

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO
CURSO DE PUBLIDADE E PROPAGANDA

Marcelo Henrique Marques de Mello

A MUDIATIZAÇÃO DA CULTURA GAÚCHA:
O GURI DE URUGUAIANA E O TRADICIONALISMO NA
INTERNET

Passo Fundo

2016

Marcelo Henrique Marques de Mello

A MEDIATIZAÇÃO DA CULTURA GAÚCHA
O GURI DE URUGUAIANA E O TRADICIONALISMO NA
INTERNET

Monografia apresentada ao curso de Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda, sob orientação do prof. Dr. Otavio Jose Klein.

Passo Fundo

2016

Marcelo Henrique Marques de Mello

**A mediação da cultura gaúcha:
O Guri de Uruguaiana e o tradicionalismo na internet**

Monografia apresentada ao curso de Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda, sob orientação do prof. Dr. Otavio Jose Klein.

Aprovado em ____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Otavio Jose Klein – UPF

Prof. _____ - _____

Prof. _____ - _____

À fundação Universidade de Passo Fundo e seus funcionários, por tornarem possível minha formação. Ao orientador prof. Dr. Otavio Jose Klein, por acreditar no potencial da pesquisa e guiar meus passos pelos melhores caminhos. À prof. Me. Claudia Regina de Oliveira, pela inspiração e pelo auxílio com as dificuldades. A meus pais, Marcelo Luis de Mello e Nara Nubia Marques de Mello, pelo apoio moral, emocional e financeiro, pelos valores e pelo caráter que me presentearam. Aos amigos, Carina Elis Orth e Mateus Batistella, por caminharem ao meu lado como meus irmãos. Aos amigos Dr. Danielly Batistella e Tiago Flores da Rocha, por terem incentivado a seguir em frente e ajudado a pavimentar o caminho. E a todos os outros que indiretamente contribuíram para a conclusão deste trabalho: Obrigado.

Dona Picucha Terra Fagundes:
Quem vos ensinou essas histórias e rezas e receitas,
essas cantigas antigas e essas estranhas simpatias
que tudo podem curar?

Érico Veríssimo, O Continente vol. 1.

RESUMO

Esta pesquisa trata sobre o comportamento da cultura gaúcha dado o fenômeno de midiatização principalmente com relação às mídias digitais, e vai buscar seu objeto de estudo na página do *website* plataforma de redes sociais, Facebook, da personagem Guri de Uruguaiana interpretado pelo humorista Jair Kobe. Para compreender como as características culturais gaúchas se midiatizam em plataformas digitais utilizou-se o levantamento bibliográfico para compreensão e esclarecimento sobre os conceitos de midiatização e cultura, bem como o levantamento de dados na página do Facebook, onde se avaliou as postagens realizadas durante o mês de abril de 2016 para que fossem selecionados elementos relevantes à pesquisa. Concluiu-se que diversas postagens são criadas no intuito de preservação dos aspectos culturais, e que a midiatização destes pode ajudar com a sua propagação, entretanto, o fato de as mídias digitais facilitarem o acesso a conteúdos culturais, o contato entre diferentes culturas pode resultar em modificações na própria cultura gaúcha.

Palavras-chave: Midiatização. Cultura. Cultura Gaúcha. Guri de Uruguaiana. Facebook.

ABSTRACT

This research talks about the behavior of the gaúcho culture, given the phenomenon called mediatization, happening mainly in relation to the digital media, and finds its object of study in the page of the website for social media, Facebook, of the character called Guri de Uruguaiana interpreted by the comedian Jair Kobe. For better understanding of how the gaúcho cultural characteristics get mediated in digital platforms, a bibliographic survey was used for comprehension and enlightenment about the concepts of mediatization and culture, also a survey for data in the Facebook page, where the posts made during the month of April of 2016 were evaluated, therefore relevant elements to the research could be selected. It has been concluded that many posts are created with the intention of having the cultural aspects preserved, and that the mediatization of those might help with their spreading, however, the fact that digital media facilitates the access to cultural content, the contact between different cultures might result in modifications in the gaúcho culture itself.

Key words: Mediatization. Culture. Gaúcho culture. Guri de Uruguaiana. Facebook.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Jair Kobe personificando Guri de Uruguaiana	34
Figura 2 – O Blog do Guri funciona como um portal para acesso às outras formas de mídias sociais	37
Figura 3 – Exemplo de postagem informativa	38
Figura 4 – Postagem do dia 1º de abril, em comemoração ao “dia da mentira”	39
Figura 5 – Exemplo de post visual/verbal	42
Figura 6 – Exemplo de post informativo sobre espetáculo	44
Figura 7 – Post nº 1	45
Figura 8 – Post nº 13	46
Figura 9 – Post nº 15	47
Figura 10 – Post nº 23	48
Figura 11 – Post nº 25	49
Figura 12 – Post nº 35	50
Figura 13 – Post nº 69	50
Figura 14 – Post nº 73	51
Figura 15 – Post nº 87	52
Figura 16 – Post nº 94	53
Figura 17 – Post nº 97	54
Figura 18 – Post nº 106	55

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Total de postagens da página por categoria e formato	41
Tabela 2 – Exemplo da distribuição das postagens na tabela	43

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	10
1	MIDIATIZAÇÃO	12
1.1	O que é mídia	12
1.2	Parâmetros da midiatização	13
1.3	Mídias digitais e conectividade	17
2	ASPECTOS CULTURAIS	20
2.1	Definições de cultura	20
2.2	Convergência e evolução da cultura com as mídias	24
2.2.1	As eras culturais	25
2.2.2	Da convergência à midiatização	26
2.3	A cultura gaúcha	29
3	O GURI DE URUGUAIANA	33
3.1	Jair Claudio Köbe	33
3.2	A personagem e suas apresentações	34
3.3	Guri de Uruguaiana: o gaúcho popularizado pela internet	35
4	DESCRIÇÃO E ANÁLISE	40
4.1	Aspectos metodológicos	40
4.2	Análise do material postado	45
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
	BIBLIOGRAFIA	59
	APÊNDICE	61
	ANEXOS	64

INTRODUÇÃO

O presente trabalho destina-se a conclusão do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Passo Fundo e traz embasamentos nas teorias sobre midiatização e estudos sobre cultura.

Em meio à midiatização da realidade sensível, questiona-se muito sobre o que acontecerá com a cultura e outras entidades semelhantes. Por isso, o presente trabalho vem com o intento de esclarecer como as características culturais gaúchas se midiatizam em plataformas digitais, como na página do Facebook da personagem “Guri de Uruguaiana” personificado pelo artista tradicionalista Jair Kobe. Desejou-se descobrir a forma com que um personagem gaúcho utiliza uma mídia não conterrânea sua para transmissão de seus ideais culturais e de sua terra.

Para analisar a apresentação de aspectos culturais gaúchos a partir de uma personagem caricata midiatizada na página do Facebook, objetivo geral desta pesquisa, traçou-se alguns caminhos para que fossem obtidas respostas satisfatórias para esclarecimento, como: definir midiatização através de embasamentos teóricos, estudar aspectos históricos e característicos da cultura gaúcha, buscar conhecer o humorista Jair Kobe e o Guri de Uruguaiana, descrever a página da personagem no Facebook, e identificar elementos culturais gaúchos nas postagens da página analisando-os posteriormente.

Esta pesquisa descritiva teve, em seus procedimentos técnicos, características de pesquisa bibliográfica e documental por basear-se em fundamentos teóricos e por buscar objeto em postagens realizadas em um site da internet. Realizou-se uma análise da midiatização nas postagens na página através de categorias determinadas a partir da observação dos aspectos de cada inserção. Distribuindo cada post em categorias, fez-se possível selecionar aqueles que traziam maior relevância ao assunto abordado, estes então foram submetidos a análise que, feita através do apontamento de elementos de descrição da cultura gaúcha e das culturas externas a essa, pôde apresentar a forma como a cultura se comporta em viés de midiatização. O conteúdo analisado havia sido postado entre o intervalo do dia 1º ao dia 30 de abril de 2016, e fora selecionado por ser referente ao mês mais recente a ter se findado no momento em que se iniciaram os estudos.

A pesquisa aplica teorias sobre o processo de midiatização da cultura e levanta questionamentos sobre os caminhos que a sociedade toma em relação à manutenção de

aspectos culturais em uma contemporaneidade midiaticizada, por isso, no campo acadêmico, se faz relevante compreender as formas como a comunicação interfere na realidade sensível.

A pesquisa justifica-se no meio acadêmico ao trazer à tona elementos de midiaticização e questões culturais importantes para pesquisadores de comunicação, bem como para profissionais que pretendem compreender as formas com que a sociedade interage com manifestações midiáticas dependendo de suas realidades culturais, e compreender a forma como determinada mídia modifica o cenário cultural atual. Socialmente, talvez se possa fazer compreender as finalidades da mudança dentro das culturas e tornar os povos “bairristas” menos etnocentristas, mas esta justificativa fica aqui como um pensamento utópico.

O trabalho monográfico apresentado a seguir encontra-se estruturado em quatro capítulos. No primeiro definem-se as ideias principais em relação à midiaticização, com notas de Hjarvard, Sodré, Sgorla, entre outros. Em sua primeira parte d -se um breve esclarecimento sobre o termo média em si para que em seguida siga para o processo de midiaticiza o, seguido por um subcapítulo destinado a explicar as mídias digitais e suas conectividades.

O segundo capítulo, ainda na fundamenta o teórica, se divide em três subtítulos, sendo o primeiro destinado a defini es de cultura e o segundo dedicado a contextualizar a cultura nos parâmetros de midiaticiza o definidos no primeiro capítulo. E em terceiro lugar trata-se da cultura gaúcha, mostrando determinados aspectos e singularidades com breves referenciais históricos. Utiliza-se ideias de Laraia, Geertz, Golin, Santaella entre outros.

No terceiro capítulo apresenta-se a personagem a ser estudada com um pouco de sua história, forma o e atua o situando o leitor em quem   o comediante Jair Kobe em um primeiro subcapítulo. Na segunda parte, trata-se das características importantes da personagem criada pelo humorista, o Guri de Uruguaiana, e em terceiro subtítulo interessa a observa o as formas como a personagem se comunica, considerando além da página no Facebook outras diversas formas de plataformas de redes sociais.

Ao que no capítulo quatro, em primeiro subtítulo, descrevem-se os passos e caminhos metodológicos utilizados durante o processo, e em segundo lugar, utilizam-se os dados coletados nas postagens da página do Facebook através dos ditos procedimentos da metodologia e os embasamentos teóricos, apresentados nos capítulos de fundamenta o, para análise do comportamento dos aspectos culturais gaúchos propagados pelo humorista através de uma forma de m dia, dando-se, assim, a midiaticiza o da cultura.

1. MEDIATIZAÇÃO

Neste primeiro momento, intenta-se explicar os princípios da mediatização e seus parâmetros, definidos principalmente por Hjarvard e Sodré para que possam ser usados como embasamento nos capítulos de análise. Entretanto, antes do aprofundamento no fenômeno,   necessário esclarecer o que   a média em si.

1.1 O que   média

Tanto no ramo dos estudos em comunica o, quanto na fala coloquial das pessoas e dos apresentadores de televisão, nota-se uma grande ênfase dada ao termo ‘média’ sem realmente se ponderar muito sobre seu significado. Os jargões do campo da comunica o social são amplamente disseminados entre os leigos e causam confusão por aparentarem a mesma coisa: canais, meios, mídias, etc.

Grosso modo, pode-se compreender canal de comunica o como o “meio físico ou técnico de transmissão, através do qual sinais se movem a partir de um transmissor em dire o a um receptor” (SHANNON apud SANTAELLA; N TH, 2004, p. 56). Ou seja, materiais e elementos que se encontram no ambiente e servem de suporte para que a intera o aconteça.

Enquanto comunica o de massa, percebe-se o meio de forma diferente do canal. Enquanto o canal   apenas um material passivo, que permite que rela es sejam desenvolvidas em seu entorno, o meio passa a ser intermediário de rela es pessoais, pois não apenas transmitem sinais (SHANNON apud SANTAELLA; N TH, 2004, p. 58). Para McLuhan, que definiu “meios como extensões do homem”, estes “moldam a organiza o social porque são estruturadores das rela es espaço-temporais às quais o pensamento e a sensibilidade do ser humano se conformam” (apud SANTAELLA; N TH, 2004, p. 58), o discurso dos agentes passa a se adaptar aos meios que podem veicular a mensagem.

Com aprofundamento maior na intera o sociocultural que os meios e os canais exercem nas rela es humanas, Santaella concentra seus esforços na defini o de média, que revela sua preocupa o quando os meios de comunica o de massa “passaram, de certa forma, a tomar conta do cenário intelectual até se tornarem onipresentes quando, em meados dos anos 90, assistimos a explosão das redes teleinform ticas de comunica o” (SANTAELLA; N TH, 2004, p. 61). Nota-se aqui a congruência que ocorre entre os três

elementos da comunicação citados acima, em que somente o desenvolvimento tecnológico dos canais permitiu o aprimoramento dos meios de comunicação que, com um desenvolvimento tão amplo, passaram a se convergir entre si e a integrar completamente a sociedade, merecendo um nome próprio de mídia. É dessa interação que acontece entre o mundo sensível e o representado dentro dos meios de comunicação (que a partir de agora serão chamados de mídia) que se identifica o fenômeno chamado de midiatização.

1.2 Parâmetros da midiatização

Como comentado acima, a mídia toma proporções tão significativas devido ao desenvolvimento tecnológico de seus suportes que passa a integrar fortemente o ambiente social em que se encontra. Essa convergência concebe-se como uma “transformação estrutural de longo prazo e larga escala das relações entre os meios de comunicação, a cultura e a sociedade” (HJARVARD, 2014, p. 16) e recebe o nome de midiatização.

O desenvolvimento das técnicas de produção e distribuição de conteúdo, por sua vez, divididas em eras culturais que levam o nome da técnica de comunicação que as domina: cultura oral, escrita, impressa, de massa, das mídias e a cultura digital (SANTAELLA, 2008, p. 13) por vezes, passa a ser considerado como uma forma de revolução, comparada com a Revolução Industrial, tendo o computador como a máquina motriz e revolucionária da informação. Entretanto, tal afirmação é feita de forma imprudente, pois o computador não passa de uma ferramenta aprimorada para se realizar uma tarefa que já se fazia.

