

Regionalismos e apropriações tecnológicas: expressões de identidades culturais na *web*¹

Mônica Pieniz²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS.

Resumo

Objetiva-se refletir sobre as apropriações tecnológicas com fins de manifestações de identidades culturais com base nos regionalismos do Brasil. A *web* é considerada uma mídia alternativa para a manifestação e exercício de cidadania de grupos minoritários desprovidos de acesso de difusão em mídias tradicionais. Exemplos empíricos de comunidades virtuais e uma breve atenção ao contexto contemporâneo do acesso móvel permitem a visualização das constantes expressões identitárias potencializadas pelas tecnologias.

Palavras-chave

Regionalismos; identidades culturais; apropriações tecnológicas; *web*; mídia.

1. Introdução

Este artigo aborda as manifestações de regionalismos na contemporaneidade. Temática que se insere num grande contexto da sociedade globalizada abrangido pelas transformações culturais propiciadas pelas tecnologias da informação e comunicação (TICs). Objetiva-se refletir, dentro deste contexto, especificamente, as culturas regionais diante da *world wide web (web)* - esta como um exemplo de TIC, a qual é apropriada como mídia alternativa.

O local é aqui definido como cada um dos diferentes Estados brasileiros, delimitados política e geograficamente, que configuram ‘partes’ de um ‘todo’ chamado Brasil, rico em sua diversidade de identidades culturais - as quais são constantemente reafirmadas nas evidências das apropriações da *web*, a qual representa o global, o acesso a comunicação em rede diante da globalização. O contraponto entre o global e o local permeiam este texto a fim de elucidar esta articulação.

Apropriações com fins regionalistas evidenciadas empiricamente na *web* servem de exemplos deste novo cenário, as quais constituem-se como expressões de identidades

¹ Trabalho apresentado no GP Cidadania do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, PPGCOM/UFRGS. Orientadora Prof^a Dr^a Nilda Jacks. Linha de pesquisa Comunicação, Representações e Práticas Culturais. E-mail: moni.poscom@gmail.com

culturais numa mídia alternativa. A *web* propicia espaço para o exercício da cidadania e afirmação pela diferença para os sujeitos que a ela tem acesso, assim como os desprovidos de acesso a *web* buscam outras formas alternativas de reivindicação como rádios comunitárias, jornais de bairro, eventos, etc.

Esta evidência empírica da *web* é apenas uma amostra das possibilidades de apropriações de grupos que não têm espaço relevante na mídia de massa, como os ligados a manifestações de regionalismo, gênero, classe, geração, religião, raça ou etnia. Estes grupos buscam formas alternativas de comunicação e reivindicações, o que aqui é exemplificado pela *web*, utilizada como mídia alternativa às mídias de massa.

Esse empírico verificado no ciberespaço e que nos estimula a pensar nesta temática corresponde a comunidades virtuais do Orkut³ - site acessado globalmente - que tratam da articulação entre o regional e o nacional. Exemplos de comunidades que relacionam identidades culturais ligadas a territórios e a regionalismos são: “O regionalismo do Brasil” (figura 1), e “Todo Brasileiro é Baiano” (figura 2) – aqui com a identidade nacional integrada à identidade local, ou seja, a ‘parte’ e o ‘todo’ em harmonia. Em outras comunidades, porém, aparecem noções divergentes de identidade nacional, como por exemplo, nas comunidades “1º Paulista, depois brasileiro” (figura 3), “Rio Grande do Sul não é Brasil”⁴. Há ainda muitos outros exemplos, com articulação ou não das identidades regionais à identidade nacional, dentre estes: “Sou cearense e desisto é porra”⁵, “Sou goiano, sou brasileiro”⁶, “Brasileiro só não, sou mineiro”⁷, “Eu odeio quem odeia paraense”⁸, dentre muitos outros.

