘parte de um todo’”. Conforme este autor, esta parte pode ter conotações políticas, físico-geográficas, administrativas e históricas. Cada conotação pode existir em isolado ou em conjunto com as demais. Ele acredita que a apropriação socialmente majoritária entende que esta parte – a região, aqui tratada como “local” – “pertence”, com maior ou menor autonomia, ao “todo”.

De qualquer modo, este local seria visto como alguma coisa reconhecível em sua especificidade, em um território de contornos senão precisos ao menos suficientemente claros e que abriga características culturais definidas. A “região”, então, tenderia a ser algo visto como *fixo*, duradouro – ou até permanente -, que se distinguiria comparativamente de outras regiões, do conjunto de um país e, mesmo, de qualquer outra região de qualquer outro país.

Ruben Oliven (2000, pg.70) cita um trecho de uma palestra proferida por Gilberto Freyre em 1944 onde esse toca um ponto importante e atual em relação às diferenças regionais do Brasil diante de suas dimensões continentais. Guardadas as proporções, o autor coloca, que o que Freyre estaria afirmando é que o único modo de ser nacional num país de dimensões como o Brasil é ser primeiro regional. Uma região pode até ser politicamente menos que uma nação, mas culturalmente ela é mais que uma nação.

Para Jacks (1998, p.21-22), “As culturas regionais, como tudo no âmbito da cultura, possuem elementos de inovação e elementos tradicionais, o que constitui a dinâmica cultural, que é tão móvel e ambígua quanto a sociedade em que está inserida”. A cultura regional é um dos fatores que determina as práticas culturais, ainda conforma a autora (1999), que diferenciam um grupo, fornecendo-lhe uma identidade própria. Regional é tudo que tem peculiaridades locais de uma determinada região. Isto é, toda obra seria regional quando uma realidade particular ali estivesse representada.

Silveira (2001) reafirma a necessidade de buscar o sentido das representações estudadas também na sua arqueologia e reconhecer os rituais sobreviventes de textos do passado nos textos do presente. Ainda que na superfície dos textos nada se altere,

os contextos podem fazer-lhes mudar de tom, de sotaque, de alcance, e em suma, intervir em sua produção de sentido, a qual sofre constantes atualizações à mercê da indústria cultural e hoje, também, da internet. É justamente essa possibilidade que averiguaremos.

Falar de cultura regional como parte de um todo que seria o nacional nos traz, provavelmente, uma relação correspondente ao fenômeno do nacional frente ao global. Muitos estudos acerca do nacionalismo frente ao internacionalismo podem ser utilizados para refletir o local diante do global. Utilizaremos o autor Homi Bhabha (1998), que trata de tradições nacionais e colabora para argumentarmos também a realidade de uma cultura regional.

Trivinho (2001;2005) disserta sobre o movimento de articulação entre o global e local, “glocal”, que compreenderia a mescla inextricável entre o conteúdo global da rede - fincado em imperativos de mercado - e o espaço local de socialização e reprodução da existência cotidiana - então convertido em contexto de recepção e transmissão do conteúdo global. Expressão esta que ilustra esta relação entre tecnologias e localismos. Wolton explica sucintamente os fenômenos da globalização e o classifica, sendo que o “glocalismo” poderia ser entendido como a terceira globalização.

A primeira globalização foi política (a ONU e a construção do quadro da comunidade internacional). A segunda é econômica (ligada à liberalização econômica desde os anos 1980). A terceira, cultural, refere-se à importância crescente das questões de cultura e de comunicação. A globalização econômica não suprime as identidades culturais, mas reforça seus papéis. Quanto mais aberto é o mundo, mais os povos têm necessidade de raízes e de respeito das identidades culturais. A coabitação cultural é o meio de administrar pacificamente a terceira globalização, isto é, o surgimento do triângulo infernal (identidade – cultura – comunicação) nas relações internacionais. Não há cultura global nem mestiçagem ou cosmopolitismo generalizado, há a necessidade de respeitar a diversidade cultural, organizando a coabitação das culturas sobre uma base democrática (WOLTON, 2007, p. 233).

Hoje as culturas estão em tênue fronteira com outros valores de culturas vizinhas e é somente pelo discurso que as tradições se mantêm e é também por ele que uma tradição entra em contato com outra diferente, podendo ser influenciada por essa e também podendo influenciá-la. Qualquer tradição, seja nacional ou regional, passa por

negociações culturais constantes com outras forças simbólicas. É o que nos explica Homi Bhabha:

Os próprios conceitos de culturas nacionais homogêneas, a transmissão consensual ou contígua de tradições históricas, ou comunidades étnicas 'orgânicas' – enquanto base do comparativismo cultural -, estão em profundo processo de redefinição. O extremismo odioso do nacionalismo sérvio prova que a própria idéia de uma identidade nacional pura, "eticamente purificada", só pode ser atingida por meio da morte, literal e figurativa, dos complexos entrelaçamentos da história e por meio das fronteiras culturalmente contingentes da nacionalidade [*nationhood*] moderna. Gosto de pensar que, do lado de cá da psicose do fervor patriótico, há uma evidência esmagadora de uma nação mais transnacional e translacional do hibridismo das comunidades imaginadas (BHABHA, 1998, pg. 24).

Para o autor (1998, p.21), o reconhecimento que a tradição outorga é uma forma parcial de identificação. Ao reencenar o passado, este introduz outras temporalidades culturais incomensuráveis na invenção da tradição. Esse processo afasta qualquer acesso imediato a uma identidade original ou a uma tradição recebida. Os embates de fronteira acerca da diferença cultural têm tanta possibilidade de serem consensuais quanto conflituosos; podem confundir nossas definições de tradição e modernidade, realinhar as fronteiras habituais entre o público e o privado, o alto e o baixo, assim como desafiar as expectativas normativas do desenvolvimento e progresso.

Oliven (1992) coloca que nação e tradição – assim como região – são recortes da realidade, categorias para classificar pessoas e espaços e formas de demarcar fronteiras e estabelecer limites. Eles funcionam como pontos de referências básicos em torno dos quais se aglutinam identidades. Estas "são construções sociais formuladas a partir de diferenças reais ou inventadas que operam como sinais diacríticos, isto é, sinais que conferem uma marca de distinção". (OLIVEN, 1992, p. 26). Estas identidades são representadas nas ações e nos discursos e é pela teoria das representações sociais que analisaremos este fenômeno.

Silveira (2003) em sua pesquisa acerca da cultura gaúcha observa que esta é estereotipada de uma forma quando é midiaticizada para o próprio Estado, e, de outra forma quando é para fora do Estado. Ela nomeia como o *endo* e o *exo* estereótipo. Para averiguá-lo toma, no primeiro caso, o programa televisivo gaúcho *Galpão Crioulo* e, no segundo caso, as tiras cômicas do *Analista de Bagé*, publicadas na revista

*Playboy* – de circulação nacional. Dessa forma a representação midiática do gaúcho para ele mesmo é diversa daquela que é difundida ao Brasil, por exemplo.

No caso destes dois objetos avaliados por Silveira (2003) há como definir a audiência, pois são meios de comunicação massiva da mídia tradicional. Já no caso do objeto aqui avaliado, ligado à comunicação mediada por computador (CMC), não podemos definir de antemão os receptores do discurso. Acredita-se que os produtores dos textos destas comunidades sejam gaúchos, porém esta não pode ser uma afirmação. Da mesma forma, acredita-se que os leitores e agentes destas comunidades sejam gaúchos, porém o Orkut pode ser acessado por pessoas do mundo inteiro e os dados podem ser falsificados.

Por isso tratamos os dados postos pelos internautas como discursos que, por sua vez, significam. Não entraremos no mérito de veracidade ou falsidade destes elementos. Apenas os analisaremos com base no que já foi dissertado nas páginas anteriores e conforme está delineado a seguir.

### **2.3.1 As representações do gaúcho**

Objetiva-se neste item retomar alguns pontos-chave da história do gauchismo para que possamos melhor compreender as representações identitárias correntes na contemporaneidade. Para isso tomaremos dois autores, o antropólogo Ruben Oliven (1992) com seu livro *A parte e o todo* e a comunicóloga Silveira (2003), com a obra *O Espírito da Cavalaria*. Estes pesquisadores condensam as informações necessárias para contemplar esta parte do trabalho.

Na construção da identidade do gaúcho brasileiro há uma referência constante de elementos que evocam um passado de glória, de força, de luta, no qual se forjou sua figura. Sua existência seria marcada pela vida em vastos campos, a presença do cavalo, a fronteira cisplatina, a virilidade e a bravura do homem ao enfrentar o inimigo e as forças da natureza e a lealdade e a honra como valores essenciais (OLIVEN, 1992, p. 50-51).

Este modelo, portanto, é presente em qualquer modelo de culto ao gaúcho e está sempre calcado no campo, mais especificamente na região da campanha, que é localizada no sudoeste do Rio Grande do Sul e fazendo fronteira com a Argentina e Uruguai. A figura do gaúcho é de um homem livre e errante que vagueia soberano sobre seu cavalo tendo como interlocutor privilegiado a natureza como ela se descortina nas vastas planícies dessa área pastoril do estado (OLIVEN, 1992, p.69). O gaúcho seria politicamente um produto da guerra e socialmente um produto do campo, aliando assim a sua identidade rural e bravia.

A origem desta representação está ancorada no fato de que do século XVIII, quando o Rio Grande do Sul começa a ser colonizado, até a Revolução Farroupilha (1835-1845), o sudoeste do estado era o único espaço gaúcho que contribuía na economia nacional. O Estado era o Pampa, a Campanha. Porém, após as imigrações dos colonos alemães e italiano em outras áreas do Estado e a crise da pecuária, a Campanha perdeu sua hegemonia econômica. Apesar disso a representação da figura do gaúcho com suas expressões campeiras do Pampa envolvendo o cavalo, o chimarrão e a construção de um tipo livre e bravo serviu de modelo para grupos étnicos diferentes “o que estaria a indicar que essa representação une os habitantes de estado em contraposição ao país” (OLIVEN, 1992, p. 70-81).

Os estudiosos da colonização assinalam que os imigrantes estrangeiros idealizavam o gaúcho como tipo socialmente superior. Para isso contribuiu não somente o fato dos fazendeiros formarem a camada social mais poderosa do Estado, mas também de o símbolo principal do gaúcho ser o cavalo. Na Europa, esse animal era a marca de distinção da aristocracia rural. Dessa forma, uma das primeiras providências dos colonos ao chegarem ao Brasil e ao terem condições financeiras era adquirir essa montaria. O cavalo era o motivo da admiração dos gaúchos por parte dos colonos, pois adquiri-lo significaria ascender socialmente. É interessante que embora o Rio Grande do Sul tenha uma expressiva presença de alemães e italianos como empresários e como políticos, o tipo social representativo continua sendo o gaúcho. Do mesmo modo, as figuras do índio e do negro comparecem em nível de representação de uma forma extremamente pálida.

Para Silveira (2003), o espírito da cavalaria é o espírito comum que remonta o imaginário dos imigrantes europeus e que os encanta com a cultura gaúcha. Em seu estudo ela retoma o panorama dos estudos acerca da cultura regional e expõe que nos anos 70 o tema das identidades se fez vigoroso como forma de resistência ao imperialismo. Nos anos 80, com a expansão das indústrias culturais regionais o gauchismo presente nelas foi tema para muitos pesquisadores, como os trabalhos de

Maria Eunice de Souza Maciel (1994) “Le gaucho bresilien. Identité culturelle dans Le sud Du Brasil”, de Inês Alcaraz Marocco (1997) “Le geste spectaculaire dans La culture gaucha Du Rio Grande do Sul-Brésil”, de Ondina Fachel Leal (1989) “Gaúchos: male cultura and identity in the pampas”, os de Nilda Jacks (1987 e 1993) publicados sob o título de “Mídia Nativa” (1998) e “A recepção na querência: estudo da audiência e da identidade cultural gaúcha como mediação simbólica” (1999), ou de Teófilo Otani Vasconcelos Torronteguy (1992) “O limite do social no território sul-rio-grandense (SILVEIRA, 2003, p. 30).

Nos anos 90 a preocupação com a identidade gaúcha prossegue e ainda hoje se faz central na medida em que se evidenciam manifestações de cultura local na internet, como é o caso do presente estudo. Conforme a autora, a preocupação com as representações que definem as coletividades estão refletidas nas preocupações pelas identidades na indústria cultural. Dessa forma, o ciberespaço vem retratando identidades pelos sujeitos que dele se apropriam para enunciar seus valores e por isso a temática da identidade regional continua circulando.

Uma das razões pela qual a problemática da nação e da tradição permanece sendo extremamente atual, num mundo que tende a se tornar uma ‘aldeia global’, se deve ao fato de as pessoas continuarem a nascer num determinado país e região, a falar sua língua, a adquirir seus costumes, a se identificar com seus símbolos e valores, a torcer por sua seleção nacional de esporte, a respeitar sua bandeira e a serem convocados para defender as fronteiras da pátria e morrer pela honra nacional (OLIVEN, 1992, p. 27).

A figura do gaúcho, tal qual a conhecemos, de acordo com o mesmo autor, sofreu um longo processo de elaboração cultural até ter o atual significado gentílico de habitante do estado. Traçando a história da palavra *gaúcho*, Augusto Meyer mostrou que ela não teve sempre o significado heróico que adquiriu na literatura e na historiografia regional. No período colonial, o habitante do Rio Grande era chamado de

*guasca* e depois de *gaudério*, este último termo possuindo um sentido pejorativo e referindo-se aos aventureiros paulistas que tinham desertado das tropas regulares e adotado a vida rude dos coureadores e ladrões de gado. Tratava-se de vagabundos errantes e contrabandistas de gado numa região onde a fronteira era bastante móvel em função dos conflitos entre Portugal e Espanha. No final do século XVIII, eles são chamados de *gaúchos*, vocábulo que tem a mesma conotação pejorativa até meados do século XIX, quando, com a organização da estância, passa a significar o peão e o guerreiro com um sentido de elogio.

O que ocorreu foi uma ressemantização do termo, através do qual um tipo social era considerado desviante e marginal foi apropriado, reelaborado e adquiriu um novo significado positivo, sendo transformado em símbolo da identidade regional. Tal fato se sustenta hoje devido a muitas iniciativas de pessoas interessadas na cultura local. Grupos de estudantes e de intelectuais protagonizaram a configuração de uma institucionalização do tradicionalismo.

Em 1868 – enquanto ocorria a Guerra do Paraguai – é fundado o *Partenon Literário* em Porto Alegre. Esta associação previa a união de intelectuais e letrados para discutir questões culturais da Europa e do Rio Grande do Sul. E em 1898 foi criada a agremiação tradicionalista *Grêmio Gaúcho de Porto Alegre*. Esta entidade promovia festas, bailes, desfiles de cavalarianos, palestras ligadas às tradições. Ambos os grupos são formados por pessoas modestas que se utilizavam do conhecimento para ascender socialmente e buscam aliar reflexões acerca da tradição e da modernidade.

Além destas duas entidades, outras foram criadas: *União Gaúcha de Pelotas*, em 1899, fundada pelo escritor regionalista Simões Lopes Neto. *Centro Gaúcho de Bagé*, em 1899; *Grêmio Gaúcho de Santa Maria*, 1901; *Sociedade Gaúcha Lombagrandense*, fundada em área de colonização alemã e italiana, em 1943. No conjunto são estas as iniciativas consideradas pioneiras pelos tradicionalistas.

No cenário brasileiro, houve, a partir de 1930, uma centralização crescente através da qual o país aparece com cada vez mais poder. Não há mais, portanto, necessidade de enfatizar o quanto o Rio Grande do Sul pertence ao Brasil – como ocorreu na Revolução Farroupilha. Porém, o episódio da queima das bandeiras no

governo de Vargas, em 1937, esfacelou as possibilidades oficiais de culto ao regionalismo e isso fez crescer uma revolta por parte dos sul-rio-grandenses.

Em 1948, após o término da época da bandeira única no Brasil, surge em Porto Alegre o primeiro Centro de Tradições Gaúchas, o 35 CTG. O nome evoca a Revolução Farroupilha deflagrada em 20 de setembro de 1835 e “seus fundadores são, na maioria, estudantes secundários, vindos do interior, principalmente das áreas pastoris onde a pecuária era praticada em grandes latifúndios” (OLIVEN, 1992, p. 74). Antes da criação deste CTG, os mesmos jovens fundam o *Departamento de Tradições Gaúchas* do Grêmio Estudantil do Colégio Estadual Júlio de Castilhos. A primeira ronda gaúcha foi organizada por eles em 7 de setembro de 1947. No mesmo ano os restos mortais do General David Canabarro – o segundo homem da Revolução Farroupilha – foram transferidos de Santana do Livramento para o cemitério da Irmandade Santa Casa de Misericórdia de Porto Alegre. E neste episódio, oito dos jovens fundadores do CTG organizaram uma guarda de honra para acompanhar o trajeto do herói farroupilha e por isso muitos tradicionalistas afirmam que este ritual seria o mito de criação do *Movimento Tradicionalista Gaúcho*.

O tradicionalismo, desde o seu começo é um movimento urbano que procura recuperar valores rurais do passado. Os seus protagonistas eram expostos a diversas situações políticas e econômicas conflitantes e por isso começaram a cultivar o que lhes parecia mais seguro e claro, o campo e o passado. Todas as atividades culturais ligadas as suas ações levaram nomes relativos aos usos e costumes do pampa.

E a partir destas ações dos estudantes, grupo no qual Barbosa Lessa e Paixão Côrtes estavam incluídos, os CTGs foram se disseminando e se institucionalizando. O movimento se proliferou no interior e em 1954, em Santa Maria, foi realizado o I Congresso Tradicionalista. E em 1961, no VII Congresso Tradicionalista foi aprovada a Carta de princípios do Movimento Tradicionalista, redigida por Glaucus Saraiva, um dos fundadores do primeiro CTG, que é autor também do Manual do Tradicionalista, de 1968. Durante o XII Congresso Tradicionalista, em 1966, foi fundado oficialmente o MTG – Movimento Tradicionalista Gaúcho. Em 1964 é aprovada uma lei estadual que oficializa a Semana Farroupilha. A idéia dos tradicionalistas é que a única forma de manter uma sociedade unida e coesa é por meio da cultura. E em 1971 é criado em

Uruguaiana o primeiro festival de música nativista do estado, o *Califórnia da Canção Nativa*.

O MTG divide o estado em 27 regiões do ponto de vista administrativo. E há manifestações tradicionalistas tanto em outros estados do país como em outros países, unidos pelo mesmo ideal de resgate de um passado rural perdido – ou nunca vivenciado. Dessa forma o CTG é visto como uma forma de integração social, como uma espécie de clube onde os membros pagam uma mensalidade em troca de oportunidade de participação em eventos. É uma forma de pertencimento que é bem mais presente em cidades do interior do que em cidades maiores, visto que naquelas há menos opções de lazer. E em torno destas instituições foi organizado um comércio com produtos típicos, tanto objetos como indumentária e produtos musicais.

Além disso, o MTG dissemina uma porção de documentos que regulamentam as práticas tradicionalistas. De instruções para o uso de trajes até questões éticas<sup>5</sup>. No site do MTG há um link com o site da Semana Farroupilha de 2008 onde o tema foi “Nossos símbolos, nosso orgulho”<sup>6</sup>. Os símbolos oficiais, citados a lei são: a bandeira, o Hino e as Armas (Lei 5.213/66), a planta Erva-mate (Lei 7.439/80), a ave Quero-quero (Lei 7.418/80), a flor Brinco-de-princesa (Decreto 38.400/98), o Cavalo Crioulo (Lei 11.826/02), a planta medicinal Macela (Lei 11.858/02), a bebida Chimarrão (Lei 11.929/03) e o prato típico Churrasco (Lei 11.929/03). Somado a estes se têm outros, não oficiais por não constarem em leis: a Chama Crioula - desde 1947 - e o Galpão de Estância - simbolismo do Rio Grande primitivo. De outra forma, encontramos símbolos representativos de um município ou de uma região, como o monumento ao laçador em Porto Alegre, o monumento ao imigrante em Caxias do Sul e as bromélias de Gravataí.

Oliven (1992, p. 58) fala especificamente da bandeira do Rio Grande do Sul. Esta simboliza a relação com o Brasil. Formada por três faixas coloridas: uma verde, a outra amarela, ambas evocando as cores da bandeira nacional, separadas por uma faixa vermelha denotando o sangue que foi derramado na história do Estado. No centro há um brasão que contém canhões, lanças e baionetas. As frases: “Liberdade, Igualdade, Humanidade” – o lema dos farrapos – e “República Rio-Grandense, Vinte de Setembro

---

<sup>5</sup> Disponível em <<http://www.mtg.org.br/documentos.html>> e <<http://www.mtg.org.br/indumentaria.html>>. Acesso em 15/11/08.

<sup>6</sup> Disponível em <<http://www.semanafarroupilha.com.br/tema.htm>>. Acesso em 15/11/08.

de 1835”, lembram que o Estado já foi uma república independente e que isso não deve ser esquecido.

O regionalismo aponta para as diferenças que existem entre regiões e utiliza estas diferenças na construção de identidades próprias. Mas, assim como o nacionalismo, o regionalismo também abarca diferentes facetas, expressando frequentemente posições de grupos bastante distintos, contendo desde reivindicações populares até os interesses disfarçados das classes dominantes (OLIVEN, 1992, p.16).

Apesar de todas estas informações oficiais, o Movimento Tradicionalista Gaúcho não consegue controlar todas as expressões culturais do estado, nem disseminar hegemonicamente suas mensagens. Os tempos são outros, existem diferentes formas de ser gaúcho que não necessariamente passam pelas normas dos CTGs, até porque não são todos os gaúchos que têm condições de acesso a estes. Ser gaúcho é um sentido de pertencimento que extrapola as instituições (OLIVEN, 1992), por isso temos hoje representações centrais e periféricas no discurso sobre o gauchismo no virtual. O mercado de bens simbólicos ampliou-se e novos atores passaram a disputar segmentos dele.

Hoje, em se tratando de música, há polêmicas que dividem o estado. Tradicionalistas e Nativistas já trazem uma discussão há anos. Os segundos reivindicando maior flexibilidade nas regras de festivais e uma menor repressão cultural por parte do MTG. A música é um móvel de disputas simbólicas entre gaúchos que divergem em suas convicções. Porém, ambos os lados culturais discutem acerca da identidade gaúcha e no fundo são duas faces da mesma moeda, a qual venera imagens campeiras e o passado rural como típicos do Rio Grande do Sul. Junto disso há a emergência do “tchê music” que arrasta multidões para bailes, onde não há regras de vestimenta e comportamentos como em bailes em CTG e, por isso, seria mais livre e democrático.

Há uma constante evocação e atualização das peculiaridades do estado e da fragilidade de sua relação com o resto do Brasil. O Rio Grande do Sul pode ser visto como um estado onde o regionalismo é constantemente repostado em situações históricas, econômicas e políticas novas. Mas embora as conjunturas sejam novas e a roupagem dos discursos se modernize, o substrato básico sobre o qual estes discursos repousam é surpreendentemente semelhante. Nesse sentido, poder-se-ia afirmar que o gauchismo é um caso bem sucedido de regionalismo, na medida em que consegue veicular reivindicações políticas que seriam comuns a todo um estado. A continuidade e vigência desse discurso regionalista indicam que as significações produzidas por ele têm uma

forte adequação às representações da identidade gaúcha (OLIVEN, 1992, p.65).

A cultura regional, ao se afirmar pela diferença, mesmo que de diversas formas como visto no âmbito musical, cria uma resistência frente a influências externas e preserva sua unidade simbólica que já não está somente delimitada pelo território como se percebe no corpus deste trabalho. Além disso, a desterritorialização das manifestações é evidente na presença de CTGs em outros locais além do Estado. Há uma reconfiguração das manifestações regionalistas, não centrada nas instituições, mas simbolicamente preservada por meio de agregações sociais diversas como no ciberespaço, propiciando novas formas de vivenciar e disseminar discursos culturais que trazem consigo uma representação identitária, possibilitada pelas tecnologias de informação e comunicação TICs.

No Orkut os membros intercambiam informações para reconstruir permanentemente a sua cultura. Através de vínculos mais próximos e seguros à comunidade. Os valores representam algo no imaginário das pessoas que o cultuam. Enquanto as mídias de massa podem tentar homogeneizar culturalmente o seu público, este se apropria das TICs para reafirmar suas diferenças.

Dessa forma as dez palavras-chave que aqui utilizaremos para fins de seleção do corpus são referentes a este universo descrito: “gaúcho”, “gaúchos”, “gaúcha”, “gaúchas”, “MTG”, “CTG”, “Rio Grande do Sul”, “Porto Alegre”, “Revolução Farroupilha” e “Galpão Crioulo”. Estas expressões são utilizadas levando-se em consideração o caráter aleatório da escolha, porém estas palavras dão conta do universo semântico que buscamos averiguar no ciberespaço.

As quatro primeiras palavras remetem literalmente ao gentílico dos nascidos no Estado, no singular e plural do masculino e feminino. A escolha da busca por MTG e CTG se deve à necessidade de verificar a sua incidência no ambiente virtual, como também o seu discurso, já que estas são instituições formalizadoras do culto à cultura gaúcha; além de averiguarmos o que está sendo falado sobre elas. Rio Grande do Sul e Porto Alegre são os nomes delimitadores de territórios geográficos, sendo a nomeação do Estado e da capital, nesta onde toda a formalização da cultura começou.

Revolução Farroupilha é o nome da grande guerra que marcou o Estado, a qual é retomada ainda hoje pelos gaúchos que pregam o separatismo e procurá-la no Orkut é uma forma de verificar se o culto à história está presente ou não entre os usuários. Galpão Crioulo é a última expressão que fará parte da busca e definição do corpus, a qual se deve ao tempo de existência de 25 anos do programa televisivo na TV aberta do Estado, como também à relevância reconhecida a ele por outros pesquisadores como Silveira que o toma como objeto de análise.

A seguir será descrita a incidência destas palavras-chave no corpus, como também o levantamento quantitativo observado. O contexto metodológico continua sendo esclarecido no quarto capítulo. Este, por sua vez, contempla a interpretação dos dados verificados no corpus qualitativo.

### 3 A CULTURA LOCAL NO ORKUT

Este capítulo objetiva expor os passos e critérios de delimitação do corpus em suas etapas quantitativas e, por fim, expor as comunidades selecionadas para a análise do discurso. O levantamento quantitativo pretende começar a elucidar alguns sentidos dos dados numéricos para esta pesquisa.

#### 3.1 DELIMITAÇÃO E DESCRIÇÃO DO CORPUS EMPÍRICO

Qualquer comunidade do Orkut pode ter os seguintes itens: foto, descrição ou texto descritivo, idioma em que é expressa, categoria a qual pertence, nome do dono ou criador, nome dos moderadores – se houver - tipo, privacidade do conteúdo, fórum, local, data de criação e número de membros. As demais discussões que a comunidade propicia são enquetes e fóruns.

O que será analisado na etapa qualitativa, no capítulo quatro, são os textos descritivos das comunidades virtuais, como também os textos icônicos que são seus ícones. Além de alguns dados dos perfis dos donos das comunidades, e das comunidades que ele elegeu como relacionadas à comunidade principal. Enquetes, fóruns, discussões que medem a interatividade entre os membros não serão analisadas neste trabalho.

Antes disso, porém, temos uma etapa quantitativa que servirá para selecionar o corpus qualitativo dentre milhares de comunidades existentes no Orkut. Vamos, na seqüência, então, especificar os critérios e as etapas para a seleção destas comunidades da análise discursiva qualitativa.

O espaço de buscas a comunidades<sup>7</sup> no site Orkut permite a classificação e a busca em cima de 28 categorias, que serão parte da análise, pois fazem parte da produção de sentidos, são elas: 1) Alunos e Escolas; 2) Animais: estimação ou não; 3)

---

<sup>7</sup> Ver <<http://www.orkut.com.br/Main#Communities.aspx>>.