Aquilo que se deve levar como a revolução da informação está na “estocagem de grandes volumes de dados e sua rápida transmissão” (SODRÉ, 2002, p. 12 - 13). Isso permitiu a convergência midiática e a adaptação das formas de produção de conteúdo cultural e midiático: já que as grandes produtoras continuam sendo dominadas por grandes corporações, a lógica de produção somente se modificou por compreender os indivíduos que agora podem guardar, armazenar, comentar e divulgar conteúdos entre si (JENKINS, 2012, p. 43). Essa nova interação midiática na sociedade contribuiu para a criação de novas formas de socialização onde já não se pode mais perceber onde começa um e o outro (SANTAELLA, 2008, p. 117). As tecnologias da informação utilizam elementos encontrados nos ambientes físicos sensíveis e virtuais para criar novos mundos. “Está em jogo um novo tipo de formalização da vida social, que implica uma outra dimensão da realidade, portanto formas novas de receber, pensar e contabilizar o real” (SODRÉ, 2002, p. 16).

Como afirma Gomes, “Entendemos que o processo de midiaticização da sociedade desencadeia um dinamismo que faz com que a humanidade se volte sobre si mesma, como um conjunto unificado de consciências” (2007, p. 7), esse conjunto de consciências pode-se caracterizar como a inteligência coletiva defendida por Lévi (apud JENKINS, 2012, p. 30) que representa uma variável importante ao considerar o “espelho midiático” (SODRÉ, 2002, p. 23) como uma forma de auto regulação da sociedade midiaticizada: o conteúdo cultural passa a ser partilhado por aqueles que o possuem, assim a mídia permite a inter-relação e a troca de experiências de vários núcleos da sociedade, transformando a realidade sensível e permitindo a reflexão do indivíduo sobre a sua própria realidade (HJARVARD, 2014, p. 16).

Para Schultz (apud HJARVARD, 2014, p. 27), os estudos da mídia avaliam quatro habilidades ou “tarefas” que podem ser listadas, a considerar as capacidades inerentes à mídia que protagoniza o processo. Compreende-se o ofício de “prótese” (SODRÉ, 2002, p. 22), por estender as habilidades da comunicação humana em primeira instância, permitindo a substituição das atividades sociais realizadas em meio físico pelas interações integradas físico-mediadas¹, assim, em última fase, adaptando o comportamento dos atores sociais aos seus formatos.

Vê-se, assim, as diferentes formas em que as ações da mídia podem se dar dentro da sociedade em geral tanto na vida particular dos indivíduos.

Anterior aos estudos da midiaticização, os meios de comunicação eram entendidos como um “instituto dissociado da cultura e da sociedade” que podia exercer influência sobre ambas ou ser usado como instrumento para servir a um propósito (HJARVARD, 2014, p. 14). A partir da concepção dos meios em mídia e da realização desta como uma instituição social semiautônoma e integrada ao funcionamento de outras instituições (HJARVARD, 2014, p. 30) passa-se a dar mais atenção aos seus efeitos. Agora se tenta “compreender de que forma as instituições sociais e os processos culturais mudaram de caráter, função e estrutura em resposta à onipresença dos meios de comunicação” (HJARVARD, 2014, p. 15) uma vez que a globalização favorecida pela mídia como novo processo de modernização (GIDDENS apud HJARVARD, 2014, p. 22) viabiliza a mistura e a efemeridade das formas culturais (SANTAELLA, 2008, p. 123).

Em primeiro momento, os estudos culturais da midiaticização relatam o que as pessoas fazem com as mídias (HJARVARD, 2014, p. 14). Como já citado acima, os meios podem servir como instrumento para se alcançar uma situação desejada, seja interação pessoal

¹ Neologismo do autor.

meramente como troca de informações, seja comunicação de massas no intuito de induzir uma mudança no quadro social atual para solução de problemas latentes dentro da comunidade (KOTLER, 1992) entre diversos outros motivos.

O paradigma dos efeitos (PREISS *et al.* apud HJARVARD, 2014, p. 14) é percebido como estudos latentes até momentos anteriores a convergência dos meios, quando os consumidores de conteúdo midiático e cultural não tinham o poder da autonomia e da escolha (JENKINS, 2012, p. 47), as mensagens seguiam, e ainda seguem seus propósitos de inferir na mente do espectador aquilo que o emissor deseja remeter. Mesmo em épocas de midiatização e convergências, em que as noções de palco (onde um único emissor comunicava às massas) se diluíram na concepção de teatro de arena (em que emissores e receptores intercambiam papéis) (GOMES, 2006, p. 121) pensar como a mídia influencia a vida das pessoas é de suma importância no momento em que se percebe que a cultura e a sociedade já não mais se dissociam do uso de mídia, formando um “bios midiático” onde os meios de comunicação exercem certa dominância sobre outras instituições sociais (HJARVARD, 2014, p. 15 à 31). Podem servir como exemplo desse fenômeno diversas formas de interação com conteúdo midiático:

A cobertura jornalística de uma campanha eleitoral, por exemplo, poderia ser elaborada com o propósito de direcionar as opiniões políticas da população; os anúncios, de influenciar as preferências de compra dos consumidores; e o conteúdo de um filme, de afetar os padrões morais dos espectadores, ou desviar sua atenção de problemas de maior urgência ou relevância. Dentro desse paradigma, consideram-se os meios de comunicação a variável independente que afeta a variável dependente: o indivíduo. (HJARVARD, 2014, p. 14)

Mesmo a compreender os parâmetros citados acima, da forma em que Hjarvard sugere, o efeito do texto já não vale mais tanto a pena a ser estudado neste campo, mas sim as transformações drásticas causadas pela presença da mídia em si, “a tarefa que nos incumbe é, mais propriamente, tentar compreender de que forma as instituições sociais e os processos culturais mudaram de caráter, função e estrutura em resposta à onipresença dos meios de comunicação” (2014, p. 15).

Compreende-se aqui a comparação que Sodré faz com os três *bios* ou três gêneros da existência apontados por Aristóteles², em que considera a midiatização como o quarto *bios*, o *bios midiático*.

Partindo-se da classificação aristotélica, a midiatização ser pensada como tecnologia de sociabilidade ou um novo *bios*, uma espécie de *quarto âmbito* existencial, onde predomina (muito pouco aristotelicamente) a esfera dos negócios, como uma qualificação cultural própria (a “tecnocultura”). O que já se fazia presente, por meio da mídia tradicional e do mercado, no *ethos* abrangente do consumo, consolida-se hoje com novas propriedades por meio da técnica digital (SODRÉ, 2002, p. 25).

O *bios midiático*, logo, substancia em si as observações que constata a amálgama que se realiza entre a realidade sensível e a realidade midiada dita pós-industrial, que se rege “pela tendência à “virtualização” ou telerrealizações das relações humanas” (SODRÉ, 2002, p. 21). Portanto, com as mídias contemporâneas, a forma como Sodré se referia ao “espelho midiático” deve ser tomada apenas como metáfora, uma vez que as mídias digitais passam a ser simulacros da realidade, permitindo novos ambientes reais tecnicamente tangíveis se consideradas as formas de interação que os usuários podem ter com a interface. As mídias antigas dessa forma podem ser consideradas espelhos de forma mais literal, pois apenas permitem a reflexão da realidade (2002, p. 23).

As imagens e sons dos anúncios, por exemplo, são, de certa forma, cópias da realidade a que representam, e se incorporados nos caprichos das novas mídias digitais percebe-se um novo ambiente interativo que chega a ser confundido com a realidade sensível. Os sinais da cultura midiática substituem a realidade física e social “reais” como uma forma de simulacro. A percepção da realidade já está completamente influenciada pela forma como ela é retratada pela mídia (BAUDRILLARD apud. HJARVARD, 2014, p. 32), e, sabendo-se que a mídia é “uma técnica política de linguagem [...] interventora na consciência humana” considera-se que ela “atua em termos de influência ou poder na construção da realidade social (moldagem de percepções, afetos, significações, costumes e produção de efeitos políticos) desde a mídia tradicional até a novíssima, baseada na interação [...] e na criação de espaços artificiais ou virtuais” (SODRÉ, 2002, p. 26).

² “três gêneros de existência (*bios*) na *Polis*: *bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política), e *bios apolaustikos* (vida prazerosa, vida do corpo). Cada *bios*, é assim, um gênero qualificativo, um âmbito onde se desenrola a existência humana” (SODRÉ, 2002, p. 25).

Hjarvard, entretanto, traz o pensamento contrário e acusa os pós-modernistas de exagerados por acreditarem na mistura dos parâmetros da sociedade, tanto da realidade física com da virtual, segundo o autor, as teorias pós-modernistas simplificam o processo ao dizer que a sociedade e a realidade se dissolveriam e perderiam suas distinções, e são ambiciosas demais por acreditarem que os maiores valores da sociedade se diluiriam e que realidade, ficção, arte, ciência, natureza e cultura se unificariam (2014, p. 33). Dessa forma, as teorias do simulacro de Baudrillard não poderiam ser levadas em consideração ao estudar os efeitos atuais das mídias, entretanto, não se descarta a possibilidade de uma total imersão do humano com a interface dos dispositivos técnicos de comunicação, reinventando o corpo biológico e até mesmo a arquitetura (SANTAELLA, 2008, p. 124).

Nesse sentido em que alguns teóricos descrevem essa imersão, Hayles teoriza sobre o pós-humano, sendo esse representado pela “construção do corpo como parte de um circuito integrado de informação e matéria que inclui componentes humanos e não-humanos, tanto *chips* de silício quanto tecidos orgânicos” (apud SANTAELLA, 2007, p. 39). Essas teorias atuais do “ciborgue” (cibernético+organismo) (KLINE apud SANTAELLA, 2007, p. 39) têm sido empregadas com eficiência para auxiliar com as definições de interface: a forma com que o usuário entra em contato com a mídia digital e hipertextual (SANTAELLA, 2008, p. 91).

1.3 Mídias digitais e conectividade

Por trás do cenário atual de midiaticização, encontram-se os diversos fatores que embasaram as mudanças das relações entre usuário e mídia e por consequência entre mídia e sociedade. Alguns destes já foram brevemente citados acima mas receberão maior atenção nas próximas linhas, pois falar no processo de midiaticização requer a compreensão desses outros processos que desencadeiam esse novo modo de interação.

Certos teóricos vêm argumentar acreditando que desde os primórdios da produção e distribuição de conteúdo cultural, com o surgimento da prensa de Gutemberg e a divulgação do conhecimento em escala relativamente larga para os parâmetros da época já se observava o processo de midiaticização. Por um lado, compreende-se a confusão, pela possibilidade de o conteúdo que o leitor absorve transformar a percepção da realidade em que esse indivíduo vive, entretanto, em midiaticização não se enquadra as primeiras formas de técnicas, como a linguagem impressa, pois essas não se converteram em uma instituição midiática distinta, elas auxiliam e reforçam outras instituições, como por exemplo, as igrejas que utilizam da

linguagem impressa como ferramenta. No que se concebe midiaticização, os meios de comunicação exercem certa dominância sobre outras instituições sociais (HJARVARD, 2014, p. 31).

Esse é o motivo porque “o conceito de midiaticização aplica-se à situação histórica da alta-modernidade, em que os meios de comunicação, a um só tempo, alcançaram a semiautonomia como instituição social e integraram-se decisivamente ao funcionamento de outras instituições” (HJARVARD, 2014, p. 30). Pode-se apontar aqui os diferentes termos usados para designar a atual conjuntura em relação tanto à produção de conhecimento científico quanto em relação ao desenvolvimento social e tecnológico, seja a alta-modernidade de Hjarvard, o pós-humano apontado por Santaella ou a modernidade líquida de Baumann, que mesmo discordando em alguns aspectos, serão considerados, no decorrer desta dissertação, apenas os pontos em comum defendidos, resumidos em pós-modernidade.

Sendo, então, a midiaticização vinculada aos processos midiáticos mais recentes, sabe-se que ela ocorre junto as formas digitais de transmissão, mas não necessariamente é causada apenas por eles. Mesmo antecessora à cibercultura, a cultura das mídias (SANTAELLA, 2008, p. 13) pode permitir que usuários armazenassem, alterassem e divulgassem informações transformando o processo de produção de conteúdo (JENKINS, 2012, p. 41) mesmo utilizando suportes analógicos.

A convergência das mídias é outro tópico com relevância ao se observar a midiaticização, sendo ambos processos que andam lado a lado, aquele promovendo e possibilitando este.

“Necessidades determinadas pelas sociedades capitalistas, surgidas a partir da globalização e simultâneas a ela, alavancaram os processos de maturação e convergência de tecnologias de informação e comunicação”, assim como aponta Sgorla (2009, p. 62) as mídias foram forçadas a convergir para suprir as necessidades da globalização, portanto, âmbitos sociais diferentes puderam interagir entre si através dessas plataformas. Por outro lado, Giddens aponta a midiaticização como sendo comparável à globalização, não consequência dela: é um processo assim como a urbanização e à individualização (apud HJARVARD, 2014, p. 22). Aqui a convergência deveria ser tomada como fator influenciador da midiaticização e da globalização, ao afetar a forma como se consome cultura (JENKINS, 2012, p. 51) ao apresentar a hipermídia.

A convergência passa a ocorrer quando as pessoas passam a tomar controle das mídias (JENKINS, 2012, p. 45), claro, que viabilizada pela digitalização dos meios, mas com sinais presentes com o surgimento da era das mídias e do descartável quando a cultura de massas

perde sua influência e os consumidores passam a poder interagir com os meios de produção de conteúdo, mesmo estes sendo analógicos, como fotocopiadoras ou videocassetes que podem replicar fitas (SANTAELLA, 2008, p. 52), com as novas tecnologias digitais, pode-se armazenar, comentar, divulgar e acessar conteúdo com extrema facilidade e velocidade, mesmo que as grandes corporações continuem comandando sua produção, todavia, essa lógica de produção deve ser alterada para se adequar a esse novo sistema (JENKINS, 2012, p.43). Vê-se, então, as mídias em convergência exercendo uma dominância sobre outras instituições sociais (HJARVARD, 2014, p.31).

Estes pensamentos organizados acima servirão como parâmetros para o estudo nos seguintes capítulos que são destinados a compreensão de cultura, e mais importante, sua presença na sociedade midiaticizada. A seguir compreender-se-á a mídia como produtora de realidade “em termos de influência ou poder na construção da realidade social” (SODRÉ, 2002, p. 26) em principal quando aplicada às manifestações culturais gauchescas.

2 ASPECTOS CULTURAIS

O presente capítulo aborda conceitos sobre cultura, bem como sua atuação durante a mediação. Estão divididos três subcapítulos que falam sobre os pontos que abrangem cultura: o primeiro trata cultura geral e suas definições; em segundo lugar ocorre a ambientação da cultura no processo de mediação; enquanto o terceiro subtítulo traz definições de cultura gaúcha em específico para argumentação no momento da análise. São de Roque de Barros Laraia, Clifford Geertz, Tau Golin, Lúcia Santaella e Stig Hjarvard os principais conceitos selecionados.