Além dos casos percebidos no Orkut temos, na era da mobilidade (SANTAELLA, 2007) diversas formas de retorno ao local - aqui tratado como regional - como com os QR codes⁹, os smart phones¹⁰ e demais dispositivos que permitem a

³ Site de rede social criado em 2004 pelo engenheiro turco Orkut Buyukkokten da empresa Google, sucesso no Brasil e contempla ainda hoje mais da metade dos membros. Em 2004 os brasileiros representavam mais de 74% dos usuários (ver: EISENBERG, José; LYRA, Diogo. A invasão brasileira do Orkut. In: **Ciência hoje** – revista de divulgação científica da SBPC. Vol. 38, maio/2006, p. 30 a 35). Em 2009, apesar deste percentual ter reduzido ainda significa a maioria dos membros. Ver: <http://www.orkut.com.br/Main#MembersAll.aspx>. Acesso em 10/06/09.

⁴ Ver: <http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=6196531>. Acesso em 10/06/09.

⁵ Ver: <http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=1827951>. Acesso em 10/06/09.

⁶ Ver: <http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=8714622>. Acesso em 10/06/09.

⁷ Ver: <http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=51163941>. Acesso em 10/06/09.

⁸ Ver: <http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=2058026>. Acesso em 10/06/09.

⁹ QR code é um código de barras em três dimensões que guarda informações que podem ser acessadas por câmeras de telefones celulares somadas a um programa decodificador específico. Ver: <http://qrcode.kaywa.com/>. Acesso em 10/06/09.

convergência¹¹ de funções, de linguagens, de mídia ou de cultura. Os dispositivos móveis que possibilitam o acesso à web ressignificam a idéia de lugar e as relações locais. Recentemente tivemos a notícia da relevância do twitter¹² como mídia nos protestos contra o regime iraniano, pois os sujeitos estavam acessando a *web* com seus celulares e a partir deles enviando mensagens pelo twitter.

Com base nesses exemplos nós refletiremos teoricamente acerca deste universo e principalmente, de como os sujeitos dele se apropriam para os mais diversos fins, aqui com o foco nas expressões de identidades culturais ligadas ao regionalismo. A grande preocupação é a influencia destas manifestações identitárias nas práticas cotidianas dos sujeitos, nas suas relações com o diferente, sua intolerância ou seu respeito, seu preconceito diante de raças, etnias, gêneros e gerações diversas.

Estas diversas possibilidades de apropriação da *web* nos remetem a responsabilidade no uso de uma mídia, neste caso, sem censura. Há várias nuances de representações de identidades culturais, algumas com tom de resistência e ativismo, e outras mais pacíficas buscando a interculturalidade. Assim como mostrado no livro “Brasil, Brasis” (BARBALHO, 2008), onde há diversos textos sobre a diversidade cultural brasileira, vê-se na *web* as mais diversas formas de expressão regional como práticas de cidadãos comuns que se apropriam da rede como forma de comunicação e agregação social.

Para refletir teoricamente estas incidências empíricas que permeiam a sociedade globalizada faz-se, então, a abordagem de conceitos que consideramos pertinente como globalização, com Wolton (2006;2007), Trivinho (2001;2005); regionalismo com Jacks (1998;1999) e Oliven (1992;2000); identidade cultural, com Hall (2000), Escosteguy (2001), Bauman (2005); ciberespaço e cibercultura, com Levy (1999;2003) e Lemos (2004); sociedade midiaticizada, com Sodré (2002); dentre outros.

2. Globaliza o, regionalismos e identidades culturais

¹⁰ *Smartphone*   um aparelho celular com diversas funcionalidades extras tais como acesso a *web* agenda telef nica, lista de tarefas, multim dia e sincroniza o com computador através de bluetooth e infra-vermelho. Ver: http://www.linkgratis.com.br/materia/O_QUE_e_Smartphone/. Acesso em 10/06/09.

¹¹ Ver: JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

¹² Twitter (lançada em 2006, chegada ao Brasil em 2008)   uma rede social, e servidor para microblogging que permite aos usuários que enviem e leiam atualiza es pessoais de outros contatos.