Artes e Entretenimento; 4) Atividades; 5) Automotivo; 6) Cidades e Bairros; 7) Computadores e Internet; 8) Culinária, Bebidas e Vinhos; 9) Culturas e Comunidade; 10) Empresa; 11) Escolas e Cursos; 12) Esportes e Lazer; 13) Família e Lar; 14) Gays, Lésbicas e Bi; 15) Governo e Política; 16) História e Ciências; 17) Hobbies e Trabalhos Manuais; 18) Jogos; 19) Moda e Beleza; 20) Música; 21) Negócios; 22) Países e Regiões; 23) Pessoas; 24) Religiões e Crenças; 25) Romances e Relacionamentos; 26) Saúde, Bem-estar e Fitness; 27) Viagens; 28) Outros (Conforme anexo C).

Focando no exemplo aqui tomado, da busca por comunidades ligadas à cultura gaúcha, optamos primeiramente por um levantamento quantitativo, o que será a base para a seleção do corpus qualitativo, por meio da busca por determinadas palavras-chave. São elas: “gaúcho”, “gaúcha”, “gaúchos”, “gaúchas”, “MTG” (Movimento Tradicionalista Gaúcho), “CTG” (Centro de Tradições Gaúchas), “Rio Grande do Sul”, “Porto Alegre”, “Revolução Farroupilha” e “Galpão Crioulo”. Estas palavras foram tomadas como opções de seleção do corpus por serem representativas da cultura gaúcha, como já exposto no item 1.3.1, levando-se em consideração o caráter aleatório da escolha. .

Também as palavras-chave “Tradicionalismo”, “Nativismo”, “Chimarrão”, “Churrasco”, “Fandango”, “Querência”, “Tri legal”, “Bah tche”, “Califórnia da Canção”, “Fronteira”, foram pesquisadas e evidenciadas com relevância em relação à cultura gaúcha, porém não entrarão na presente análise por motivo de extensão do corpus que já abrangeu, na primeira etapa, mais de 100 comunidades a serem selecionadas para a análise qualitativa.

Registramos que, no trabalho de seleção e recorte do extenso corpus, as doze primeiras comunidades que são exibidas na busca foram os conjuntos considerados para a primeira etapa da seleção. Estas aparecem na ordem decrescente pelo número de membros. Trabalhamos inicialmente com 116 comunidades, pois em uma das buscas foram evidenciados apenas oito registros.

Todos os acentos gráficos ou letras maiúsculas não interferem na filtragem, pois aparecem as mesmas comunidades virtuais e na mesma ordem quando se coloca ‘Gaúcho’, ou ‘gaúcho’, ou ‘gaucho’ ou ‘Gaucho’. Salvo as diferenças na história nos termos, ao se tratar do Orkut o acento não tem relevância nestes casos aqui

encontrados. Da mesma forma encontramos muitas palavras escritas de modo incorreto, como é o caso do *viado*, que conforme a língua portuguesa deveria ser escrito com *e* e não com *i*.

As comunidades foram coletas nos dias que constam em nota de rodapé, porém quando visitadas em outro horário do mesmo dia, ou em outro dia esta já não tinha o mesmo número de membros, o que mostra a fluidez do tornar-se ou 'destornar-se' membro de uma comunidade virtual. Salienta-se então que as doze primeiras comunidades citadas neste trabalho são as verificadas exatamente no dia informado e, por serem colocadas nesta respectiva ordem devido ao número de membros, elas podem, eventualmente, não permanecer muitos dias entre as doze primeiras conforme estão aqui. Porém necessitamos delimitar o corpus e o registramos iconicamente, sendo este o critério visto como mais propício diante da velocidade de mudança no ciberespaço.

Diferente do serviço de busca do Google, o Orkut filtra as comunidades intituladas com no mínimo todas as palavras-chave postas na busca e não apenas aquelas onde uma das palavras-chave possa estar presente. Exemplo disso é o caso da expressão 'rio grande do sul' que é posta como palavras-chave e assim são exibidas somente as comunidades que contenham toda a expressão em seu nome, caso contrário apareceriam todas as comunidades que contenham a palavra 'rio', por exemplo, e então teríamos também aí exibidas as comunidades do Estado ou cidade do Rio de Janeiro ou "Eu adoro rio" – este como substantivo. E assim avaliando descobrimos que independente do número de comunidades existentes, a plataforma filtra as primeiras 996 com o maior número de membros. E é importante também que as palavras-chave são referentes ao título ou nome da comunidade e não a sua descrição.

### **3.1.1 Gaúcho**

Para a busca por “gaúcho”<sup>8</sup>, o site filtrou 996 comunidades, mesmo que diga “mais de 1000”, apenas 996 aparecem, com no máximo 83 páginas que exibem 12 comunidades por páginas, as quais são classificadas conforme o número de membros. Sendo então o nosso corpus da primeira análise, a quantitativa, composto pelas 12 primeiras comunidades que fazem parte da primeira página da busca, temos: 9 comunidades classificadas pelas opções do Orkut – as 28 categorias expostas anteriormente - como “Esportes e lazer”: “Ronaldinho Gaúcho, o gênio!”; “Ronaldinho Gaúcho ®”; “Eu sou fã de Ronaldinho Gaúcho”; “Ronaldinho Gaúcho é o cara!”; “Ronaldinho Gaúcho é um E.T.”; “Ronaldinho Gaúcho – ele é foda”; “Ronaldinho Gaúcho”; “Ronaldinho Gaúcho – R10”; “Ronaldinho Gaúcho e Henry”. Das outras 3 comunidades, 2 estão em “Países e regiões”: “Eu me orgulho em ser Gaúcho”; “Bahhhhhhhh...eu sou gaúcho!!!”. E uma em “Outros”: “Ronaldinho Gaúcho”. Dessas 12 comunidades, portanto, apenas duas não se referem a Ronaldinho Gaúcho, mas ao Estado do RS. O número de membros encontra-se de 246.805 a 46.058, na ordem decrescente já explicada .

### 3.1.2 Gaúchos

Já, ao digitar a palavra “gaúchos”<sup>9</sup> temos também mais de mil comunidades sendo filtradas também apenas 996. Nas 12 primeiras comunidades há uma abordagem mais geral da cultura e nada de ligação com personalidades gaúchas do esporte, apenas uma sendo ligada a futebol. Cinco comunidades são de “Países e Regiões”: “Os gaúchos nunca se entregam”; “Gaúchos longe de Casa”; “Gaúchos”; “Gaúchos de Verdade”; “Gaúchos em Floripa”. Uma comunidade de “Pessoas”: “Sou mais os gaúchos”. Outra de “Viagens”: “Gaúchos que amam o Rio”. Também uma de

---

<sup>8</sup> Disponível em <<http://www.orkut.com.br/UniversalSearch.aspx?searchFor=C&q=gaúcho>>. Acesso em 20/06/08.

<sup>9</sup> Disponível em <<http://www.orkut.com.br/UniversalSearch.aspx?pno=1&searchFor=C&q=ga%C3%BAchos>> . Acesso em 20/06/08.

cada para “Artes e Entretenimento”: “Gaúchos de Verdade”; e “Culturas e Comunidades”: “Gaúchos no Orkut”; “Cidades e Bairros”: “Fakes Gaúchos – RS”; “Música”: “Eu AMO bailes Gaúchos”; e, por fim, “Esportes e lazer”: “Gaúchos Viado? Só colorado”. O número de membros, já menor que na outra busca, vai de 11.118 a 2.688.

### 3.1.3 Gaúcha

Na busca por “gaúcha”<sup>10</sup>, aparecem comunidades que vão de 14.591 a 5.144 membros, na primeira página filtrada, de um total de 996 como nas demais buscas citadas acima. Nesta fase aparecem 4 comunidades para “Música”, a saber: “Eu adoro dançar música gaúcha”; “Musica gaúcha”; “Eu amo dançar música gaúcha”; “Eu amo música Gaúcha”. A Serra Gaúcha aparece como tema na categoria “Viagens”: “Serra Gaúcha: Gramado e Canela”. Na categoria “Moda e Beleza” tem-se a comunidade: “Simplesmente Gaúcha”. Em “Pessoas” há: “Gaúcha e Mada”; “Gaúcha e COLORADA”; “O jeito de ser da GAÚCHA”. Já em “Culturas e Comunidades” temos: “A verdadeira tradição gaúcha”; “Eu sou Gaúcha”. Além dessas, a única até o momento encontrada na categoria “História e Ciências”: “História da música gaúcha”.

### 3.1.4 Gaúchas

No seu plural “gaúchas”<sup>11</sup> aparecem 578 comunidades ao todo. As 12 primeiras aqui também perpassam diversas categorias, porém 9 comunidades destas são referentes à mulher gaúcha e seus atributos de beleza e 3 a bandas e/ou música.

---

<sup>10</sup> Disponível em <http://www.orkut.com.br/UniversalSearch.aspx?pno=1&searchFor=C&q=ga%C3%BAcha>. Acesso em 20/06/08.

<sup>11</sup> Disponível em <http://www.orkut.com.br/UniversalSearch.aspx?pno=1&searchFor=C&q=ga%C3%BAchas>. Acesso em 20/06/08.

Especificando, têm-se duas na categoria “Outros”: “As gaúchas são as mais gatas”; “Amamos as mulheres gaúchas”. Três comunidades em “Moda e Beleza”: “Loiras Gaúchas”; “Gaúchas, preferência nacional!”; “As mais belas são as gaúchas”. Em “Países e Regiões” há: “Gaúchas têm o que eles gostam”; “Gaúchas Incomodam & Comandam”; “Morenas Gaúchas”; “Danças tradicionais gaúchas”. Finalizando, em “Música”: “Bandas gaúchas”; “PORTAL BANDAS GAÚCHAS”. E em “Romances e Relacionamentos”: “As gaúchas são as melhores”. Estas comunidades têm de 86.344 a 4.942 membros.

### 3.1.5 MTG

Para “MTG”<sup>12</sup> encontramos apenas 141 incidências. Nas primeiras doze, apenas 7 que realmente remetem à cultura local em análise. As demais que compõem a primeira página referem-se a jogos virtuais. É o primeiro caso analisado que mostra outras referências a palavra-chave. MTG, além de ser Movimento Tradicionalista Gaúcho, é também sigla do jogo MAGIC. E ao digitar por extenso o significado da sigla, não se encontra nenhuma incidência de comunidade ligada a cultura gaúcha. Isso também vai ocorrer na busca por “CTG” que além de Centro tradicionalista Gaúcho é também, no caso das comunidades do Orkut, abreviação da palavra ‘contigo’, a qual é parte do grande leque de abreviações da linguagem usada por jovens na internet. Salienta-se que ao digitar o significado da sigla MTG no presente trabalho, nós encontramos nenhuma comunidade. “Países e Regiões” e “Culturas e Comunidades” são as categorias que se enquadram nas comunidades válidas para nossa análise. Desconsideraremos as demais devido ao fato já exposto e não iremos além das doze por ser metodologicamente incoerente neste caso, já que o critério foi o de recortar para corpus as primeiras doze que aparecem na busca por palavra-chave. Voltando às comunidades válidas temos, para a primeira categoria citada: “MTG”; e para a outra

---

<sup>12</sup> Disponível em <<http://www.orkut.com.br/UniversalSearch.aspx?pno=1&searchFor=C&q=mtg>>. Acesso em 20/06/08.

categoria: “MTG SC”; “9ª Região Tradicionalista MTG”; “MTG Paraná”; “13ª RT – MTG / RS”; “11ª RT do MTG”; “24ª RT – MTG / RS”. O número de membros das comunidades válidas está entre 5.419 e 171.

### 3.1.6 CTG

Quando procuramos “CTG”<sup>13</sup>, mais de mil comunidades são indicadas, aparecendo 996 como nos outros casos citados. Aqui também, 8 das doze comunidades é que realmente referem-se às tradições gaúchas. As demais são abreviações da palavra ‘contigo’ e também são siglas de órgãos universitários (centro de tecnologia e geociências). Quatro comunidades válidas, ou seja, metade, são da categoria “Culturas e Comunidades”: “CTG”; “Eu danço em CTG”; “CTG Os Praianos”; “ViCiAdOs em c.t.g !!!!!”. Tem-se na categoria “Outros”: “...eu amo CTG...”. Na “Artes e Entretenimento”: “CTG Rancho da Saudade”; “CTG Sentinela da Querência”. E por fim, em “Esportes e Lazer”: “O CTG é a minha casa”. O número de membros vai de 15.665 a 1.091.

### 3.1.7 Rio Grande do Sul

Para “Rio Grande do Sul”<sup>14</sup>, temos mais de mil comunidades. O número de membros vai de 323.188 a 2.466. Sete na primeira página são da categoria “Países e Regiões”: “Rio Grande do Sul”, “Rio Grande do Sul Tche!!!”, “Rio Grande do Sul, meu País”, “Eu amo o Rio Grande do Sul”, “Hino do Rio Grande do Sul”, “RIO GRANDE DO SUL não é Brasil” “RIO GRANDE DO SUL INDEPENDENTE”. Para “Esportes e Lazer”:

---

<sup>13</sup> Disponível em <<http://www.orkut.com.br/UniversalSearch.aspx?pno=1&searchFor=C&q=ctg>> Acesso em 20/06/08.

<sup>14</sup> Disponível em <<http://www.orkut.com.br/UniversalSearch.aspx?pno=1&searchFor=C&q=rio+grande+do+sul>>. Acesso em 17/07/08.

“O Rio Grande do Sul é COLORADO” e “EU AMO O RIO GRANDE DO SUL!!!”, “made in RIO GRANDE DO SUL” para “Moda e Beleza”. Em “Automotivo”, “CarrosDeRua Rio Grande do Sul”. E na categoria “Computadores e Internet”: “Orkuteiros Rio Grande do Sul”.

### **3.1.8 Porto Alegre**

Na busca por “Porto Alegre”<sup>15</sup> aparecem 996 comunidades e constam mais de mil. Os membros variam de 137.771 a 9.131 na primeira página exibida na busca. Nas doze primeiras, a temática refere-se totalmente à capital gaúcha. Há cinco comunidades na categoria “Cidades e Bairros”: “Porto Alegre”, “PORTO ALEGRE – CAPITAL RS”, “EU AMO PORTO ALEGRE”, “Zona Sul – Porto Alegre” e “Porto Alegre é demais!”. Na categoria “Artes e Entretenimento”: “Noite Porto Alegre” e “Grupo Zueira PORTO ALEGRE/RS”. Em “Culturas e Comunidades”: “MSN Porto Alegre”. Em “Países e Regiões”: “Zona Norte - Porto Alegre” e “Redenção (Porto Alegre)”. Em “Automotivo”, categoria que aparece pela primeira vez na análise: “Som automotivo Porto Alegre”. Para finalizar, a comunidade “Sushi Porto Alegre” em “Culinária, Bebidas e Vinhos”.

### **3.1.9 Revolução Farroupilha**

Na busca por “Revolução Farroupilha”<sup>16</sup> apenas oito comunidades foram encontradas, que têm de 641 a 1 membro. Nesta busca a categoria “História e Ciências” se destaca com cinco comunidades: “Revolução Farroupilha”, “REVOLUÇÃO FARROUPILHA”, “Revolução Farroupilha – Eu fui”, “Revolução Farroupilha”

---

<sup>15</sup> Disponível em <<http://www.orkut.com.br/UniversalSearch.aspx?pno=1&searchFor=C&q=porto+alegre>>. Acesso em 17/07/08.

<sup>16</sup> Disponível em <<http://www.orkut.com.br/UniversalSearch.aspx?pno=1&searchFor=C&q=revolu%C3%A7%C3%A3o+farrroupilha>>. Acesso em 17/07/08.

(novamente) e “ODEIO REVOLUÇÃO FARROUPILHA” (esta com 1 membro). Na categoria “Culturas e Comunidades” há incidência da comunidade: “Revolução Farroupilha-Juliana”. Em “Cidades e Bairros”: “Neo-Revolução Farroupilha”. Em “Países e Regiões”, a última comunidade da página, “Revolução Farroupilha 2”, a qual tem origem não na classificação de país Brasil, como todas as outras citadas em todas as buscas, mas sim no Afeganistão o que apenas é uma escolha do dono da comunidade. O tema, porém, é realmente sobre a cultura gaúcha.

### 3.1.10 Galpão Crioulo

Em “Galpão Crioulo”<sup>17</sup> temos 31 comunidades. Na primeira página temos de 2.187 a 35 membros. As categorias que aparecem: quatro em “Música”: “Comunidade “Galpão Crioulo”, “Amigos do Galpão Crioulo”, “Galpão Crioulo”, “Eu assisto ao galpão crioulo”; quatro também para “Culturas e Comunidades”: “Eu assisto o Galpão Crioulo”, “CTG Galpão Crioulo de Chapada”, “Galpão do Nativismo e Crioulo”, “CTG Galpão Crioulo”; uma comunidade para “Atividades”: “Amigos da Acad. Galpão Crioulo”; uma também para “Outros”, “Empresa” e “Artes e Entretenimento”, respectivamente: “inv adulta Galpão Crioulo”, “Galpão Crioulo Churrascaria” e “GALPÃO CRIOULO da TRIBO AE”..

## 3.2 LEVANTAMENTO QUANTITATIVO

Conforme verificado na tabela que consta no apêndice A com os dados das comunidades, suas categorias e seus números de membros se verifica que:

- De 116 restaram 107 comunidades válidas, relacionadas ao Estado pesquisado. Dessas, 22 são da categoria “Países e Regiões”; seguidas por 19 em

---

<sup>17</sup> Disponível em  
<<http://www.orkut.com.br/UniversalSearch.aspx?pno=1&searchFor=C&q=galp%C3%A3o+crioulo>>.  
Acesso em 17/07/08.

“Culturas e Comunidades”; 13 em “Esportes e Lazer”; 11 em “Música” e 7 em “Cidades e Bairros”. Em sexto lugar estão as comunidades “Artes e Entretenimento”, “História e Ciências”, com 6 comunidades em cada uma das categorias. Na seqüência estão, com 5 comunidades cada, as categorias “Moda e Beleza” e “Outros”. Em oitava posição encontra-se 4 comunidades na categoria “Pessoas”, seguida da nona posição “Viagens”, com duas incidências; e com apenas uma comunidades em cada categoria aparece “Atividades”, “Computadores e Internet”, “Culinária, Bebidas e Vinhos”, “Empresa” e “Romances e Relacionamentos”.

- Das 28 categorias disponíveis no Orkut, apenas 17 aparecem neste corpus. As categorias “Alunos e Escolas”, “Animais de Estimação”, “Escolas e Cursos”, “Família e Lar”, “Gays, Lésbicas e Bi”, “Governo e Política”, “Hobbies e Trabalhos Manuais”, “Jogos”, “Negócios”, “Religiões e Crenças”, “Saúde, Bem-Estar e Fitness” não ocorrem dentre o corpus.

- Salienta-se que ao verificar a temática abordada por cada comunidade, não necessariamente esta é, em todas as comunidades, correspondente à temática suposta pelo nome da categoria em que ela está classificada. Porém, como aqui se optou por analisar o discurso enunciado pelos membros, como algo dado, manteremos estas categorias já que elas fazem parte da produção de sentido dos enunciados e foi opção do próprio emissor.

- Por outro lado, todas as categorias incidentes são pertinentes com a temática cultura gaúcha e verificou-se empiricamente que a questão cultural e territorial sobrepôs-se, prevalecendo o comumente tratado a respeito do tradicionalismo. Apenas duas têm conotações ofensivas: “Gaúchos *viado*? Só colorado”<sup>18</sup> e “Eu odeio a Revolução Farroupilha”. Lembrando que, por escolha metodológica, o recorte do corpus se deu por um critério de filtro por número de membros e neste caso houve predominância de conotações não ofensivas, mas apenas de afirmação identitária e orgulho de pertencimento a determinada cultura local. Isso não significa que inexistam comunidades agressivas, tanto de gaúchos por outras culturas, como de outras culturas para com os gaúchos. Pelo contrário, não constando neste corpus, mas verificado, há

---

<sup>18</sup> Esta comunidade, no dia 22/07/08 já não continha mais a palavra ‘Gaúchos’, mas sim, ‘Gaúcho’, o que demonstra as constantes modificações ocorridas no ciberespaço.

diversas manifestações de acirramento xenófobo entre culturas – que não será aqui avaliado, pois não constou no corpus delimitado pelos critérios já expostos.

- Em termos de curiosidade, ao somarmos os dados citados do número de membros da comunidade mais 'populosa' para aquela que está em última posição no filtro das 12 comunidades – entre as válidas, ou seja, que falam da cultura gaúcha – temos um universo de 1.614.707 pessoas tendo acesso a algum discurso relativo a cultura gaúcha. É claro que em termos de ciberespaço não podemos dizer com certeza se estes membros se repetem ou se realmente são gaúchos e se realmente cada perfil representa uma pessoa de verdade, porém, é indiscutível que o número é relevante.

- O número de conectados que se dizem gaúchos, provavelmente, é grande. Isso que foi somado apenas o número de 20 comunidades dentre mais de 7 mil filtradas nas palavras-chave. É claro que este, não sendo o foco do trabalho, é apenas um dado para termos uma idéia da popularidade do Orkut no país. E conforme matéria da Folha On Line de 09/01/2008, haveria 23 milhões de brasileiros conectados no Orkut<sup>19</sup>.

- No geral, pelos títulos das comunidades citadas percebe-se que – independente das categorias e mesmo levando em conta que algumas não estão realmente correspondendo a sua categoria – temas como música, paisagens naturais, gastronomia, beleza das mulheres – são abordados de maneira geral.

- Os textos icônicos destas comunidades também, de maneira geral, retomam símbolos geográficos como mapa; símbolos oficiais como a bandeira; e símbolos folclóricos como o cavalo e imagens de pessoas pilchadas ou tomando mate e ainda, a ênfase no esporte, paixão nacional, que se reafirma também a nível local. A análise qualitativa abordada a seguir dará conta de aprofundar estas questões diante de comunidades representativas selecionadas a partir desta gama de 107 já citadas. Sendo 10 comunidades, uma de cada busca efetuada por meio das palavras-chave.

### 3.3 CORPUS DE ANÁLISE QUALITATIVA

Para começo de análise destacaremos uma comunidade de cada uma das buscas, dentre as doze primeiras incidências em cada busca, já que o critério de

---

<sup>19</sup> Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u361596.shtml> , acesso em 18/07/08

seleção foi dar relevância a estas comunidades mais populosas. O critério de escolha desta comunidade entre as doze mais populosas será pelo seu texto descritivo – que deve ter pelo menos um parágrafo - como também da sua classificação entre uma das cinco categorias mais incidentes na análise quantitativa: “Países e Regiões”, “Culturas e Comunidades”, “Esporte e Lazer”<sup>20</sup>, “Música” e “Cidades e Bairros” – por questão de representatividade.

Diante disso, o corpus selecionado - que consta em anexo -, composto por 10 comunidades virtuais<sup>21</sup> referentes à cultura gaúcha – dentre as 107 comunidades já citadas – é:

- “EU ME ORGULHO EM SER GAÚCHO”, classificada em “Países e Regiões” (Anexo D);
- “Gaúchos de verdade”, classificada em “Países e Regiões” (Anexo E);
- “A Verdadeira Tradição Gaúcha”, classificada em “Culturas e Comunidades” (Anexo F);
- “Gaúchas Incomodam & Comandam”, classificada em “Países e Regiões” (Anexo G);
- “MTG”, classificada em “Países e Regiões” (Anexo H);
- “ViCiAdOs Em C.t.G. !!!!!”, na categoria “Culturas e Comunidades” (Anexo I);
- “EU AMO O RIO GRANDE DO SUL”, em “Países e Regiões” (Anexo J);
- “Porto Alegre”, em “Cidades e Bairros” (Anexo K);
- “Neo-Revolução Farroupilha”, em “Cidades e Bairros” (Anexo L);
- “Comunidade “Galpão Crioulo””, na categoria “Música” (Anexo M);

O embasamento teórico-metodológico em torno da análise do discurso, que dará suporte à análise deste corpus recém apresentado, está posto a seguir. Para o quarto capítulo convergem mais explicações sobre o manejo dos dados coletados. E como constituintes de sua última parte estão os itens que contemplam a interpretação.

---

<sup>20</sup> Esta categoria não foi contemplada no corpus para análise qualitativa, pois todas as comunidades falavam do Ronaldinho Gaúcho e não tinham um texto relevante conforme critério exposto.

<sup>21</sup> Estas 10 comunidades foram registradas no dia 18/07/08 e os endereços virtuais em que foram coletadas se encontram nos anexos.

## 4 MARCADORES IDENTITÁRIOS E CATEGORIAS DO DISCURSO

Este capítulo condensa os conceitos levados em conta no procedimento metodológico, a análise do corpus e a interpretação dos dados verificados. O primeiro item traz os marcadores identitários considerados na análise, enquanto que o segundo contempla autores que colaboram na análise do discurso. Em seguida apresenta-se a análise e a interpretação possibilitadas pelas evidências empíricas vistas teoricamente.

### 4.1. MARCADORES IDENTITÁRIOS

Consideramos como marcadores identitários os elementos que definem o primeiro contato do sujeito com a comunidade, o que melhor a caracteriza, a priori. As comunidades virtuais selecionadas têm, principalmente, dois marcadores identitários: o primeiro é a foto e o segundo é o nome, que traz neste conjunto uma espécie de contrato de leitura. A descrição da comunidade viria em terceiro lugar. Poderíamos comparar a foto e o nome com os elementos de uma capa de revista; e a descrição como a matéria principal desta revista, que é o que vai fidelizar ou não o leitor, vai torná-lo ou não, membro desta comunidade.

Já no perfil dos membros, que são os donos, mediadores, construtores, editores, enunciadores ou emissores dos textos destas comunidades temos como marcadores identitários diversos itens que perpassam o seu perfil social, pessoal e profissional, além de adscrições a comunidades virtuais criadas por ele mesmo ou por outros orkutianos. O usuário é livre para preencher o que quiser nestes itens, podendo ou não estar colocando ali a sua verdade off line.

A menoridade é um dos pontos mais críticos no Orkut (SILVEIRA; FRAGA; PIENIZ, 2008), apensar de estar explícito que apenas maiores de idade podem fazer parte deste site. Basta que ele coloque alguma informação para ela estar disponível aos seus amigos e aos demais usuários do Orkut. Dentro disso temos dados como idade, etnia, cidade natal, formação profissional, altura, cor dos olhos e tipo físico. As pessoas podem se sentir a vontade para idealizar ou não o seu próprio perfil. Como visto em

Fragoso (2008 b), no *Second Life*<sup>22</sup> a maioria dos homens vira fortão e das mulheres, cintura fina e seios fartos. Se isso corresponde ou não a realidade, basta lembrar que no ciberespaço não há censura.

Dessa forma, a identidade do sujeito se constrói por marcadores que se definem no discurso, pela linguagem, pelo desejo de colocar o que quiser. As fotos podem ter o melhor ângulo, podendo ou não ser do sujeito que realmente é dono do perfil. Temos em cada perfil um mundo de oportunidades de mostrar-se, de escrever-se, de construir-se enquanto sujeito pertencente ao meio.

Para objetivar a nossa análise, como opção metodológica, esta etapa qualitativa levará em conta a quantidade de membros envolvida neste conjunto das dez comunidades virtuais. Os textos descritivos, composto por textos verbais e icônicos, e as comunidades relacionadas<sup>23</sup> a esta principal, escolhidas pelo dono, serão também elementos analisados.

Além disso, analisaremos alguns dados dos perfis dos seus donos. Idade, sexo, cidade e comunidades virtuais a que pertencem são as informações levadas em consideração. Especificamente sobre as comunidades em que os donos são membros, filtraremos aquelas que têm relação com o território geográfico gaúcho, como também com aspectos da cultura gaúcha. Por estratégia metodológica, registramos também quando eles são filiados a comunidades relativas a outros territórios ou a outras culturas além do Rio Grande do Sul.

Diante destes aspectos, além dos marcadores identitários das comunidades e dos perfis temos os próprios marcadores identitários que antecedem esta adscrição de membros às comunidades: os que definem o pertencer ou não pertencer ao Orkut. É importante termos isso claro para situar o corpus de pesquisa onde de fato ele se encontra no contexto vciberespacial.