2.1 Definições de cultura

O homem, diferente dos animais naturais, não traz em seus aspectos físicos parâmetros para comportamento. O lobo, o leão, até mesmo outros primatas superiores assombrosamente semelhantes ao ser humano em termos de DNA trazem do berço instintos que ajudam a reger suas vidas, bem como características físicas coerentes que permitem que suas necessidades sejam supridas. O *Homo sapiens* foi selecionado de forma que, possuindo um corpo frágil e sentidos instintivos inexistentes, fora-lhe necessário recorrer a alternativas exteriores a si para sobrevivência. Estas formas de interação com a natureza são o que se chama cultura (KEESING apud LARAIA, 2009, p. 59).

A cultura é uma condição essencial para a existência da vida humana, pois possibilitou a sobrevivência do ser que necessitava de “guias extragenéticos”, já que carecia de impulsos naturais instintivos para se portar no mundo. Geertz aponta que a cultura impede que a existência do indivíduo seja “virtualmente ingovernável, um simples caos de atos sem sentido e de explosões emocionais” (GEERTZ, 2008, p. 33). Mas, além disso, acredita-se que a cultura seja um grande fator no desenvolvimento do homem enquanto espécie.

Sendo a cultura um sistema de signos, um contexto onde símbolos podem ser interpretados (GEERTZ, 2008, p. 10), pode-se compreender a comunicação como parte da cultura, por também utilizar sistemas de símbolos e signos para transmissão de significados, de fato “a comunicação é um processo cultural. Mais explicitamente, a linguagem humana é um produto da cultura”, como afirma Laraia, “mas não existiria cultura se o homem não

tivesse a possibilidade de desenvolver um sistema articulado de comunicação oral” (2009, p. 52).

Esta afirmação prediz em si a relação paradoxal que acontece entre o desenvolvimento da espécie humana nos níveis mais profundos ao que se refere o indivíduo homem, o desenvolvimento da linguagem e da cultura.

No que Geertz se refere à seleção natural dos humanos mais qualificados a viver utilizando determinados mecanismos e ferramentas que fazem parte da cultura (2008, p. 34-35), o antropólogo Leslie White considera o mesmo fenômeno de acordo com a leitura e criação de símbolos (apud LARAIA, 2009, p. 55). Da mesma forma com que somente o homem habilidoso que podia manusear ferramentas mais complexas prosperou, aqueles que entraram em contato com a linguagem só puderam compreendê-la com o desenvolvimento de seus córtex cerebrais. Dessa forma, a antropologia moderna pode afirmar que nunca existiu nenhum homem natural e desprovido de cultura (GEERTZ, 2008, p. 26), pois sem esta relação paradoxal (em que o cérebro avantajado do homem criou e ao mesmo tempo foi impulsionado pela linguagem, e que a linguagem criou e ao mesmo tempo foi desenvolvida em um ambiente cultural, cultura esta desenvolvida por humanos, mas que ainda assim ajudou a selecionar *Homo sapiens* capazes de se comunicar com sistemas simbólicos) não haveria a seleção natural que desenvolveu o chamado homem moderno.

Não é possível afirmar com certeza os motivos de todos os comportamentos do homem, mas sabe-se que se trata de um ser que vive em comunidade e que indivíduos destas comunidades partilham a mesma cultura. Ao buscar a definição da palavra,

Kuckhohn conseguiu definir cultura como: (1) “o modo de vida global de um povo”; (2) “o legado social que o indivíduo adquire do seu grupo”; (3) “uma forma de pensar, sentir e acreditar”; (4) “uma abstração do comportamento”; (5) “uma teoria, elaborada pelo antropólogo, sobre a forma pela qual um grupo de pessoas se comporta realmente”; (6) “um celeiro de aprendizagem em comum”; (7) “um conjunto de orientações padronizadas para os problemas recorrentes”; (8) “comportamento aprendido”; (9) “um mecanismo para a regulamentação normativa do comportamento”; (10) “um conjunto de técnicas para se ajustar tanto ao ambiente externo como em relação aos outros homens”; (11) “um precipitado da história”, e voltando-se, talvez em desespero, para as comparações, como um mapa, como uma peneira e como uma matriz. (apud GEERTZ, 2008. p. 4)

Edward Tylor também sintetiza o termo cultura como “possibilidades da realização humana”, afirmando que “tomado em seu amplo sentido etnográfico é este todo complexo que

inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade”. Cultura é todo o comportamento aprendido, tudo aquilo que independe de transmissão genética (apud LARAIA, 2009, p. 25 e 28).

Considera-se também a ideia de Goodenough: “A cultura de uma sociedade [...] consiste no que quer que seja que alguém tem que saber ou acreditar a fim de agir de uma forma aceita pelos seus membros” (apud GEERTZ, 2008, p. 8), afirmação que corrobora Geertz, por alegar que a cultura é um mecanismo de controle: “planos receitas, regras, instruções [...] para governar o comportamento”. “O homem é o animal mais desesperadamente dependente de tais mecanismos de controle, extragenéticos, fora da pele, de tais programas culturais, para ordenar seu comportamento” (2009, p. 31-32).

Geertz coloca a cultura em qualidade de um programa de computador, fazendo com que o indivíduo siga determinados padrões preestabelecidos em seu grupo social. Cada integrante de sua comunidade aprende desde cedo como deve se portar e como proceder em seus rituais. O comportamento desviante do considerado “normal” é discriminado e marginalizado, pois a cultura alheia sempre parece errada aos olhos do indivíduo. Como afirma Ruth Benedict, a cultura também funciona como uma lente através da qual se vê o mundo (apud LARAIA, 2009, p. 67).

Mas apesar de que cada grupo social no mundo, aparentemente, possuem características culturais distintas, existem fatores comuns à maioria das sociedades, Geertz os chama de universais culturais, para analisar esses fatores, combinam-se suportes universais com necessidades subjacentes postuladas, por exemplo, “todas as sociedades, a fim de persistirem, têm que reproduzir seus membros ou alocar bens e serviços, daí resultando a universalidade de alguma forma de família ou alguma forma de troca” (2008, p. 31). Ainda assim, não se pode considerar com certeza quais instituições culturais foram formadas a partir de uma “exigência humana subjacente” (necessidades sociais, psicológicas e orgânicas), alguns aspectos culturais não possuem propósito concreto de sobrevivência, por exemplo, sendo puramente características simbólicas.

Além destes aspectos que “são modelados por forças que podem ser designadas corretamente como universais”, “alguns aspectos da cultura assumem suas forças específicas como resultado de acidentes históricos” (KLUCKHOHN apud GEERTZ, 2008, p. 29). Da mesma forma que afirma Franz Boas da Escola Cultural Americana, “cada cultura segue seus próprios caminhos em função dos diferentes eventos históricos que enfrentou” (apud LARAIA, 2009, p. 36)

Considerando, então, particularidades históricas como motivo para diferenças culturais, deve-se descartar os determinismos que, mesmo sendo desacreditados pela comunidade antropológica, ainda podem ser encontrados em discursos preconceituosos.

Os determinismos biológicos e geográficos são máximas etnocentristas que buscam justificar características culturais de determinados povos com base em caracteres físicos e genéticos (biológicos) e no ambiente em que a sociedade vive (geográfico). Esses discursos fizeram com que sociedades fossem vistas em escalas evolutivas, dando vantagem às formas culturais europeias (LARAIA, 2009, p. 34). Os determinismos, principalmente o biológico se tornam perigosos ao justificar diferenças sociais, pois levam ao preconceito e discriminações infundadas. Atualmente sabe-se que não existem determinismos biológicos nem quando se considera diferenças entre gêneros, sendo estes construções sociais (LARAIA, 2009, p. 20).

Sabe-se também que existem povos com culturas completamente diferentes que ocupam territórios parecidos geograficamente. Somente a partir de 1920, “antropólogos como Boas, Wissler, Kroeber, entre outros, refutaram esse tipo de determinismo e demonstraram que existe uma limitação na influência geográfica sobre os fatores culturais” (LARAIA, 2009, p. 21).

As diferenças entre os aspectos culturais dos povos se justificam por acidentes históricos particulares, pois a transformação cultural é um aspecto que deve ser levado em conta a observar uma cultura ao decorrer do tempo. A cultura está em constante mudança e esta se dá em duas formas: interna, quando os indivíduos questionam seus próprios hábitos, e por contato, quando ocorre o choque cultural (LARAIA, 2009, p. 96).

A transformação dada por forças internas ocorre de forma muito lenta e possui regularidades que permitem previsões e avaliações de seus padrões, é necessária uma infelicidade ou inquietação por parte dos indivíduos em relação às formas culturais que presenciam (LARAIA, 2009, p. 100). Já a que ocorre por contato (ou forças externas) se dá de forma mais imprevisível, pois se considera que dois povos com culturas distintas entrem em contato, o que pode ocorrer através da guerra (quando os padrões de um povo geralmente são impostos ao outro à força) ou através da globalização, transmissão de conteúdo cultural midiático, viajantes que trabalharão como “embaixadores” da cultura alheia, etc. fazendo com que os padrões de outro povo sejam assimilados à cultura local por afinidade (LARAIA, 2009, p. 105). “Cada sistema cultural está sempre em mudança. Entender esta dinâmica é importante para atenuar o choque entre as gerações e evitar comportamentos preconceituosos” (LARAIA, 2009, p. 101).

É com esse pensamento sobre mudança e evolução cultural que se pode compreender as alterações que a cultura pode sofrer devido a ação da mídia, quando esta traz aspectos culturais externos para interferir na cultura local.

2.2 Convergência e Evolução da Cultura com as Mídias

Lucia Santaella, na obra *Culturas e artes do pós-humano*, apresenta a conclusão de que “cultura é mistura” (2008, p. 30), ideia essa que inspirou esta pesquisa sobre mudanças e evoluções da cultura devido a ações da mídia, antes mesmo de adquirir-se conhecimento do termo *midiatização*. Esse livro iniciou a linha de pensamento retratada aqui por trazer conceitos iniciais que levaram à compreensão do fenômeno de *midiatização* mesmo não considerando a teoria em si. Este subcapítulo que se inicia trata das misturas que ocorrem na cultura com relação à *convergência midiática*.

Como já tratado anteriormente, é muito improvável a existência de uma cultura que não tenha entrado em contato com outra. Se possível realizar uma pesquisa histórica sobre determinado povo e seus aspectos determinar-se-á que grande parte de seus aspectos culturais foi copiada de outras culturas (LARAIA, 2009, p. 105). Assim percebe-se que

as culturas se cruzam e se recruzam, fundem-se e difundem-se; elementos são adicionados aqui e perdidos ali. Uma cultura vista como um ponto no *continuum* é o resultado de todas as mudanças e vicissitudes do passado, tendo dentro de si o potencial para a mudança contínua (KEESING)

Sob esse ponto de vista, a cultura, como queria Herder, é uma interação incessante de tradição e mudança as quais, antes de representar forças polares, são partes de um mesmo *continuum* (apud SANTAELLA, 2008, p. 46).

Ora, se até mesmo dentro de uma mesma sociedade, separada por classes sociais e diversas outras hierarquias obviamente inerentes à cultura a que pertencem encontravam-se diferentes manifestações culturais conhecidas como cultura popular (destinada às massas), e sua versão mais abastada, a cultura erudita. Segundo Santaella, a “era cultural da mídia” acabou por diluir a fronteira entre as culturas de massa e eruditas ao tornar o acesso a elas mais facilitado, de forma com que, viabilizado pela *convergência* (ver Jenkins, 2012), o

consumidor desses produtos culturais agora se via no controle daquilo que poderia consumir (SANTAELLA, 2008, p. 52).

2.2.1 As eras culturais

O termo cultura também passa a ser utilizado de forma a denominar a maneira com que se transfere o conhecimento, dividindo “eras culturais” a partir das técnicas e tecnologias de reprodução de conhecimento vigentes em suas épocas.

Como já aludido anteriormente, a cultura de um povo é todo comportamento aprendido e partilhado entre os indivíduos, “toda experiência de um indivíduo é transmitida aos demais, criando assim um interminável processo de acumulação”, e nesse cenário, a linguagem toma papel fundamental na manutenção desse conhecimento, já que é através dela que este é passado de forma efetiva e rápida. Quando em comparação com os outros animais que dependem apenas da observação, o ser humano leva uma vantagem colossal no momento de aprendizagem (LARAIA, 2009, p. 52).

E se tratando em manutenção e transmissão de conhecimento e aspectos culturais, dividem-se as “eras culturais” em seis tipos de formações de acordo com suas técnicas: a cultura oral; cultura escrita; cultura impressa; cultura de massa; cultura das mídias e cultura digital.

Assim como o cérebro do primata inferior se moldou de acordo com as capacidades de linguagem até se tornar *Homo sapiens*, “a cultura fica sob domínio da técnica ou da tecnologia de comunicação mais recente”.

Antes de tudo, deve ser declarado que essas divisões estão pautadas na convicção de que os meios de comunicação, desde o aparelho fonador até as redes digitais atuais, embora, efetivamente, não passem de meros canais para transmissão de informação, os tipos de signos que por eles circulam, os tipos de mensagens que engendram e os tipos de comunicação que possibilitam são capazes não só de moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos, mas também de propiciar o surgimento de novos ambientes socioculturais (SANTAELLA, 2008, p. 13-14).

Vale ressaltar, que mesmo com o fim de determinada era cultural, a técnica de comunicação não deixa de existir, talvez apenas a tecnologia empregada no processo se altere ou dê lugar a outra. Como por exemplo, mesmo com o fim da cultura oral, onde a transmissão

do conhecimento se dava apenas através da fala, as pessoas não deixaram de se comunicar com a voz e também nunca deixarão de falar apenas por poderem fazer uso da escrita, mas se se considerar o desenvolvimento da cultura escrita percebe-se a evolução dos hieróglifos e ícones imagéticos até o alfabeto romano moderno, bem como o abandono do uso de determinados suportes como as paredes e pedras para dar lugar ao papiro e ao papel mais maleáveis, ou seja, as tecnologias empregadas na comunicação mudam, mas as técnicas não desaparecem com sua época (SANTAELLA, 2008, p. 13).

As eras culturais também não podem ser vistas como estações ou determinados períodos de tempo: não é possível apontar em qual momento uma delas se finda para que outra inicie, uma técnica de comunicação vai gradativamente sendo implantada e disseminada entre os indivíduos até que possa ser considerada vigente. Entretanto, um marco que pode ser considerado ao determinar a ordem dos acontecimentos das eras é a invenção da prensa de Gutenberg, que possibilitou que as obras manuscritas pudessem ser distribuídas em quantidade, espalhando o conhecimento. É aí que se vê claramente a distinção entre o popular e o erudito, de forma que a grande massa não poderia ter contato com todos os tipos de conteúdo.

Avaliando logicamente, a cultura impressa foi o impulsionador da cultura de massa, pois agora livros e escrituras que antes pertenciam a uma elite letrada que possuía acesso estavam mais facilmente disponíveis a quem pudesse adquiri-los (SANTAELLA, 2008, p. 14).