Ver: <http://twitter.com/>. Sobre a apropria o do twitter no Ir  ver:

<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI78243-15227-2,00-REBELIAO+EM+TEERA.html>. Acesso em 10/06/09.

A reflexão aqui proposta insere-se no que Trivinho (2001;2005) explica por meio da expressão “glocal”, que compreenderia a mescla inextricável entre o conteúdo global da rede - fincado em imperativos de mercado - e o espaço local de socialização e reprodução da existência cotidiana - então convertido em contexto de recepção e transmissão do conteúdo global. Expressão esta que ilustra esta relação entre tecnologias e regionalismos inseridos no contexto de globalização.

Dominique Wolton, preocupado em entender a globalização, a expõe e a classifica sucintamente, sendo que o “glocalismo” poderia ser entendido como a terceira globalização.

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

Diante desta atual fase da globalização as culturas estão em tênue fronteira com outros valores de culturas vizinhas e é somente pelo discurso que as tradições se mantêm e é também por ele que uma tradição entra em contato com outra diferente, podendo ser influenciada por essa e também podendo influenciá-la. Martin-Barbero colabora na compreensão da atualidade.

Dois processos estão transformando radicalmente o lugar da cultura em nossas sociedades: a revitalização das identidades e a revolução das tecnicidades. Os processos de globalização econômica e informacional estão reavivando a questão das identidades culturais – étnicas, raciais, locais, regionais – [...] o que a revolução tecnológica introduz [...] não é tanto uma quantidade inusitada de novas máquinas, mas, sim, um novo modo de relação entre os processos simbólicos [...] o que galvaniza hoje as identidades como motor de luta é inseparável da demanda de reconhecimento e sentido (MARTIN-BARBERO, 2006, p.54).

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

A atual e intensa fase da globalização tem favorecido tendências que pressionam os estados nacionais em direção à integração supranacional - econômica e, mais hesitantemente, política e cultural - enfraquecendo sem destruir o Estado-nação e, desse modo, abrindo ambas as economias, locais e regionais, para novos deslocamentos e novas relações. Paradoxalmente, a globalização parece, também, ter conduzido a um fortalecimento de fidelidades e identidades ‘locais’ dentro dos estados nacionais. Embora isso possa ser enganador, o fortalecimento do ‘local’ é provavelmente menos o *revival* de identidades estáveis de ‘comunidades estabelecidas localmente’ do passado e mais aquela ardilosa versão do ‘local’ que opera dentro e tem sido completamente remodelada pelo ‘global’, funcionando amplamente dentro de sua lógica (HALL, 1993b, p. 354 *apud* ESCOSTEGUY, 2001, p. 145).

Para o Stuart Hall (1990, p.225), citado por Escosteguy (2001, p. 151) as identidades culturais vêm de algum lugar, têm história, ao mesmo tempo em que sofrem atualizações constantes. As identidades, portanto, não são algo fixo, o que é próximo da concepção desenvolvida por Bauman (2005, p. 22), em que a identidade só nos é revelada como algo a ser inventado, e não descoberto; como alvo de um esforço, um objetivo, que é necessário construir a partir do zero ou escolher entre alternativas e, então, lutar por ela e protegê-la, lutando ainda mais – mesmo que, para que essa luta

seja vitoriosa, a verdade sobre a condição precária e eternamente inconclusa da identidade deva ser, e tenda a ser, suprimida e ocultada. Pensa-se, dessa forma, que há uma busca constante de afirmação e reafirmação identitária por meio destes sujeitos que protagonizam manifestações regionalistas no ciberespaço e que ao fazerem conquistam adeptos.

Hoje, os meios de comunicação agem como dispositivos poderosos na dissolução de um horizonte cultural comum no âmbito nacional. Os meios situam-se numa posição mediadora na construção de outras identidades como as de cidades, de regiões, de espaços locais (ESCOSTEGUY, 2001, p. 157). E isso pode ser claramente observado nos exemplos citados no início do trabalho. A *web*, pelas suas possibilidades, permite diversas manifestações e os cidadãos podem, assim, expressar e ao mesmo tempo reafirmar e modificar suas identidades culturais ligadas, ou não, ao território.