---

<sup>22</sup> Ambiente virtual e tridimensional que simula em alguns aspectos a vida real e social do ser humano:

<<http://secondlife.com/>>

<sup>23</sup> Para explicitar melhor os tipos de comunidades virtuais do Orkut aqui utilizados em momentos distintos, usaremos o termo 'comunidade principal' para denominar cada uma das dez que compõem a análise qualitativa; 'comunidades relacionadas' para aquelas escolhidas pelo dono de uma comunidade principal, a princípio com uma temática referente àquela da comunidade principal; e 'comunidades dos donos' para aquelas em que eles são membros, verificadas em seus perfis pessoais.

Primeiramente o indivíduo precisa ser alfabetizado para poder lidar com *login*, senha e digitação. Após isso ele deve também ter mínimas noções de informática, manuseio em teclado e mouse, ou pelo menos acesso a uma *lan house* onde alguém lhe ajude. Além de ter amigos igualmente conectados, pois ele precisa de amigos para interagir, a menos que seja um perfil realmente falso, ou anônimo, que está ali apenas para espionar os demais sem mostrar nada de si.

Diante da importância dos sujeitos em todos os enunciados e representações identitárias que concebem este site - que ali constroem os seus espaços de visibilidade, dando sentido e razão de ser a eles mesmos - levaremos em conta o perfil de cada autor de comunidade, como pólos da emissão propiciadores do núcleo central do feixe de sentidos do texto. Além do discurso destas comunidades que fazem parte do corpus que foram por eles criadas. Para isso compilamos no apêndice B os principais marcadores identitários que existem no corpus e que têm relação com nosso problema de pesquisa: idade, sexo, cidade, data de criação da comunidade, título, foto, número de membros, além do texto verbal descritivo da comunidade.

Dessa forma percebemos que há níveis de identificação dos sujeitos com os sites de relacionamento. Primeiramente há a identificação com a web como meio de busca a informações. Após, há a identificação com o Orkut. Em seguida há a preferência por uma gama de comunidades que podem ter relação consigo, seu modo de vida, suas preferências e por meio delas é possível mostrar-se, fazer-se, exibir o seu 'portfólio', sua vitrine de características pessoais. Marcadores identitários são, portanto, os aspectos que analisaremos neste corpus.

#### 4.2 APLICAÇÃO DA ANÁLISE DE DISCURSO

Para tornar viável o alcance dos objetivos e a resposta à questão que nos guia, e diante do tempo limitado para o fechamento desta dissertação, utilizaremos os procedimentos da análise do discurso, como parte de uma metodologia qualitativa que se utilizou de um levantamento quantitativo para a seleção do corpus, devido à

relevância do fator 'popularidade' das comunidades. O foco desta pesquisa está na produção do discurso, já que avaliaremos os textos descritivos das comunidades e também dados dos seus criadores – os donos.

Apesar de reconhecida a importância da esfera da circulação e da recepção deste discurso entre os membros, como também do caráter de co-produção dos discursos decorrentes da interatividade da comunidade, - como já explicado na introdução - estes são aspectos que escapam dos objetivos da nossa proposta. O quadro teórico é calcado na teoria das representações sociais e consideramos o discurso um suporte de materialização das representações objetivadas no ciberespaço. Por isso, para apreendê-las é preciso analisar o discurso.

A justificativa da escolha da análise de discursos para essa pesquisa fica expressa no fato de que o comunicador lida com a circulação de significados e sentidos entre os homens, e esse é o âmago, a essência da atividade de comunicar. Neste caso, o primordial é a produção de sentidos propiciada pelo discurso dos autores destas comunidades virtuais.

As comunidades são dispositivos de enunciação e seus discursos trazem a representação de uma cultura por meio dos valores implicados nos textos, e dessa forma as identidades são reafirmadas ou modificadas. A análise dos discursos se ocupa da pesquisa acerca da produção de sentidos viabilizada pelos textos em seu arranjo estratégico de enunciação onde os pormenores são tidos como frutos de escolhas que fazem toda a diferença.

A cultura se manifesta representativa e comunicativamente nos textos que produz, e esses textos constituem o discurso de sua cultura. Os valores são partes essenciais da cultura. E enfatiza-se, aqui, que a comunicação, assim como a sua manifestação discursiva, não é transmissão, mas, sim, relação entre sujeitos. Consideram-se, aqui, os textos verbais e icônicos como sendo discursos. Estes, por sua vez, são relações intersubjetivas que produzem efeitos de sentidos.

O discurso é a relação entre o enunciador e o enunciatário – duas entidades indissolúveis no conceito de discurso e existem somente dentro dele. O primeiro é o papel assumido no discurso pelo o sujeito da fala, enquanto o segundo é o papel discursivo do destinatário ideal. O autor e o leitor são seres humanos, enquanto que o

enunciador e o enunciatário são papéis discursivos. Os conceitos de enunciado e enunciação também são importantes neste trabalho. O enunciado é da ordem do que é dito. A enunciação refere-se aos modos de dizer, às estratégias discursivas que produzem sentidos específicos. Peruzzolo afirma que:

O discurso é uma fala investida pelas opções do sujeito da enunciação e que marca os diferentes modos pelos quais ele se relaciona com o discurso que enuncia e os modos como quer relacionar-se com o outro, isto é, uma enunciação que pressupõe um falante e um ouvinte e, naquele primeiro, também a intenção de relacionar-se comunicacionalmente com o outro e propor-lhe considerações sobre algum valor [...] As estratégias discursivas utilizadas constroem relações sociais e de interação entre subjetividades (2004, p.149).

O enunciador constrói o discurso tendo em vista o seu enunciatário. Todos os personagens que enunciam fazem parte de 'um todo' que é o site, o que é denominado, então, de 'dispositivo de enunciação' ou 'dispositivo enunciante'. Lembrando agora do princípio básico: o de que há uma necessidade humana em cada ação de comunicação. Peruzzolo (2004, p.152) enfatiza que "[...] os seres se comunicam porque necessitam uns dos outros. Necessitando comunicar-se, precisam persuadir o parceiro de que aquilo que "dizem" é verdadeiro e importante". O enunciador, então, seria o responsável pelos modos dizer do discurso e pelos valores que nele circulam e que aqui se busca verificar. O sujeito da enunciação faz uso de recursos estratégicos nos modos de dizer para afirmar o seu dito, tendo em vista os efeitos de sentido que deseja produzir.

Serão buscadas as estratégias discursivas - existentes nas comunidades virtuais - que fazem das representações de identidade local os produtos dos efeitos de sentido possibilitados pelos modos dizer. O discurso é feito operativo de cada cultura. A comunicação é a base para o estabelecimento, a sustentação e a ampliação dessa cultura. Pelo seu discurso cada cultura afirma e reafirma os sentidos que continuamente a fazem existir, e desde então, seus discursos passam, de modo dinâmico, a incorporar essa cultura. Daí a importância de trabalhar com os valores da cultura na forma como estes são agenciados nos discursos. Conforme Verón (2004) são os modos de dizer, as estratégias discursivas, que definem as possibilidades dos efeitos de sentido.

Os sentidos produzidos, portanto, não são aleatórios, mas, sim, parte de uma gama de possibilidades oferecidas pela mensagem. O repertório, a esfera cultural de um receptor, influencia muito a sua percepção quanto a uma mensagem e por isso, para ele os efeitos de sentido propiciados pela mensagem não serão exatamente os mesmos que para outro receptor que se encontra em diferente nível temporal ou sócio-cultural. Mas todos os sentidos estão de acordo com o que pode suscitar a mensagem.

Verón também trabalha com o conceito contrato de leitura. Peruzzolo (2004), explica esta idéia dele como sendo estratégias de construção de uma mensagem, de um discurso, que procuram determinar – de certa forma, mas sempre – como um destinatário - enunciatário - deve ler a verdade do que é dito. Além disso, o contrato de leitura seria o intuito de constituir e estreitar laços entre os dois sujeitos do discurso: enunciador e enunciatário, por meio da organização e oferta de matéria significativa.

O enunciador faz indicações, anuncia valores, amarra temas e constrói interesses, tudo em termos de capturar o leitor. São pelos efeitos de sentido de um discurso que se estabelecem os contratos de leitura. É o contrato de leitura que cria o vínculo entre o veículo e o leitor. Os valores estão arranjados estrategicamente em determinadas modalidades de dizer que fazem parte do contrato de leitura das comunidades, o qual foi primordialmente reconhecido pelos marcadores identitários do nome e da foto da comunidade.

Continuando com as idéias de Verón (1989), tem-se que falar em enunciação é falar de escolhas. Não existem estratégias enunciativas se o enunciador não escolher, entre diversas possibilidades, a maneira específica de dizer um mesmo enunciado. Existe enunciação porque existe escolha quando um enunciado é produzido. Para entender as condições de produção de um texto é necessário pensar no que não está ali, no porquê de ser tal palavra ou foto e não outra, diferente daquela. É um processo de 'desconstrução' do discurso, que permite analisá-lo na sua composição que foi fruto de escolhas determinadas.

No caso das comunidades, o enunciador pode fazer muitas coisas, a escolha da foto e do título constitui o primeiro contato com o receptor. Interpelar o destinatário pelo olhar e pelos símbolos que traz a foto, por exemplo, são maneiras estratégicas de constituir o discurso e de tecer significados. O texto verbal e o icônico são articulados

para criar efeitos específicos. Esses elementos configuram, conforme o autor, um enunciador pedagógico, que guia o enunciatário leitor para o interior da comunidade. A análise do discurso será norteada a partir de alguns conceitos, como os expostos a seguir.

Conforme Fiorn (2002) tem-se as categorias de análise do tempo, espaço e pessoa no discurso, pois qualquer texto é formado com base nestas dimensões estando elas explícitas ou não, e a partir delas é que as estratégias são constituídas. Ele explica que “não há acontecimento fora dos quadros do tempo, do espaço e da pessoa” e que “compreender os mecanismos de temporalização, de espacialização e de actorialização é fundamental para entender o processo de discursivização” (2002, p.15).

Consideraremos aqui, para fins de análise, o tempo verbal - presente, pretérito, ou passado, e futuro - em que os textos estão construídos; a forma como o espaço é enunciado - por meio de que expressões; e as pessoas que prevalecem no discurso - primeira, segunda ou terceira, no singular ou plural. Observa-se que, no corpus, devido ao suporte e suas características, há vários âmbitos temporais, espaciais e pessoais a serem observados.

O tempo é aqui particularmente considerado devido ao corpus que é composto por comunidades baseadas numa cultura que tem a sua história e venera a tradição. São comunidades que buscam manter um *status quo* destes valores, fazendo jus aos costumes e hábitos e para isso se apropriam de uma tecnologia midiática veloz e abrangente, quebrando fronteiras temporais e espaciais. Além destas duas formas de tempo, temos implicado, ainda, o tempo de existência da comunidade e a idade dos membros e dos donos e o tempo verbal, propriamente dito, dos textos que são analisados.

Temos ainda o tempo conotado no icônico pela tonalidade das fotos, por exemplo. E o tempo implicado na velocidade dos fluxos de comunicação e interação propiciados pelo suporte midiático em questão. Os tempos verbais dos textos, como hipótese, podem retomar os valores de passado, a tradição, o orgulho no presente e a união no futuro. Esta categoria permite verificar se a história e a tradição são, ou não,

mencionadas e retomadas pelos donos das comunidades, e então, que representações podem suscitar.

O espaço toma forma especial de análise, pois as comunidades são justamente ligadas à preservação de uma cultura que é limitada geograficamente, que tem conceitos territoriais fortemente implicados. E assim, da mesma forma que na categoria tempo, há o espaço geográfico representado – que é o Estado do RS – e há o espaço onde o representado é veiculado, ou seja, o ciberespaço – do qual já falamos anteriormente. Um espaço físico é transposto no espaço virtual.

As representações sociais de uma identidade são o foco deste trabalho. Dessa forma a categoria espaço permite apreender como este é tratado e trazido aos discursos verbais e icônicos. Expressões que carregam adjetivos caracterizam representações de território, além das fotos que demonstram a temática da comunidade. Junto disso avaliaremos as comunidades em que o dono é filiado que são ligadas a território geográfico e a culturas ligadas a territórios.

Na categoria pessoa temos emissores - donos - e receptores - membros do Orkut - destes discursos. As pessoas envolvidas neste contexto foram aqui classificadas como cidadãos comuns, já que desprovidas de vínculos profissionais com outras mídias; Além destas, há os responsáveis pelo dispositivo de enunciação como um todo – funcionários da empresa Google - e as pessoas – primeira, segunda ou terceira, no singular ou plural - utilizadas nos textos. E ainda aqui, a representação de ser humano nos discursos icônicos.

O grande número de pessoas que se adscvem a estas comunidades demonstram a sua popularidade e este fator foi tomado como critério de seleção do corpus, como explicado anteriormente. No caso do Orkut, o filtro mostra o nível decrescente de membros, o que potencializa, a cada nova pesquisa, a inserção de novos membros nestas comunidades. Se uma comunidade tem muitos membros, pode-se produzir o sentido de credibilidade e, assim, o número tende a aumentar, já que sempre buscamos alianças com pessoas e instituições que nos dêem segurança – é uma hipótese para a popularidade crescente destas comunidades, além do ângulo de abordagem de sua temática.

Há, portanto, níveis de análise para as categorias tempo, espaço e pessoa: uma relacionada à mídia internet; outro relacionado ao conteúdo dos textos e ainda aos aspectos físicos e reais dos autores e leitores destes discursos. Assim como há níveis de identificação dos sujeitos ao optarem, ou não, pela adesão à internet, ao Orkut e às comunidades com determinadas temáticas.

Estes níveis de reflexão sobre o tempo, o espaço e a pessoa trazem dados ao serem analisados e aqui focaremos apenas nestes aspectos centrais, conscientes de que estas são categorias complexas, passíveis de serem aprofundadas num próximo trabalho. Dados estratégicos, mesmo que básicos, remetem à produção de sentidos específica e dependente das formas de dizer o tempo, o espaço e a pessoa. A análise destas três categorias remete ao esmiuçamento de outros conceitos a partir da forma de arranjo discursivo em que estas estão ligadas. Efeitos que trazem sentidos de objetividade ou subjetividade, de proximidade ou afastamento, de verdade ou que figurativizam o discurso, por exemplo.

Os efeitos de referencialidade ou de realidade (PERUZZOLO, 2004, p.166) visam à ancoragem do texto, a objetividade e o efeito de verdade, em última instância. O enunciador faz uso de datas – tempo - números, quantias, nome de personalidades – pessoa -, nome de autoridades, citações diretas e indiretas, traços geográficos, endereços - espaço - como exemplos principais - para dar veracidade e credibilidade ao dito.

São escolhas da ordem da enunciação, são modos de dizer que conferem sentidos de verdade ao discurso e carregam valores que representam uma identidade. O uso de aspas tenta transferir a responsabilidade do dito a quem disse, criando uma ilusão de isenção total do enunciador. Mas é este, na verdade, que se utiliza de uma fala para elaborar a sua enunciação com vistas a passar maior credibilidade ao discurso.

Outros dados importantes para este trabalho: a tematização e a figurativização - como estratégias do texto. A tematização é a disseminação de temas que se considera um assunto, uma idéia, um núcleo delas que sustenta um pensamento sobre o modo de pensar de um sujeito, objeto ou função. Tema, assim, é a proposição de uma idéia-motivo. Um tema básico é composto por outros temas que o embasam, como

argumentos a lhe dar suporte (PERUZZOLO, 2004, P.191). Os valores culturais estão amarrados a temas postos no discurso e cabe a nós aqui elucidá-los.

Já a figurativização quer dizer 'revestir' os termos com traços de lembranças sensoriais, é fazer uma imagem para referenciar as representações vividas. Conforme Aumont (1995, p. 253), citado por Peruzzolo (2004, p.198), figurativizar é contaminar o texto verbal pelo icônico, com idéias ligadas a imagens constituídas por experiências. Metáforas são formas de figurativização e são expressões utilizadas no sentido conotativo e não no denotativo e podem ainda, trazer sentidos polissêmicos, de outros campos.

O texto icônico é um arranjo de certos elementos como a cor, a luminosidade, o formato, a dimensão em relação à página ou à tela, posição da câmera, os vetores de ação dos sujeitos. Tudo isso propicia efeitos de sentidos diferentes, daí a importância de analisar estas minúcias que fazem parte da enunciação e do contrato de leitura.

As cores quentes como o vermelho, amarelo e laranja, o magenta, o rosa, trazem consigo aspectos psicológicos de alegria, verão, calor, e se prestam mais aos assuntos subjetivos, por exemplo. Já as cores frias como o cinza e o azul conferem mais objetividade e afastamento do enunciador, se presta a assuntos mais formais, racionais. O verde, que não é quente nem frio a princípio – dependendo de sua tonalidade – é a cor da esperança, da natureza (FEININGER, 1985, P. 77). Essas e outras cores são explicadas em seus sentidos prototípicos – aqueles relacionados à vivência humana com o espaço natural e com seu próprio corpo – e em seus sentidos culturais. O branco, por exemplo, no ocidente significa vida e no oriente, morte. Enquanto que morte, luto, no ocidente é marcada pelo preto.

O formato - das fotos - retangular, na horizontal ou na vertical, conota objetividade, porém tudo que é na vertical suscita mais ação e descrição do que o seu contrário, pois é a posição do homem em pé, em atividade, (VILLAFANE, 2000, p.144) com sensação de calor (LIMA, 1988, p. 65). Já na horizontal tem um sentido de repouso, equilíbrio e se presta mais à narratividade do texto icônico, uma temporalidade maior. E todas as fotos que são postas em formato circular produzem um sentido de equilíbrio perfeito, universalidade, atemporalidade e por isso se prestam para a abordagem de assuntos mais subjetivos.

Os vetores de ação proporcionados pela direção do olhar de um personagem, ou a posição de seus membros, braços e pernas, direcionam o olhar do leitor, e conotam – muitas vezes – movimento, ação, (GRUPO IMAGEM, 2004-2007)<sup>24</sup> e independente dos formatos, neste caso, podem ou não colaborar no sentido de objetividade. A posição da câmera, por exemplo, pode atribuir maior ou menor importância ao fotografado, ou o sentido de proximidade se este está olhando para a câmera como que interpelando o receptor.

Fotos/filmagens em que os personagens aparecem fotografados/filmados de baixo para cima atribuem o sentido de poder e relevância a eles. O contrário, de cima para baixo, produz sentido de inferioridade, falta de capacidade, impotência, diminuição de valor perante o assunto tratado. Já a luminosidade, propicia o sentido de transparência ao assunto em pauta. Lugares escuros despertam medos, desconfiança, algo a esconder. E os lugares mais iluminados passam mais segurança, pois tudo pode ser bem averiguado (GRUPO IMAGEM, 2004-2007).

A autora Joly (1996, p.93) fala de textura e de suporte nos anúncios publicitários. Aqui será considerado o efeito de sentido de textura proporcionado pelo contraste de cores e formas na foto e produzem a sensação proveniente da experiência humana do tato, de macio, rugoso, áspero.

Assim a fotografia ícone da comunidade pode ser entendida, grosso modo, como enunciação onde o enunciador – ou mais adequadamente, o dispositivo enunciante - realiza diversas ações que projetam um enunciatário e em última instância, um leitor (CAMARGO, 2001, p. 232). Portanto, a imagem é parte importante da construção de sentido, é objeto de chamada de atenção para o restante dos textos de uma comunidade e o estabelecimento de vínculos – e assim é parte icônica do contrato de leitura. Nas palavras de Camargo (2001, p.236) “É como um receptáculo para o olhar e como estratégia de entrada do enunciatário [...]”. A imagem de pessoas, por exemplo, é um elemento que conota veridicção e isso propicia a manutenção de um contrato de leitura entre enunciador e enunciatário. A posição e a dimensão de uma imagem significam da mesma forma.

---

<sup>24</sup> Grupo de pesquisa da Universidade Federal de Santa Maria, coordenado pelo Prof. Dr. Adair Caetano Peruzzolo que objetiva estudar as imagens conforme seus elementos estratégicos, efeitos de sentido e veiculação de valores humanos.

Ele reforça que a iconicidade é um contrato enunciativo, uma maneira de fazer crer onde a fotografia definiria veridictoriamente a dimensão figurativa do discurso, produzindo um efeito de realidade relacionado ao sentido do texto verbal. Continuando com Camargo, “Por sua índole especular a fotografia é pródiga na capacidade de aparentar-se como o mundo natural [...] embora saibamos que esse seu ser natural é relativo”. Os textos verbais acompanhantes do texto icônico são elementos elucidativos ou condutores, e por vezes, controladores de sentido.

O arranjo estratégico de todos estes elementos produz sentidos, pois veicula valores, carrega representações sociais. Quando os sentidos entre os elementos são complementares, isotópicos, ocorre um processo de semiose (PERUZZOLO, 2004, p.209), ou seja, a afirmação de um valor por meio de determinadas estratégias já leva à produção de sentido de outro valor, num jogo de remissivas constantes. “Os valores socioculturais circulam enrolados nas modalidades de dizer dos discursos, que procuram capturar os fluxos do desejo inscrevendo-os e registrando-os no corpo social” (PERUZZOLO, 2004, p.214).

Avaliar os discursos desta forma é atribuir-lhes a capacidade de construção da realidade por meio dos valores que carrega. Peruzzolo (2004) aborda este assunto ao afirmar que a linguagem monta os acontecimentos sociais e a partir daí eles passam a existir na sociedade, daí a importância da mídia hoje e da relevante influência dos produtos da indústria cultural. As realidades sociais são realidades postas na mesa da comunicação, enunciadas na internet por pessoas comuns com vista à legitimação de um modo de vida e à busca de adeptos para a partilha de valores e da sensação de pertencimento. Se um discurso parece verdadeiro é por que seus mecanismos discursivos produziram o efeito de verdade, como um efeito de sentido que precisa ser desmembrado em suas estratégias. Aqui com a visão de representações de identidades pelos efeitos de sentido dos discursos.

Focando nestes aspectos analisamos as dez comunidades virtuais selecionadas e também alguns dados do perfil de seus donos. Para isso formulamos o seguinte roteiro de itens basilares, referentes aos marcadores identitários presentes no discurso:

- Análise do nome da comunidade;

- Número de membros;
- Adequação à categoria do Orkut a que pertence;
- Data de criação da comunidade;
- Descrição geral e tema central abordado (tematização);
- Análise do tempo, espaço e pessoa do texto verbal;
- Análise do texto icônico e suas significações;
- Comunidades relacionadas a esta comunidade principal<sup>25</sup>;
- Dados gerais do dono da comunidade<sup>26</sup>: número de amigos, sexo, idade, local de residência, e comunidades a que pertence;
- Índícios de representações da identidade do gaúcho;

### 4.3 ANÁLISE DAS COMUNIDADES

#### 4.3.1 Comunidade principal “EU ME ORGULHO EM SER GAÚCHO”

Esta comunidade tem mais de oitenta e seis mil membros e foi criada em setembro de 2004. A categoria em que foi classificada, “Países e Regiões”, conota culto a território físico e pertencimento e tem relação isotópica ao tema da comunidade.

O título já tem relevância e visibilidade por estar todo em caixa alta, o que na internet – conforme a netiqueta<sup>27</sup> – seria como uma expressão ‘gritada’. Dessa forma, começa a produzir sentido de apelo, força e intensidade. Além disso, o efeito de proximidade causado pelo uso da primeira pessoa do singular e a explicitação da palavra orgulho convergem para a reafirmação de intensidade do discurso.

O tema geral que salta aos olhos é o culto ao território e o orgulho por trás disso. Na descrição, as primeiras palavras também mantêm a idéia do título, estando todas as

<sup>25</sup> Dados que foram coletados em 14/10/08.

<sup>26</sup> Dados que foram coletados em 14/10/08.

<sup>27</sup> Regras de etiqueta aplicadas à internet não são oficiais, nem estão documentadas em nenhum lugar. A compilação de normas abaixo está sendo escrita e expandida de forma colaborativa e voluntária, pelos próprios usuários da Internet. Ver também <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Netiqueta>>.

letras em maiúsculo: 'COMUNIDADE ORIGINAL'. Sendo o sentido de uma comunidade pura e genuína, mas no nível de ciberespaço é difícil pressupor que algum texto seja original. Dessa forma, a conotação é que o original retome valores do gauchismo tradicionalista como o orgulho do pertencimento já mostrado no título. E o foco do texto é realmente o culto ao território, já que a referência e as caracterizações de lugar aparecem diversas vezes na primeira citação. A autoria do texto é de Ângelo Franco, cantor e compositor de músicas gaúchas, conhecido neste meio.

Na primeira estrofe, faltam as aspas para fechar o pensamento. E os verbos estão no presente, na primeira pessoa e remetem a lugar, à território, acompanhados do advérbio 'onde'. O efeito de sentido no uso da primeira pessoa é de proximidade com o leitor, apesar de esta ser uma citação que não do dono da comunidade, então, ao mesmo tempo em que há aproximação e subjetividade há o efeito de ancoragem, pois busca na voz de outro um discurso, apesar deste outro não estar referenciado, pelos motivos explicitados nas hipóteses já colocadas anteriormente. O tempo verbal é presente, mas há a palavra 'eterno' que conota tradição, costumes, religião. E 'jovens' e 'velhos' conota temporalidade de vida. As palavras *campo*, *rio* e *pátria* remetem a espaço também, figurativizando o discurso, as duas primeiras evocando imagens rurais, como evidenciado por Oliven (1992) ao falar da cultura do Estado.

O uso de 'a gente' dá um sentido de comunidade, coletividade, grupo, de um 'eu' pertencente. *Acredita*, *ouve* e *respeita* são verbos que conotam civilidade, pacificidade, vida calma e esperançosa.

E na segunda citação o sentido conotado é de orgulho de pertencimento além da vida, amor eterno pela terra e traz a frase conhecida no tradicionalismo gaúcho, de autoria de Jayme Caetano Braun. Estes dois trechos, portanto, trazem textos conhecidos aos amantes da cultura gaúcha. A ausência do nome dos autores pode conotar dois aspectos: o primeiro seria o de que estas frases são tão conhecidas entre os membros da comunidade que já estariam implícitas as suas autorias, como se fosse um lema, um hino aos sujeitos envolvidos na comunidade; o segundo sentido seria de um enunciador totalmente desprovido de noções de direitos autorais, que não atentou para a importância de colocar o nome dos autores no final de cada parágrafo. Isso

remete a idéias de anarquia no ciberespaço, onde nada pode ser levado a sério de verdade, onde não é preciso pensar na responsabilidade de plagiar textos alheios.

Na segunda estrofe exposta o tempo verbal é o futuro e a pessoa é a primeira do singular como na estrofe anterior. Aqui há aspas que abrem e fecham o texto, demarcando uma citação na qual o autor também não aparece. O espaço demarcado é de um livro e de um território. A morte é tematizada causando a intensificação do amor pela cultura, pois o enunciador até morto a quererá.

A observação, na seqüência, traz um verbo no imperativo e o ocultamento do pronome do enunciador. Este verbo conota uma voz de liderança na comunidade, o dono – líder – impondo suas ordens para o bom andamento deste espaço. E esta voz é categórica, pois em caso de desrespeito haverá a exclusão de membros. Após faz um apelo em letras garrafais, a começar pela expressão *por favor* que clama por respeito aos demais diferentes, ou seja, aos não gaúchos. E somente na última frase o enunciador desta comunidade se coloca em primeira pessoa explícita, como gaúcha que respeita seus deveres de civilidade e é contra o preconceito.

Mas, indo além desta questão polêmica, têm-se sentidos postos que retomam o orgulho de ser gaúcho. Nos trechos a seguir também temos avisos comumente encontrados em comunidades, como se fossem regras deste contrato de leitura entre membros. Esta observação inclui uma regra em relação às postagens de convites para outras comunidades e outra relacionada à ‘educação’ na rede, onde pessoas que quebrarem a regra da educação ao serem ofensivas em seus comentários serão excluídas do grupo, deste contexto social – serão punidas por meio disso.

O último parágrafo traz em caixa alta todas as palavras do texto que faz um apelo, como que gritando, para que os membros respeitem os que não são gaúchos. O trecho fala em limites de orgulho - que ele é positivo - em não superioridade, em preconceito, em direito de cidadãos. Isso remete a aspectos de cidadania na rede, em aspectos legais, em assuntos polêmicos que remontam à vida social fora do ciberespaço.