2.2.2 Da convergência à midiatização

No que se refere à cultura de massa, o indivíduo é basicamente inerte ao conteúdo que recebe, considerado passivo em relação aos meios de comunicação por não poder interagir efetivamente com o conteúdo o receptor da mensagem é como um espectador de frente para um palco, sua única decisão foi de assistir ou não o que lhe fora apresentado. Com o advento da cultura das mídias essa situação se transforma, sendo este palco, agora, em formato de teatro de arena, onde todos podem interagir e comandar o espetáculo (GOMES, 2006, p. 121).

A cultura das mídias se caracteriza como “processos de produção, distribuição e consumo comunicacionais” e traz junto consigo a capacidade da convergência das mídias (SANTAELLA, 2008, p. 13).

É nessa era cultural que substituiu a cultura das massas e ambientou a sociedade para a cultura digital que ocorreram mudanças importantes na forma de se consumir produtos midiáticos e se viabilizou a midiaticização.

Pode-se alegar que a cultura das mídias já se iniciava com a invenção do controle remoto, que permitiu o telespectador transitar entre os canais da televisão com mais facilidade, mas de certa forma, a cultura das mídias e a convergência das mídias possuem uma relação simbiótica se levar em conta suas particularidades, se torna complicado estabelecer se uma deu início à outra, mas percebe-se que ambas atuam juntas.

A convergência é uma forma de transformação cultural, pois muda a forma como se consome mídia, fazendo o consumidor se movimentar e sair da passividade. Ela pode ser definida como o “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2012, p. 29-30), também é o que acontece quando as pessoas assumem o controle das mídias (p. 45).

É graças à convergência que com a cultura das mídias, o consumidor adquire controle sobre suas escolhas entre “produtos simbólicos alternativos” (SANTAELLA, 2008, p. 53). Os consumidores da era da convergência são ativos, ao contrário dos antigos, podem escolher e até mesmo criar seus conteúdos (JENKINS, 2012, p. 47).

Com o desenvolvimento da tecnologia, os espectadores podem armazenar e compartilhar o conteúdo midiático que consomem, desde a invenção do VCR que podia gravar programas de televisão em fitas cassete, até o avançado PVR³ e mais recentemente, o *streaming*⁴ de programas pela internet se torna fácil controlar o conteúdo que se deseja receber. Bem como, com a facilidade de aquisição de câmeras fotográficas e filmadoras, a possibilidade de fotografar, filmar, escrever e publicar conteúdo através de diversos dispositivos práticos os usuários de mídias podem criar e divulgar seus próprios conteúdos (JENKINS, 2012, p. 47).

Essa nova forma de se consumir mídia, onde as pessoas assumem posição de controle, se enquadra nos estudos culturais de midiaticização (HJARVARD, 2013, p. 14), sendo que essa convergência midiática afeta a forma como se consome cultura.

³ O *Personal Video Recorder* (gravador de vídeo pessoal) é um aparelho que permite a captura de um programa de televisão para armazenamento em arquivo digital. Tornou-se famoso por permitir a visualização de programas em qualquer momento sem comerciais (nota do autor).

⁴ Nome dado à prática de assistir filmes, programas entre outros vídeos pela internet sem a necessidade de baixá-los como arquivos (nota do autor).

Bem como, a maneira como os usuários das ditas mídias passam a interagir uns com os outros faz com que aspectos culturais de determinados locais “migrem” para outros, já que as restrições geográficas, culturais, temporais, etc. desaparecem quando o indivíduo pode buscar informações em qualquer lugar do mundo, uma vez que conectado a internet (JENKINS, 2012, p. 56-57). Essa tal cultura da convergência viabiliza a mídiatização que “deveria ser vista como processo de modernização comparável a globalização” (GIDDENS apud HJARVARD, 2013, p. 22).

Essa forma de como “os meios de comunicação despertam uma nova consciência e ordem cultural” leva Krotz a conceber “mídiatização como um processo contínuo em que os meios de comunicação alteram as relações e comportamentos humanos, alterando, por conseguinte, a realidade e a cultura” (apud HJARVARD, 2013, p. 29). Assim sendo, estuda-se o paradigma dos efeitos para compreender o que a mídia faz com as pessoas.

As teorias de Lévy sobre inteligência coletiva, que, de certa forma explicam o funcionamento da rede mundial de computadores, onde todos podem criar, acessar, divulgar e aprender conteúdo alheio⁵, que também pode designar a cultura do acesso (SANTAELLA, 2008, p. 19), corroboram quando o autor “imagina o mundo inteiro operando como uma única cultura do conhecimento, imaginando novos modos de comunicação que facilitaram a troca e a deliberação de conhecimento, em escala mundial” (apud JENKINS, 2012, p. 70).

Não fica difícil imaginar uma cultura global mais homogeneizada quando a interação e o choque entre culturas acontecem muito mais frequentemente do que se percebia antes da ação da internet e outras mídias. Como já dito anteriormente, a cultura pode mudar com uma força de mudança interna, quando os indivíduos começam a questionar os próprios costumes, ou externa, através do contato com outras culturas de forma pacífica ou violenta. Com acesso a diferentes conteúdos culturais, o indivíduo pode assimilar a si aspectos de culturas alheias e modificar seu comportamento e um pouco do ambiente a seu redor, dessa forma, pode-se afirmar que o intento da mudança vem de formas tanto internas como externas, já que a vontade de buscar elementos de outras culturas parte do próprio indivíduo, mas os quesitos que se alteram na cultura deste vêm de outras culturas que entraram em contato. Assim, é possível que, através dessa forma de globalização e transmissão de conteúdo cultural e midiático, as fronteiras e barreiras culturais se misturem e se diluam, assim como aconteceu com as culturas erudita e popular.

⁵ “Nenhum de nós pode saber de tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades” (apud JENKINS, 2012, p. 30).

2.3 A cultura gaúcha

O estado do Rio Grande do Sul é reconhecido por ter manifestações culturais e folclóricas bem específicas e enraizadas na lembrança dos moradores. Considera-se que o estado gaúcho fora descoberto no início do século XVI do Brasil colonial por expedições de exploração de pau-brasil que avançaram até o litoral do extremo sul (PESAVENTO, 1997, p. 7).

A economia baseada na agropecuária e a vida rural são marcas importantes nos aspectos culturais gaúchos, que remonta a época dos latifundiários do período pastoril (GOLIN, 1998, p. 11). Isso se deu, provavelmente, devido a preia do gado xucro ter se tornado o fundamento econômico básico no Rio Grande do Sul após os padres jesuítas que vieram para o estado com o intuito de catequisar e “domesticar” os indígenas do local, considerados selvagens, terem abandonado seus rebanhos que eventualmente procriaram de forma desenfreada e se tornou selvagem (PESAVENTO, 1997, p. 9).

Sendo, então, um espaço onde dominava a classe latifundiária, instauraram-se ideologias que romantizavam a vida no campo, visões retratadas pelos latifundiários que comandavam a situação social. Golin aponta que

Desde o século XIX, principalmente a partir do Partenon Literário, traçam-se as idéias [sic] e expressões culturais que compõem o universo tradicionalista. Até a década de trinta, do século XX, uma base econômica o justifica, pois o capital rio-grandense era eminentemente pastoril. Nos longos anos de seu reinado, fortaleceu-se uma cultura “popular” – produzida hegemonicamente pela elite – voltada para o seu espaço geográfico e social. É evidente que a sua ideologia constituía-se fundamentalmente latifundiária. As idéias dos estancieiros eram as idéias dominantes. A concepção do mundo da oligarquia rural imperava. A sociedade – a nível da arte, da história, etc – passava por sua ótica. Os intelectuais e artistas criavam suas visões sociais – cada qual em seu campo – levando em conta o palco rural, ou seja, o universo latifundiário (1998, p. 11)⁶.

E essas ideologias se refletiram posteriormente nos centros urbanos, onde se criou uma “cultura marcada pela ontológica ideológica tradicionalista” que vê a dominação do camponês pelo latifundiário com olhos nostálgicos, impedindo um olhar crítico da vida no campo favorecendo sempre a classe dominante (GOLIN, 1998, p. 12).

⁶ A ortografia antiga será mantida em citações diretas, mesmo que inflijam o novo acordo ortográfico.

Golin propõe que os artistas deveriam levar mais em consideração a luta de classes ao invés de apenas exaltar sua opressão em prol da manutenção da ideologia.

Esses aspectos culturais ideológicos encontrados no Rio Grande do Sul são alcunhados no termo tradicionalismo, que é o nome dado à visão cultural ontológica gaúcha e está ligada as classes dominantes (GOLIN, 1998, p. 13).

Encontra-se o fundamento do tradicionalismo como a manutenção das coisas antigas e folclóricas, onde o desviante é acusado de faltar com civismo e respeito aos fatos considerados gloriosos de heróis do passado (GOLIN, 1998, p. 34), nota-se a dificuldade que encontra a aceitação à mudança cultural, mas esta teima tenta se justificar como uma necessidade para manter a moral: “O tradicionalismo é um estudo de alma e de espírito. É uma forma de rever as coisas do passado na preocupação de retirar elementos fundamentais que possam ser utilizados para consolidar o indivíduo na sociedade atual” (CORTES apud GOLIN, 1998, p. 51), ou seja, os traços culturais antigos tentam se manterem relevantes mesmo que a vida urbana já não os considere mais necessários, tampouco práticos.

O tradicionalismo enquanto ontologia é sempre renovado por seus adeptos, mas sua essência nunca é colocada em questão, assim, é percebido mais ativo na sociedade, mas seus propósitos são os mesmos (GOLIN, 1998, p. 51).

Uma das marcas deste tradicionalismo é a presença e exaltação do herói, ao ignorar suas falhas e tê-lo como exemplo, modelo a ser seguido. Esses heróis vêm principalmente da Revolução Farroupilha, iniciada em 1835, quando o Rio Grande do Sul enfrentou o governo central.

Os latifundiários gaúchos consideravam supérfluos os investimentos feitos no cultivo do café em ascensão, também se descontentavam com o descaso que o governo tinha em relação ao ressarcimento de dívidas de guerra e retribuições pela servidão. Os revoltosos acusavam o governo central de “má gestão dos dinheiros públicos” e não concordavam com os gastos realizados em construções de portos e aberturas de estradas enquanto o estado era onerado com impostos (PESAVENTO, 1997, p. 37-38).

Desta revolução, destaca-se o general Bento Gonçalves, considerado o maior herói gaúcho, almejado como presidente da República Rio-grandense proclamada em 1838 (PESAVENTO, 1997, p. 37).

A visão crítica de Tau Golin destaca “o símbolo máximo do Tradicionalismo é um militar-latifundiário. Dentre suas virtudes vamos encontrar a de contrabandista e foi também, talvez, o mais impressionante ladrão de gado da história rio-grandense”. Torna-se, de certa forma, curioso que seja aceito pela população, um elitista como símbolo da luta de classes,

porém a elite sempre busca manter a imagem desses heróis do passado, pois como também pertenciam às classes dominantes, o povo possa ver os novos burgueses como heróis também (GOLIN, 1998, p. 30).

Na literatura de ficção, encontra-se o exemplo do capitão Rodrigo Cambará (VERÍSSIMO, 2004), encarado como herói por seus feitos grandiosos em batalhas, sem que suas falhas como marido infiel, pai negligente, entre outras, maculem sua reputação de homem exemplo de coragem.

O tradicionalismo, enquanto manifestação cultural, procura aplicar formas de controle da população através da alienação (sendo o fato da invisibilidade das falhas dos heróis comprovação disto). As elites aproveitam das vantagens que essas ideologias têm para convencer o povo a se conformar com a situação atual.

Ao analisar os preceitos utilizados para a formulação dos órgãos que organizaram o tradicionalismo, como o Grêmio Gaúcho fundado por João Cezimbra Jacques, encontram-se afirmações que corroboram a ideia de controle da população e conformação dos alienados, onde aponta Golin na frase de Luiz Carlos Barbosa Lessa: “a cultura (...) tem por finalidade adaptar o indivíduo (...) ao seu devido lugar na sociedade”, quer dizer, busca-se “acomodar” as diferentes classes sociais negando suas lutas (GOLIN, 1998, p.55).

Em outro momento, lê-se cunhado pelo próprio Cezimbra Jacques: “arte é cultivar tudo quanto na tradição há de alegre, bom, moralizador, salutar, lhano e sincero, ou, em uma palavra, todos os elementos que constituem o que ela tem de grandioso, e tudo, enfim, quanto dentro dos limites do possível e da ordem, possa concorrer para o engrandecimento de nossa terra”, desvalorizando as características transgressoras da arte, colocando-a em posição de conformista a fim de manter a ordem (apud GOLIN, 1998, p. 31).

E assim, a classe dominante mantém seu *status quo* devido à classe dominada acabar por não perceber sua subjugação.

Décio Freitas percebeu que ao se deslocarem da estrutura pastoril para a industrial-urbana, as classes com raízes camponesas não se libertaram da alienação da velha ideologia. “Submetidas aos brutais processos do capitalismo urbano, não adquirem uma consciência que as leve a lutar pela transformação da sociedade de acordo com os seus interesses. Ao invés de se empenharem na conquista do futuro, refugiam-se no passado, idealizando-o como uma perdida idade do ouro, em que todos eram livres e felizes” (apud GOLIN, 1998, p. 13-14).

Não é intento de o presente trabalho avaliar a validade ou não do tradicionalismo como manifestação cultural, mas sim qualificá-lo enquanto cultura. Sendo o tradicionalismo algo que necessita ser aprendido para viver em sociedade, não por uma necessidade física, mas por aceitação social. Sendo uma cultura que se baseia na manutenção de seus aspectos, pode-se imaginar que a inserção de novos costumes de outros povos não ocorre de maneira fácil, e nem mesmo a mudança por forças internas acontece com a frequência que poderia ocorrer para avivamento dessa própria cultura.

3 O GURI DE URUGUAIANA

Este segmento contempla de forma breve a biografia do humorista Jair Kobe, criador da personagem Guri de Uruguaiana, bem como o desenvolvimento da figura dramática e suas manifestações na internet, principalmente na página oficial do Guri no Facebook.

3.1 Jair Claudio Köbe

Nascido em 06 de setembro de 1959, Jair Claudio Köbe, como consta em documento oficial de 1980 (PRIKLADNICKI, 2015), provavelmente eliminou o trema de seu sobrenome para que fosse melhor compreendido e disseminado durante sua carreira artística. A trajetória profissional do humorista começa em 1976 quando antes da fama, trabalhou em escritório de contabilidade durante seis anos. Em 1982 foi vendedor de roupas como sacoleiro até o período de 1986 a 1995 quando se tornou proprietário de boutique e restaurante em Capão da Canoa. A partir de 1995 trabalhou em uma agência de publicidade e manteve clientes até 2001, ano em que ingressou em sua carreira humorística. Jair cursou Análise de sistemas, Música e Ciências Contábeis, mas não concluiu nenhuma faculdade (SOBRE, 2016).