Um autor que dialoga com esta idéia de apropriações tecnológicas por parte de grupos minoritários é Freire Filho (2005). Ele reflete sobre as culturas de minorias e expõe que estas procuram meios de se representarem e lutarem contra determinadas representações midiáticas que não lhe cabem.

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

Diante disso o espaço virtual é palco democrático para culturas particulares, como os regionalismos, que não têm abertura em outras mídias para os discursos referentes a seus valores. Especificamente sobre a apropriação da *web* como mídia que abarca discursos locais, tem-se que a afirmação de identidades regionais no Brasil, de acordo com Oliven (2000, p.80) pode ser encarada como uma reação a uma homogeneização cultural e como uma forma de salientar diferenças culturais.

Quanto mais a globalização avança, argumentado por Oliven (2000), mais se recoloca a questão da tradição, da nação e da região. À medida que o mundo fica menor, torna-se mais difícil se identificar com categorias genéricas como Europa e mundo. É,

por isso, natural que a questão das diferenças se recoloque e que haja um intenso processo de construção de identidades. Os atores sociais buscam objetos de identificação mais próximos, como se o pertencimento a uma cultura mais local fosse a chave de segurança para a sua identidade.

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

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

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

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

acredita que a apropriação socialmente majoritária entende que esta parte – a região – “pertence”, com maior ou menor autonomia, ao “todo”.

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

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

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

3. Ciberespaço, cibercultura e apropriações da *web* como mídia

Cada nova forma de comunicação interfere no ambiente em que é utilizada e cada nova tecnologia aparece como conseqüência de um ambiente anterior que lhe deu suporte. O rádio causou suas transformações sociais e foi, por certo tempo, elitizado - assim como hoje é a internet. Há infoexcluídos como houve os indivíduos que não tiveram acesso ao rádio e ao livro em seus primórdios. O essencial, no entanto, são as

mudanças na vida humana causadas por cada novidade das TICs que aos poucos vai permeando o cotidiano dos indivíduos em sociedade.

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

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

As identidades na cibercultura apresentam-se transformadas pela singularização de suas representações, facilitadas pela viabilidade técnica de sua difusão imediata em escala planetária para quem tenha suporte técnico e habilidade intelectual para conectar-se. Os interessados no novo fenômeno – seus usuários, espectadores, atores ou consumidores – podem ser particularizados ou tomados como coletivos; eles atuam por interesses pessoais, grupais ou corporativos, próprios ou delegados por terceiros e constituem a nova esfera ciberespacial, sucedânea do declínio da esfera pública burguesa. Sua unidade de condição é o desejo de compartilhar formas novas de intervenção na realidade, acesso à informação, entretenimento, ferramentas de trabalho, etc (SILVEIRA, 2002, p. 108).

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

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

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

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

Uma comunidade virtual pode, por exemplo, organizar-se sobre uma base de afinidade por intermédio dos sistemas de comunicação telemáticos. Seus membros estão reunidos pelos mesmos núcleos de interesses, pelos mesmos problemas: a geografia, o contingente, não é mais nem um ponto de partida, nem uma coerção. Apesar de não presente, essa comunidade está repleta de paixões e de projetos, de conflitos e de amizades. Ela vive sem lugar de referência estável: em toda parte onde se encontram seus membros móveis...ou em parte alguma (LEVY, 2003, p.20).

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

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

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

Assim, esse público, aderido às comunidades do Orkut, e também a outras formas de apropriações tecnológicas que buscam reafirmar identidades, busca utilizar-se de seus recursos para demarcar sua identidade, seu modo de vida, suas convicções mais profundas. Estamos, portanto, no limiar de um tempo em que as comunidades virtuais tornam-se vetores de novos modos de habitar na sociedade, especificamente, de habitar no ciberespaço, em meio à cibercultura.