De certa forma este apelo está mostrando que o enunciador está atento ao fato de, teoricamente, haver um pequeno controle por parte da Google frente à temática agendada pelas comunidades – o que empiricamente percebe-se que não ocorre com

frequência -, e também mostra que o enunciador quer um povo gaúcho educado, que tenha bom nível de consciência frente à relação com o diferente.

Tem-se nesta comunidade três vozes, duas externas ao texto, que são citações de personalidades do tradicionalismo postas para colaborar na argumentação e estão sem referência. O território aparece marcado e o orgulho é o sentido produzido pelo arranjo do texto, orgulho do pertencimento. O tempo fala de futuro e de presente, o passado não é retomado diretamente nos verbos, mas a intenção do presente e do futuro é preservar valores do passado.

Por fim está posto um link que remete a um blog. Os links são presentes em outras comunidades e esta é uma característica do hipertexto e da interrelação entre ambiências do ciberespaço, que liga os conectados a outros ciberterritórios que tratam de um assunto relativo ao da página virtual atual em que o receptor está inserido.

Nesta efervescência de sentidos por meio da inserção de um link para compor o hipertexto vale comentar as comunidades relacionadas à comunidade principal analisada, as quais estão citadas abaixo. Estas, como já foi colocado, são escolhidas pelo dono da comunidade principal e no caso desta, tem-se aqui outras relativas à cultura gaúcha que reiteram o feixe de sentidos afirmados na descrição onde aqui a análise foi efetuada. São nove comunidades, sendo apenas uma não relativa à cultura gaúcha, mas à própria dona da comunidade. As oito relativas à cultura local trazem questões de esportes gaúchos, com comunidades homenageando os três principais times do Estado, mostrando-se, por isso, agregadora de todos os gaúchos e não segregadora em si mesma, em seus princípios gaúchos como haverá alguns casos a seguir.

Os textos icônicos destas comunidades relacionadas trazem cores e símbolos do regionalismo que, da mesma forma, produzem sentidos que ligados ao conjunto da página convergem para a representação identitária constatada.

O texto icônico representativo da comunidade nos traz a imagem de um mapa, conotando território físico delimitado. As cores do mapa remetem a outro símbolo estadual que é a bandeira. Ao fundo, em segundo plano, delineia-se a imagem de um cavaleiro, retomando um símbolo da cultura que é o cavalo e o guerreiro em cima do cavalo, conforme abordado por Silveira (2003). E a frase também posta em primeiro

plano que reafirma o título e causa também uma redundância que aqui se presta a reafirmação do sentido de orgulho – palavra que aparece quatro vezes na comunidade.

A produção de sentidos do texto enunciado revela representações nucleares de orgulho e honra do povo gaúcho, como também respeito aos demais diferentes. A identidade aqui é vista em relação ao diferente quando se fala em respeito aos limites do orgulho. De maneira geral o discurso desta comunidade é pacífico, pois não propõe lutas, agressões e inclusive alerta para o respeito aos outros - mesmo que altamente fechado em si mesmo. Utiliza também um discurso ligado ao tradicionalismo pelas citações que utiliza e pela evocação da instituição CTG nas comunidades relacionadas, além dos símbolos no icônico.

O dono é do sexo feminino<sup>28</sup>, aparece com 20 anos, de Porto Alegre, com 177 amigos. É filiado a 83 comunidades, sendo 12 ligadas a território, e todas ao Estado do RS. As comunidades que remetem à cultura gaúcha trazem temáticas referentes a bairros da capital gaúcha, a elementos do tradicionalismo como CTG e MTG, à dança, à música, à economia, à data comemorativa e ao sentimento de orgulho de maneira geral. Este conjunto de elementos traz representações de uma cultura gaúcha uniforme, calcada no orgulho enunciado pela dona, aos quais muitos membros se aderiram e, aos quais a emissora reitera em seu perfil pessoal. Ela é membro da comunidade 'MTG' que faz parte deste corpus qualitativo aqui analisado e já faz referência também a instituição que formaliza as regras do gauchismo, a qual é a instituição por excelência.

#### *4.3.1.1 Comunidades relacionadas à principal*

- Rio Grande do Sul (325.605 membros)
- Grêmio Esportivo Bagé (2.032)
- Ser Caxias do Sul (1.360)
- Esporte Clube Juventude (8.000)
- Esporte Clube São José (1.271)

---

<sup>28</sup> O perfil dos donos não serão exibidos neste trabalho por uma questão de privacidade. Estão disponíveis no site Orkut para fins de consulta aos interessados. Todos os dados relevantes para este trabalho foram coletados e estão descritos no decorrer da análise.

- CTG (16.031)
- Sport Clube Internacional (221.109)
- Allana Griebler (94)
- Grêmio (361.574)

#### 4.3.1.2 Comunidades do dono ligadas a territórios<sup>29</sup>

A proporção de comunidades da dona ligadas a territórios e a culturas será evidenciada a partir da próxima comunidade, da seguinte maneira: (83;12;12). Sendo que o primeiro número refere-se ao total de comunidades em que ela é membro. Deste total, o segundo número representa a quantidade de comunidades que são ligadas a territórios ou a culturas referentes a territórios. E o terceiro número refere-se às comunidades ligadas especificamente ao Estado gaúcho.

##### 4.3.1.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho

- Zona Norte – Porto Alegre (11.317)
- Passo D'areia (176)
- CTG Tiarajú (1.000)
- MTG (5652)\*
- Eu me orgulho em ser gaúcho (90.312)
- Garotos de Ouro (12.186)
- Traje de Prenda (418)
- Eu sou gaúcho e me chega !!!... (716)
- Vizinhança (20.250)
- 20 de Setembro (7)

---

<sup>29</sup> Entende aqui comunidades ligadas a territórios geográficos e também culturas relacionadas a estes territórios.

- Eu confio em produtos gaúchos (224)
- Honrando minhas tradições (4)

#### 4.3.1.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios

Não há comunidades do dono ligadas a outros territórios que não o gaúcho, como já evidenciado na relação de números (83:12:12).

#### 4.3.2 Comunidade principal “Gaúchos de verdade”

Esta comunidade tem mais de três mil e novecentos membros, e a categoria “Países e Regiões” é adequada ao tema da comunidade criada em dezembro de 2004.

Diferente da outra comunidade analisada, esta não é pacífica. “Gaúchos de verdade” traz um título em letras não maiúsculas, a não ser a inicial, e uma foto que denota paz, plenitude, equilíbrio, aspectos rurais, céu. Aspectos que primeiramente dão a conotação de pacifismo. O texto descritivo, porém, composto por três parágrafos, aborda o separatismo, a intolerância ao diferente, e a superioridade que busca a independência política. O pertencimento ao território novamente aparece com força, intensificado ainda mais pelo apelo separatista, reminescente dos ideais de independência da revolução farroupilha.

O primeiro parágrafo já afirma, na primeira frase, o forte apelo separatista com vistas no cuidado do território que é dos gaúchos. O primeiro parágrafo está escrito em primeira pessoa do plural, o que mostra uma idéia de grupo. A segunda frase traz o tema “ser gaúcho de verdade”, e “amor” pelo Estado e a certeza de ter nascido no melhor lugar do mundo – que demonstra mais uma vez o orgulho do pertencimento. A comunidade é auto-representada como um lugar de discussões acerca de temas que tocam quem se diz gaúcho de verdade que tem orgulho de gritar o que é. Traz também a segunda pessoa do singular como um recurso de interpelar o leitor.

O segundo parágrafo traz o depoimento do dono da comunidade, em primeira pessoa do singular. Perceba que primeiramente este emissor traz um discurso no plural como que um outro contrato de leitura com o receptor, além da foto e do título, com conotações de grupo e de valores coletivos dos gaúchos e, após, fala para um tu, e, então, fala de si enquanto criador desta comunidade para o bem da coletividade gaúcha. Por fim ele ainda coloca, nas regras, em terceira pessoa “povo gaúcho”. Mostra-se como defensor da cultura gaúcha e expõe o drama das comunidades que falam mal da sua cultura, nas quais os moderadores não têm atitude firme. Este seria então um ambiente rigidamente controlado contra ofensas e difamações ao Rio Grande do Sul, ao mesmo tempo em que é intolerante às demais culturas.

No terceiro parágrafo há exposição de regras em forma de observação – como ocorreu na outra comunidade analisada. Aí é o espaço de regras deste contrato virtual de pertencimento a comunidade. Este tópico traz a palavra *identidade* como foco da temática desta comunidade. Por meio desta identidade é que se justifica a intenção de independência do RS em relação ao Brasil, ligando identidade a território.

Por fim, na última frase, têm-se as palavras em maiúsculo, conotando um grito final do discurso, o qual descreve as finalidades deste espaço virtual. O termo *raça* é trazido para abordar os gaúchos, sendo esta caracterizada como soberba. Os gaúchos e seus admiradores são muito bem vindos para discutir temas acerca da sua identidade.

Falar de soberba é falar de presunção, arrogância, superioridade e de orgulho disso tudo. Esta comunidade, portanto, é de caráter radical e reafirma de maneira mais intensa e agressiva a demarcação deste povo que tem orgulho do que é e que luta para manter a sua honra, combatendo intolerantemente o diferente que o difama, ao mesmo tempo em que, implicitamente, difama os demais que não o são tão soberanos quanto esses.

O uso do presente no primeiro parágrafo dá uma idéia de atualidade, de contemporaneidade discursiva. No momento que há a observação quanto às regras das comunidades o tempo verbal é o futuro, remetendo a um após, dizendo o que não será aceito. O único verbo no passado é o *nasceu* remetendo aos membros que escolhem a comunidade.

O espaço é constituído pela referência ao Estado do RS como espaço territorial, e aparece também como “queriso rio grande” com letras minúsculas e um erro ortográfico, “melhor lugar do mundo”, “cidades”, “nosso estado”, “RS”.

O espírito coletivo e o orgulho do pertencimento aparecem explicitamente por meio da expressão: “nós cuidarmos do que é nosso”, “orgulho no peito de gritar: ‘Eu sou gaúcho’”. Tematiza a mobilização e o cuidado ao território e o dono exerce a liderança ordenando, usando o imperativo.

A imagem icônica traz, se analisada em isolado, a conotação de equilíbrio, mas em conjunto com o texto verbal da descrição esta conotação aflora para o sentido de uma postura velada, guardiã e protetora dos valores genuínos. A imagem do cavaleiro traz vetores que conotam movimento, postura de vigília frente ao inimigo que fala mal deste território. O rural e o espírito de cavalaria mais uma vez aparecem nos textos ligados a cultura local.

O cavaleiro em prontidão de guerra e os tons escuros do primeiro plano da imagem, remetem ao sentido de imponência – sentidos estes que se mostram a partir do que o receptor encontra na descrição que mostra os objetivos da comunidade que denomina a sua raça de soberba. O céu parece o horizonte de tradições da cultura a ser zelada, sendo o plano que aparece em tons de rosa que conotam pureza e docilidade, como a parte mais iluminada da imagem.

O dono desta comunidade é do sexo masculino, tem 802 amigos, 27 anos, e é da cidade de Caxias do Sul. Elegeu nove comunidades relacionadas a esta principal, as quais trazem sentidos isotópicos aos verificados anteriormente. Estas tratam de música, de símbolos gaúchos, da beleza das mulheres e do desprezo ao “tchê music”. Diferente das comunidades de seu perfil pessoal, aqui o dono não expõe comunidades sobre o time de futebol que venera, talvez por que isso restringiria o número de adeptos a este discurso.

Enquanto sujeito com seu perfil pessoal é membro de 731 comunidades, sendo que 86 são ligadas a território e destas, 79 ao gauchismo. O país vizinho ao Estado do Rio Grande do Sul, Uruguay, é o tema da comunidade ligada a território que não tem relação com a cultura gaúcha, junto de comunidades sobre História e História colombiana e o ódio à seleção brasileira. Neste caso, o contato do enunciador com o

Uruguay traz aspectos das raízes históricas do gauchismo e seu interesse por temas históricos faz com que haja uma convergência de sentidos com as demais comunidades ligadas a cultura gaúcha.

Seu traço forte nas demais 79 comunidades é a veneração ao Juventude como time esportivo e ao Rio Grande do Sul como seu território por excelência e por isso digno de ser independente do restante do Brasil. Ele coleciona comunidades de cantores e compositores gaúchos, aprecia o mate e odeia o “tchê music”. O fanatismo no sentido pejorativo e desrespeitoso está presente também na conotação das escolhas de suas comunidades no perfil pessoal.

Neste conjunto de dados significantes vemos a exacerbação do orgulho de pertencer, pois a violência está presente no discurso. Expressões como “soberba raça”, “moderadores froxos”, “comunidades infestadas”, “tolerância zero”, demarcam esse sentido. Aqui há um valor de desrespeito que causa uma tensão em relação aos valores pregados pelo MTG onde o gaúcho é tido como um povo nobre e civilizado. A representação central é baseada na busca da coesão identitária e no separatismo com base em valores desrespeitosos. Adjetivos pejorativos e expressões que remetem a vida animal como “infestadas” trazem um sentido polissêmico e conotam o cunho radical deste discurso, que se comprova nas comunidades do perfil pessoal do dono, como também nas comunidades relacionadas.

As comunidades trazem sentidos isotópicos em si mesmas, porém no todo há sentidos desviantes, representações periféricas que causam tensões nos sentidos majoritários tidos em outras comunidades. Isso mostra o hibridismo e a diversidade presente no ciberespaço como território para as mais diversas representações, as quais sempre encontram seus pares como adeptos. O dono, porém, em momento algum menciona as instituições ligadas a cultura gaúcha como MTG ou CTG, apesar de estar filiado a muitas comunidades de personalidades musicais do tradicionalismo. Então ao mesmo tempo em que ele é radical, faz referência ao universo tradicionalista.

Ele é membro da comunidade “A verdadeira tradição gaúcha” que será analisada a seguir. Percebe-se que neste corpus de 10 comunidades ocorre que o dono de uma é filiado em uma outra, o que caracteriza as relações ciberespaciais e a ligação entre os

adeptos de uma cultura, colaborando para as reafirmações identitárias entre os protagonistas destes discursos.

#### *4.3.2.1 Comunidades relacionadas à principal*

- Rodeio Crioulo (13.036)
- Ando pilchado, e daí? (4.878)
- Sagu com bucho (345)
- Baitaca, o tauro (2.215)
- Mano Lima, o bagual (14.563)
- Gaúchas são perfeitas (4.356)
- Cavalo, herói da humanidade (935)
- Costela faz bem (188)
- Tchê music: não é tradição (503)

#### *4.3.2.2 Comunidades do dono ligadas a territórios*

- (731;86;79);

##### *4.3.2.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho*

- Rio Grande independente (3.176)
- Esporte Clube Juventude (8.000)
- Jayme Caetano Braun (17.267)
- Gujo Teixeira
- Netho perde sua alma (418)
- Serra gaúcha (1603)

- Baitaca, o taura (2.215)
- Anti dupla gre-nal (3443)
- Garibaldi (1478)
- E. C. Juventude feito para amar (2.308)
- Noel Guarany (6.667)
- Martin Fierro (4.659)
- Cenair Maicá (3851)
- João Simões Lopes Neto (657)
- Xirú Antunes (1.060)
- Cultura do mate (1426)
- Jairo Lambari Fernandez (4.841)
- Jairo "Lambari" Fernandez (537)
- Folclore latino-americano (942)
- Morenas gaúchas (8484)
- Leonel Gomez (5449)
- Ando pilchado, e daí? (4878)
- Pedro Ortaça (4324)
- Jayme Caetano Braun (754)
- Gaúchos de verdade (4074)
- Contos Gauchescos (405)
- Aureliano de Figueiredo Pinto
- Grêmio ou Inter? Nem morto! (427)
- Nilton Ferreira (700)
- Odeio Porquera (67)
- Fabiano Bacchieri (955)
- Matear sozinho (1.122)
- Bento Gonçalves da Silva (1.647)
- RS é o meu país (1528)
- Não tomo chimarrão, tomo mate (6.040)
- República Riograndense (751)
- A verdadeira tradição gaúcha (6.803)\*

- Na estrada dos festivais (507)
- Mate pura folha (403)
- Gildo de Freitas (174)
- Mais pampa e menos povo (2.145)
- Jorge Frederico Duarte Webber (167)
- Me perdi na gauchada (1.166)
- Terapia do joelho (1795)
- Gaúchas são perfeitas (4.356)
- O Rio Grande é meu país (2.089)
- José Claudio Machado (494)
- No meu tempo de guri! (403)
- Sepé Tiaraju (794)
- Nisto que me refiro (19.343)
- Lugar de Cowboy é no Texas (2663)
- Eu acordo cedo para tomar mate (612)
- Erva só na cuia (5.600)
- Tchê music não é cultura (1827)
- Mate solito (1377)
- Teixeira Nunes – Gavião (432)
- Eu odeio Tchê music (1.181)
- General Antonio Souza Netto (833)
- Meu filho vai ser juventudista (1.077)
- Milonga com cheiro de campo (1.633)
- Odeio gaúcho de 20 de setembro (174)
- História do Rio Grande do Sul (2.419)
- Fabrício Vasconcellos (201)
- Ju contra tudo e contra todos (614)
- Música gaúcha da buena (9.166)
- Deusas juventudistas (1269)
- Somos juventude pra sempre fiéis (274)
- Já calamos o Maracanã (240)

- Milonga abaixo de mau tempo (277)
- Gaúcho(a) por excelência (1.015)
- Socorram o bioma pampa!! (240)
- Jarí Terres (1.135)
- 100% Juventude (166)
- Gaúchos tauras (108)
- Não posso..Tem jogo do Ju (777)
- Um mate recém cevado (5.921)
- Sepé o verdadeiro herói (72)
- Colona, Polenta e Juventudista (190)
- Tenho nojo de gaudério fajuto (34)

#### 4.3.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios

- Uruguay (6.738), mas em seus primórdios, relacionada aos gaúchos.
- História (46.365)
- Astecas, incas e maias (12.288)
- Eu odeio a Seleção Brasileira (1.126)
- História Pré-Colombiana
- Descendentes de italianos (198.011)
- Eu torço contra a Seleção (4872)

#### **4.3.3 Comunidade principal “A Verdadeira Tradição Gaúcha”**

Esta comunidade foi criada em maio de 2005, tem mais de seis mil e trezentos membros e sua categoria “Culturas e Comunidades” é pertinente ao seu conteúdo.

A tradição é venerada por meio da música e a comunidade se preocupa com a verdadeira tradição e aborda a autenticidade – elementos que até então não haviam

aparecido. Pacífica de modo geral, não traz questões separatistas nem ofensas ao diferente. Utiliza o recurso de autoridade citando vários compositores e interpretes de músicas gaúchas e traz uma citação de Ângelo Franco que enriquece o seu argumento de busca a verdadeira cultura por meio da tradição. Os valores formais do MTG são reafirmados e a representação que predomina no discurso é a do gaúcho tradicionalista.

É descrita em terceira pessoa com foco no público a que se destina. Com isso tem-se um efeito de objetividade com o afastamento do enunciador. A comunidade destina-se aos entendidos e aos preocupados com a verdadeira tradição gaúcha e aos admiradores do trabalho de compositores de músicas tradicionalistas. Há o nome de vários compositores e interpretes, conferindo o sentido de referencialidade à comunidade. A música é o seu eixo temático.

A categoria espaço é demarcada pela expressão “Terra Gaúcha” precedida pelo pronome possessivo “nossa”. O sentido de coletividade e de aproximação é conseguido nesta frase que usa a primeira pessoa do plural. O tempo predominante é o presente.

Há um efeito de ancoragem ao trazer a citação de Ângelo Franco que fala de autenticidade. O amor, verdade, autenticidade são os valores presentes no discurso. A música é o artefato cultural que centraliza a tematização da comunidade.

O texto icônico que marca esta comunidade traz uma pessoa de costa com vestes típicas do gaúcho: pala, bombacha e bota, tendo como cenário em campo verde e o céu como horizonte. Novamente um cenário que lembra campo e agora com a figura humana com mais destaque, apesar de estar de costas. A pilcha denota o tradicionalismo. Conota-se a figura masculina pelas vestes e pelo chapéu, a qual está escorada num mastro como que em pose de admiração, observação do que está a sua frente. O verde traz o sentido equilíbrio, sendo a natureza o principal elemento nesta foto somado ao elemento humano. Relacionado ao texto verbal pode-se inferir que no horizonte está o ideal de preservação da cultura, comparando o verde da natureza com a verdadeira cultura gaúcha sendo cuidada pelos gaúchos típicos, vestidos conforme manda as regras do MTG.

As seis comunidades relacionadas pelo dono reforçam o sentido tradicionalista e rechaçam o “tchê music”, apesar da descrição da comunidade principal não conotar

agressão verbal, mas sim uma veneração do tradicionalismo - que é contrário ao “tchê music”. O perfil do dono traz oito comunidades relacionadas a território sendo todas relativas à cultura gaúcha, e três destas relativas ao repúdio ao “tchê music”, seguindo o caminho de sentidos presente na descrição da comunidade principal – com foco na música e na tradição. Ele é da cidade de Esteio, em 26 anos e 90 amigos na rede Orkut.

Estes elementos reafirmam os valores do gaúcho comumente representado pelo tradicionalismo e aqui a música seria um elemento chave para a coesão cultural. As instituições ligadas à preservação da cultura como o CTG estão presentes nas comunidades relacionadas a comunidade principal.

#### *4.3.3.1 Comunidades relacionadas à principal*

- Eu odeio Tchê music (1.181)
- Tchê music não é cultura (1.827)
- Eu sou gaúcho tradicionalista (2029)
- Luiz Marengo (5.081)
- CTG (16.029)
- campo Nativo (1.344)

#### *4.3.3.2 Comunidades do dono ligadas a territórios*

- (26;08;08);

##### *4.3.3.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho*

- Comunidade do gaúcho (21.263)

- Luiz Marengo (5.081)
- Noel Guarany (6.667)
- A Tchê music me tapa de nojo (3.357)
- Pedro Ortaça (4.324)
- A verdadeira tradição gaúcha (6.803)
- Tchê music não é cultura (1827)
- Eu odeio tchê music (1.181)

#### 4.3.3.2 Comunidades ligadas a outros territórios

- Não há;

#### **4.3.4 Comunidade principal “Gaúchas Incomodam & Comandam”**

Esta comunidade foi criada em março de 2005 e tem mais de vinte mil e oitocentos membros e tem relação com a sua categoria “Países e Regiões”. O foco da comunidade é a temática beleza, por isso poderia pertencer à categoria “Moda e Beleza”, mas como a evidência é para a beleza da mulher gaúcha ela não deixa de estar no lugar certo.

Manifestações em comunidades do Orkut referentes a beleza de homens e mulheres são evidenciadas correspondendo aos mais diversos Estados brasileiros. Estes territórios podem não estar representados quantitativamente como o Rio Grande do Sul, mas com certeza terá pelo menos algumas comunidades relacionadas à beleza de seu povo, conforme evidenciado empiricamente. Isso pode ser fruto da civilização da imagem e da sedução que gira em torno da beleza, e também pela maioria dos membros do Orkut serem jovens e solteiros, o que acaba incentivando relações conjugais e comunidades ligadas a sensualidade.

Então, esta é a comunidade que tematiza a beleza da mulher gaúcha, tema este que é ligado ao território geográfico e depende do vínculo de nascimento da mulher.

Valores como a superioridade, a vaidade articulam-se para argumentar que as gaúchas são melhores que todas as outras mulheres.

O título conota um sentido de rivalidade e liderança pelas expressões “incomodam” e “comandam”. A primeira frase traz uma afirmação que generaliza, pois a primeira palavra é “todos”, em caixa alta, trazendo o sentido de grito e pensamento coletivo. No segundo parágrafo o sinal de “+”, abreviação da palavra *mais*, comumente utilizado na internet, é seguido de diversos atributos em que as gaúchas são tidas como superiores pelo dono da comunidade, que é um homem. Quesitos físicos e intelectuais são levados em conta.

O tempo verbal no presente prevalece entre os verbos e as mulheres gaúchas são as personagens principais deste discurso. A primeira pessoa do plural intercala com a terceira do plural, sendo “nós” ou “as gaúchas” e as “outras”, num sentido de concorrência e rivalidade. O pronome tu marca o último parágrafo. O espaço é conotado pela expressão “sotaque” e pela própria palavra “gaúchas” – gentílico das nascidas neste território - “no sul”.

O texto icônico traz a imagem de uma moça loira de cabelos longos com óculos escuros e uma postura de indiferença e superioridade, queixo e braço direito erguidos, cabeça inclinada. O fundo preto destaca a modelo que está aí para representar as qualidades conferidas às gaúchas.

O dono é um homem que não cita sua idade, de Porto Alegre. E as comunidades que ele relaciona à principal colaboram para os sentidos de soberania da beleza ligada ao território, de beleza das paisagens naturais do Estado e das mulheres. Há uma comunidade que trata do ódio, especialmente o sentimento de pena de quem odeia gaúcho e outra que trata cita o grêmio – o que mostra que em todos os casos algum time de futebol é referenciado.

O perfil do dono traz 11 comunidades relacionadas a território e todas ligadas a reafirmação de sua identidade gaúcha, dentre um total de 37 comunidades. Os sentidos das comunidades relacionadas, dos textos verbal e icônico da comunidade principal e dados do dono convergem na mesma direção: honra aos atributos do território, com ênfase na beleza incomparável das mulheres deste lugar. Porém o tradicionalismo aqui

não se faz presente de maneira explícita, mas possivelmente como uma ancoragem – pois na cultura local a beleza da prenda sempre é requisito fundamental.

#### *4.3.4.1 Comunidades relacionadas à principal*

- Loiras gremistas e grêmio (11.619)
- Loiras gaúchas (24.537)
- Gaúchas têm o que eles gostam (22.041)
- Pôr do sol em Porto Alegre (18.362)
- Porto Alegre: terra das deusas (6.779)
- Bah, nada como ser gaúcho (14.820)
- Beira do Guaíba (4.033)
- Tenho pena de quem odeia gaúcho (7484)

#### *4.3.4.2 Comunidades do dono ligadas a territórios*

- (37;11;11);

##### *4.3.4.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho*

- Rio Grande do Sul (325.590)
- Porto Alegre (137.761)
- Chimarrão (216.886)
- Rio Grande Surf (22.767)
- Pôr do sol em Porto Alegre (18.362)
- Tenho pena de quem odeia gaúcho (7484)

- Gaúchas incomodadas & comandam (20.637)
- Beira do Guaíba (4.033)
- Bah, nada como ser gaúcho(a) (4.033)
- Loiras gaúchas (24.537)
- Porto Alegre: terra das deusas (6.779)

#### 4.3.4.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios

- Não há;

#### **4.3.5 Comunidade principal “MTG”**

Esta comunidade tem mais de cinco mil e quinhentos membros, e existe desde setembro de 2004. Sua categoria “Países e Regiões” é pertinente, já que trata de uma cultura ligada a um território. O título é direto e traz a sigla conhecida entre os admiradores e seguidores das normas da instituição MTG – Movimento Tradicionalista Gaúcho

Esta comunidade é bem sucinta, traz informações que conotam objetividade e utilitarismo por meio de itens de referencialidade, como dados de endereço, telefone e site da instituição MTG. A sua proposta é enunciada de maneira curta e clara: discutir valores gaúchos. Como em outros casos, há um link que remete a outro espaço virtual relativo ao tema central da comunidade, que neste caso é o próprio site institucional do MTG.

No aviso final há o cuidado com o propósito tradicionalista da comunidade, o que é esperado e implícito já ao verificarmos a temática central da comunidade – clara desde o título. O tradicionalismo constitui-se então como a representação nuclear por excelência desta comunidade, já que esta própria idéia surgiu com o MTG.

O espaço é marcado pelos dados do endereço geográfico do MTG e pelo link ao site, espaço virtual, o que junto da comunidade constitui um amplo e diversificado espaço para a discussão de valores gaúchos. Aqui a questão de defesa do

tradicionalismo é explícita. O tempo é presente e a pessoa é a primeira do plural 'discutimos', trazendo indícios de coletividade.