Em 2001, “depois de passar por tantos trabalhos na vida, Jair descobriu seu talento reprimido ao apresentar o show “Seriamente Cômico”, no Teatro Ipê, ingressando a partir de então na carreira artística. Está na vida de comediante até hoje” (SOBRE, 2016), a personagem Guri de Uruguaiana fazia parte da performance, sendo apenas uma das representações incorporadas pelo artista (FIORINI, 2015).

O Guri de Uruguaiana é bastante conhecido principalmente por suas paródias cômicas da música “Canto Alegretense”, composta por Nico e Bagre Fagundes. Tomando melodias de diversas outras canções populares mundialmente, o humorista adequa a letra da música tipicamente gauchesca a roupagens contemporâneas, a fim de fazer graça com a ideia de que músicos e compositores internacionais tivessem regravado a música em homenagem ao Rio Grande do Sul. Aparentemente, não são pagos direitos autorais para músicas utilizadas no desenvolvimento das paródias (PRIKLADNICKI, 2015).

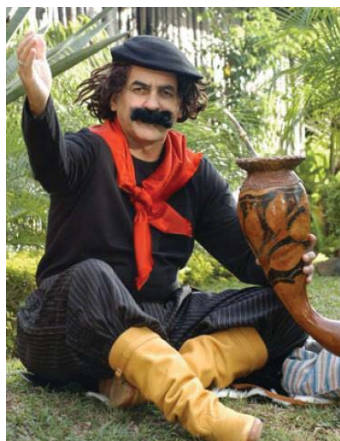
Mesmo que o tradicionalismo gaúcho seja uma forma de cultura fechada que não aceita a mudança com facilidade, as modificações que Jair Kobe faz no “Canto Alegretense” são muito bem aceitas na comunidade gaúcha até mesmo pelos compositores da canção. O

humorista acredita que por ter participado do cenário musical tradicionalista gaúcho durante a década de 1980 com o grupo Canto Livre, tenha recebido “credenciais” para poder brincar com as tradições. Kobe alega que dessa forma pode-se ensinar os consumes gaúchos aos públicos que não costumam frequentar Centros de Tradições Gaúchas (PRIKLADNICKI, 2015).

3.2 A personagem e suas apresentações

O Guri de Uruguaiana de Jair Kobe é uma figura caricata: retrata aspectos típicos da forma como um homem gaúcho tradicional se porta, aparenta e veste, porém, de maneira exagerada a fim de criar um desconforto cômico (MICHAELIS, 2009). Como se vê na figura 1, o humorista se veste com trajes reconhecíveis da indumentária gaúcha, como boina, lenço vermelho no pescoço, guaiaca na cintura para segurar as bombachas e botas. A peruca que se faz visível por debaixo da boina, o bigode falso ridiculamente grande e a forma como seus trajes se comportam são desalinhados de propósito para fazer graça.

Figura 1: Jair Kobe personificando Guri de Uruguaiana



Fonte: Jornal Agora, 2011.

Por se considerar um tradicionalista e um adepto das culturas gaúchas, sua forma de fazer piada com costumes de sua terra não é vista como ofensiva, sendo até mesmo incentivada por outros artistas, principalmente músicos do cenário gaúcho (PRIKLADNICKI, 2015). Diferente do que aconteceria se um estrangeiro fizesse a cultura do Rio Grande do Sul

de tema para suas piadas, o fato poderia ser visto como extremamente afrontoso. Com Jair Kobe, pode-se dizer que este ri com os gaúchos e não deles.

O espetáculo apresentado pelo humorista se mantém basicamente o mesmo desde 2008, porém o roteiro se modifica para encaixar algum artista convidado, músicas e paródias novas, piadas referentes à tecnologia ou cultura pop atuais, também alterações no vocabulário, nomes de cidades e acontecimentos para que condigam à região na qual se apresenta. O Guri de Uruguaiana realiza edições no país inteiro e para públicos variados, mas a maioria dos espectadores ainda é de gaúchos que moram em outros estados. Seu show não tem restrições de idade e recebe todas as faixas etárias por apresentar um humor leve, sem escatologias, violência nem baixo calão (FIORINI, 2015).

3.3 Guri de Uruguaiana: O Gaúcho Popularizado pela Internet

Percebendo o advento da internet e das plataformas digitais de redes sociais, Jair Kobe afirma ser “o primeiro a investir forte” no segmento (PRIKLADNICKI, 2015), entretanto, tal afirmação é dita de maneira informal, sem real confirmação da procedência desse pioneirismo em internet. Kobe conta em entrevista que desde 2008 investe em internet com uma equipe especializada em mídias sociais que mantém seus perfis ativos. É possível dizer que a maior parte de seu sucesso na atualidade se dá por uma boa relação entre os fãs e o humorista através desses meios (PRIKLADNICKI, 2015).

O sucesso na internet se iniciou no ano de 2009 com o vídeo “Homenagem a Michael Jackson do Guri de Uruguaiana” postado no canal do humorista no Youtube⁷, o vídeo é uma das famosas paródias em que se utilizou partes da letra do “Canto Alegretense” com a melodia da música “Thriller” de Michael Jackson. No videoclipe, o Guri veste uma jaqueta semelhante à que o cantor pop usa no clipe da música original e imita passos de dança junto com outros personagens fantasiados de zumbis e outros monstros. Além das anteriores, outra forma usada para se assemelhar à canção original, assim como no de Jackson, o vídeo termina com uma narração em voz grave, dessa vez com a fala “Esta é uma homenagem ao Michael que adorava um guri: o Guri de Uruguaiana” fazendo alusão às acusações de pedofilia contra Michael Jackson, sendo “guri” uma palavra conhecida no território rio-grandense como sinônimo para menino, criança do gênero masculino. Com esse deslize para o humor negro as

⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hzB6Joumukc&list=PLMVz7S1CRpE9qBmX24v24-LW_fsmZP4AC&index=10>. Acesso em 28 maio 2016.

intenções de se musicalizar paródias são postas em questão de se talvez, na verdade, o desejo não fosse de satirizar ao invés de homenagear como o título sugere.

Desde seu início, o canal do Guri no Youtube já rendeu aproximadamente 107.569 inscritos e mais de 190 vídeos publicados, com publicações de dois vídeos por semana tratando dos mais diversos assuntos.⁸

O “Blog do Guri” é o sítio onde se reúnem todos os conteúdos criados para e pelo personagem, nele encontra-se um pouco da bibliografia do ator e personagem, a agenda de shows, formas de contato e como contratá-lo, *links* para outras mídias sociais como Facebook, Twitter, Instagram, etc., bem como conteúdo exclusivo de blog mesmo, com artigos, imagens e vídeos, todos no intuito de fazer graça, sempre fazendo alguma comparação ou citação a algum costume gaúcho, o site e suas postagens procuram tentar manter um vocabulário que lembre o sotaque sulista. O conteúdo de postagens no blog varia com elementos da cultura pop, imagens da internet encontradas em outros sites de humor, e conteúdo original do Guri de Uruguaiana⁹.

Em outras formas de interação com a internet, encontra-se uma conta no Instagram, onde são postados fotos e vídeos, Twitter dedicado mais a divulgação de *weblinks* para outras plataformas, a “Loja do Guri” ou “Boliche do Guri” para vendas *on-line* de materiais exclusivos do Guri de Uruguaiana, e também um jogo para dispositivos móveis, em “Jogo do Guri” o jogador precisa chegar até a cidade de Alegrete passando por diversas regiões e paisagens do Rio Grande do Sul. Essas diversas formas de interação com o público através de plataformas de mídias sociais na internet podem ser encontradas no *blog*, como indicado na figura 2.

⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCps0_F1_5gqnAdQu-b9AHcg>. Acesso em 28 maio 2016

⁹ Disponível em: <<http://blog.jairkobe.com.br>>. Acesso em 28 maio 2016.

Figura 2: O Blog do Guri funciona como um portal para acesso às outras formas de mídias sociais.



Fonte: Blog do Guri. Acesso em 28 maio 2016.

Já a *fanpage* oficial do humorista na plataforma de rede social Facebook é provavelmente a maior de suas mídias sociais, afirmando ser a maior página do Rio Grande do Sul, superando até as dos times de futebol porto-alegrenses mais famosos no estado, Internacional e Grêmio (PRIKLADNICKI, 2015), a página da personagem de Jair Kobe tem um aproximado de 2.791.510 “curtidores”, realiza publicações várias vezes ao dia em diferentes horários, mantendo em média mais de 100 postagens por mês. Seus *posts* mais famosos chegam a alcançar 19 mil reações, 40 mil compartilhamentos e 800 comentários sem contar réplicas e respostas.

As postagens realizadas na página também possuem temas variados, abordando temas atuais como a cultura pop, tecnologia, entre outros. Um dos usos da *fanpage* é o de dar comunicados em relação aos espetáculos que estão por vir e atualizações na agenda do humorista como mostra a figura 3.

Figura 3: Exemplo de postagem informativa.



Fonte: Página do Guri de Uruguaiana, 2016.

E em outras situações, as postagens são realizadas apenas no intuito de fazer rir. Por ser a página de um humorista, grande parte dos posts tem o humor como única finalidade. A maioria se caracteriza como uma imagem com componentes textuais: a piada pode ser encontrada na parte escrita apenas, ou na intertextualidade com seu componente imagético, sendo este, na maioria das vezes uma foto da própria personagem a quem a página se refere.

As piadas publicadas podem ser originais do humorista, adágios de conhecimento popular do Rio Grande do Sul, ou conteúdo da internet conhecido por outras páginas, mas reescrito para ganhar uma roupagem gauchesca.

O conteúdo publicado de natureza puramente humorística, apresentado na figura 4 é visivelmente o que recebe mais atenção do público.

Figura 4: Postagem do dia 1º de abril, em comemoração ao “dia da mentira”.



Fonte: Página do Guri de Uruguiana, 2016.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE

Este capítulo dedica-se a descrição e avaliação dos aspectos levantados no suporte estudado. Nas páginas seguintes, serão apresentados alguns posts selecionados da página do Facebook do Guri de Uruguaiana de Jair Kobe e, em seguida, serão avaliados os elementos de descrição selecionados para compreensão dos pontos relevantes.

No primeiro momento se faz necessário apresentar a metodologia utilizada durante o estudo, a fim de exibir a linha de pensamento que foi levada em consideração. É importante uma definição clara da metodologia, se possível, desde o projeto de pesquisa, para que se possa seguir uma linha de raciocínio que evita gastos desnecessários de tempo e recursos e se atinja o objetivo almejado (FÁVERO, 2014, p. 52).

4.1 Aspectos Metodológicos

Para contemplar um resultado para os objetivos delimitados, foi-se buscar na página do Facebook da personagem de Jair Kobe, o Guri de Uruguaiana, aspectos culturais que exemplificam a forma como o gaúcho está sendo midiaticizado na internet. Para isso, o primeiro instrumento metodológico utilizado foi o levantamento documental para encontrar e catalogar as postagens realizadas na página. Tendo, então, encontrado todos os objetos para análise, necessitou-se da avaliação de suas relevâncias. A fim de se ter um trabalho mais enxuto e conciso, descartou-se intencionalmente alguns posts, onde através de uma observação sistemática, constatou-se que não possuíam grande valor que pudesse contribuir para esta pesquisa (SILVA, 2005, p. 33).

Na página do Facebook, foi selecionado o mês de abril do ano de 2016 para análise por ser o mês mais recente a ter se findado antes do início da coleta de dados. Durante este mês, foram registradas 109 inserções na página. Todas essas postagens foram organizadas e discriminadas em uma tabela, separando-as pela data e hora de postagem, categoria, quantidade de “curtidas” ou reações¹⁰, quantidade de compartilhamentos e de comentários.

¹⁰ O termo “curtida” é uma tentativa de substantivar a ação de curtir um conteúdo postado no Facebook, a palavra é uma adaptação do original inglês “like” traduzido literalmente como “gostar”. Os usuários da plataforma demonstram sua apreciação pelo conteúdo do *post* deixando uma curtida. Atualmente, sabe-se que o Facebook permite que se demonstrem outros sentimentos em relação às postagens além do “curti”, são eles “Amei”, “Haha”, “Uau”, “Triste” e “Grr” que, respectivamente representam amor pelo conteúdo, risos, surpresa,

Ao contemplar os diversos tipos de conteúdo postado na página, tornou-se possível a criação de categorias de análise baseado em aspectos semelhantes entre os posts, como: seus objetivos, conteúdo das postagens, formatos do conteúdo, entre outros.

As 15 categorias catalogadas foram distribuídas na tabela abaixo em relação ao formato do conteúdo encontrado:

Tabela 1: Total de postagens da página por categoria e formato.

Categoria\Formato do conteúdo	Imagem	Texto	Visual/verbal	Vídeo	GIF	Repost
Anúncio de espetáculo em outra cidade	-	-	6	-	-	-
Atualização durante evento	2	-	-	-	-	-
Cancelamento de espetáculo	-	1	-	-	-	-
Foto da página do Jornal – promoção	2	-	-	-	-	-
Foto sobre participação em outros programas	1	-	-	-	-	1
Informação sobre o espetáculo	3	-	15	10	-	1
Informativo sobre apresentação transferida	-	-	2	-	-	-
Link para matéria no blog	-	7	-	-	-	-
Link para vídeo do canal	-	12	-	-	-	7
Link para vídeo em canal alheio	-	2	-	-	-	-
Piada	1	-	26	1	3	-
Piada com informação sobre o espetáculo	-	-	1	1	-	-
Post patrocinado	1	-	-	-	-	-
Promoção da loja	2	-	-	-	-	-
Reportagem do telejornal	-	-	-	1	-	-

Fonte: O autor.

Na tabela 1, acima, pode-se observar a quantidade de postagens realizadas em determinados formatos que se enquadram nas categorias definidas.

A página do Guri de Uruguaiana se mostra bastante dinâmica por utilizar provavelmente todos os formatos disponíveis na plataforma Facebook para suas postagens. Independente do formato principal, todas as postagens vêm acompanhadas de descrição textual em legenda que complementa a informação, a não ser, é claro, do formato textual que por si só já é puramente verbal.