Paralelo a isso, na era da mobilidade o ciberespaço não precisa ser acessado de dentro do meu escritório. Por meio de dispositivos como um celular os sujeitos podem acessar a *web* na rua, exatamente onde o cotidiano acontece e onde os cidadãos interagem e vivenciam as suas identidades. A mobilidade do acesso a *web* acaba ressignificando os lugares concretos, aqueles mesmos lugares que foram representados nas comunidades virtuais. Diante deste avanço nas TICs, o cidadão pode presenciar e narrar o lugar concomitantemente e aí as identidades continuam intensamente evocadas e reconfiguradas.

4. Considerações finais

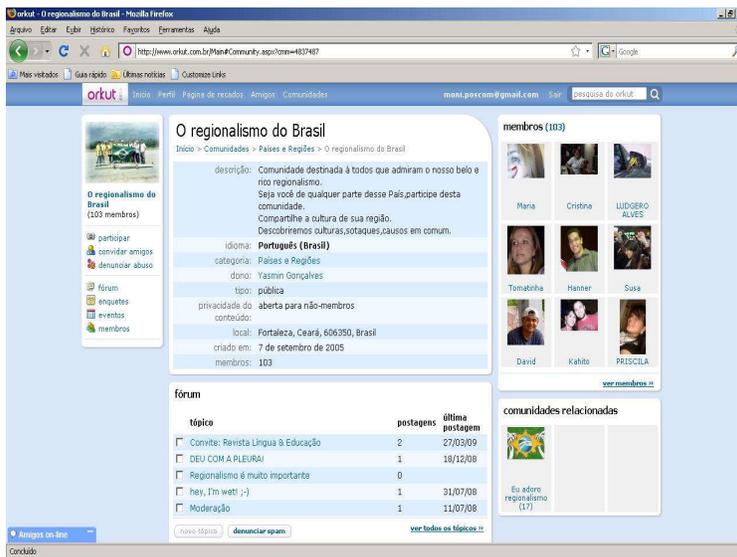
Esta breve reflexão diz respeito ao que está acontecendo neste momento ao se pensar regionalismo, identidades culturais e apropriações tecnológicas. Estamos no ‘tubo da onda’ e não na ‘crista da onda’ e por isso é difícil tecermos conclusões precisas a respeito. As transformações estão ocorrendo e é preciso atentar para as práticas dos jovens, pois elas podem se tornar uma tendência e assim reconfigurar aspectos identitários ligado ao regionalismo. Sem esquecermos, no entanto, de que a maioria da população é excluída do acesso ao meio digital e que muitas outras mídias alternativas existem e são canais de comunicação, resistência e ativismo. Porém, apesar dos muito excluídos, é inegável a relevância e a influência da *web* hoje na vida dos sujeitos - por isso ela se torna temática de muitas pesquisas da área de comunicação.

Estamos no tempo do digital *versus* o analógico; do virtual *versus* o concreto; do global *versus* o local. Mas nem tudo precisa estar em pólos separados. As apropriações que os sujeitos fazem das tecnologias podem ser uma forma de revisitar o local, por exemplo. As TICs podem colaborar para fomentar a cultura regional e assim as identidades culturais estão constantemente sendo acionadas, reconfiguradas, reafirmadas.

A diversidade das manifestações identitárias dos regionalismos do Brasil são potencializadas pela *web*. Mas as mídias não fazem nada por si só. São as apropriações que definem a sua influencia na sociedade; e as apropriações, por sua vez, produzem sentidos que influenciam as práticas sociais destes cidadãos. Vemos, dessa forma, uma interculturalidade convivendo com manifestações acirradas de defesa e exaltação de territórios.

Como já visto com Bauman e Hall, as identidades são fluídas, descentradas e estão em processo permanente de construção. Na *web* as identidades são expressas de forma livre, sem censura, conforme o que pensam os sujeitos que delas se utilizam. Observar criticamente suas nuances e movimentos de configuração foi a intenção da reflexão aqui proposta, sobretudo no que se refere a responsabilidade dos pesquisadores da comunicação diante das potencialidades das mídias alternativas para grupos minoritários, como exemplificado nas expressões de regionalismo na *web*.