O texto icônico traz o símbolo do MTG que por sua vez traz símbolos eleitos como do Rio Grande do Sul: cavalo, cuia e planta, já explicitados no item deste trabalho que trata da história do gauchismo. O dono elegeu duas comunidades relacionadas que trazem sentidos isotópicos ao do texto verbal e icônico, uma ligada ao próprio território que abriga esta cultura tematizada e outra sobre a instituição CTG, que é 'filhote' do MTG e difusor dos costumes em diversas localidades.

O dono é do sexo masculino e não cita idade nem cidade. De suas 128 comunidades, 52 são ligadas a território e dessas, 40 são sobre a cultura gaúcha. As demais trazem uma diversidade de representações identitárias, reverenciando culturas de cidades e países fronteiriços com exceção de uma comunidade que é relativa à Alemanha.

#### *4.3.5.1 Comunidades relacionadas à principal*

- Cante e encante seu CTG (270)
- Rio Grande do Sul (325.590)

#### *4.3.5.2 Comunidades do dono ligadas a territórios*

- (128;52;40);

##### *4.3.5.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho*

- Rio Grande do Sul (325.590)
- Pelotas (23.551)
- Brasil de Pelotas – Xavante (15.469)

- Cerveja Polar (52.656)
- Santana do Livramento (10.957)
- São Lourenço do Sul (5.399)
- Pinheiro Machado (1.835)
- Torres (4.210)
- Quarai (2.513)
- Pelotenses fora de casa (2.788)
- Gauchada em Floripa (213)
- Mate amargo (1324)
- Churrasco de ovelha (5.366)
- Bombacha (3.752)
- Martin Fierro (4.659)
- Ginetes do Rio Grande (9.039)
- Música gauchesca (3.841)
- MTG (5.856)
- Maragatos/maragato (1.439)
- festivais nativistas (4.651)
- A tchê music me tapa de nojo (3.357)
- Pelotenses em Floripa (42)
- Chacarera (2.055)
- Pampa – la Pátria gaúcha (3.708)
- Garra Xavante (2.356)
- Bombacha Shamsa (958)
- Xavante – rumo à Tóquio (647)
- Um canto para Martin Fierro (1.581)
- Não tomo chimarrão, tomo mate (6.039)
- Grosso não, tradicionalista (2.078)
- Xavantes de Santa Catarina (96)
- Gineteada de fundamento (1.467)
- Tchê music não é cultura (1.827)
- Sou só Xavante (1.341)

- Ponche verde da canção gaúcha (423)
- Sou assador, não churrasqueiro (503)
- Revolução Federalista 1893-95 (663)
- Amostra da Arte Criolla (1.545)
- Eu acredito na metade sul (98)
- Programa Rincãozinho (159)

#### 4.3.5.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios

- Deutschland (26.806)
- Uruguay (6.735)
- Patagônia argentina (3.094)
- Montevideo (4,427)
- Argentina (24.806)
- Rivera – Livramento ((4.123)
- Punta Del Este (11.301)
- Artigas city (1.351)
- Carvoeira (631)
- Cultura Del mate (1426)
- Futebol Uruguayo (252)
- Paso de los Toros (82)

#### 4.3.6 Comunidade principal “ViCiAdOs Em C.t.G. !!!!!”

Comunidade criada em fevereiro de 2006, tem cerca de mil e duzentos membros e sua dona é a única adolescente. A categoria “Culturas e Comunidades” é pertinente à temática abordada e defendida com veemência na comunidade. Esta comunidade traz no título a expressão *vício*, o que demarca o sentido de fixação, de

paixão, de dependência cultural às tradições gaúchas, especificamente ao CTG e a sua prática. A expressão utilizada em outros campos sociais como o da saúde, por exemplo, é usada como metáfora para conferir intensidade e veracidade ao dito. Neste caso o discurso e suas estratégias são compatíveis com a faixa etária do enunciador, que como adolescente vivencia tudo com mais intensidade.

A dança aqui é o tema central. Traz também uma analogia ou lembrança aos alcoólicos anônimos, ao fazer referência aos viciados não anônimos e trazem também a expressão “crise de abstinência” num sentido polifônico, trazendo vozes de outros discursos como o da dependência química. Sentido fortemente demarcado de coletividade, prática cultural. Fala do orgulho de ser tradicionalista.

Nessa, como em outras comunidades aparecem palavras abreviadas e erros de grafia e pontuação que não foram corrigidos, típico do virtual que mostra a rapidez com que comunidades são configuradas e até o descaso em cuidar e atualizar os textos.

O tempo é presente, mas também fala da época de ensaios para rodeios, das madrugadas. A pessoa que prevalece é a terceira “os viciados”; o espaço presente no discurso é basicamente o CTG.

O texto icônico é isotópico, pois traz a imagem de um grupo de danças, visto do alto onde há vetores que conotam movimento, ação dos personagens que representam uma dança de pares. Os vestidos coloridos trazem o sentido de dinamismo à imagem, e ainda o sentido de gaúcho formal, já que estão vestidos tipicamente.

As comunidades relacionadas a esta escolhidas pela dona reiteram sentidos ao se referirem à dança, música e a diversos CTGs. O dono é uma adolescente, onde a idade não aparece, mas a foto a caracteriza. Ela é de Guarapuava no Paraná. O primeiro caso, até então, de dona de comunidade que não traz uma cidade gaúcha em sua localidade.

No seu perfil pessoal, as comunidades ligadas a território geográfico somam 46, sendo 45 ligadas ao gauchismo e uma ligada ao Brasil e fazem parte de um total de um universo de 189 comunidades. Das 45 comunidades gaúchas o CTG e os eventos relativos à dança e à música são os temas mais evidenciados. Vale observar que esta é uma pessoa que mora no Paraná, não é membro de nenhuma comunidade relacionada a este Estado e ainda lidera uma comunidade relacionada à cultura de outro Estado.

#### *4.3.6.1 Comunidades relacionadas à principal*

- Danças tradicionalistas gaúchas (7.439)
- O CTG é a minha casa (1.692)
- CPF Piá do Sul (1.642)
- Eu sou do juvenil do chaleira (19)
- CTG Chaleira Preta (171)
- Músicas Gauchescas – Coreografias (3762)
- CTG Fogo de Chão (352)
- CTB CTG Querência Santa Mônica (382)
- Já quase reprovei por CTG (75)

#### *4.3.6.2 Comunidades do dono ligadas a territórios*

- (189;46;45);

#### *4.3.6.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho*

- Truco gaudério (51.589)
- CTG (16.028)
- Jayme Cetano Braun (17.267)
- Chula (2.213)
- César Oliveira (10.512)
- CPF Piá do Sul (1.642)
- Califórnia da Canção Nativa (2.008)
- CTG Vinte de Setembro (582)
- Professor Gaúcho (2.955)

- Ronda Alta (1.285)
- Danças Tradicionalistas Gaúchas (7.439)
- Rondinha (663)
- Chacarera (2.055)
- Confraria dos declamadores (780)
- Paixão Côrtes (1488)
- Eu danço em invernada (4.746)
- Shana Muller (2477)
- Apparicio Silva Rello (933)
- CTB CTG Querência Santa Mônica
- Somos gaúchos de coração (896)
- CTG Charrua (267)
- Eu sou juvenil do Chaleira (19)
- ...eu amo CTG... (2.206)
- FEPART (833)
- CTG Estância do Colorado (260)
- Amo as danças tradicionalistas (961)
- O CTG é a minha casa (1692)
- Fepart (204)
- Ihh, não posso...tenho ensaio (52.910)
- CPF Piá do Sul Abala (271)
- Viciados em C.T.G !!! (1.323)
- Música gaúcha da buena (9166)
- Os piás de Santa apavoram (80)
- CTG Chaleira Preta – Guarapuava (111)
- Bah! Não posso tenho ensaio (3.269)
- CTG Chaleira Preta (171)
- Eu amo dança entrada e saída (69)
- Elas preferem os de bombacha (353)
- Prendas + lindas do Orkut (633)
- Meu peão acha que manda (416)

- Rádio Tertúlia.com (1.967)
- Músicas Gaúchas – coreografias (3.762)
- Nada que um ensaio não cure (12)
- Tchê do Wnload (3883)
- Já quase reprovei por CTG (75)

#### 4.3.6.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios

- Eu sou brasileiro, naum desis...(531)

#### **4.3.7 Comunidade principal “EU AMO O RIO GRANDE DO SUL”**

Com quase quinze mil membros, criada em maio de 2005, a categoria em que se enquadra esta comunidade - “Países e Regiões” - é pertinente à temática nela trabalhada. Há uma particularidade no seu texto descritivo, pois com elementos do texto verbal é formado um texto icônico que representa um costume e símbolo gaúcho: o chimarrão. É um texto icônico a mais além da foto que demarca a comunidade e das fotos das comunidades relacionadas.

A temática abordada traz sentimentos como amor e orgulho pelo Rio Grande. Este espaço é caracterizado como “nosso pago”, “terra abençoada” e como “imenso”. A questão do nascimento no Estado e do acolhimento do estrangeiro são temas que até então não haviam sido o foco de uma descrição. Então, como um contrato de leitura este texto prevê não só a filiação de membros gaúchos, mas também de admiradores da cultura gaúcha.

O tempo verbal remete ao passado já que trata de nascimento. A terceira pessoa marca o discurso, pois o enunciador explica a quem se destina a comunidade – a todos que se adequarem às características descritas. Ao estabelecer que a comunidade é também para aqueles que se sentiram acolhidos há o uso da primeira pessoa do plural

pra vangloriar o território como “nosso pago”, mostrando não só que os gaúchos pertencem ao território, mas que este território pertence aos gaúchos.

E antes de inserir o texto icônico formado por caracteres como asterisco e barras, há entre aspas um trecho de uma música popular no Estado. Ao falar novamente do amor enaltece também a natureza e a fertilidade do solo gaúcho. Assim como em outra comunidade que usa citações de outras pessoas, que não do dono, nesta não há a referência ao autor.

Neste caso não há a comumente observação no final da descrição quanto às regras da comunidade. Há a divulgação de um site de Caxias do Sul, mostrando também um tipo de inserção e divulgação de conteúdo por meio de links.

O texto icônico que identifica a comunidade é composto por um “mosaico” de quatro espaços. Um remete a um prédio de conjunto habitacional; outro a uma churrasqueira com espetos de carne assando; a direita da foto uma cachoeira como beleza natural; e abaixo parte das Ruínas de São Miguel. Estes elementos formam um conjunto significativo que parece ressaltar uma totalidade do modo de vida dos gaúchos: moradia, comemorações, exaltação da natureza e respeito ao passado.

Além deste texto icônico têm-se as fotos das comunidades relacionadas pelo dono. São nove, sendo duas de caráter universal ao tratar do cuidado a natureza e benção aos que sofrem. As demais trazem dois times gaúchos, Grêmio e Internacional, a beleza da mulher gaúcha, o modo de falar e de viver do povo do Rio Grande do Sul.

O perfil do dono mostra um homem de 30 anos, de cidade Natal Santa Maria, com 111 amigos. Nas suas comunidades há 65 filiações, 30 ligadas a território e todas a respeito do RS. Dessas 30, 20 são sobre o grêmio e as demais sobre cidades e pontos turísticos do Estado. Desta maneira vê-se que o enunciador é estável e fortemente ligada ao Estado.

Esta comunidade não entra em conflito com o diferente, pelo contrário, até o acolhe. Não coloca o RS como melhor lugar do mundo, mas apenas exalta suas qualidades. Fala de amor desde o título e dessa forma os sentidos são isotópicos de todos os lados que provêm a significação do discurso, tanto verbal quanto icônico. Pode-se dizer que explicitamente esta é uma comunidade neutra em relação ao

tradicionalismo, pois não traz menção direta a instituições ou a regras do MTG, mas venera intensamente o território ao falar de amor.

#### *4.3.7.1 Comunidades relacionadas à principal*

- As mulheres gaúchas são lindas (796)
- Deus abençoe todos que sofrem (376)
- Rio Grande do Sul fotos (114)
- Eu falo tchê (15780)
- Campeiro de alma e coração (7.005)
- Gremista apóia o jogo inteiro (383)
- Defesa Gaúcha – a 1ª (2005 – 08) (1287)
- Colorado para sempre (436)
- Evite queimadas (5)

#### *4.3.7.2 Comunidades do dono ligadas a territórios*

- (65;30;30);

#### *4.3.7.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho*

- Rio Grande do Sul (325.603)
- Geral do grêmio (97.503)
- Alma Castelhana – Grêmio (47.711)
- Gremistas de Santa Maria (16.238)
- Grêmio – Sócios gremistas (7.769)

- O 1º Gre-Nal deu Grêmio 10 x 0 !! (88.867)
- Bahhhhhh...eu sou gaúcho (48.040)
- Eu amo Santa Maria – RS (3.096)
- Eu amo o Rio Grande do Sul (15312)
- Praia das tunas – restinga Seca (1.576)
- Blogão do Grêmio – Gremista (64.961)
- Leio o Diário de Santa Maria (28)
- Gremista desde criancinha (98.370)
- Grêmio tetra da copa do Brasil (2.010)
- Eu falo tchê !!! (15.780)
- O grêmio é campeão do mundo (3.159)
- Grêmio colecionador de títulos (4.634)
- Polícia Federal do Brasil I (6.342)
- Grêmio – VIP (76.568)
- Gremista, te associa! (1.056)
- Grêmio – Rei de Copas (19.392)
- O grêmio calou o Aflitos (5.290)
- Grêmio – meu sangue é azul (89.760)
- Gremistas de Santa Rosa (150)
- As mulheres gaúchas são lindas (796)
- Grêmio arena (56.141)
- Ufa! Nasci gremista (12.148)
- Ah eu sou gaúcho(a) tchê (55)
- Timemania – Aposto no grêmio (122)
- Gremista apóia o jogo inteiro (383)

#### 4.3.7.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios

- Não há;

#### 4.3.8 Comunidade principal “Porto Alegre”

Comunidade que trata especificamente da capital gaúcha, de forma que o título e a categoria a que pertence - “Cidades e Bairros” - são adequadas e formam uma sentido harmônico. Há mais de cento e trinta e sete mil membros, sendo que a comunidade foi criada em fevereiro de 2004, logo que o site foi lançado no Brasil.

Estratégias de ancoragem e referencialidade são utilizadas para conotar uma verdade, como a população da cidade, o seu ranking quanto a gestão pública, a sua capacidade de sediar eventos mundiais por quatro vezes. Além de características gerais da cidade há uma frase elogiando as pessoas que pertencem a ela. Com o “aqui” remetendo ao espaço territorial físico, a frase começa falando que as pessoas são simpáticas e acolhedoras, conotando a hospitalidade do povo da capital. Apesar de não ser citado o gentílico dos nascidos no Estado a comunidade venera o território por meio da exaltação das qualidades de sua capital.

O enunciador convida os orkutianos para conhecer a cidade e para não perder os encontros virtuais neste site por meio do neologismo *orkontros*. Termos que remetem ao virtual estão sendo incorporados pelo vocabulário dos membros para tratar desta interação no espaço virtual. Mesclando assim o convite para conhecer o território físico, além dos encontros virtuais.

Não há regras rígidas estabelecidas, apenas um aviso e especificação de um link para a divulgação de novas comunidades. Dessa forma esta comunidade também se mostra pacífica, não desprezando o diferente nem agindo com prepotência por meio do discurso. Não especifica o público a que se destina, mas fala totalmente das características da cidade que compõe sua temática e das pessoas que nela moram.

A foto traz um ícone da cidade, um monumento que remete a um herói da história. A estátua é uma homenagem ao tradicionalista Paixão Côrtes e mostra um gaúcho vestido com trajes típicos. Há cinco comunidades relacionadas, duas aos times - grêmio e inter – da cidade, outras aos hábitos do churrasco e chimarrão, e uma geral do Estado. Nestes elementos não aparecem características que conotam diretamente o sentido do tradicionalismo, há uma neutralidade em relação às instituições normativas da cultura local. E o texto icônico por is só parece mais representar um ponto turístico

da cidade do que um símbolo tradicionalista e não há mais elementos que evoquem o MTG.

O perfil do dono não consta como um perfil completo com nome e fotos e filiações a comunidades. Dessa forma não podemos fazer o levantamento das comunidades territoriais do dono.

#### *4.3.8.1 Comunidades relacionadas à principal*

- Grêmio (361.573)
- Chimarrão (216.876)
- Sport Clube Internacional (221.083)
- Rio Grande do Sul (325.603)
- Churrasco (370.329)

#### *4.3.8.2 Comunidades do dono ligadas a territórios*

- Não há;

##### *4.3.8.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho*

- Não há;

##### *4.3.8.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios*

- Não há;

#### **4.3.9 Comunidade principal “Neo-Revolução Farroupilha**

O título desta comunidade já traz conotações semelhantes a sua descrição: o desejo de uma nova revolução, com vistas no separatismo. Ao tratar de independência de três Estados brasileiros, a sua categoria “Cidades e Bairros” não é pertinente ao tema, diretamente. E há apenas vinte e oito membros. Criada em novembro de 2005 ela abriga apenas 28 membros.

A descrição não é extensa e ainda assim é redundante. Expõe a quem a comunidade se destina e reafirma o seu objetivo de separatismo. Não há exaltações específicas às características dos Estados, mas o resumo de que a região sul é a melhor do país. A ênfase, portanto, não é somente ao território gaúcho, mas a região sul do Brasil. No final o dono permite que os membros dêem suas opiniões.

A foto traz a representação de batalha, com cavalos e bandeiras, vetores que conotam movimento como os cavalos e os homens em desequilíbrio e um céu azul no fundo, conotando um horizonte de luz, de objetivos a serem alcançados. O dono elege onze comunidades relacionadas, as quais trazem em três a temática do separatismo e nas demais a veneração do Rio Grande do Sul. Ao contrário da descrição da comunidade principal, as comunidades relacionadas não citam os Estados do Paraná e Santa Catarina,

No perfil do dono contata-se um hibridismo de comunidades territoriais, talvez o motivo de ele ser dono de uma comunidade que não cita somente o Rio Grande do Sul. Ele é um homem de 20 anos que reside no Rio de Janeiro, sendo o segundo caso de dono de comunidade que está numa cidade não gaúcha. Nas 889 comunidades em que ele é membro, tem-se um total de 135 relativas a território e 87 especificamente sobre a cultura gaúcha. Este sujeito tem presença peculiar no corpus devido a sua variedade de filiações às mais diversas comunidades ligadas a cidades ou países.

As demais 48 comunidades que não remetem ao território gaúcho, tematizam o Brasil, a Espanha, a Itália e Argentina, além de outros estados do Brasil, e a muitos times de futebol que não os gaúchos. Esta variação pode ser fruto de suas vivências já que parece ser um gaúcho que não mora mais no RS, ao mesmo tempo em que é descendente de imigrantes europeus. Apesar de sua forma de representação identitária ampla, este não deve ser o único caso de gaúcho desterritorializado, amante da cultura gaúcha, mas também admirador de muitas outras culturas.

Ele parece ser composto por várias camadas identitárias, de modo que representa o hibridismo de etnias que compõe o passado de muitos gaúchos. De certa forma, então, mesmo na diversidade ele parece conseguir expressar sua história de vida, possivelmente marcada por gerações de imigrantes que como visto em Oliven (1992) se adequaram ao modo de vida gaúcho.

Há comunidades que desrespeitam o diferente de outros estados e há contradições ao mesmo tempo em que ele é brasileiro, que diz que o RS é seu país , que as catarinenses e as gaúchas são as mais gatas, que o sangue dele é italiano. Um híbrido identitário, por vezes contraditório que mostra o potencial de expressão do ciberespaço.

Esta comunidade principal da qual este sujeito é dono, por tratar do sul do Brasil, mostra um pouco do seu não exclusivismo ao território. Mas é claro que estas são suposições baseadas no que está dito por meio destes elementos discursivos citados. De modo que esta comunidade é aqui considerada como radical, e não retrata exatamente o tradicionalismo, apesar de remeter a uma revolução histórica do Estado – a qual aparece somente neste momento.

#### *4.3.9.1 Comunidades relacionadas à principal*

- Separação já!! O RS livre (24)
- Rio Grande do Sul (325.605)
- Orkuteiros Rio Grande do Sul (5,649)
- Eu amo o Rio Grande do Sul (15.313)
- Rio Grande do Sul, meu país (15.583)
- Rio Grande do Sul tchê !!! (19.466)
- A batalha dos aflitos (11.756)
- Viva o Rio Grande do Sul (2.062)
- Eu amo o Rio Grande do Sul !!! (7.680)
- Rio Grande do Sul não é Brasil (5.750)
- Amantes do Rio Grande do Sul (604)

#### 4.3.9.2 Comunidades do dono ligadas a territórios

- (889;135;87);

##### 4.3.9.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho

- Porto Alegre (137.821)
- Anti Inter (21.082)
- RS Rock (8.468)
- Churrasco (370.342)
- São Leopoldo (14.548)
- Santa Maria (34.879)
- Ipanema Porto Alegre (8.347)
- Montenegro/RS (6.525)
- Tri legal (61.385)
- Zona Sul – Porto Alegre (26.044)
- Rio Grande do surf (22.767)
- Restaurantes – Porto Alegre (4272)
- Parque da Redenção – POA (15.069)
- Noite Porto Alegre (35.511)
- Calçada da fama – Porto Alegre (8.739)
- Bairro Teresópolis – POA/RS (2265)
- Grêmio (983)
- Redenção (4.350)
- Usina do Gasômetro POA (9.397)
- Parcão (9.417)
- CTG (16.027)
- Pessoal de São Gabriel - RS (6.310)
- Vizinhos do Iguatemi – POA (2748)
- Parque da Redenção (2.719)

- Amantes de churrasco (102.157)
- Grêmio FBPA (4.455)
- Sushi – Porto Alegre (9.303)
- O que é que o gaúcho tem? (20.237)
- Porto Alegre é demais (13.130)
- Grêmio – Copero e Peleador (19.158)
- Arco da Redenção – POA (2.364)
- Pizza em POA (459)
- Grêmio campeão do mundo (4.452)
- Redenção (Porto Alegre) (10.713)
- Cristal – Porto Alegre (2533)
- Eu odeio o inter – a original (12.407)
- Chimarrão (151)
- Eu amo Porto Alegre (32.988)
- Porto Alegre (1.875)
- Felipão é gremista (29.441)
- MSN Porto Alegre (13.261)
- Grêmio – Jamais nos matarão (20.722)
- Eu adoro chimarrão (21.079)
- Restinga teu povo te ama (3.207)
- Ijuí (1.835)
- Apaixonados por chimarrão (4.406)
- Grêmio – Sentimento que faz amar (9.951)
- Eu amo Ijuí (1566)
- Galera do Chimarrão (12.984)
- Louco por gineteada (18.423)
- Tchê garotos – Oficial (41.262)
- Tchê barbaridade (14.593)
- Loucos por churrasco (32.959)
- Chima e churras (1.672)
- Sou viciado em chimarrão (3.182)

- Gírias do RS (4.658)
- Chimarrão, violão e pôr-do-sol (11.298)
- Fandango (2.758)
- Eu amo o grêmio de 1995 (15.113)
- Eu tomo chimarrão (62.734)
- São Pedro do Sul (1957)
- Ginetes do Rio Grande (9.039)
- Nação tricolor.com.br (1405)
- Libertadores 2006 – é do inter (52.713)
- Eu me orgulho em ser gaúcho (90.347) \*
- Churrasco e bom chimarrão (3008)
- Churrasco com amigos!!! (43.951)
- Calçadão de Santa Maria – RS (8.071)
- Ronaldinho Gaúcho (111.290)
- Viva o Rio Grande do Sul (2.062)
- Joca Martins (oficial) (9.750)
- Tropilhas e Ginetes (3479)
- Gaúchos de verdade (4.074)\*
- Centauros campeiros (1334)
- 100% gaúcho tradicionalista (3.425)
- Respeito e tradição (9.867)
- As gaúchas são as melhores (6542)
- RS é o meu país (1528)
- Bandeira do Rio Grande do Sul (392)
- Chapolin Gremista (23.973)
- Fernanda Lima é gremista (2.779)
- Ju e inter!! Tragam o vinho (1179)
- Sangue Farrapo (1675)
- Rio Grande do Sul independente (2,523)
- Eu amo ser brasileiro (201.363)
- Separação já!!! O RS é livre (24)

- Neo-revolução Farroupilha (30)

#### 4.3.9.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios

- Portugal (23.500)
- Sou louco pelo Vasco CRVG (24.923)
- Brasil (1.327.672)
- Roma (10.407)
- Futebol Clube Barcelona (99.744)
- Serei Vasco até depois da morte (16.997)
- Genova, Itália (911)
- Vasco, o Chaves é vascaíno (99.624)
- O seu madrugá é vascaíno (13.053)
- Spain (8.643)
- Italy (4.457)
- Santa Catarina (88.326)
- Siamo italiani (12.249)
- Pense, evolua...Seja Vasco (41.377)
- AC Milan (oficial) (142.963)
- Seleção Brasileira – CBF (224.314)
- Orkut italy (9.584)
- Cidadania italiana (62.100)
- Site Rio 24h Brasil! 24hRJ (61.424)
- Praias de Garopaba SC (27.132)
- Varese – Itália (647)
- Italianos pelo mundo (18.081)
- Argentinos Brasileiros Unidos (13.490)
- Barcelona / España (1702)
- Comunidade Italiana no Brasil (35.337)
- Espanha (13.996)

- Vasco Bicampeão – Libertadores (26.944)
- Canasvieiras (5.902)
- Campina Grande (42.236)
- Botafogo no coração (88.554)
- Chapecó (4.470)
- Portugal (12.138)
- Descendência italiana (37.354)
- A sereníssima Veneza (4.327)
- Bella Itália (3.952)
- Futebol Brasileiro (oficial) (109.059)
- Brasil/Itália (2793)
- Eu amo a Espanha (5.783)
- Portugal na veia (519)
- Mulheres catarinenses (45.790)
- Itália (10.151)
- Eu odeio o Boca Juniors (5.263)
- Orgulho Italiano (1910)
- Eu tenho a Itália no sangue (23.193)
- Paulista é pedalado no sul (2.853)
- Catarinenses são as mais gatas (3705)
- Eu tenho sangue português (3049)
- Avós que vieram da Espanha (1998)

#### **4.3.10 Comunidade principal “Comunidade “Galpão Crioulo””**

Esta é uma comunidade que remete a uma outra esfera midiática referente ao programa televisivo *Galpão Crioulo*. Foi criada em maio de 2006 e conta com mais de dois mil e cem integrantes. A categoria “Música” é coerente com a comunidade.

Contempla um link do site do programa. Assim como na comunidade do MTG, nós podemos verificar que o espaço virtual proporciona várias conexões, em diferentes espaços, geográficos ou virtuais, relacionando conteúdos e assuntos semelhantes que possam interessar aos seus membros.

A frase inicial traz como forte conotação a defesa da nossa cultura por meio do vocábulo ‘trincheira’ que remete à guerra, à luta, a proteção e mais a fundo à grande epopéia farroupilha. E também coloca que por meio da comunidade o membro poderá opinar no programa televisivo, pois terá contato direto com a produção do programas. E ainda convida o membro a dar um alô – remetendo ao telefone, outro meio de comunicação.

A aproximação e interconexão entre diferentes mídias, associada à auto-referencialidade ao programa, traz o sentido de legitimação do conteúdo e objetivo deste espaço, ao mesmo tempo em que proporciona um efeito de sentido de aproximação com os receptores de um programa que se tornam membros de sua comunidade do Orkut, sentindo-se mais próximos a ele e podendo ainda participar de sua produção, opinar, podendo inverter a sua posição de simples receptor ao poder tornar-se co-produtor. Neste ponto esta comunidade deixa claro o potencial da internet no sentido, justamente, da emissão e recepção descentralizadas, e aqui neste caso, em conexão com outra mídia.

Há o efeito de aproximação pelo uso de perguntas que interpelam o leitor e junto do texto icônico fazem uma harmonia de sentidos. Esta é a única foto em que os personagens olham para a câmera e interpelam o leitor, neste caso já sendo personagens conhecidos dos telespectadores do programa que dá nome à comunidade. Estes casos, junto com o uso da expressão “tchê” configuram uma singularidade em relação as demais comunidades do corpus. A autenticidade, entretanto, é um elemento do discurso já percebido em outras comunidades.