Considerou-se imagens todos os posts que se apresentam apenas com elemento visual, como uma fotografia, por exemplo, onde a informação verbal é entregue pela legenda; como

tristeza e raiva, essas ações, juntamente com o “curtir”, são classificadas como “reações” pelo Facebook e neste trabalho foram consideradas apenas a soma de todas para confecção da tabela, já que não são diretamente relevantes para os resultados mas são informações interessantes a nível de curiosidade.

texto foram considerados além dos textos escritos os *links* externos que guiam o leitor para outro site ou para um post antigo; Os vídeos considerados são postados diretamente na página, diferentemente das inserções que apresentam vídeos provenientes de outras plataformas, como o *Youtube*, estes foram considerados *links* externos e se enquadram melhor como texto; Os GIFs¹¹ postados são figuras com movimento, de baixa qualidade e sem som usados geralmente para mostrar uma situação cômica, não são muito frequentes na página; Os *Reposts* considerados são postagens realizadas durante o mês só que repetindo conteúdo já postado outrora, a página compartilha seus próprios conteúdos que fizeram sucesso para que os seguidores possam apreciar novamente ou para que os que não viram possam encontra-los mais facilmente;

Os posts de formato visual/verbal são os preferidos pela página e pelo público, conclui-se isso por apresentarem maior número de engajamento. Estes se apresentam como a mistura de elementos visuais e textuais. São postados na plataforma como imagens dentro de um álbum, e estas geralmente contêm em si frases suportadas por elementos imagéticos de plano de fundo, como fotografias tratadas digitalmente, que podem ou não serem relevantes ao assunto. Nesses posts também estão presentes as legendas, entretanto, os elementos necessários à compreensão estão todos presentes na imagem, como se vê na figura 5.

Figura 5: Exemplo de post visual/verbal.



Fonte: Página do Guri de Uruguaiana, 2016.

¹¹ Sigla para Formato de Intercâmbio de Gráficos, do Inglês: *Graphics Interchange Format*, são conhecidos na internet como figuras com movimento, como pequenos filmes sem som e baixa qualidade.

Essas postagens visuais/verbais são, provavelmente, as mais comuns nas páginas do Facebook, principalmente páginas de humor, por serem versáteis e combinarem texto e imagem, sendo um complemento do outro.

Depois de definidas as categorias, foi possível montar a tabela com todos os posts realizados, separando cada postagem em sua categoria. A tabela completa com todos os posts catalogados pode ser encontrada nos apêndices.

Tabela 2: Exemplo da distribuição das postagens na tabela.

cód	Data	Hora	Categoria	Curtidas Total	Compartilhamento Total	Comentários Total
1	01/abr	09:32	Piada - Post visual/verbal	6,5 mil	1826	680
2	01/abr	15:13	Informação sobre o espetáculo - vídeo	66	4	3
3	02/abr	14:52	Link para o vídeo no canal - repost	263	23	1
4	02/abr	16:00	Informação sobre o espetáculo - vídeo	83	11	1
5	03/abr	09:09	Foto da página do jornal - promoção	1 mil	44	27
6	03/abr	09:31	Piada - Post visual/verbal	3,7 mil	1078	99
7	03/abr	16:00	Informação sobre o espetáculo - vídeo	66	3	0
8	04/abr	08:32	Piada com informação sobre o espetáculo - vídeo	2.292	300	83
9	04/abr	11:00	Informação sobre o espetáculo - vídeo	66	21	3
10	04/abr	14:56	Informação sobre o espetáculo - Imagem	81	1	4
11	04/abr	19:00	Informação sobre o espetáculo - Imagem	84	24	4
12	05/abr	08:45	Piada - GIF	4,7 mil	3189	370
13	05/abr	08:58	Piada - Post visual/verbal	7,1 mil	1854	73
14	05/abr	11:00	Informação sobre o espetáculo - vídeo	73	25	4
15	05/abr	14:18	Piada - Post visual/verbal	3,1 mil	1020	60
16	05/abr	19:24	Informação sobre o espetáculo - imagem (repost)	170	0	0
17	06/abr	08:14	Informação sobre o espetáculo - imagem	216	16	7
18	06/abr	11:00	Informação sobre o espetáculo - vídeo	56	2	1

Fonte: O autor.

A tabela 2 acima é um recorte feito em aleatório apenas para exemplificação. Nela podem ser vistos 18 entradas realizadas na página do Facebook do Guri de Uruguaiana, catalogadas por data e hora da postagem, categoria, total de curtidas, compartilhamentos e comentários.

Uma vez feita a descrição das categorias, tornou-se mais fácil encontrar dentro dos posts os elementos de descrição que são levados em conta no momento da análise de cada um. Para analisar as postagens feitas em nome do Guri de Uruguaiana, se observa a presença de elementos da cultura regional, ou seja, de que forma o gauchismo se apresenta na mídia Facebook; também elementos da cultura digital, e de outras culturas de outros lugares do mundo, exteriores à cultura gaúcha, portanto modificadoras da realidade cultural; menções a datas comemorativas e outros aspectos que possam pertencer à outras realidades culturais.

Para realização do estudo, o ideal seria a análise de todos os posts realizados durante o mês de abril, entretanto, ficaria inviável por deixar o trabalho demasiado extenso e com informações redundantes. Dessa forma, optou-se por selecionar apenas os posts referentes a

piadas, especificamente os de formato visual/verbal, por acreditar-se que estes são ricos em informações valiosas acerca dos temas gerais desta pesquisa, enquanto outras formas de postagens, como os informativos sobre espetáculos, não trazem muito conteúdo cultural relevante por serem apenas informações práticas com viés utilitário, como se vê na figura 6.

Figura 6: Exemplo de post informativo sobre espetáculo.



Fonte: Página do Guri de Uruguaiiana, 2016.

Selecionando então os posts da categoria piada visual/verbal se reduz consideravelmente o número de itens a serem estudados para uma quantidade ainda pouco satisfatória de 26 posts. Por isso, considerou-se selecionar os posts com maior relevância para a pesquisa realizando-se uma amostra não-probabilística intencional baseado na observação dos elementos contidos nas postagens (SILVA, 2005, p. 32). Considera-se 12 posts selecionados para análise a partir dos requerimentos citados.

No subcapítulo seguinte ocorrem as descrições e análises dos itens obtidos através do levantamento documental realizado. Os posts selecionados se apresentam em formato de imagem junto a uma breve descrição, e um a um são apontados os elementos de descrição definidos previamente. Por fim, ponderam-se as incidências destes aspectos para se concluir a forma como interagem uns com os outros.

4.2 Análise do material postado

A partir daqui, como foi explicado acima, serão expostos os posts da página do personagem Jair Kobe para que se realize a análise de seus aspectos culturais. Leva-se em conta os elementos de descrição selecionados a partir da observação empírica dos elementos que os posts tratam, são eles: elementos da cultura regional; elementos da cultura digital; datas comemorativas.

Durante a análise, recorre-se aos conceitos trabalhados na revisão bibliográfica para argumentação da definição dos elementos de descrição utilizados para cada item analisado, assim poderá se concluir a forma com que elementos da cultura gaúcha se midiaticizam na plataforma do Facebook.

Os posts são apresentados em ordem cronológica correspondente ao momento de suas postagens. Em suas descrições estão os números que correspondem ao lugar que ocupam na tabela referente a todas as postagens do mês de abril, que se encontra nos apêndices deste trabalho. O leitor poderá notar também a repetição de algumas imagens já utilizadas anteriormente em momentos que um exemplo era necessário.

As análises começam com o primeiro post de abril:

Figura 7: Post nº 1.



Fonte: Página do Guri de Uruguiana, 2016.

A primeira inserção do mês apresentada aqui como figura 1 pode ser considerada post de oportunidade devido à piada se enquadrar com a data especial do dia 1º de abril, comumente reconhecido como dia da mentira. Os pontos em que encontramos traços da cultura gaúcha é na menção ao churrasco e nas vestimentas da personagem. Pontos consideráveis referentes à cultura mundial, além de mencionar o dia da mentira, originário da França do século XVI (FERNANDES, 2016), vê-se também a presença do sushi, comida típica japonesa.

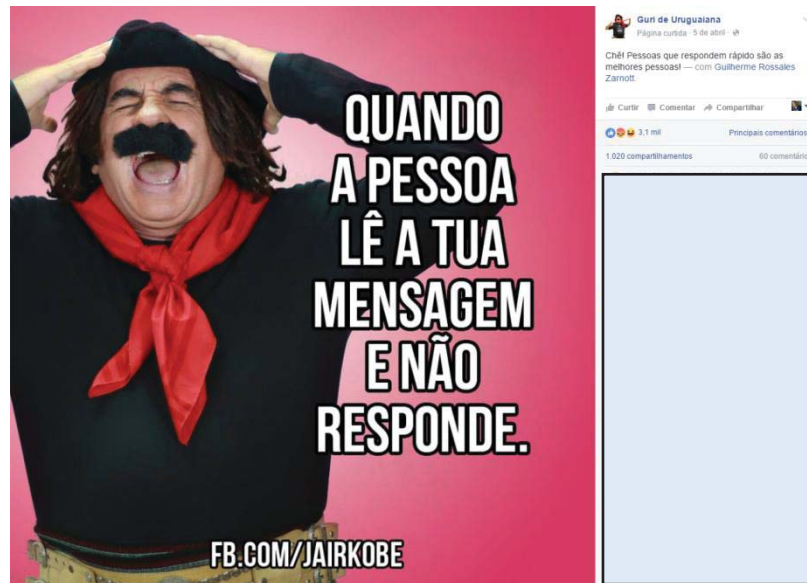
A piada observada nessa postagem é justamente sobre a desarmonia entre a cultura gaúcha em contato com outra. O texto do post, auxiliado pela imagem de um gaúcho dando uma “piscadela” comunicando ao leitor onde encontrar a piada (GEERTZ, 2008, p. 5) faz graça ao imaginar um gaúcho preferindo sushi, um alimento que vem de uma cultura exterior, ao churrasco tão tradicional no Rio Grande do Sul. A piada ocorre quando se imagina o absurdo da cultura gaúcha aceitando a interação com outras (GOLIN, 1998, p. 11).

Figura 8: Post nº 13.



Fonte: Página do Guri de Uruguiana, 2016.

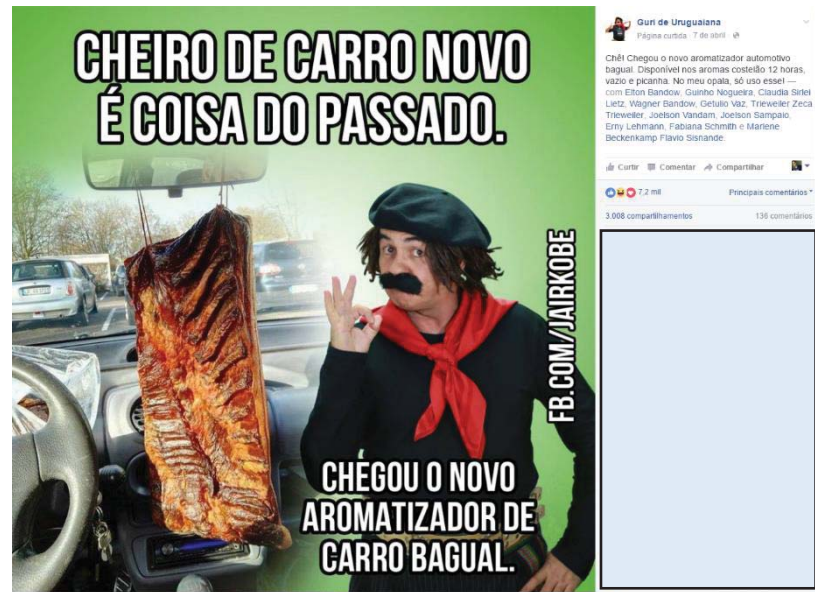
Figura 9: Post nº 15.



Fonte: Página do Guri de Uruguiana, 2016.

Os posts apresentados acima (figuras 8 e 9) possuem elementos importantes, principalmente da cultura digital. Os textos são comentários sobre a necessidade de se ter respostas instantaneamente quando se conversa por mensagens transmitidas pela internet. No final, o primeiro texto é ornamentado com um “emoji”, pequenos ícones utilizados em textos na internet e aplicativos para expressar sentimentos. Ao contrário do que o post número 1 sugeriu, neste a cultura gaúcha e a digital parecem dialogar sem problemas, pois a personagem sendo um homem tradicionalista utiliza um sistema de mensagens criado para uma cultura que não diz respeito a sua cultura regional.

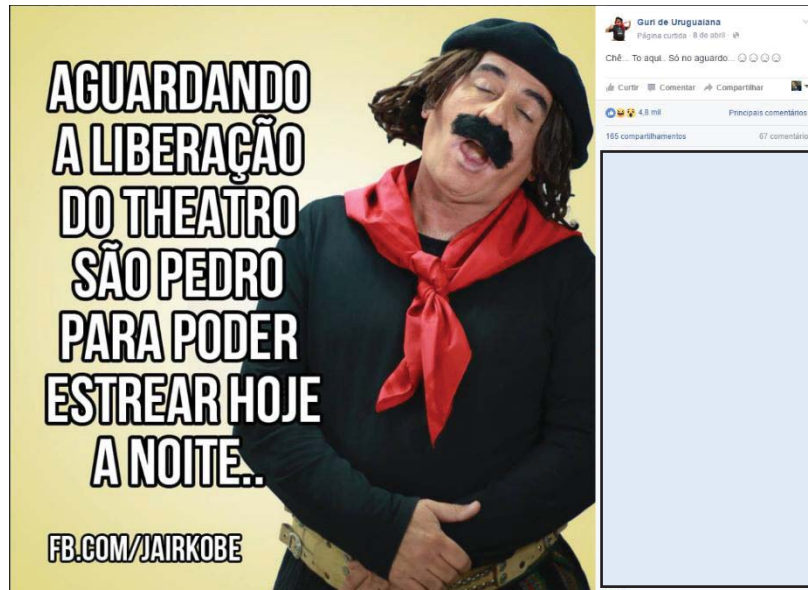
Figura 10: Post nº 23.



Fonte: Página do Guri de Uruguiana, 2016.

A figura 10 refere-se ao 23º post do mês em questão. Nesta postagem, o humorista brinca mais uma vez com o costume do gaúcho de comer churrasco. A comida típica do Rio Grande do Sul é apresentada como aromatizador de carro “bagual”, ou seja, grosseiro, rústico (MICHAELIS, 2016), imagem que os tradicionalistas gostam de passar por remontar a vida no campo, onde o homem precisava encarar as dificuldades do dia-a-dia praticamente à força bruta (GOLIN, 1998, p. 11). Transmite-se assim a imagem do gaúcho como um homem bagual.