Figura 1: fonte: <http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=4837487>
Acesso em 10/06/09.



The screenshot shows the Orkut website interface for the community 'O regionalismo do Brasil'. The page includes a navigation menu, a search bar, and a main content area with the following details:

- Community Name:** O regionalismo do Brasil
- Description:** Comunidade destinada à todos que admiram o nosso belo e rico regionalismo. Seja você de qualquer parte desse País, participe desta comunidade. Compartilhe a cultura de sua região. Descubriremos culturas, sotaques, causas em comum.
- Language:** Português (Brasil)
- Category:** Países e Regiões
- Owner:** Yasmin Gonçalves
- Type:** pública
- Privacy:** aberta para não-membros
- Location:** Fortaleza, Ceará, 606350, Brasil
- Created:** 7 de setembro de 2005
- Members:** 103

Below the community details is a forum section with the following table:

tópico	postagens	última postagem
<input type="checkbox"/> Convite: Revista Língua & Educação	2	27/03/09
<input type="checkbox"/> DEU COM A PLEURAI	1	18/12/08
<input type="checkbox"/> Regionalismo é muito importante	0	
<input type="checkbox"/> hey, I'm wati :-)	1	31/07/08
<input type="checkbox"/> Moderação	1	11/07/08

Other sections include 'membros (103)' with profile pictures of Maria, Cristina, LUDGERO ALVES, Tomazinha, Haner, Sasa, David, Kahito, and PRISCILA. There is also a 'comunidades relacionadas' section with 'Eu adoro regionalismo (17)'.

Figura 2: fonte: <http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=18552763>
 Acesso em 10/06/09.

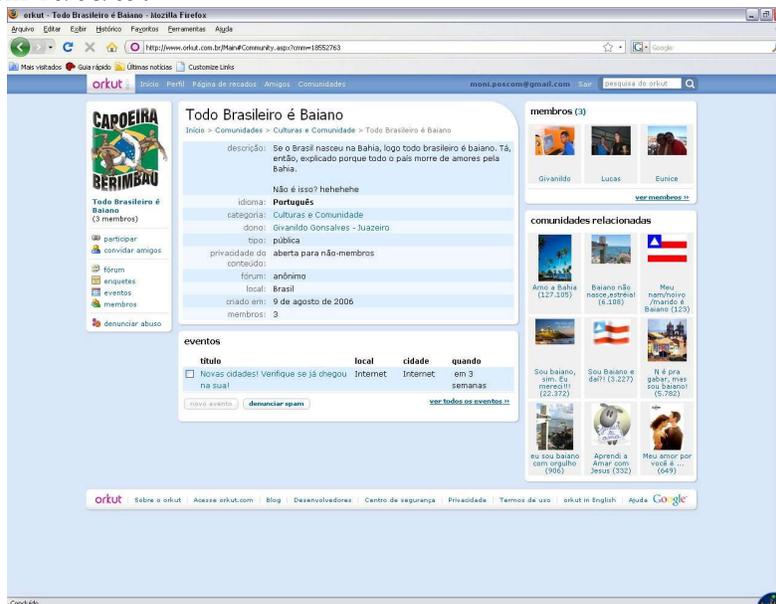


Figura 3: fonte: <http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=7649483>
 Acesso em 10/06/09.





Referências:

BARBALHO, Alexandre (org.) **Brasil, Brasis: identidades, cultura e mídia**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2008.

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

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

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

ESCOSTEGUY, Ana C. **Cartografias dos estudos culturais**: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

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

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

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

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

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

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

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

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



_____. **O que é o virtual?** São Paulo: editora 34, 2003.

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

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

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

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

SILVEIRA, Ada C. M. Representações identitárias e o giro da virtualidade: as tecnologias geradoras de intertextos culturais. **Animus**: revista interamericana de comunicação midiática/UFMS, CCSH, Vol. I, n. 2 julho/dez.2002

_____. **O espírito da cavalaria e suas representações midiáticas**. Ijuí: Unijuí, 2003.

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

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

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

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

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

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