No dia em que o texto descritivo foi armazenado ela ainda exibia comunidades relacionadas. Porém quando foi focado neste tema o perfil do dono já não exibia mais as suas comunidades relacionadas. Isso mostra a dinamicidade do ciberespaço e a facilidade na edição das informações. E dessa forma as comunidades relacionadas não serão aqui levadas em conta, já que não são da mesma data da coleta das demais.

Quanto ao perfil do dono a idade como 26 anos e a cidade Porto Alegre. As suas comunidades somam um total de 18, sendo 14 ligadas a território e 4 à cultura gaúcha. Música, CTGs, eventos tradicionalistas e hábitos gaúchos são tematizados.

Dessa forma, pela complementaridade das mídias evidencia-se que o programa utiliza um novo meio para declarar seus objetivos, principalmente o de preservar uma cultura da qual hoje ele é divulgador central em se tratando de ambiente midiático, ligado às instituições formais.

#### *4.3.10.1 Comunidades relacionadas à principal*

- Não há;

#### *4.3.10.2 Comunidades do dono ligadas a territórios*

- (18;14;14);

#### *4.3.10.2.1 Comunidades ligadas ao território gaúcho*

- Rio Grande do Sul (325.601)
- Porto Alegre (137.813)
- Chimarrão (216.876)
- Música Gaudéria (31.528)
- Rádio Gaúcha (3233)
- Enart (3635)
- Os serranos (8598)
- Orgulho de ser gaúcho (708)
- CTG Tiarayú (1001)
- CTG Rancho da saudade (1867)

- César Oliveira (10.512)
- Rio Grande do Sul (1483)
- Comunidade Galpão Crioulo (2.213)
- Amigos do Galpão Crioulo (62)

#### 4.3.10.2.2 Comunidades ligadas a outros territórios

- Não há;

#### 4.4 A INTERPRETAÇÃO DOS DADOS VERIFICADOS NA ANÁLISE

Cumprindo com o objetivo de traçar uma amostra do panorama da presença da cultura local plasmada nas comunidades virtuais do ciberespaço em suas ancoragens e diante da relevante quantidade e variedade de dados ofertada pelo corpus, avaliaremos os elementos que o sustentam.

Trabalhamos com três tipos de categorias. Primeiramente as escolhidas no próprio Orkut pelos donos de comunidades, no número de 28, as quais classificam as temáticas e que foram analisadas na etapa quantitativa e também em nível de adequação com o discurso da comunidade. Aí a maioria das comunidades do corpus qualitativo estava classificada na categoria adequada à temática do seu discurso.

O outro tipo de categoria se refere aos âmbitos do discurso. Tempo, espaço e pessoa foram trabalhados no corpus qualitativo e retomados nesta interpretação. Estas também foram explicitadas no item que abordou o contexto metodológico, e abrangeu diversas camadas em função do suporte midiático que abriga o corpus e faz parte das justificativas de pesquisa.

As últimas categorias são interpretativas, decorrentes da análise dos dados e levam em conta a importância de todas as outras categorias recém citadas. Elas classificam as comunidades como tradicionalistas, inovadoras ou radicais e foram

decorrentes dos dados analisados e evidenciados no objeto aqui descrito e, dessa forma, permitiram o delineamento de respostas ao problema de pesquisa. As representações centrais e periféricas se mostraram a partir da classificação das comunidades conforme suas temáticas, seus elementos constitutivos e dados do seu dono.

No quadro de dados das comunidades do corpus qualitativo (Cf. Apêndice B), temos informações numéricas, geográficas e discursivas que nos dão a base de considerações sobre as representações dos gaúchos presentes no material analisado. Tais dados constituem-se como marcadores identitários, que, por sua vez, produzem significações nas quais estão presentes as representações sociais que ora buscamos averiguar.

#### **4.4.1 Categorias interpretativas e representações de cultura gaúcha presentes no corpus**

Como já introduzido, constatamos três categorias para definir as comunidades: as que são tradicionalistas, as inovadoras em relação ao tradicionalismo e as que são radicais ao abordarem o separatismo. Uma contempla mais que uma categoria, já que as radicais e as tradicionalistas não se excluem. No apêndice B agrupamos seis comunidades tradicionalistas, sendo que apenas uma destas não está entre as menos populosas. E uma destas é tradicionalista e radical, tendo apenas mais uma com temática radical de separatismo. Ambas entre as cinco com menos pessoas filiadas. Enquanto que as três comunidades inovadoras estão entre as mais populosas.

O que prevalece nos textos são as características elegidas pelo movimento e pelos centros tradicionalistas, constituindo-se como representação central. Qualitativamente no discurso e na quantidade de comunidades neste corpus, temos a maioria – seis - baseada em valores tradicionalistas, formais, com forte presença de ancoragem nas instituições. Temos, porém, apenas uma das quatro comunidades mais populosas remetendo a um discurso nos cânones tradicionais do gauchismo.

Já entre a minoria das comunidades, apenas 3 das 10, que tem um discurso inovador em relação ao tradicionalismo encontramos concentrado o maior número de membros, sendo que somam um total de 173.590, o que corresponde a mais de 62% do total de pessoas - 279.117 - abrangidas pelo corpus qualitativo.

Estas comunidades com grande número de adeptos não os conquistou por meio da linha de abordagem tradicionalista, e são inovadoras justamente por não apelar para instituições legitimadoras como MTG e CTG. Elas tratam da cultura gaúcha baseada em hábitos e sentimentos e território. Esta minoria abriga mais da metade do total de orkutianos presentes no total deste corpus no momento da coleta de dados. Este dado relevante mostra uma representação periférica que está abrindo caminhos para novas configurações de identidade local, já que cativou a quantidade tal de pessoas como foi citada.

Dados quantitativos foram um dos critérios de seleção do corpus qualitativo, por isso o número de pessoas é fator indispensável desta interpretação. Para explicar melhor sobre as comunidades mais populosas, já comentadas, temos que: As comunidades – “Eu me orgulho em ser gaúcho”, “Gaúchas incomodam e comandam”, “Porto Alegre” e “Eu amo o Rio Grande do Sul” – têm os maiores números de membros, a partir de 14 mil pessoas em cada uma. Seus textos descritivos não estão diretamente ligados ao tradicionalismo. Apenas uma entre estas quatro comunidades, a ‘Eu me orgulho em ser gaúcho’ exibe comunidades relacionadas e comunidades da dona relativas à temática CTG e MTG, além de trazer em seu texto verbal descritivo algumas citações de personalidades artísticas ligadas ao tradicionalismo, porém sem citar seus nomes, como já explicado.

As outras três trazem comunidades relacionadas e comunidades do dono com assuntos relacionados a costumes gaúchos como churrasco e chimarrão e principalmente a exaltação da paisagem natural e do território, da beleza feminina e dos times de futebol. Não há evidência explícita de tradicionalismo, sendo possível classificá-las como inovadoras em relação a isso. Estes seriam os eixos temáticos das comunidades que não citam as instituições. Elas abrangem temáticas de orgulho e amor ao território de maneira geral e independente de instituições como constatado em seu texto descritivo.

Na busca inicial por palavras-chave, no capítulo três, verificamos que as palavras “MTG”, “Revolução Farroupilha” e “Galpão Crioulo” eram as que menos haviam gerado comunidades, (Cf. Apêndice A). A palavra “CTG” contemplou mais de mil comunidades, porém a maioria era em relação a abreviação da palavra *contigo*, como já explicitado anteriormente. Dessa forma, as comunidades decorrentes das palavras-chave “CTG”, “MTG”, “Revolução Farroupilha” e “Galpão Crioulo” são as que menos aparecem no conjunto das comunidades e são também as que não aparecem entre as mais populosas entre as dez do corpus qualitativo (Cf. Apêndice B).

Essas, junto da comunidade “Gaúchos de verdade”, que traz a temática do acirramento com o diferente e do separatismo, contemplam as cinco comunidades com menos membros. Neste contexto, o que mais chama a atenção é a comunidade “Neo-revolução Farroupilha”, a qual conquistou apenas 28 pessoas com seu discurso separatista. Além disso, a própria temática da guerra é extinta no corpus qualitativo. Apenas a “Comunidade ‘Galpão Crioulo’” faz referência à guerra na citação: “O Galpão Crioulo está sempre com a trincheira aberta na defesa de nossa cultura”. O termo trincheira remete à proteção na luta e na defesa, como está exposto na apresentação da comunidade.

Na sexta posição com o menor número de membros está a comunidade “A verdadeira tradição gaúcha”. Esta traz o tradicionalismo já no título e venera os compositores de músicas de raiz. Com estes dados ligando o número de membros à temática da comunidade podemos inferir que cultura gaúcha institucionalizada está perdendo espaço para uma cultura mais aberta, menos formal, menos regida por instituições que ditam as formas de agir.

A crítica ao “tchê music” é outra forma de expressão de tradicionalismo, e aparece em comunidades relacionadas e em comunidades de donos de três comunidades principais classificadas como tradicionalistas. Em todas as incidências as referências ao “tchê music” são de rejeição, desprezo e desvalorização em relação à música tradicionalista e aparece em mais de uma ocasião em cada comunidade principal. Todas estas que trazem acesso a alguma outra ligada ao “thê music” estão no grupo das comunidades tradicionalistas.

Em nenhuma comunidade que se constatou neutra o “tchê music” ou CTG e MTG são citados, nem para apoiar, nem para criticar. Então, além dos tradicionalistas internautas em questão venerarem os valores pregados pela instituição, eles se posicionam quando são contra determinados fatos. E isso beira o radicalismo e a intolerância às diferenças e às inovações e, assim, o tradicionalismo não exclui posturas radicais.

A denotação explícita do “tradicionalismo” ou “tradição” na descrição das comunidades é evidente em três situações, onde uma destas palavras é utilizada literalmente pelo dono. Nos demais casos isso é conotado pelo aparecimento de instituições no texto descritivo ou nas comunidades relacionadas, tanto como com o repúdio ao “tchê music” e junto ao uso de citações de compositores desta linha do gauchismo.

Não fosse este fato, o resultado das representações centrais existentes no corpus poderia comprometer a validade da pesquisa, já que a inclusão da busca pelas palavras referentes às instituições MTG e CTG foi uma escolha do pesquisador e isso poderia parecer uma indução de resultados. Porém, ao optarmos por essas palavras-chave poderíamos ter encontrado comunidades que não apoiassem o tradicionalismo, mas que as utilizassem para criticar. No entanto, na busca por estas palavras-chave, as comunidades que aqui foram citadas estavam entre as doze mais populosas.

E os demais elementos que induzem à representação central de valores tradicionalistas - o repúdio ao “tchê music” e a utilização de nomes de compositores tradicionalistas - não foram buscados nas palavras-chave e aparecem em mais situações do que as palavras que remetem literalmente ao tradicionalismo. Assim, é a partir dos dados, cujos endereços virtuais estão indicados neste trabalho, que estas constatações são elaboradas.

Ao focarmos na parte da produção discursiva, avaliamos brevemente a relação das representações de identidades ligadas a territórios geográficos do perfil do dono com o que ele expõe na comunidade em que é dono. Em cinco das dez comunidades temos que 100% das comunidades ligadas a território em que o dono é membro têm relação com o território gaúcho. O percentual mais baixo, 64%, de aparecimento de comunidades territoriais gaúchas diante do total de comunidades ligadas a território é

no perfil do dono da “Neo-revolução farroupilha”, o que tem relação com o próprio conteúdo diversificado da comunidade que não abrange somente o Rio Grande do Sul. Os perfis restantes têm de 76 a 97% de incidência de comunidades ligadas à cultura gaúcha, o que permite dizer que a representação de gauchismo na comunidade principal se reafirma no perfil pessoal destes enunciadores. Aí se tem a formação de sentidos harmônicos, isotópicos, onde de um link a outro temos uma semiose de sentidos.

Com estas informações também percebemos que cada dono de comunidade do corpus qualitativo é coerente com sua linha de abordagem. Tanto em seu perfil pessoal, quanto nas comunidades escolhidas como relacionadas há predominância de coerência com o texto descritivo. O caso em que há maior diversidade de comunidades do dono ligada a território é justamente aquela em que a temática abrange não só o Rio Grande do Sul, mas também os estado vizinho Paraná e Santa Catarina. Aí vemos que o dono está morando no Rio de Janeiro e percebe-se que ele tem contato com muitos Estados, já sendo um gaúcho desterritorializado. Mesmo na diversidade de representações de território vê-se coerência, pois o emissor representa ser diverso em sua trajetória pelo que os dados nos fazem inferir.

Além deste dono que reside no Rio de Janeiro e tem um discurso, apesar de diversificado em relação a território, radical ao tratar de separatismo, temos outro dono, no estado do Paraná. Ela faz referência ao CTG e o expõe como um vício, retratando o tradicionalismo e sua institucionalização. Esta comunidade, apesar de ser uma das menos populosas mostra a expansão dos centros tradicionalistas para além do território gaúcho. Assim existem CTGs por todo o país e fora dele e neste caso é trazido por uma adolescente que oculta sua idade, mas que não esconde sua foto.

A única outra mulher que é dona de comunidade reside em Porto Alegre e tem 20 anos. São os dois únicos casos. Nos demais os homens são os protagonistas e todos mais velhos que elas. Esta evidência pode mostrar que a cultura gaúcha no virtual resiste com base na liderança masculina, tendo a mulher como objeto de veneração, assim como se constata na comunidade “Gaúchas incomodam e comandam”, que é liderada por um homem e venera a beleza feminina. Além desta há

diversas outras comunidades relacionadas ou comunidades do perfil dos donos que mencionam a beleza das gaúchas.

A figura masculina sempre foi a principal na história formal do gauchismo. A mulher costumava ser relegada para o segundo plano, ou como fonte de admiração. Isso se constata no corpus analisado que, como já foi ousado dizer, abriga uma representação central baseada em valores legitimados num tradicionalismo. Além disso, a faixa etária dos donos mostra que há apenas um caso de adolescente – o que foi evidenciado pela foto da dona, o que é também conotado pela forma de escrever diferenciada no texto da comunidade.

A utilização de uma linguagem típica dos adolescentes na comunicação virtual como “naum” (não), “q” (que), “d” (de), “long” (longe), evidencia a faixa etária percebida na foto. Somado a esta, há outra que utiliza palavras abreviadas ao falar da superioridade das gaúchas em sua beleza, mas aí a foto do dono conota idade adulta. No restante das comunidades encontram-se erros de grafia de palavras, acentuação e concordância, porém não há palavras abreviadas que se destaquem na linguagem do “internetês”<sup>30</sup> praticado, principalmente, pelas crianças e adolescentes.

A maioria dos donos declara a idade que vai de 20 a 30 anos. Eles são jovens o suficiente para saber lidar com a TICs, ao mesmo tempo em que são maduros o suficiente para alimentar esta cultura local. Ou seja, parece que os mais novos – os que estão na fase da adolescência - do que estes jovens donos de comunidades não se interessam em criar comunidade relacionadas à cultura gaúcha.

Um possível esfacelamento da cultura tradicionalista do estado do Rio Grande do Sul parece estar ocorrendo. Ao verificarmos novamente o Orkut em 05/01/2009 não encontramos mais a comunidade “Viciados em CTG” que seria a única liderada por uma adolescente. Isso é mais grave ainda quando se sabe por análise empírica, que a maioria dos pertencentes ao Orkut são brasileiros menores de 18 anos.

Os dados de faixa etária dos donos de comunidades ligadas à cultura gaúcha, os quais contemplam adultos quase que em sua totalidade, junto do fato de as comunidades mais populosas não serem as defensoras dos cânones do tradicionalismo

---

<sup>30</sup> Neologismo que indica a linguagem utilizada, principalmente, por adolescentes na comunicação on line, a qual faz uso de abreviações de palavras e desuso de acentos gráficos.

permitem dissertar acerca de novas configurações das culturas locais frente à globalização. Ao pensarmos nas dez comunidades como um todo, em relação a seus donos e números de membros, vê-se que um discurso mais inovador em relação a tradicionalismos e radicalismos vem obtendo a adesão de mais pessoas.

A diferença do local frente ao global é a busca de muitos sujeitos, mas não está mais, necessariamente, calcada num discurso que fora legitimado por instituições. A veneração da cultura gaúcha é intensa, visto a quantidade de adeptos, mas parte de outros princípios que não o MTG e o CTG. O território como foco é a base da ancoragem de todas as categorias e representações e as instituições ancoram especialmente as comunidades tradicionalistas.

Porém não podemos deixar de verificar que foi por conta destas instituições que as músicas, o churrasco, o chimarrão e inclusive a veneração do território foram amplamente difundidos e tomados como costume e por isso o institucional ancora as origens mais profundas desta representação periférica destituída de normas que busca seu espaço no virtual por meio da veneração do território e dos costumes. A narrativa da cultura regional foi tomada pelo MTG e unificada, formalizada e expandida para além do território. As instituições formaram as bases de propagação da cultura e propiciaram a primeira fase da desterritorialização dos hábitos gaúchos.

#### **4.4.2 O tempo, o espaço, a pessoa e as tematizações predominantes**

O tempo verbal que prevalece integralmente em todas as comunidades é o presente. Por mais que haja evocação quanto ao nascimento dos gaúchos, a oscilações de tempos verbais conforme as regras da comunidade ou as citações de terceiros utilizadas pelos donos, as quais remetem ao passado ou ao futuro, é o presente que predomina. Este fator vai ao encontro do que já foi avaliado. Os internautas estão reconfigurando, por meio de seu discurso, a cultura gaúcha com base em novos patamares de vivências. O hoje é o momento que interessa, mesmo que se registre a ancoragem em tradições do passado.

É o contemporâneo que interessa, é o cotidiano que abriga os costumes gaúchos. O passado já não é explicitamente exibido, discursivizado, utilizado como estratégia predominante. Há nuances de inovações até mesmo nas comunidades tradicionalistas, pois o presente é o tempo verbal que predomina. Os textos verbais estão voltados para uma cultura em sua atualidade, apesar de ancorada em feitos do passado, os quais não são mais explicitamente venerados.

Quanto ao tempo de existência das comunidades, as datas de criação registradas mostram que os sujeitos que se dizem gaúchos seguiram os brasileiros de modo geral na invasão do Orkut. Apenas duas comunidades são de 2006, as demais são anteriores a estas. Lembramos que o Orkut chegou ao Brasil em 2004. Fatores que podem ter sido motivadores disso é o fato de o Rio Grande do Sul ter um dos melhores níveis sócio-econômicos dentro do país e isso facilitar o acesso dos indivíduos às TICs.

O território geográfico que delimita o Estado gaúcho é o espaço que predomina no discurso verbal das comunidades. Este espaço está representado por meio de várias expressões, dentre elas: “lugar”, “campo”, “Pátria”, “rio”, “Rio Grande Selvagem” “estado”, “querido rio grande”, “melhor lugar do mundo”, “teu lugar”, “nossa Terra Gaúcha”, “no sul”, “CTG”, Endereço geográfico do MTG, link que remete ao site do MTG, “Sul”, “Brasil”, “imenso Rio Grande”, “terra abençoada”, “nosso pago”, “meu Rio Grande do Sul”, “trincheira aberta”, “vitrine autêntica e democrática” e o link que remete ao site do programa televisivo.

Temos algumas observações. As comunidades relativas ao CTG, ao MTG e ao Galpão Crioulo são focadas no Estado como um todo e na preservação cultural, porém o fazem enaltecendo a si mesmo enquanto entidades ligadas ao local. São auto promocionais. Já as comunidades “Porto Alegre” e “Neo-revolução Farroupilha” não têm o Estado como centro, já que uma abrange somente a capital e a outra cita os Estados vizinhos. Ambas têm sua relevância já que uma foca no potencial e nas qualidades da capital e a outra é a única que retoma a epopéia farroupilha, tão cara aos gaúchos, a qual é um pouco retratada indiretamente nos textos icônicos que serão retomados a seguir.

Expressões como “pago”, “selvagem”, “terra abençoada”, “campo” retomam sentido de vivência rural no texto verbal. No icônico também ocorre, no entanto, de

maneira um pouco mais enfática e explícita. O cavalo aparece em quatro situações. Uma no símbolo do MTG, a outra em meio a um campo, outra em meio às cores da bandeira e ainda num cenário de batalha. A paisagem rural e ligada à natureza aparece, além do caso do campo com o cavalo, na foto de cachoeira, e com um homem pilchado de costas para o cenário.

A forma de expressão do espaço no discurso produz o sentido de território como ancoragem, como definidor de tudo que diz respeito aos gaúchos, É a partir do território que os nascidos no Estado incorporariam diversas qualidades e pertencer a este é o principal motivo de orgulho. A relevância conferida ao geográfico tem sentidos isotópicos tanto no texto verbal como no icônico, cujas afirmações se fazem predominante, já que é no ambiente físico que se delimitam os espaços territoriais do Estado e esta é a principal demarcação que dá razão às demais.

A relação da cultura local com o Brasil, o mundo e os demais estados e cidades está direta ou indiretamente em várias situações do objeto. De maneira explícita o Brasil é citado duas vezes, uma na comunidade “Neo-revolução Farroupilha” e outra na “Porto Alegre”. Conotativamente esta relação aparece quando se mostra que o Rio Grande do Sul é o melhor lugar e que as gaúchas são as mulheres mais bonitas. Neste caso a comparação é em relação ao país. O local está situado com o que está em seu redor.

O tema futebol também traz implicitamente a relação com os outros times do país. Além de este assunto ser comumente considerado como uma paixão nacional. Há ainda comunidades do dono que desprezam a seleção brasileira ou se orgulham de ser brasileiro. A relação com tudo que há ao redor do gauchismo é mostrada, de forma explícita ou mascarada.

A relação dos gaúchos com o resto do mundo está implicitamente representada em diversas citações como nas comunidades “Eu me orgulho em ser gaúcho”, com a expressão “quem não é gaúcho”; na “Gaúchos de verdade”, com “gente de outros estados”; na “Gaúchas incomodam e comandam”, todo o texto verbal traz a conotação de superioridade em relação a outras mulheres de outros lugares. O comum nestes e em outros exemplos verificados no corpus é de que tanto em relação a mundo quanto ao país ou outras cidades o Rio Grande do Sul é considerado superior.

A xenofobia pressuposta no orgulho exacerbado é verificada de modo agressivo em duas comunidades, naquela que aborda a beleza feminina e na que quer o separatismo do Estado. Na outra comunidade que propõe o separatismo não só do Rio Grande, apesar do discurso radical, não há indícios de desrespeito explícito ao diferente. Portanto, oito comunidades veneram o gauchismo, mas de forma educada.

A categoria pessoa que mais aparece é primeiramente no sentido coletivo, plural. O singular é raramente evidenciado. O sentido coletivo é o principal conotado já que a necessidade de pertencimento das pessoas a um grupo é justamente a importância do coletivo na vida dos indivíduos em sociedade. Esta forma de expressão de pessoa colabora na reafirmação do sentido realmente comunitário posto no discurso dos donos destas comunidades virtuais. Estas, por vezes buscam valores de comunidades primitivas, como as citadas pelos teóricos Bauman e Tonnies.

Outro sentido de pessoa que é marcante nas comunidades e colabora na afirmação de sentidos tradicionalistas na maioria delas é a utilização de citações de compositores musicais. O que mostra o efeito de referencialidade, autoridade, utilizado pelo enunciador para dar credibilidade ao dito, mesmo na ausência da nomeação da maioria dos compositores. Por meio da música e da dança o tradicionalismo se expandiu e é nelas que residem as grandes divergências culturais com os nativistas e com os adoradores do “tchê music”.

No texto icônico, ao contrário, há apenas um caso de coletividade, na comunidade que tematiza o CTG. As outras fotos trazem elementos que remetem ao rural e também marcas das instituições tradicionalistas. Os cenários retratados são os que foram propagados pelo MTG, mas residem ainda mais no imaginário histórico, remetendo ao rural e ao espírito da cavalaria já destacado por Silveira (2003) nas conclusões de sua pesquisa.

Assim como nos líderes das comunidades, o texto icônico abriga somente dois casos de representação do feminino na cultura gaúcha. Na comunidade que trata dos CTGs casais aparecem dançando - as figuras humanas pilchadas conotam um homem e uma mulher - e na comunidade que traz a mulher justamente como objeto de veneração. A representação humana em geral, focando no masculino, aparece então em seis comunidades, além daquela dos casais dançando na comunidade sobre o

CTG. Há duas comunidades, dessa forma, que não trazem pessoas na foto, mas paisagens, costumes e o símbolo do MTG. Apenas uma representação de pessoa não é ligada à indumentária do gauchismo, ou seja, não carrega pilcha, a qual se encontra numa comunidade neutra.

Na categoria pessoa dos textos icônicos se confirma a ênfase no homem, o culto a beleza e às qualidades da mulher. Os homens representados estão com vestes típicas, com predominância das paisagens de espaços rurais e do acompanhamento do cavalo. Fato que reafirma o que foi visto com Oliven (1992) e Silveira (2003) no capítulo dois. Nas imagens uma batalha é representada, formando um sentido isotópico ao título da comunidade que esta representa que tematiza a revolução farroupilha.

Estratégias como a interpelação pelo olhar só ocorre na comunidade do Galpão Crioulo. A posição dos indivíduos em outros textos não corresponde ao olhar do receptor destas imagens. Entre as oito representações humanas nas fotos, uma é referente à estátua em homenagem ao tradicionalista Paixão Côrtes e outra é semelhante a uma pintura ou desenho, configurando-se como a representação da representação, uma supra-representação, característica do midiático virtualizado.

A estátua do Laçador, que traz como modelo Paixão Côrtes, conota uma ancoragem no tradicionalismo, apesar de não estar representado no texto verbal. Este é o aspecto de gauchismo presente aí, além da afirmação do espírito hospitaleiro relegado aos gaúchos não só evidente neste caso da comunidade sobre Porto Alegre. As comunidades que abrigam os admiradores da cultura local mesmo que não nascidos em meio a ela também abordam este aspecto hospitaleiro, implicitamente. A exaltação das características da capital do Estado aborda o território com suas qualidades.

A categoria tempo nas imagens pode ser lida pelo uso de imagens coloridas, o que conota sempre atualidade e vivacidade. Nenhuma foto é preta e branca ou sépia, características que poderia trazer o sentido de antiguidade e de culto ao passado. A temporalidade no icônico é presentificada. O espaço já é mais passível de exemplificação conforme elementos imagéticos do corpus. O rural é evidenciado junto de uma valorização territorial. O verde das imagens conota natureza, vida, esperança, paisagem idílica num estado que tem sua população na maioria urbana, mas que

preserva em seu imaginário estes aspectos rurais que trazem consigo o espírito da cavalaria remanescente dos povos europeus.

Este conjunto de detalhes em relação ao discurso icônico permite considerar que também ali as características do tradicionalismo formam uma representação central. Por isso, a produção de sentidos decorrente destes textos é isotópica à produção de sentidos do texto verbal. Há coerência interna na escolha das imagens e das palavras. O tempo e espaço estão totalmente harmonizados em ambos os tipos textuais. Na categoria pessoa o sentido de coletividade não é tão afirmado no icônico como o é no verbal, pois a maioria das figuras humanas que aparece nas imagens não está em grupo. Entretanto estas representações humanas convergem na afirmação das representações centrais, já que mostram pessoas com caracterizações formais da cultura gaúcha.

Quanto à temática principal temos os desdobramentos das três categorias já postas anteriormente. As comunidades inovadoras, tradicionalistas e radicais desdobram-se em temáticas específicas trabalhadas em cada comunidade, constituindo um eixo de abordagem (Cf. Apêndice B). Dentre as comunidades tomadas como tradicionalistas temos os temas orgulho e respeito, música e autenticidade, CTG, MTG, defesa da cultura, separatismo e superioridade. Este último tema é também considerado radical, junto de outra comunidade que também fala em separatismo, esta, porém não foca somente no Rio Grande do Sul. Já as comunidades inovadoras são as que abordam a cidade de Porto Alegre, o amor pelo Estado e a beleza feminina.