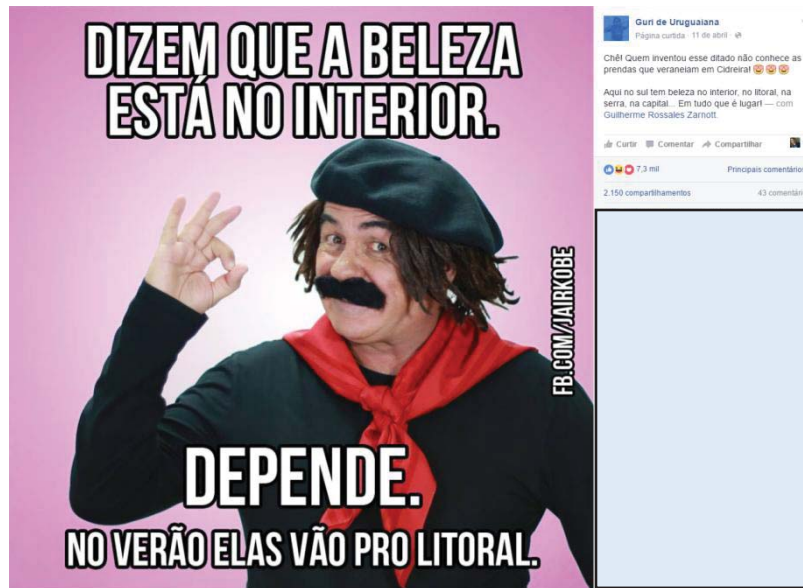
Figura 11: Post nº 25.



Fonte: Página do Guri de Uruguaiana, 2016.

No caso do post de número 25, percebe-se a utilização da situação em que o espetáculo do Guri de Uruguaiana se encontrava como fundamento para piada. Aqui, para compreensão do assunto tratado necessita-se de conhecimento prévio de que o espetáculo acontece no Theatro São Pedro, famoso na cidade de Porto Alegre, por isso, faz parte da cultura local gaúcha. O post acaba por divulgar assuntos que normalmente se restringiriam ao sul do Brasil com a mídia tradicional para todo o território nacional, tornando conhecido, então, o teatro porto-alegrense.

Figura 12: Post nº 35.



Fonte: Página do Guri de Uruguiana, 2016.

Neste post visto na figura 12 nota-se a referência à beleza da mulher gaúcha implícita no trocadilho presente no texto. Devido a famosa modelo internacional Gisele Bündchen ser natural de Horizontina, cidade de interior no noroeste do estado do Rio Grande do Sul (GLOBO, 2013) aplica-se o título de mulheres belas às gaúchas do interior por associação.

Figura 13: Post nº 69.



Fonte: Página do Guri de Uruguiana, 2016.

No post apresentado na figura 13 constata-se a maior presença dos elementos culturais no texto, portanto, uma análise mais profunda iria requerer uma validação do estudo da significância das palavras empregadas, o que pertence ao ramo da semântica (VILARINHO, 2016). Porém, ao que concerne esta pesquisa, constata-se a midiatização da cultura gaúcha através da disseminação da linguagem própria e “ditos populares” em uma plataforma digital que invade e entra em contato com outros meios culturais. Constata-se, para compreensão total do texto, há necessidade de se saber que no estado do Rio Grande do Sul os invernos são rigorosos, que na referida época da postagem, apesar de ser comum fazer frio estava tendo temperaturas amenas no estado, e compreender a forma como se utiliza a expressão “renguiar cusco”, comumente utilizada pelo povo gaúcho a fim de afirmar que o frio é tão grande que os cães, principalmente de rua e sem formas para se aquecer, tem dificuldades para caminhar e se tornam mancos, no caso “rengos”, devido ao enrijecimento muscular.

Figura 14: Post nº 73.



Fonte: Página do Guri de Uruguiana, 2016.

No post apresentado como figura 14 aproveita-se a oportunidade de falar do feriado que ocorreu no dia seguinte à postagem, no caso, o feriado nacional de Tiradentes, comemorado no dia 21 de abril. Utiliza-se novamente o churrasco como elemento da piada ao colocá-lo num contexto de celebração pela vinda do dia de folga. Nota-se que o churrasco é um elemento cultural gaúcho apreciado em momentos de festa e define-se como uma comida “melhor” como indica a definição usada no conteúdo textual do post.

Figura 15: Post nº 87.



Fonte: Página do Guri de Uruguiana, 2016.

A figura 15 é outra postagem referente ao clima gaúcho. Desta vez, divulga-se sobre o hábito comum no Rio Grande do Sul de consumir bergamotas frescas em dias frios com sol. Novamente seria necessário conhecimento sobre o comportamento do clima da região no momento da postagem para compreensão do texto como também compreender o significado de bergamota, nome popular dado à tangerina, que possui outros nomes em outras regiões do Brasil.

Figura 16: Post nº 94.



Fonte: Página do Guri de Uruguiana, 2016.

Para a análise do post visto na figura 16, considera-se a dualidade das significações do texto: Em primeiro momento, ao afirmar que apesar do frio “ninguém sente nada” retorna-se ao pensamento já apontado no post de número 23 ao se comentar sobre o gaúcho “bagual”. Aqui no que se baseia a piada é justamente a forma como o homem gaúcho gosta de ser percebido: forte e destemido, tanto que a presença do frio não lhe atrapalha. Porém, em segundo momento, o texto subverte o sentido da frase mostrando que o frio incomoda e que o homem gaúcho não é tão insensível quanto quer aparentar.

Importante, também, o comentário sobre a imagem utilizada para suporte da postagem. A imagem é referente ao filme *O Iluminado*, de 1980, e nela vê-se a personagem Jack Torrance, interpretada pelo ator Jack Nicholson com o rosto congelado e as roupas cobertas de neve (IMDB, 2016). Este quadro retirado do filme é bastante conhecido e usado muitas vezes por diversas páginas de humor na internet como suporte para piadas em relação ao frio, tempos de espera longos, situações tediosas, etc. (MEME, 2012).

Encontra-se no post, então, elementos da cultura local, como mencionados acima, elementos da cultura de massa, por terem sido retirados de um filme, e elementos da cultura digital, por ser uma imagem altamente reconhecida e distribuída nos sites da internet e que toma outras significâncias quando interage com esses novos meios. A cultura gaúcha acaba incorporando para si estes aspectos que lhe são externos e, de mesmo modo, os aspectos externos acabam por absorver os elementos que lhe foram adicionados. Assim, a imagem

postada numa página gaúcha toma um significado distinto devido a ação realizada e se divulga para o resto do mundo apresentando este novo significado que lhe fora atribuído.

Figura 17: Post nº 97.



Fonte: Página do Guri de Uruguiana, 2016.

Na figura 17 observa-se o 97º post realizado. Este se apresenta com o intuito de novamente demonstrar como o Rio Grande do Sul é diferente de outros lugares ao satirizar o funcionamento dos chuveiros elétricos no estado: O aparelho apresenta o brasão de armas da bandeira do estado, de certa forma para especificar onde essa postagem deve ser compreendida, e nos indicadores de temperatura lê-se “frio de renguear cusco” e “calor de desmaiar o Batista”. O primeiro, sendo o uso do adágio popular já abordado acima indicativo do frio, e o segundo faz referência ao fato do desmaio sofrido pelo comentarista esportivo João Batista da Silva ao vivo em fevereiro de 2010 (ZERO HORA, 2010). Desde o acontecido, o desmaio do Batista tornou-se popular na internet sendo levado ao país todo, então, a alusão do acidente na página do Guri de Uruguiana ajuda a criar uma nova forma de ditos populares, semelhantes aos adágios gaúchos mais antigos, só que agora pertencente a internet e disponível para qualquer usuário que se interesse.

Figura 18: Post nº 106.



Fonte: Página do Guri de Uruguaiiana, 2016.

Assim como na postagem de número 87, a figura 18, último item a ser avaliado trata um dos costumes alimentares gaúchos praticados durante o inverno. A fim de aquecer o ambiente, é comum serem usados fogões de chapa ao invés dos tradicionais queimadores, podem ser movidos a gás, mas principalmente são movidos à lenha, e em suas chapas superficiais são preparados os pinhões de araucária, típicos da região e da estação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para concluir-se o trabalho realizado, e apresentar por fim os resultados encontrados em seu decorrer, valida-se a retomada dos pontos iniciais que guiaram esta pesquisa.

Tendo como pergunta de pesquisa a ser esclarecida o questionamento de como as características culturais gaúchas se mediatizam em plataformas digitais, tendo esclarecidos o objetivo geral de analisar a apresentação de aspectos culturais gaúchos a partir de uma personagem caricata mediatizada na página do *Facebook*, e os objetivos específicos de definir mediatização através de embasamentos teóricos, estudar aspectos históricos e característicos da cultura gaúcha, descrever a página da personagem no Facebook e identificar elementos culturais gaúchos nas postagens da página, criou-se três hipóteses baseadas em observações empíricas e no senso comum: a cultura gaúcha desapareceria dada a intromissão da cultura digital; a cultura gaúcha apenas se adaptaria ao fenômeno da mediatização; ou a cultura gaúcha não se alteraria por não permitir a mediatização interferir nos seus aspectos.

De início, ao buscar embasamentos teóricos para os assuntos relevantes, pôde-se considerar o paradigma dos efeitos como fato de que a mídia exerce influência sobre a cultura e a sociedade e pode ser usada como instrumento para afetar as pessoas, e os estudos culturais como a tentativa de entender como a mídia é utilizada pela sociedade. Esses dois pontos caracterizam a mediatização (HJARVARD, 2013, p.14).

Já cultura se considera ser tudo aquilo que é aprendido dentro da comunidade, comportamentos e conhecimentos que não são transmitidos por caracteres genéticos (TYLOR apud LARAIA, 2009, p. 28) e que esta está em constante adaptação e mudança. Deve-se considerar, portanto, como fator de mudança cultural, a atuação da mídia e o fenômeno de mediatização que foram intensificados com o avanço da cultura digital, pois facilitam o acesso dos conteúdos culturais de determinadas áreas e facilitam o contato de uma cultura com a outra (SANTAELLA, 2008, p. 52).

Tendo estes pensamentos como base, pôde-se analisar como se mediatizam os aspectos da cultura gaúcha na página do Facebook da personagem Guri de Uruguaiana. Para isso, selecionou-se 12 posts para serem estudados com base na relevância de informações que apresentavam levando em consideração principalmente os critérios de: presença de elemento da cultura local e presença de elemento de culturas exteriores à gaúcha.

O humorista Jair Kobe, por se considerar um tradicionalista, procura utilizar sua personagem para propagação e preservação do tradicionalismo gaúcho, portanto, as postagens

em seu nome na página sempre procuram trazer elementos característicos, nem que ao menos apareça as vestimentas típicas em uma imagem.

Então, em suas postagens pôde-se notar a presença da cultura local principalmente no palavreado costumeiro dos homens gaúchos, referências e citações a costumes alimentares e modos de se portar, e características do estado em si, como o clima e pontos turísticos, que se tornam mais complicados de compreender se o leitor não está tão inserido nesta cultura.

Nos pontos referentes à outras formas de cultura, o que poderiam ser definidas como “culturas intrusas” fizeram-se notar a menção a aplicativos e outros elementos da cultura digital, outros costumes alimentares e de comportamento conhecidos como de outras localidades, como datas simbólicas comemorativas entre outros, também as citações a filmes, piadas e outras formas de conteúdos facilmente encontradas na internet, principalmente em páginas do Facebook, entre outros aspectos.

Ao analisar em cada postagem, fez-se possível perceber a forma em como dialogam a cultura gaúcha com as outras formas culturais. Os aspectos mais comuns e mais facilmente reconhecíveis tradicionais gaúchos como costumes alimentares e comportamentais são geralmente postos em comparação com os de outras culturas: notou-se a tendência ao detrimento da cultura alheia para glorificação da local, sendo uma forma de preservação dos aspectos próprios. Quando simplesmente se expunha aspectos culturais externos não tão marcantes e a presença da cultura local também posta de maneira sutil, as outras formas culturais pareceram dialogar bem com as gaúchas, podendo se considerar que alguns aspectos gaúchos absorvem, e são absorvidos, bem principalmente pela cultura digital.

O Guri de Uruguaiana enquanto comunicador e distribuidor de conteúdo através de uma página em uma mídia de redes sociais na internet acaba, de certa forma, por criar pequenos simulacros da sua própria cultura a cada postagem: cada uma destas “simula” a forma como os nativos da cultura gaúcha interage com ela e são transmitidas, tecnicamente, a todas as pessoas que tiverem acesso a um computador conectado à internet. Desta forma, os aspectos da cultura do Rio Grande do Sul acabam por se proliferar e se fazer presente em outros territórios e outras sociedades, bem como estimula a manutenção da sua própria quando acessada por indivíduos locais.

Todavia, o simples fato de ter sido posta em simulacro já altera suas características intrínsecas, em primeiro lugar por a simulação nunca se tratar da experiência real, e em segundo, no caso específico dos posts do Guri de Uruguaiana, os aspectos tradicionalistas são colocados juntamente aos externos, fazendo com que ambos sejam alterações daqueles que se encontram nos seus locais de formação, pode-se considerar um terceiro argumento de que

quando inseridos em outras culturas, os aspectos culturais acessados na página sofrem adequações para serem aceitos pela comunidade da mesma forma que a própria sofre mudanças no momento em que os aceita. Conclui-se, então, que a midiatização é uma forma de modificação da cultura.

Partindo-se das três hipóteses originais apresentadas anteriormente, através dos estudos realizados nesta pesquisa, confirmou-se somente a afirmação de que a cultura pode se adaptar ao fenômeno da midiatização e compreende-se então que ela pode usá-lo para manutenção de seus aspectos e proliferação de seus conhecimentos. A hipótese que afirma a não adaptação da cultura, em que essa se manteria fechada para elementos externos não se sustenta, pois viu-se que é possível a interação com outras manifestações. Entretanto, não se pode confirmar a validade da suposição que tratava do desaparecimento da cultura apenas com o estudo realizado, para isso deve-se entrar em uma discussão filosófica para se conceituar de fato do que se trata a cultura gaúcha, o que ela realmente representa e se o seus fundamentos e preceitos que lutam pela preservação da ordem permitem essas interações com outras formas culturais. Fica aqui o espaço para que se realizem trabalhos posteriores sobre o assunto.

BIBLIOGRAFIA

FÁVERO, Altair Alberto. et al. *Apresentação de trabalhos científicos: normas e orientações práticas*. 5. ed. Passo Fundo: UPF, 2014.

FERNANDES, Cláudio. "01 de abril – Dia da Mentira"; *Brasil Escola*. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/datas-comemorativas/dia-da-mentira.htm>>. Acesso em 07 de junho de 2016.

FIORINI, Yasmine Holanda. Jair Kobe, criador do Guri de Uruguaiana, fala sobre o personagem que é sucesso de público em SC desde 2009. *Diário Catarinense*, 6 nov. 2015. Disponível em: <<http://dc.clicrbs.com.br/sc/entretenimento/noticia/2015/11/jair-kobe-criador-do-guri-de-uruguaiana-fala-sobre-o-personagem-que-e-sucesso-de-publico-em-sc-desde-2009-4895272.html>>. Acesso em: 28 maio 2016.

GLOBO. No Dia do Gaúcho, Gisele Bündchen faz homenagem ao Rio Grande do Sul. *G1 Rio Grande Do Sul*, 20 set 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/semana-farroupilha/2013/noticia/2013/09/no-dia-do-gaucha-gisele-bundchen-faz-homenagem-ao-rio-grande-do-sul.html>>. Acesso em: 01 jun 2016.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GOLIN, Tau. *A ideologia do gauchismo*. 4. ed. Porto Alegre: Tchê, 1998.

GOMES, Pedro Gilberto. *A filosofia e a ética da comunicação na midiatização da sociedade*. São Leopoldo: Unisinos, 2006.

GOMES, Pedro Gilberto. *O processo de midiatização da sociedade*. São Leopoldo: Universidade Vale do Rio dos Sinos, 2007.

GUERREIRO, Luiz Antônio. Guri de Uruguaiana faz show hoje, no Cassino. *Jornal Agora*, Rio Grande, 10 fev. 2011. Disponível em: <<http://www.jornalagora.com.br/site/content/noticias/detalhe.php?e=1&n=7549>>. Acesso em: 28 maio 2016.

HJARVARD, Stig. *A midiatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Unisinos, 2014.

IMDB Internet movie database. *O iluminado (1980)*. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0081505/>>. Acesso em: 1 jun 2016.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2012.

KOTLER, Philip; ROBERTO, Eduardo L. *Marketing social: estratégias para alterar o comportamento público*. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. 24. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

MEME generator. *Frozen Jack*. 2012. Disponível em: < <https://memegenerator.net/Frozen-Jack>>. Acesso em 1 jul 2016.

MICHAELIS moderno dicionário da língua portuguesa. Melhoramentos, 2009. Disponível em < <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php>>. Acesso em: 28 maio 2016.

PÁGINA do Guri de Uruguaiana no Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/jairkobe>>. Acesso em: 28 mai 2016.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História do Rio Grande do Sul*. 8. ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1997.

PRIKLADNICKI, Fábio. Jair Kobe, o Guri de Uruguaiana: “Falar do bairrismo é um bom negócio”. *Zero Hora*, Porto Alegre, 4 abr. 2015. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2015/04/jair-kobe-o-guri-de-uruguaiana-falar-do-bairrismo-e-um-bom-negocio-4733253.html>>. Acesso em: 28 maio 2016.

SANTAELLA, Lúcia. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. 3 ed. São Paulo: Paulus, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. *Comunicação e semiótica*. São Paulo: Hacker, 2004.

SGORLA, Fabiane. Discutindo o processo de midiatização. *Mediação*, Belo Horizonte, v. 9, n. 8, p. 59-68, jan/jun. 2009.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muzskat. *Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação*. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

SOBRE. Disponível em: <<http://www.jairkobe.com.br/sobre>>. Acesso em: 28 maio 2016.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

VERÍSSIMO, Érico. *O tempo e o vento, parte 1: O continente I*. 3 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

VILARINHO, Sabrina. "Semântica"; *Brasil Escola*. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/portugues/semantica.htm>>. Acesso em 07 de junho de 2016.

ZERO HORA. Comentarista Batista desmaia ao vivo na TVCOM no Rio Grande do Sul Vítima do forte calor, ex-jogador foi atendido e passa bem. *Zero Hora*, Porto Alegre, 3 fev 2010. Disponível em < <http://zh.clicrbs.com.br/rs/esportes/noticia/2010/02/comentarista-batista-desmaia-ao-vivo-na-tvcom-no-rio-grande-do-sul-2798214.html>>. Acesso em 10 jun 2016.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Tabela de análise da página do Guri de Uruguaiiana

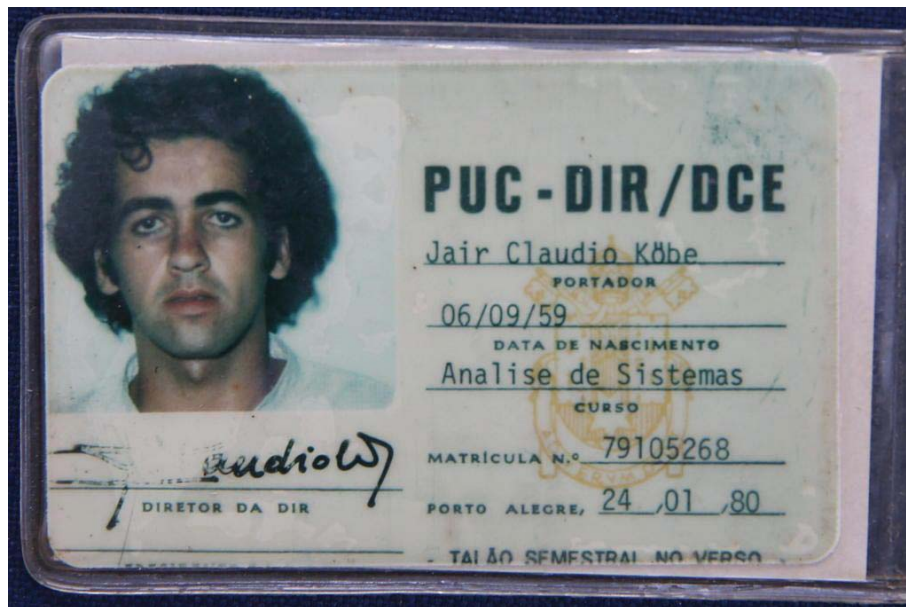
cód	Data	Hora	Categoria	Curtidas	Compart.	Coment.
				Total	Total	Total
1	01/abr	09:32	Piada - Post visual/verbal	6,5 mil	1826	680
2	01/abr	15:13	Informação sobre o espetáculo - vídeo	66	4	3
3	02/abr	14:52	Link para o vídeo no canal - repost	263	23	1
4	02/abr	16:00	Informação sobre o espetáculo - vídeo	83	11	1
5	03/abr	09:09	Foto da página do jornal - promoção	1 mil	44	27
6	03/abr	09:31	Piada - Post visual/verbal	3,7 mil	1078	99
7	03/abr	16:00	Informação sobre o espetáculo - vídeo	66	3	0
8	04/abr	08:32	Piada com informação sobre o espetáculo - vídeo	2.292	300	83
9	04/abr	11:00	Informação sobre o espetáculo - vídeo	66	21	3
10	04/abr	14:56	Informação sobre o espetáculo - Imagem	81	1	4
11	04/abr	19:00	Informação sobre o espetáculo - Imagem	84	24	4
12	05/abr	08:45	Piada - GIF	4,7 mil	3189	370
13	05/abr	08:58	Piada - Post visual/verbal	7,1 mil	1854	73
14	05/abr	11:00	Informação sobre o espetáculo - vídeo	73	25	4
15	05/abr	14:18	Piada - Post visual/verbal	3,1 mil	1020	60
16	05/abr	19:24	Informação sobre o espetáculo - imagem (repost)	170	0	0
17	06/abr	08:14	Informação sobre o espetáculo - imagem	216	16	7
18	06/abr	11:00	Informação sobre o espetáculo - vídeo	56	2	1
19	06/abr	13:06	Piada - GIF	9,2 mil	8142	559
20	06/abr	16:51	Informação sobre o espetáculo - vídeo	64	21	5
21	06/abr	18:00	Reportagem do telejornal - vídeo	1410	436	54
22	06/abr	21:55	Cancelamento do espetáculo - texto	535	12	34
23	07/abr	09:49	Piada - Post visual/verbal	7,2 mil	3008	136
24	08/abr	08:36	Piada - Post visual/verbal	35 mil	30509	772
25	08/abr	09:55	Piada - Post visual/verbal	4,8 mil	165	67
26	08/abr	12:00	Piada - Post visual/verbal	13 mil	9059	194
27	08/abr	16:11	Informação sobre o espetáculo - imagem	9,3 mil	266	152
28	08/abr	16:50	Informação sobre o espetáculo - imagem	5,2 mil	1408	126
29	09/abr	11:15	Informação sobre o espetáculo - imagem	915	22	10
30	09/abr	18:33	Piada - Imagem com legenda apenas	4,8 mil	153	129
31	09/abr	19:59	Informação sobre o espetáculo - imagem	373	14	9
32	10/abr	11:55	Informação sobre o espetáculo - imagem	116	4	5
33	11/abr	09:18	Piada - Post visual/verbal	9,5 mil	3000	155
34	11/abr	11:21	Post patrocinado - imagem	213	11	6
35	11/abr	13:48	Piada - Post visual/verbal	7,3 mil	2150	43
36	11/abr	16:00	Informações sobre o espetáculo - imagem	72	1	4

37	11/abr	19:00	Piada - vídeo	825	164	18
38	11/abr	21:00	Link para vídeo em canal alheio	414	81	11
39	12/abr	19:43	Piada - GIF	4 mil	3712	630
40	12/abr	12:02	Informações sobre o espetáculo - imagem	188	2	6
41	12/abr	15:16	Link para vídeo inédito no canal	604	64	18
42	12/abr	18:00	Informações sobre o espetáculo - imagem	168	2	2
43	13/abr	08:56	Piada - Post visual/verbal	3 mil	1053	304
44	13/abr	11:00	Link para o vídeo no canal - repost	66	5	0
45	13/abr	13:00	Informações sobre o espetáculo - imagem	170	12	4
46	13/abr	14:22	Informação sobre o espetáculo - vídeo		271	8
47	13/abr	17:00	Link para vídeo em canal alheio	173	26	13
48	14/abr	09:19	Piada - Post visual/verbal	3,8 mil	1524	46
49	14/abr	11:38	Link para vídeo inédito no canal	416	23	6
50	14/abr	14:51	Informações sobre o espetáculo - imagem	289	20	6
51	14/abr	21:32	Foto sobre participação em outros programas	5,7 mil	113	73
52	15/abr	09:24	Informações sobre o espetáculo - imagem	4,9 mil	184	90
53	15/abr	11:32	Link para o vídeo no canal - repost	114	13	7
54	15/abr	15:07	Link para matéria no blog	484	72	8
55	16/abr	09:22	Informações sobre o espetáculo - imagem	3,6 mil	55	33
56	16/abr	12:36	Foto sobre participação em outros programas (Repost)	1,2 mil	0	22
57	16/abr	17:31	Informações sobre o espetáculo - imagem	505	11	17
58	16/abr	17:49	Informativo sobre apresentação transferida	660	19	25
59	17/abr	08:00	Informação sobre o espetáculo - vídeo	2156	298	51
60	17/abr	11:58	Link para vídeo inédito no canal	489	42	8
61	17/abr	14:45	Informativo sobre apresentação transferida	569	22	18
62	18/abr	09:17	Link para matéria no blog	1,2 mil	210	54
63	18/abr	10:20	Piada - Post visual/verbal	12 mil	6861	198
64	18/abr	14:10	Piada - Post visual/verbal	8,6 mil	4878	71
65	18/abr	18:22	Link para matéria no blog	744	147	30
66	19/abr	08:34	Piada - Post visual/verbal	15 mil	11589	332
67	19/abr	10:38	Anúncio de espetáculo em outra cidade	3,7 mil	620	237
68	19/abr	10:48	Anúncio de espetáculo em outra cidade	2,9 mil	500	146
69	19/abr	11:00	Piada - Post visual/verbal	25 mil	14584	230
70	19/abr	13:46	Anúncio de espetáculo em outra cidade	7,1 mil	1005	364
71	19/abr	13:52	Anúncio de espetáculo em outra cidade	1,8 mil	446	98
72	19/abr	20:37	Link para vídeo inédito no canal	1,1 mil	196	51
73	20/abr	08:00	Piada - Post visual/verbal	19 mil	10659	204
74	20/abr	11:24	Informações sobre o espetáculo - imagem	3,5 mil	139	57

75	20/abr	13:02	Link para o vídeo no canal - repost	355	78	15
76	20/abr	15:50	Link para vídeo inédito no canal	1 mil	133	17
77	20/abr	18:00	Link para matéria no blog	508	79	15
78	20/abr	21:00	Link para matéria no blog	1 mil	163	51
79	21/abr	12:36	Link para vídeo inédito no canal	2,5 mil	496	45
80	21/abr	16:48	Link para matéria no blog	787	121	89
81	22/abr	09:10	Piada - Post visual/verbal	20 mil	7997	214
82	22/abr	13:36	Piada com informação sobre o espetáculo - imagem	139	4	2
83	22/abr	16:00	Informações sobre o espetáculo - imagem	134	4	2
84	22/abr	23:57	Informação sobre o espetáculo - vídeo	2268	453	33
85	23/abr	16:46	Link para o vídeo no canal - repost	494	108	11
86	24/abr	12:05	Foto da página do jornal - promoção	1,2 mil	73	3
87	25/abr	09:03	Piada - Post visual/verbal	28 mil	10042	334
88	25/abr	17:02	Link para vídeo inédito no canal	325	0	2
89	26/abr	08:30	Link para vídeo inédito no canal	352	16	10
90	26/abr	10:29	Promoção da loja	656	55	21
91	26/abr	14:00	Link para vídeo inédito no canal	7,1 mil	1891	112
92	26/abr	20:11	Link para vídeo inédito no canal	121	0	3
93	27/abr	08:58	Link para o vídeo no canal - repost	1,1 mil	493	42
94	27/abr	09:43	Piada - Post visual/verbal	32 mil	42287	480
95	27/abr	11:30	Piada - Post visual/verbal	40 mil	28593	844
96	27/abr	14:16	Anúncio de espetáculo em outra cidade	660	32	20
97	27/abr	17:00	Piada - Post visual/verbal	17 mil	8516	270
98	27/abr	19:00	Piada - Post visual/verbal	5,7 mil	2078	100
99	27/abr	20:57	Atualização durante evento	5,6 mil	104	103
100	28/abr	09:26	Piada - Post visual/verbal	6,1 mil	2934	93
101	28/abr	10:37	Link para vídeo inédito no canal	1 mil	306	56
102	28/abr	13:10	Piada - Post visual/verbal	9,5 mil	5167	82
103	28/abr	16:00	Promoção da loja	314	41	7
104	28/abr	18:48	Link para vídeo inédito no canal	722	273	42
105	29/abr	09:08	Link para o vídeo no canal - repost	996	221	29
106	29/abr	13:39	Piada - Post visual/verbal	3,3 mil	1080	66
107	29/abr	17:00	Link para matéria no blog	473	64	23
108	29/abr	21:07	Atualização durante evento	3,2 mil	61	74
109	30/abr	14:24	Anúncio de espetáculo em outra cidade	1,7 mil	74	24

ANEXOS

ANEXO A – Carteira estudantil de Jair Köbe de 1959



Fonte: PRIKLADNICKI, 2015.

ANEXO B – Fotografia de Jair Kobe sem a fantasia



Fonte: FIORINI, 2015.