Há raros casos de paradoxo nas representações identitárias, é o caso das comunidades de alguns donos que trazem temáticas contrárias entre si. Por exemplo, quando o dono residente em São Januário/RJ exalta, ao mesmo tempo, diversos times de futebol, ou se filia a comunidades que abordam as mulheres catarinenses como as melhores, e a outras comunidades onde coloca as gaúchas neste mesmo patamar. Nenhum caso, entretanto, que tenha relação direta com o corpus qualitativo, mas também um exemplo da possibilidade de descomprometimento e de múltiplas adscrições identitárias no ciberespaço que aqui aparece nas comunidades em que os donos são filiados.

Outros dados que podem ser levados em conta neste corpus é a utilização de um vocabulário típico desta cultura aqui abordada. O sotaque sul-riograndense é retratado apenas na comunidade que o cita como um dos quesitos que conferem um diferencial de superioridade a beleza das mulheres. O “tchê” é encontrado unicamente na comunidade relativa ao programa televisivo *Galpão Crioulo*.

Já a busca de uma cultura genuína é um elemento recorrente neste material coletado. A busca pelo ideal de pureza de uma cultura é conotada pelas expressões “autenticidade”, “autêntica”, “original”, “verdade”, “verdadeira”. Estes elementos aparecem explicitamente em quatro comunidades, em duas, inclusive, no título.

Este fato demonstra uma evocação recorrente de temas que buscam o ideal utópico das comunidades primitivas, onde a autenticidade, a verdade e a originalidade, supostamente, existem. Além do mais, as comunidades postas no virtual têm relação originária em comunidades territoriais, dado que permite pensar que as culturas locais resistem frente à globalização e mais, utilizam-se de suas inovações e tecnologias para se afirmarem diante da diferença; Isso nos possibilita refletirmos com Bauman (2003;2005) que mesmo em meio a contemporaneidade de laços fluidos há a tentativa de manutenção dos vínculos territoriais, apesar do amplo leque de comunidade e culturas representadas no virtual.

Há também a demonstração de sentimentos pelo território geográfico como formas de tematização. O amor e o orgulho são os mais evidenciados como temas principais. Literalmente, o amor está expresso na comunidade “Eu amo o Rio Grande do Sul”, uma das mais populosas e que não traz relação com instituições e por isso é neutra. O orgulho, por sua vez, aparece em quatro comunidades, em todas as categorias interpretativas.

#### **4.4.3 O ciberespaço e a cultura local**

Como típico do virtual temos que uma comunidade pode remeter a outras. Neste corpus tivemos quatro amostras desta situação. O dono da comunidade “Eu me orgulho

em ser gaúcho” é membro da comunidade “MTG” do corpus; O líder de “Gaúchos de verdade” é filiado na “A verdadeira tradição gaúcha”. Já o autor de “Neo-revolução Farroupilha” faz parte de duas comunidades do corpus qualitativo: “Gaúchos de Verdade” e “Eu me orgulho em ser gaúcho”.

Estes dados mostram que os donos estão reafirmando seus interesses, por coincidência, entre si. São simpatizantes com as temáticas semelhantes as que eles mesmos defendem e, nestes casos não se contradizem. De acordo com as categorias interpretativas aqui verificadas cada um desses donos é membro de comunidade que é coerente com a categoria da comunidade em que exerce a liderança.

Isso também exemplifica que no ciberespaço há a intercalação de papéis e a interrelação entre emissão e recepção, ao mesmo tempo em que a circulação de informações é constante e depende somente da vontade de seus protagonistas de se apropriarem da tecnologia. As comunidades funcionam como que sendo hiperlinks, onde uma dá acesso a muitas outras, ancorando temáticas e fazendo referência a assuntos do interesse dos enunciadores. Esta é a capacidade de mediatizar os assuntos de sua localidade e junto disso representar uma realidade, uma identidade.

As diversas camadas de tempo, espaço e pessoa encontradas neste corpus e neste problema de pesquisa permitem dissertar acerca especialmente do virtual. A parte textual foi citada acima e a parte que cabe especialmente ao suporte midiático em questão carece de umas palavras a mais.

O virtual não pode ser classificado como abrigando produção para *endo* ou *exo* estereótipo, como foi pertinente à pesquisa de Ada Silveira (2003). Na Internet esta audiência pode ser mista. Portanto, o estereótipo aqui encontrado é fruto das potencialidades da internet de difundir informações tanto aos gaúchos quanto aos não gaúchos. Isso se afirma nos momentos em que o diferente é citado tanto como mal educado e visto como um inimigo, quanto como tema de respeito. No momento em que o outro é levado em conta conota-se a relevância dos receptores conferida pelos emissores destes textos.

O grau de visibilidade dessas comunidades é crescente perante os receptores devido aos critérios do filtro. O sujeito que efetuar a busca por palavra-chave, assim como aqui o fizemos, encontrará o resultado por ordem decrescente de número de

membros. Este fato confere maior chance de as primeiras comunidades serem as mais visitadas e até adentradas com novos membros. Isso decorre da tendência à busca pela coletividade que estes espaços virtuais oferecem.

Pelas características de tempo e espaço do meio, novas possibilidades se abrem aos enunciadores, ou talvez as mesmas que definiram a sua posição, a sua adscrição ao site. A dualidade da categoria espaço - virtual e da cultura local – é fundamental nesta pesquisa, justamente porque a articulação de um espaço físico se dá com um espaço virtual. Um sujeito de apropriação do ciberespaço para postar um discurso acerca de um território geográfico.

As imagens são todas coloridas, produzindo um sentido de vivacidade. Nenhuma denota antiguidade na forma sépia ou preta e branca. O sentido do icônico é isotópico ao sentido do texto verbal que é predominantemente escrito no presente, por uma geração de enunciadores que não só venera o passado, mas pensa no futuro de sua cultura pela união de esforços no presente. O que permite ver uma cultura dinâmica que é adequada às TICs, ao novo meio virtual de comunicação, no convívio com a diferença e afirmação de localidades pela apropriação. E a tendência que se mostra é o orgulho de pertencimento ligado a território de forma mais livre e dinâmica, por meio de associações coletivas não bitoladas por normas.

Neste suporte midiático há também outras mídias se fazendo presentes. As TICs não são somente utilizadas por cidadãos comuns, mas por outros protagonistas de mídias de massa a fim de obterem um novo espaço de propaganda. É o caso da comunidade referente ao programa televisivo *Galpão Crioulo*. A relevância conferida ao Orkut pela sociedade de conectados gaúchos e brasileiros fez com que a produção de um programa de televisão buscasse também ali a sua legitimação.

A penúltima classificação do apêndice B permite visualizar a forma com que o dono estruturou seu discurso. Como protagonista da comunidade ele pôde escolher, entre diversas formas, a que mais lhe seria viável. Constatamos estes elementos como comuns a diversas comunidades: objetivo, público, outros argumentos, links, regras. Estes dados nos permitem perceber como se organizam as lideranças no ciberespaço, as formas de estruturar uma descrição.

A definição do público a que se destina é o que prevalece na descrição da maioria das comunidades. O receptor está implicado em todos estes casos mostrando a importância do coletivo e da iteratividade, ao mesmo tempo em que seleciona e segrega o diferente. O sentido deste dado é isotópico a predominância do caráter coletivo no discurso analisado. O outro é levado em conta. Tanto o outro que é convidado, quanto o diferente - o que permite uma diferenciação e uma exclusividade à cultura local.

As regras aparecem em três casos somente, todos em comunidades tradicionalistas. Há link em cinco comunidades, o que denota uma característica fundamental da internet onde uma página pode remeter à outra. Para o item “objetivos” encontramos duas incidências. E os “outros argumentos” têm presença unânime no corpus, o que mostra que os enunciadores escreveram conforme seus ideais, expressando livremente a sua opinião.

No ciberespaço, o sujeito, ao apropriar-se, torna-se emissor e receptor. Emissor de seus valores por meio do discurso que tem espaço para ser enunciado – a exemplo das comunidades aqui analisadas. E receptor tanto da própria estrutura do site, com suas formas de edição de conteúdos que já direcionam sentidos e receptor das idéias de seus pares, pessoas comuns que ao se apropriarem tornam-se também emissores e receptores, desfrutando do potencial do ciberterritórios.

Já que o tempo, pela velocidade, e o espaço, pelo alcance, são fatores fundamentais nos diferenciais e potencialidades da internet, é no discurso dos sujeitos que dela se apropriam que poderemos ver o tempo e o espaço representados, mesclando formas de identidade diversas, camadas identitárias ligadas a territórios físicos, com suas fronteiras e suas histórias.

Se isso realmente faz sentido para a vida off line, escapa do objetivo deste trabalho e fica como tema para a continuação desta pesquisa. Pelo discurso estes elementos significam, pois estão objetivados pela linguagem, ancorados em uma história e representam uma identidade. Dados quantitativos e qualitativos foram aqui expostos a fim de elucidar a questão das representações centrais e periféricas, que, apesar de complexas, emergem no decorrer da análise dos dados.

Conclui-se com este pensamento, que o corpus analisado pode ser interpretado contendo representações nucleares baseadas em valores tradicionalistas, ancoradas nas instituições legitimadoras e formalizadoras da cultura gaúcha e no culto ao território. E, mostrando também, representações periféricas que conferem às temáticas não explicitamente calcadas no tradicionalismo o status de maior popularidade e conquista de membros, ancoradas nos culto ao território e hábitos do gaúcho - dando vistas de transformações na identidade gaúcha, conforme o que diz a teoria do núcleo central sobre a possibilidade de inovações a partir do sistema periférico.

A ancoragem, conceito visto com Moscovici, mais profunda destas representações periféricas, no entanto, é baseada em valores formalizados pelo MTG e pelo CTG ao longo dos anos, porém cristaliza-se de outra forma no discurso dessas comunidades mais populosas, possivelmente por estarem em outro tempo e contexto históricos, no ambiente do ciberespaço. Ambas as esferas representacionais, centrais e periféricas, permitem uma ancoragem ainda mais profunda amparada pelo culto ao território e aos valores rurais, junto do espírito da cavalaria - aspectos também encontrados pelos pesquisadores base do quadro teórico referente à cultura local.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final desta etapa da pesquisa acreditamos que os objetivos demarcados foram alcançados e os problemas foram resolvidos de maneira a criar condições para mostrar resultados e a também nos conscientizar da necessidade de continuação e aprofundamento desta investigação. O trabalho teve resultados assim como teve problemas e oportunidades de melhoria.

Para resumirmos os resultados temos que as representações que existem no corpus analisado podem ser divididas em nucleares e periféricas. As nucleares são baseadas no tradicionalismo gaúcho e sua incidência é predominante. Já as periféricas são inovadoras em relação ao tradicionalismo e constituem a minoria no corpus, ao mesmo tempo em que contemplam a maior parte dos membros. A tensão causada por este fato quantitativo mostra que a maioria dos sujeitos destas comunidades optou por um discurso que venera a cultura gaúcha, mas sem normas e regras como no tradicionalismo ortodoxo e sem apelo para radicalismos como nas duas comunidades classificadas como radicais.

Portanto há uma identidade de gaúcho que predomina enraizada em aspectos tradicionais e outra identidade, que não é tão recorrente, destituída de apego às tradições. Estas conquistaram mais membros do que aquelas, o que, de acordo com nossas hipóteses é uma incidência de inovação cultural, de transformação nas identidades até então hegemônicas. Discursivamente, a relação do global e do local se dá pela apropriação dos sujeitos às tecnologias a fim de enunciarem seus valores - o caráter democrático da internet dá espaço para inovações culturais como visto nas representações periféricas.

A Internet como meio de articulação global-local propicia e difusão de uma gama de discursos, entre eles os aqui verificados que partem de cidadãos comuns. Estes, por sua vez, se apropriam do midiático para dar visibilidade aos seus valores cotidianos, reconfigurados conforme o seu protagonismo. A midiatização atingiu a CMC (comunicação mediada por computador) e a globalização permitiu uma redescoberta do local que está passível de representações periféricas, as quais buscam seu espaço e cativam adeptos.

Os autores do quadro teórico e metodológico foram fundamentais na medida em que, por meio deles, encontramos aportes para refletir sobre o fenômeno e objetivar esta reflexão por meio da análise do discurso. A evidência de ancoragens no espírito da cavalaria e a veneração de aspectos rurais, já evidenciados por outros pesquisadores aqui utilizados no quadro teórico, permitem validar nossos resultados.

A diversidade de conceitos acionados a fim de mapear a problemática de pesquisa foi um grande risco por nós assumido e por isso tornou-se um desafio teórico-metodológico. Cibercultura, comunidades virtuais, ciberespaço, identidade, representações sociais, cultura local são termos que sugerem um universo teórico muito amplo. Uma de nossas sugestões para a continuação desta pesquisa é, então, o aprofundamento no manejo do imbricamento entre estes conceitos.

Apesar de muitas lacunas, os resultados aqui mostrados vão ao encontro de resultados de outras pesquisas em relação à recorrência da representação de um espaço rural e da presença da imagem do cavalo junto ao gaúcho. No entanto, a inovação trazida pelo resultado deste trabalho é uma temática extremamente recente ao mesmo tempo em que é intensa ao evidenciarmos as representações periféricas tomando forma no ciberespaço.

Neste caso entramos numa seara que permite reconhecemos as potencialidades oferecidas pela internet como mídia. Esta é uma questão que está transformando os aspectos relacionais e cognitivos na contemporaneidade midiática e este contexto nós tomamos como incentivo e ponto que merece atenção e responsabilidade dos pesquisadores da comunicação. E há pouco estudo a respeito.

As tecnologias servem de maneira variada para apropriações diversas e elas influenciam a cultura através dos usos que são feitos delas. O que fica de essencial para nossa continuação de caminhada é a relevância da investigação da transposição dos espaços concretos e virtuais. Por mais que as tecnologias propiciem formas inusitadas de comunicação o território continua sendo demarcado, mesmo que com suas naturais inovações enquanto também território simbólico.

Como Relações Públicas apaixonada pela relação de cultura, mídia e TICs a questão do local articulada com o global se mostrou um exemplo das transformações contemporâneas decorrentes dos fluxos de comunicação e interação multimídia. O

profissional da comunicação, tanto em âmbito acadêmico quanto mercadológico, necessita de conhecimento acerca das apropriações sociais da tecnologia por parte dos sujeitos e acerca das transformações culturais na vida das pessoas e organizações.

Além disso, temos poucos trabalhos na área que possam ser luz ou que tenham desbravado semelhante problema de pesquisa. As evidências empíricas foram justamente o que nos incentivou e constituíram-se no nosso maior desafio. A incidência de comunidades virtuais com temática de cultura gaúcha foi muito relevante ao passo que seus dados tornaram-se ricos elementos a serem manejados.

Muitos caminhos deixaram de ser tentados. E para isso teríamos muitas sugestões para continuar perseguindo as respostas às questões que nos instigaram. A análise da interação entre os membros destas comunidades é um viés que poderá trazer mais dados a respeito da identidade gaúcha representada nestas comunidades, e neste caso, não só pelo discurso do dono desta, mas também pelos seus receptores que se tornam emissores ao interagirem nos tópicos de discussão da comunidade. Para isso a etnografia virtual, método que está sendo testado por alguns poucos pesquisadores, é um caminho que parece pertinente.

Não coloquemos um ponto final nesta questão, pois as transformações estão acontecendo. Estamos no “tubo da onda” e não na “crista da onda” e por isso é difícil compreendermos com clareza ou tirarmos conclusões radicais quanto ao real poder da internet em relação às culturas locais, apesar deste corpus ter dado uma amostra de novas identidades sendo configuradas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRIC, Jean-Claude. A abordagem estrutural das representações sociais. Em MOREIRA, A.S.P. & Oliveira, D.C. (Orgs.). **Estudos interdisciplinares de representação social** (pp. 27-46). Goiânia: AB Editora, 1998.

\_\_\_\_\_. Lês représentations sociales: aspects théoriques. In: ABRIC, J-C. **Pratiques sociales et representations**. Paris, Presses Universitaires de France, 1994.

\_\_\_\_\_. L'organisation interne des representations sociales: système central et système périphérique. In: GUIMELLI, C. **Structures et transformations des representations sociaux**. Neuchâtel, Delachaux et Niestlé, 1994a.

ALDUS, Joan. O Intercâmbio entre Durkheim e Tönnies quanto à Natureza das Relações Sociais. In MIRANDA, Orlando. **Para Ler Ferdinand Tönnies**. Edusp. São Paulo, 1995.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

CAMARGO, Isaac. O uso da fotografia e a construção e a construção do objeto noticioso na edição da Mídia impressa. In: NETO, Antônio Fausto; HOHLFELDT, Antonio; PRADO, José Luiz Aidar e PORTO, Sérgio D. (orgs.) **Práticas midiáticas e espaço público**. Coleção Comunicação 10 (compós Volume 1). Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

\_\_\_\_\_. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

EISENBERG, José; LYRA, Diogo. A invasão brasileira do Orkut. In: **Ciência hoje** – revista de divulgação científica da SBPC. Vol. 38, maio/2006, p. 30 a 35.

FAUSTO NETO, Antônio. **Mediatização** – Prática social, prática de sentido? Texto rascunho circulação interna PPG-COM, 2005/2007.

FEININGER, Andréas. **Curso Feininger de Aperfeiçoamento em Fotografia**. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1985.

FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação**: as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 2002

FLORES, Luiz Felipe Baeta Neves. **Região e Nação**: novas fronteiras. In: Região e nação na América Latina/ George de Cerqueira Leite Zarur (organizador). – Brasília: Editora Universidade de Brasília: São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2000.

FRAGOSO, Suely. **Conectibilidade e Geografia em Sites de Rede Social**: um olhar sobre as relações entre território e identidade a partir do Orkut. Versão em português e expandida do texto ‘Digital Connectedness in Social Network Sites: exploring relations between territory and identity in Orkut’. In: IR 9.0 - Rethinking Communities, Rethinking Place, 2008, Copenhagen. IR 9.0 - Rethinking Communities, Rethinking Place. Copenhagen : AoIR, 2008 a (original fornecido pela autora).

FRAGOSO, Suely ; ROSÁRIO, N. M. . Just like me only better. In: Fay Sudweeks, Herbert Hrachovec, Charles Ess. (Org.). **Cultural Attitudes Towards Technology and Communications**, vol. 5. Murdoch, School of Information Technology - Murdoch University, 2008 b.

FREIRE FILHO, João. Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, nº 28, dez. 2005.

GRUPO IMAGEM. **Grupo de estudos sobre imagem**. Orient: Adair Caetano Peruzzolo. Santa Maria: UFSM, 2004-2007.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

JACKS, Nilda. **Mídia nativa**: indústria cultural e cultura regional. Porto Alegre: UFRGS, 1998.

\_\_\_\_\_. **Querência:** Cultura regional como mediação simbólica. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.

JODELET, Denise. Représentation sociale: phénomènes, concept et théorie. In: MOSCOVICI, S. **Psychologie sociale**. Paris, Presses Universitaires de France, 1984.

\_\_\_\_\_. Représentations sociale: um domaine em expansion. In: JODELET, D. **Les representations sociales**. Paris, Presses Universitaires de France, 1989.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas, SP: Papirus, 1996.

LEMOS, André. **Cibercultura:** tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA, Ivan. **A fotografia é a sua linguagem**. Rio de Janeiro: Espaço e tempo, 1988.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Loyola, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Denis de. (Org) **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MORIGI, Valdir José; ROSA, Rosane. A construção da identidade do sujeito na narrativa jornalística de ZH: análise do caso Viamão. In: MORIGI, V. J.; ROSA, R.; MEURER, F. **Mídia e representações da infância:** narrativas contemporâneas. Curitiba: Champagnat; Porto Alegre: UFRGS, 2007.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais:** investigações em psicologia social. Rio de Janeiro, Vozes, 2003.

OLIVEN, Rubem G. **A parte e o todo**. A diversidade no Brasil nação. Petrópolis: Vozes, 1992.

OLIVEN, Ruben. Nação e região na identidade brasileira. in: ZARUR, George de Cerqueira Leite (org.) **Região e nação na América Latina**. Brasília: Ed. UnB, 2000.

PERUZZOLO, Adair Caetano. **Elementos de semiótica da comunicação**. Bauru, SP: EDUSC, 2004.

\_\_\_\_\_. **A comunicação como encontro**. Bauru, SP: EDUSC, 2006.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Teoria das Redes e Redes de relacionamento na Internet**. Trabalho apresentado ao NP-08 – Núcleo de Estudo de Tecnologias Informacionais da Comunicação do XXVII INTERCOM, 2004.

\_\_\_\_\_. Estratégias de personalização e sites de redes sociais: um estudo de caso de apropriação do Fotolog.com. In: **Comunicação, mídia e consumo**. ESPM. São Paulo, vol.5, n. 12, p. 35-56, mar. 2008.

RHEINGOLD, Howard. **The Virtual Community**: Homesteading on the Electronic Frontier, 1993. HarperPerennial Paperback in USA, Manuscrito eletrônico: Disponível em: <<http://www.well.com/user/hlr/vcbook/index.html>>. Acesso em 20/10/08.

SÁ, Celso Pereira de. **A construção do Objeto de Pesquisa em Representações Sociais**. Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 1998.

\_\_\_\_\_. **Sobre o núcleo central das representações sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

SILVA, Sandra Rubia da. Globalização, virtualidade e identidade cultural. **ECOS REVISTA**, Pelotas, 10(2): 215-232, jul.-dez./2006.

SILVA, Tadeu da (org), HALL, S.; WOODWARD, K; **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado; FRAGA, Pauline Neutzlig; PIENIZ, Monica . **Reificação e consumo na indústria cultural: crítica às políticas públicas**. In: XXXI Congresso Intercom, 2008, Natal - RN. Anais do XXXI Congresso Intercom: UFRN, 2008.

SILVEIRA, Ada C. Machado; RONSINI, Veneza M. **Representação & identidade**: três estudos em Comunicação. Santa Maria: FACOS – FIPE – UFSM, 2001.

\_\_\_\_\_. Representações identitárias e o giro da virtualidade: as tecnologias geradoras de intertextos culturais. **Animus**: revista interamericana de comunicação midiática/ UFSM, CESH, Vol. I, n. 2 julho/dez.2002

\_\_\_\_\_. **O espírito da Cavalaria e suas representações midiáticas**. Ijuí: Ed. Unijuí, 2003.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

TAJFEL, H. Social Psychology of Intergroup Relations. **Annual Review of Psychology**. Volume 33, Page 1-39, Jan 1982. Disponível em <  
<http://arjournals.annualreviews.org/action/doSearch?all=&search=AR+Search&exact=&one=&without=&occurrences=anywhere&author=tajfel&publication=all&start=1980&end=2009>>. Acesso em 01/12/08.

TÖTO, Pertti. Ferdinand Töniés, um Racionalista Romântico. In MIRANDA, Orlando. **Para Ler Ferdinand Töniés**. Edusp. São Paulo, 1995.

TRIVINHO, Eugênio. **O mal-estar da teoria**: a condição da crítica na sociedade tecnológica atual. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.

\_\_\_\_\_. Comunicação, glocal e cibercultura: “bunkerização” da existência no imaginário mediático contemporâneo. **Revista Fronteiras** : estudos midiáticos , São Leopoldo, v.7, n.1, p.61-76, abr. 2005.

TURKLE, Sherry. **La vida en la pantalla**. La construccion de la identidad en la era de Internet. Barcelona: Paidós, 1997.

VERON, Eliseo. **Que se vê do mundo?** Imagens no discurso da informação. 1898. Tradução de Adair Caetano Peruzzolo, Santa Maria, CESH, UFSM.

VERON, Eliseo. **Fragments de um tecido**. São Leopoldo: Ed. da Unisinos, 2004.

VILLAFANE, Justo. **Introducción a la teoría de la imagem**. Madrid: Pirâmide, 2000.

WEBER, Max. **Conceitos Básicos de Sociologia**. Editora Moraes. São Paulo, 1987.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília, UnB, 2006.

\_\_\_\_\_. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2007.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: **Identidade e Diferença** – A perspectiva dos Estudos Culturais. Org.: Tomaz Tadeu da Silva. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

### APÊNDICE A – Quadro com dados quantitativos

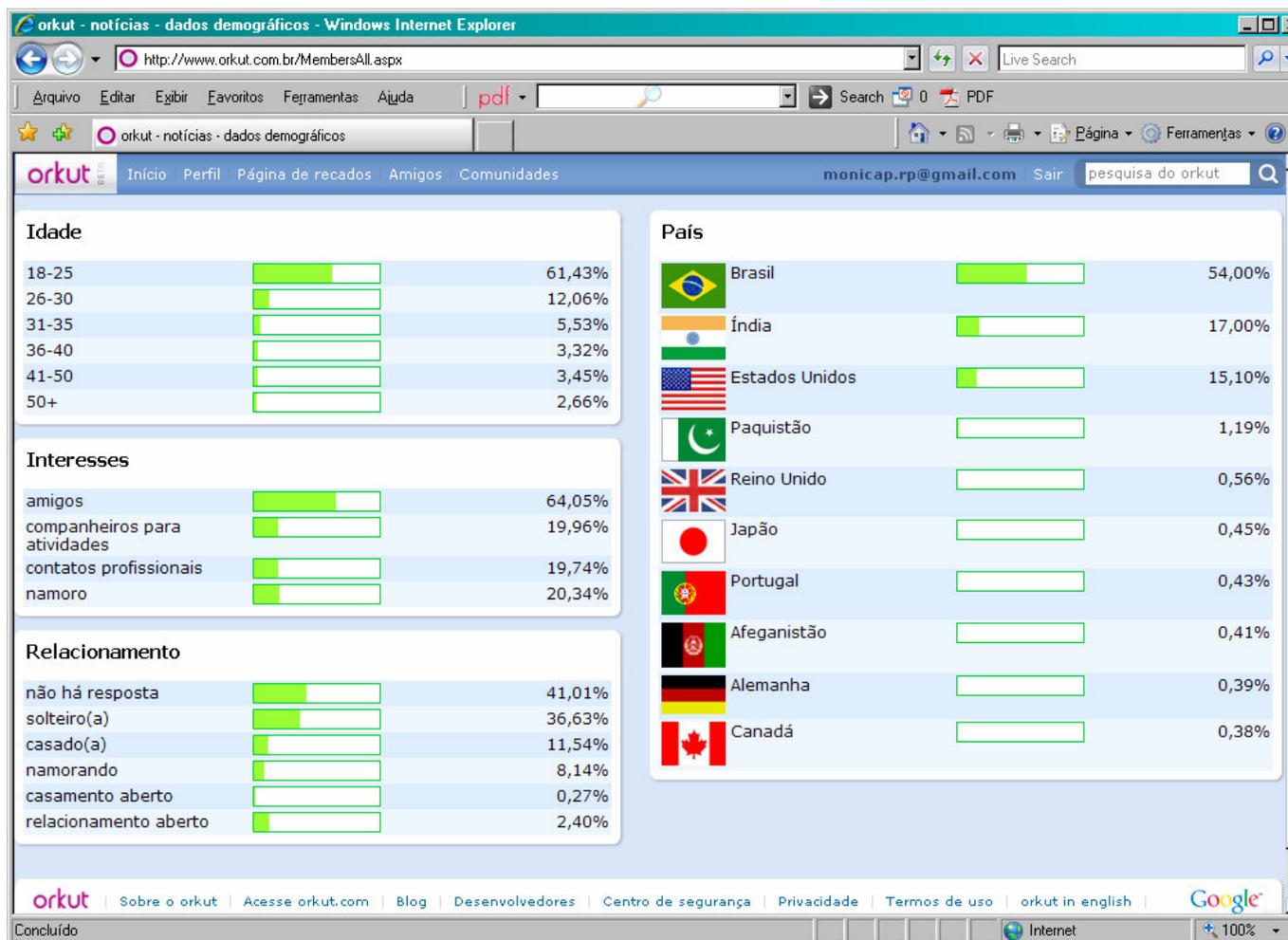
Categorias	Palavras-chave	Gaúcho	Gaúchos	Gaúcha	Gaúchas	MTG	CTG	Rio Grande do Sul	Porto Alegre	Revolução Farroupilha	Galpão Crioulo	Total
6º) Artes e Entretenimento			1				2		2		1	6
10º) Atividades											1	1
9º) Automotivo								1	1			2
5º) Cidades e Bairros			1						5	1		7
10º) Computadores e Internet								1				1
10º) Culinária, Bebidas e Vinhos									1			1
<b>2º) Culturas e Comunidade</b>			1	2		6	4		1	1	4	19
10º) Empresa											1	1
<b>3º) Esportes e Lazer</b>		9	1				1	2				13
6º) História e Ciências				1						5		6
7º) Moda e Beleza				1	3			1				5
4º) Música			1	4	2						4	11
<b>1º) Países e Regiões</b>		2	5	4	1			7	2	1		22
8º) Pessoas			1	3								4
10º) Romances e Relacionamentos					1							1
9º) Viagens			1	1								2
7º) Outros		1			2		1				1	5
TOTAL (Comunidades na primeira página)		12	12	12	12	7	8	12	12	8	12	107
NUMERO DE MEMBROS		246.805 a 46.058	11.118 a 2.688	14.591 a 5.144	86.344 a 4.942	5.419 a 171	15.665 a 1.091	323.188 a 2.466	137.771 a 9.131	641 a 1	2.187 a 35	-
NÚMERO DE COMUNIDADES		Mais de 1.000	Mais de 1.000	Mais de 1.000	578	141	Mais de 1.000	Mais de 1.000	Mais de 1.000	8	31	-

**APÊNDICE B – Quadro com dados qualitativos (parte I p. 148 e parte II p.149)**

	Nº de membros	Dono: Idade, Cidade, sexo (M ou F)	Proporção de comunidade es territoriais ligadas à cultura gaúcha	Data de criação	Tempo Predominante no texto verbal	Espaço, formas de retratar	Pessoa que prevalece	Texto icônico	Tema principal	Estrutura da descrição: Objetivo (OBJ) Público(P) Regras(R) Outros(O) Links(L)	Categoria: Inovadoras (IN) Tradicionais (T) Radicais (R)
<b>Eu me orgulho em ser gaúcho</b>	86.220	20 Porto Alegre/RS F	(83;12;12) 100%	23/09/04	Presente	'lugar', 'campo', 'Pátria', 'rio', 'Rio Grande Selvagem'	1ª singular	Título, mapa, cores bandeira, cavaleiro, rural	Orgulho e respeito	- R - O - L	T
<b>Gaúchos de verdade</b>	3.944	27 Caxias do Sul/RS M	(731;86;79) 91,86%	25/12/04	Presente Futuro	'estado', 'querido rio grande', 'cidades', 'melhor lugar do mundo', 'teu lugar'	1ª plural 2ª singular	Horizonte, Cavaleiro, rural	Separatismo e superioridade	- OBJ - P - R - O	T / R
<b>A verdadeira tradição gaúcha</b>	6.347	26 Esteio/RS M	(26;08;08) 100%	12/05/05	Presente	'nossa Terra Gaúcha'	3ª plural	Gaúcho pilchado, campo verde	Música, autenticidade	- P - O	T
<b>Gaúchas incomodam e comandam</b>	20.896	Porto Alegre/RS M	(37;11;11) 100%	14/03/05	Presente	'no sul'	1ª plural 3ª plural	Mulher loira, óculos escuros nos olhos, braço erguido	Beleza feminina	- O	IN
<b>MTG</b>	5.525	— M	(128;52;40) 76,92%	13/09/04	Presente	Endereço geográfico, físico do MTG em Porto Alegre e o link que remete ao site do MTG	1ª plural	Símbolo do MTG	MTG	- OBJ - R - O - L	T

	Nº de membros	Dono: Idade, Cidade, sexo (M ou F)	Proporção de comunidade es territoriais ligadas à cultura gaucha	Data de criação	Tempo Predominante no texto verbal	Espaço, forma de representação	Pessoa que prevalece	Texto icônico	Tema principal	Estrutura da descrição: Objetivo (OBJ) Público(P) Regras(R) Outros argumentos(O) Links(L)	Categoria: Neutras (N) Tradicionais (T) Radicais (R)
<b>Viciados em CTG</b>	1.276	- Guarapuava/PR F	(189;46;45) 97,83%	26/02/06	Presente	CTG	3ª plural	Grupo de pessoas pilchadas dançando	CTG	- P - O	T
<b>Eu amo o Rio Grande do Sul</b>	14.916	30 Santa Maria/RS M	(65;30;30) 100%	08/05/05	Presente Passado	'imenso Rio Grande', 'terra abençoada', 'nosso pago', 'meu Rio Grande do Sul'	3ª plural	Paisagem natural, churrasco, história, cidade	Amor	- P - O - L	IN
<b>Porto Alegre</b>	137.778	- - -	-	01/02/04	Presente	'Porto Alegre', 'capital do Rio Grande do Sul', 'Brasil', 'cidade', 'mundialmente conhecida', 'aqui'	3ª singular e plural	O Laçador, monumento histórico de Porto Alegre	POA	- O - L	IN
<b>Neo-revolução Farroupilha</b>	28	20 São Januário/RJ M	(889;135;87) 64,44%	12/11/05	Presente	'Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná', 'Sul', 'Brasi', 'dois países', 'três países'	3ª plural	Grupo de cavaleiros em marcha a cavalo e bandeiras	separatismo	- P - O	R
<b>Comunidade Galpão Crioulo</b>	2.187	26 Porto Alegre/RS M	(18;14;14) 100%	03/05/06	Presente	'trincheira aberta', 'vitrine autêntica e democrática' e o link que remete ao site do programa	2ª e 3ª no singular	Apresentadores do programa pilchados.	Defesa da cultura	- P - O - L	T

**ANEXO A** – Dados demográficos do Orkut. Disponível em <<http://www.orkut.com.br/MembersAll.aspx>>. Acesso em 18/07/08<sup>31</sup>.



<sup>31</sup> No caso do dado de faixa etária percebe-se que dos 18 aos 25 é a faixa etária que prevalece. Aí pensa-se a questão da menoridade no Orkut, onde milhares de crianças estão conectadas com uma idade que não é sua.

**ANEXO B** - Número de comunidades virtuais em língua portuguesa, dados do Blog do Orkut.  
Disponível em <<http://blog.orkut.com/2008/03/comunidade-global.html>>. Acesso em 18/07/08.

**A Comunidade Global**  
Segunda-feira, 24 de Março de 2008 12:54  
Postado por [Ellen Spertus](#), Pesquisadora

O Orkut tem tudo a ver com comunidades e realmente temos muitas delas: mais de 45 milhões, abrangendo todas as áreas imagináveis (e algumas que até desafiam a imaginação). Os donos podem especificar idiomas e países para suas comunidades e tenho a satisfação de ver que todos os muitos idiomas e países do orkut estão representados.

O idioma mais comum das comunidades é o português, com mais de 10 vezes a quantidade de comunidades do segundo idioma mais comum, o inglês. O terceiro mais comum é o inglês britânico, que foi introduzido no segundo trimestre de 2006 para distinguir entre as pessoas que chamam o esporte da Copa do Mundo de "football" e as que o chamam de "soccer" (futebol). Espanhol e hindí ocupam quarto e quinto lugares, conforme mostrado na tabela:

idioma	comunidades	maior comunidade	membros
Português	40.460.878	<a href="#">Eu amo a minha MÃE!</a>	3.903.588
Inglês	3.738.534	<a href="#">Nike</a>	624.095
Inglês (UK)	469.538	<a href="#">David Beckham</a>	118.657
Espanhol	186.323	<a href="#">Pra que serve o Orkut?</a>	79.734
Hindi	43.837	<a href="#">Cafe Coffee Day</a>	55.492
Estoniano	37.199	<a href="#">Estonia</a>	63.505
Todos	34.294	<a href="#">Caipirinhas</a>	311.487
Francês	25.118	<a href="#">Paris</a>	21.772
Telugu	23.925	<a href="#">అమ్మ!!!</a> [E, tá bom!]	15.665

(Observação: africânder viria em sexto, mas nenhuma das maiores comunidades estava representada nesse idioma. Simultaneamente, nenhuma das

**Arquivos**

Nós adoramos saber sua opinião

Encontrou um tópico sobre o qual deseja comentar? [Envie-nos um email.](#)

Adicione o [Gadget do aniversário](#) do orkut a sua página inicial.

**ANEXO C** – Categorias para as comunidades virtuais do Orkut.  
Disponível em <<http://www.orkut.com/Communities.aspx>>. Acesso em 20/06/08.

The screenshot shows the Orkut website interface in a Mozilla Firefox browser window. The browser's address bar displays the URL <http://www.orkut.com/Communities.aspx>. The page title is "orkut - Comunidades - Mozilla Firefox". The browser's menu bar includes "Arquivo", "Editar", "Exibir", "Histórico", "Favoritos", "Ferramentas", and "Ajuda". The address bar contains navigation buttons and a search box with "Google". The browser's toolbar shows "Mais visitados", "Gmail", "Orkut", and "Google". The page header includes the Orkut logo, navigation links for "Início", "Perfil", "Página de recados", "Amigos", and "Comunidades", the user's email "moni.poscom@gmail.com", and a search box for "pesquisa do orkut".

The main content area is titled "Comunidades" and includes the following text:

Início > Comunidades.

Compartilhe suas paixões. Conheça pessoas que têm interesses em comum. Troque idéias. Planeje eventos...

Você pode [pesquisar](#) comunidades ou criar sua própria comunidade.

On the left side, there is a user profile section with a silhouette icon and the text "Pesquisa Poscom feminino Brasil". Below this are links for "perfil", "recados", "fotos", "videos", and "depoimentos", each with an "editar" link. There is also an "Apps" section with an "adicionar apps" link and a list of "listas", "mensagens", "atualizações", "configurações", and "spam".

On the right side, there is a search box for "todas as comunidades" with the text "Pesquisar por nome:" and a "pesquisar" button. Below this is a list of "Procurar categorias:" including:

- Alunos e Escolas
- Animais: de estimação ou não
- Artes e Entretenimento
- Atividades
- Automotivo
- Cidades e Bairros
- Computadores e Internet
- Culinária, Bebidas e Vinhos
- Culturas e Comunidade
- Empresa
- Escolas e Cursos
- Esportes e Lazer
- Família e Lar
- Gays, Lésbicas e Bi
- Governo e Política
- História e Ciências
- Hobbies e Trabalhos Manuais
- Jogos
- Moda e Beleza
- Música
- Negócios
- Países e Regiões
- Pessoas
- Religiões e Crenças
- Romances e Relacionamentos
- Saúde, Bem-estar e Fitness
- Viagens
- Outros.

At the bottom of the page, there is a "criar" button and the text "Concluído".

**ANEXO D** – Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “Gaúcho”.  
Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=462518>>. Acesso em 18/07/08.

The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying the Orkut community page for "EU ME ORGULHO EM SER GAUCHO!". The browser's address bar shows the URL <http://www.orkut.com.br/Community.aspx?cmm=462518>. The page features a navigation menu at the top with options like "Início", "Perfil", "Página de recados", "Amigos", and "Comunidades". The main content area is titled "EU ME ORGULHO EM SER GAUCHO!" and includes a description: "COMUNIDADE ORIGINAL". Below the title, there are two paragraphs of text. The first paragraph reads: "Eu venho de um lugar onde a gente ACREDITA nos jovens, OUVI os velhos, e RESPEITA o eterno. Eu venho de um lugar onde o canto é de CAMPO e de RIO. Mas sobretudo, eu venho de um lugar onde o homem tem PÁTRIA, PENSA e OPINA: Eu Sou GAÚCHO!". The second paragraph reads: "Um dia, quando souberes que este gaúcho morreu, Nalgum livro serás eu. E nesse novo viver, Eu somente quero ser a mais apagada imagem, Deste Rio Grande selvagem, Que até morto hei de querer...". Below the text, there are two observations: "Obs. \*NAO POSTEM CONVITES PARA COMUNIDADES (ou postem em eventos)" and "\* Pessoas que fizerem comentarios ofensivos serão excluidas.". At the bottom of the main content area, there is a warning: "POR FAVOR RESPEITEM OS LIMITES. ORGULHO É BOM, MAS SE ACHAR SUPERIOR A OUTRAS PESSOAS É UM TIPO DE PRECONCEITO! EU ME ORGULHO DE SER GAUCHA, MAS ISSO NÃO ME DA O DIREITO DE DESRESPEITAR QUEM NÃO É GAUCHO!". On the right side of the page, there is a section for "membros (86220)" with a grid of member profile pictures and names: Alvo, \_baúto ceta r., Igor, Patrick, Plets, Markky "Rock", and David. Below the members section, there is a "ver membros" link and a "comunidades relacionadas" section with three community icons: Rio Grande do Sul, Grêmio Esportivo, and Eu falo TCHÊ!!!. The browser's status bar at the bottom shows "Concluído" and "Internet".

**ANEXO E** - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “Gaúchos”.  
Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1004853>>. Acesso em 18/07/08.

The screenshot shows the Orkut website interface in Internet Explorer. The browser title is "orkut - Gaúchos de verdade - Windows Internet Explorer". The address bar shows the URL "http://www.orkut.com.br/Community.aspx?cmm=1004853". The page content is as follows:

**orkut** BEIP Início Perfil Página de recados Amigos Comunidades moni.poscom@gmail.com Sair pesquisa do orkut

**Gaúchos de verdade**  
Início > Comunidades > Gaúchos de verdade

descrição: Comunidade com forte apelo separatista, para nós gaúchos cuidarmos do que é nosso Pra quem é Gaúcho de verdade. Pra quem ama esse estado e tem certeza que nasceu no melhor lugar do mundo. Se tu tem orgulho no peito de gritar "Eu sou gaúcho", então esse é teu lugar. Criei essa comunidade porque as outras estão infestadas de gente de outros estados só falando mal do nosso querido rio grande, e os moderadores froxos não fazem nada. Então aqui é lugar pra Gaúcho de verdade mesmo, se tu não tem certeza do que tu é, então nem entre.

PS: Ofensas ao povo Gaúcho, não serão aceitas. Aqui será tolerância zero. Serão aceitos somente tópicos a respeito de nosso estado, nossos costumes, cidades, gente, e tudo que defina nossa identidade. Também discutiremos nossa independência com a separação do RS

TODOS GAÚCHOS E ADMIRADORES DESSA SOBERBA RAÇA SÃO MUITO BEM VINDOS

idioma: **Português**  
categoria: Países e Regiões  
dono: Diogo Viero  
tipo: moderada  
privacidade do conteúdo: aberta para não-membros

**membros (3944)**

ViNiciuS Gui Gus Borchosk marcelo pena \*VAROA DE DEUS Amilton ALINE DeMiş

**comunidades relacionadas**

Rodeio Crioulo (12.384) Ando pilchado, e daí? (4.628) Sagu com bucho (356)

**ANEXO F** - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “Gaúcha”.  
Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=2066825>>. Acesso em 18/07/08.

The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying the Orkut website. The address bar shows the URL <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=2066825>. The page title is "orkut - A Verdadeira Tradição Gaúcha". The user is logged in as "moni.poscom@gmail.com".

The main content area displays the community page for "A Verdadeira Tradição Gaúcha". The description reads: "Esta Comunidade é destinada à todos aqueles que entendem e se preocupam com a verdadeira Tradição Gaúcha. Admiradores dos grandes intérpretes, compositores, que nos regalam com suas obras repletas de verdades e amor à nossa Terra Gaúcha. Como por exemplo: Luiz Marengo, José Claudio Machado, César Oliveira, Rogério Melo, Gustavo Teixeira, Pedro Ortaça, Walter Moraes, Joca Martins, e outros tantos. "A autenticidade é a maior diferença entre os que são e os que tentam ser." ÂNGELO FRANCO."

The community details are as follows:

- Por: Edilson Ramos
- idioma: **Português**
- categoria: **Culturas e Comunidade**
- dono: **Edilson - Meu Filho Nasceu!**
- moderadores: **eduardo**
- tipo: **pública**
- privacidade do conteúdo: **aberta para não-membros**
- fórum: **não-anônimo**
- local: **090090, Brasil**
- criado em: **12 de maio de 2005 20:32**
- membros: **6.347**

On the right side, there is a section for "membros (6347)" showing a grid of member profile pictures with names like "vomagda", "ViNiCiUs", "Max Pudim", "VAROA DE DEUS", "César", "Gabi", "Rita", and "Tássia". Below this is a "ver membros" link. At the bottom right, there is a section for "comunidades relacionadas" with three thumbnails: "Eu ODEIO Tchê music (1.173)", "Tchê Music Não É Cultura (1.784)", and "Eu sou gaúcho Tradicionalista (1.000)".

**ANEXO G** - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave "Gaúchas".  
Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1547814>>. Acesso em 18/07/08.

The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying the Orkut website. The address bar shows the URL: <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1547814>. The page title is "orkut - Gaúchas Incomodam & Comandam".

The main content area is titled "Gaúchas Incomodam & Comandam" and includes the following text:

descrição: **TODOS sabem q gaúchas INCOMODAM, em especial, ao sexo feminino.**

Deve ser pelo fato das GAÚCHAS SEREM AS + belas, inteligentes, charmosas, simpáticas, sensuais, educadas, cultas, c/ 1 sotaque...

TENTAM nos rebaixar; em comunidades q falam d outras, somos "cutucadas" até nas descrições (sendo q ã atacamos ninguém); dizem q o sotaque é feio, q somos metidas, q somos: "loiras s/ sal, magras, brancas e altas" (inveja, recalque e desconhecimento)

Mas a verdade é q no Sul existem: loiras, morenas, negras, orientais, ruivas, mesticas; branquinhas, bronzeadissimas; magras, saradas; baixas, altas... ã importa!

O fato d SER GAÚCHA INCOMODA! Nossos atributos? Dispensam comentários. Podem falar, mas a admiração e o respeito pelo q SOMOS é BEM maior!

CONFORMEM-SE! NOSSO NÍVEL É OUTRO!

"Se alguém se sente incomodado c/ a tua presença, é pq conhece o teu brilho, sabe da tua força, inveja teu caráter e teme q os outros vejam o quanto tu é melhor"

idioma: **Português**  
categoria: **Países e Regiões**  
depo: Daniel Müller

The right sidebar shows a list of members (20896) with profile pictures and names: Gabrielle, Li, CruciLo, Anna, RedTige, Laurinha, and others. Below the members list is a section for "comunidades relacionadas" (related communities) with profile pictures and names: Loiras Gremistas & Grêmio, Loiras Gaúchas (25.024), and Gauchas Têm o que Eles Gostam (22.072).

**ANEXO H** - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave "MTG".  
Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=420170>>. Acesso em 18/07/08.

The screenshot shows the Orkut website interface in Internet Explorer. The browser's address bar displays the URL <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=420170>. The page title is "orkut - MTG - Windows Internet Explorer".

The main content area displays the community page for "MTG". The logo features a circular emblem with a horse, a plant, and a traditional hat, surrounded by the text "MTG" and "RIO GRANDE DO SUL". Below the logo, it states "MTG (5.525 membros)".

The community description reads: "Comunidade do MTG: Movimento Tradicionalista Gaúcho. Aqui discutimos valores gaúchos." The address is listed as "Rua Guilherme Schell, 60, CEP 90.640-040, Porto Alegre - Rio Grande do Sul", with a phone number "(51) 3223-5194" and the website "www.mtg.org.br".

A notice in bold text states: "-ATENÇÃO- A PARTIR DE 20/11/2006 ESTA COMUNIDADE TORNOU-SE MODERADA POR TEMPO INDETERMINADO A FIM DE EVITAR AS PROPAGANDAS PORNOGRÁFICAS E DE QUALQUER NATUREZA. O ACESSO VOLTARÁ A SER LIBERADO, POIS O OBJETIVO DESTA MEDIDA É APENAS EVITAR A PROPAGAÇÃO DE MATERIAL SEM PROPÓSITO TRADICIONALISTA. OBRIGADO."

Metadata for the community includes:
 

- idioma: Português
- categoria: Países e Regiões
- dono: Fábio De P. Vieira
- tipo: moderada
- privacidade do conteúdo: aberta para não-membros

On the right side, the "membros (5525)" section shows a grid of member profile pictures with names: Kattytta, Bianca, Jorge Lucas, NORONHA, Everson (Pandão), Inanjinha, Lary, GEJA, and Lessandro. Below this is a "comunidades relacionadas" section featuring "Cante e Encante seu CTG (251)" and "Rio Grande do Sul (323.383)".

**ANEXO I** - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave "CTG".  
Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=9011170>>. Acesso em 18/07/08.

The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying the Orkut website. The address bar shows the URL: <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=9011170>. The page title is "orkut - ViCiAdOs Em C.t.G. !!!!! - Windows Internet Explorer".

The main content area displays the community page for "ViCiAdOs Em C.t.G. !!!!!". The description reads: "ESTA COMUNIDADE FOI FEITA PARA VICIADOS NÃO-ANONOMOS E; MUITO PELO CONTRÁRIO, ORGULHOSOS DO SEU VICIO....Pessoas q vivenciam o tradicionalismo gaúcho integralmente, pessoas q naum conseguem viver long disso...pessoas q mesmo ensaiando até metade da madrugada em época d rodeio naum ligam se tem prova final ou q ir trabalhar no dia seguinte , e depois q a temporada acaba e chegam as merecidas férias ficam em crise d abstinência já na 1º semana". Below the description, it states "ESSA COMUNIDADE EH SÓ PRA VICIADOS MESMO!!!!" and "...viciados e com orgulho...".

The community details include:
 

- idioma: Português
- categoria: Culturas e Comunidade
- dono: ツBrukha ツ ...
- moderadores: Paulo Henrique
- tipo: pública
- privacidade do conteúdo: aberta para não-membros
- fórum: anônimo
- local: guarapuava, paraná, 850651, Brasil
- criado em: 26 de fevereiro de 2006 03:20
- membros: 1.276

The right sidebar shows a list of members (1276) with profile pictures and names: ~ Cááh #)~, Talita Adriane, //>>MaRceLoC, Edi, ♡.♡ Nãã, Cris, Jeon, vinicius, and ♡MulHer. Below the members list is a link "ver membros".

The bottom right section shows "comunidades relacionadas" with three thumbnails: "Danças Tradicionais Gaúchas (1.623)", "O CTG é a minha casa (1.678)", and "CPF Piã do Sul (1.623)".

The left sidebar contains navigation options: "participar", "convidar amigos", "fórum", "enquetes", "eventos", "membros", and "denunciar abuso".

The bottom status bar shows "Concluído" and "Internet" with a 100% zoom level.



**ANEXO K** - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave "Porto Alegre". Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=5610>>. Acesso em 18/07/08.

The screenshot shows the Orkut website interface in Internet Explorer. The browser window title is "orkut - Porto Alegre - Windows Internet Explorer". The address bar shows the URL "http://www.orkut.com.br/Community.aspx?cmm=5610". The page content is as follows:

**orkut** Início Perfil Página de recados Amigos Comunidades moni.poscom@gmail.com Sair pesquisa do orkut

**Porto Alegre**  
Início > Comunidades > Porto Alegre

descrição: Viva Porto Alegre, a capital do Rio Grande do Sul, Brasil. Uma cidade com 1,5 milhão de habitantes, sede por 4 vezes do Fórum Social Mundial, a cidade é mundialmente conhecida e visitada por milhares de turistas.

É famosa também por suas práticas de administração pública, que está entre as 40 melhores do mundo.

Aqui as pessoas são simpáticas e fazem com que você se sinta em casa.

Conheça a cidade e participe da comunidade!

Não percam os Orkontros...

Caso deseje divulgar uma nova comunidade, faça-o neste tópico:  
<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=5610&tid=6>

idioma: **Português**  
categoria: Cidades e Bairros  
dono: Huy Zing  
tipo: pública  
privacidade do conteúdo: aberta para não-membros

**Porto Alegre**  
(137.778 membros)

- participar
- convidar amigos
- fórum
- enquetes
- eventos
- membros
- denunciar abuso

**membros (137778)**

Madú, Cássio, JadeleKQ, Kitty, Julio, Cabeção, zebra, andréia meireles, .steh

[ver membros](#)

**comunidades relacionadas**

Grêmio, Chimarrão

Concluído Internet 100%

**ANEXO L** - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave “Revolução Farroupilha”. Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=6458449>>. Acesso em 18/07/08.

The screenshot shows the Orkut website interface for the 'Neo-Revolução Farroupilha' community. The browser window title is 'orkut - Neo-Revolução Farroupilha - Windows Internet Explorer'. The address bar shows the URL 'http://www.orkut.com.br/Community.aspx?cmm=6458449'. The page layout includes a navigation bar with 'Início', 'Perfil', 'Página de recados', 'Amigos', and 'Comunidades'. The main content area is divided into several sections:

- Community Header:** 'Neo-Revolução Farroupilha' with a description: 'Esta é uma comunidade para aqueles que querem a independência do Rio Grande do Sul, e também tornar Santa Catarina e Paraná dois países. Para entrar na comunidade, o membro deve querer que o Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná sejam três países e achar que o Sul é a melhor região do Brasil. Os membros podem dar suas opiniões.'
- Community Details:** Idioma: Português; categoria: Cidades e Bairros; dono: Cebola PortoAlegri; tipo: pública; privacidade do conteúdo: aberta para não-membros; fórum: não-anônimo; local: 90030, Brasil; criado em: 12 de novembro de 2005 22:59; membros: 28.
- Forum:** A table listing forum topics with columns for 'tópico', 'postagens', and 'última postagem'.
 

tópico	postagens	última postagem
<input type="checkbox"/> Independentes	2	04/12/07
<input type="checkbox"/> Chega de viver à mercê da Brasilha da Fantasia	2	21/11/05
<input type="checkbox"/> Por que fazer a Revolução?	1	13/11/05
<input type="checkbox"/> Fazer o jamais feito.	1	13/11/05
- Membros (28):** A grid of member profile pictures with names: Éverton, LUIZ CARLOS, Taiz, Off, Roger, Fê, prof@marléte, O RIO GRANDE É, and Márlon.
- Comunidades relacionadas:** A grid of related community icons and names: 'Separação já!! O RS é livre... (25)', 'Rio Grande do Sul (323.385)', and 'Orkuteiros Rio Grande do Sul (7.700)'.

**ANEXO M** - Comunidade decorrente da busca pela palavra-chave "Galpão Crioulo".  
Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=12904848>>. Acesso em 18/07/08.

The screenshot shows the Orkut website interface for the "Galpão Crioulo" community. The browser window title is "orkut - Comunidade 'Galpão Crioulo' - Windows Internet Explorer". The address bar shows the URL "http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=12904848". The page content includes:

- Community Header:** "orkut" logo, navigation links (Início, Perfil, Página de recados, Amigos, Comunidades), user profile "moni.poscom@gmail.com", and a search bar.
- Community Profile:**
  - Community "Galpão Crioulo"** (2.187 membros)
  - participar** (participate)
  - fórum** (forum)
  - enquetes** (polls)
  - eventos** (events)
  - membros** (members)
  - denunciar abuso** (report abuse)
- Description:**

descrição: O Galpão Crioulo está sempre com a trincheira aberta na defesa de nossa cultura. É uma vitrine gigantesca e democrática para o artista que interpreta a arte mais autêntica do seu povo.

Então nos diga: você é fã do Galpão Crioulo? Gostaria de dar sugestões, fazer críticas, mandar um alô? Então tá!! A partir de agora este é o seu espaço. Crie fóruns, faça debates, enfim... Você terá acesso direto com a produção do programa. Idéias são muito bem vindas. Assim, continuaremos a fazer o Galpão Crioulo exatamente como nosso público gosta. Ah, sintase a vontade pra visitar também nosso site: [www.rbstv.clicrbs.com.br/galpao](http://www.rbstv.clicrbs.com.br/galpao)

Um forte abraço tchê!!
- Community Details:**
  - idioma: **Português**
  - categoria: Música
  - dono: Galpão Crioulo - LOTADO
  - moderadores: Galpão
  - tipo: moderada
  - privacidade do conteúdo: aberta para não-membros
  - fórum: não-anônimo
  - local: Porto Alegre, RS, 90850, Brasil
  - criado em: 3 de maio de 2006 23:56
- Members (2187):** A grid of member avatars with names: LUCIANO, Patricia, rams [AVAI], \*\*\*\*GAÚCHA TCHÊ, \*VAROA DE DEUS, Kahmilla, Lucas, João Roger, Claudia. A link "ver membros" is provided.
- Related Communities:** A grid of related community avatars: CTG (16.352), CTG Rancho, CTG Gildo de