



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Internet e sociabilidade: o uso da rede na reconstrução das identidades¹

Liliane Dutra Brignol¹

Unisinos/RS

“...não são só aparelhos, são novas linguagens, novas formas de perceber, novas sensibilidades, novas formas de entender o espaço, o tempo, a proximidade, as distâncias” (Jesús Martín-Barbero)

Resumo

Partindo de uma concepção de comunicação e cultura fundada na perspectiva dos Estudos Culturais, o objetivo do trabalho é problematizar a possibilidade de que as novas formas de interação e os conteúdos que circulam na Internet tragam redefinições na relação dos usuários com a sua identidade cultural. Por meio de uma contextualização e do levantamento de questões surgidas em um momento de verdadeira explosão discursiva a respeito da transformação das identidades, propõe-se pensar como características da Internet, entre elas a interatividade e a segmentação dos usuários, além da ampliação das possibilidades de interação, promovem uma mudança na maneira do homem entender e se relacionar com a comunicação, com o outro e com ele mesmo, dentro de uma nova composição da sociabilidade a partir da mediação da tecnologia da informação.

Palavras-chave: Internet, sociabilidade e identidade cultural

A proposta de investigação

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Como as formas técnicas negociam com a sociabilidade é a questão central deste artigo, uma discussão sobre as inquietações que integram um projeto de mestrado da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, no Rio Grande do Sul. A proposta é investigar o uso social da Internet por integrantes de famílias gaúchas, observando como as possibilidades de interação e os conteúdos podem dinamizar a relação dos usuários com a sua identidade cultural. As formulações situam-se em uma abordagem que privilegia a relação entre a cultura local e a dita global, resultante da interação com tecnologias de informação, troca de conteúdo e consumo de produtos em escala planetária.

Trata-se de investigar como os integrantes das famílias remodelam suas identidades, que hábitos adquirem, que valores compartilham, que tradições mantêm e como se identificam, a partir das mudanças facilitadas pelo acesso à Internet. A proposta baseia-se na hipótese de que as transformações técnicas, o advento de novas tecnologias e a mediação das experiências através das mídias implicam alterações no relacionamento entre as pessoas, na formação de vínculos sociais, na própria dinâmica da sociabilidade.

Parte-se do princípio de que a identidade, agente na definição da competência cultural² do indivíduo (Martín-Barbero, 1987, p. 241) é um dos entornos que interage na definição dos significados atribuídos aos meios de comunicação, incluindo a Internet, ajudando a estabelecer escolhas entre as opções disponíveis na rede. Como sistema de referência e reconhecimento, a identidade cultural desempenha um papel importante na interação de cada indivíduo com a realidade a sua volta, atuando no processo de produção e apropriação dos bens culturais. As preferências de acesso às possibilidades da Internet são determinadas pela capacidade de produção de sentido de cada indivíduo, garantida também através da identificação com a história, valores, hábitos e tradições.

Outra hipótese é de que as culturas locais podem ser potencializadas pelo uso da Internet ao invés de serem sucumbidas a ela, através da facilidade de produção e divulgação de conteúdo relacionado a temas próprios de uma região, em *sites* locais, salas de bate-papo

² A competência cultural, categoria de mediação proposta por Jesús Martín-Barbero (1987), é entendida como a capacidade de cada indivíduo apropriar-se de algo, baseado em suas possibilidades de produção de sentido. Ela abrange a formação educacional, através do acesso ao ensino formal, da leitura e do domínio de idiomas, a origem étnica, a cultura regional, o gênero, a idade, o consumo de bens culturais e a própria identidade.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

voltadas para usuários específicos de uma cidade ou região e troca de *e-mails* entre pessoas com interesses comuns. Ao contrário de estimular a homogeneização, uma das possibilidades da Internet é reforçar vínculos com o que é próprio da cidade e do estado. A rede estabelece padrões compartilhados em escala global, mudando a relação com a cultura, sem que as identidades locais sejam abandonadas, mas reconstruídas a partir do confronto com outras possibilidades. Diferentemente de promover um enraizamento ou a ilusão de retorno a um passado perdido, a Internet pode permitir que sejam conciliados valores provenientes da troca de informação global e os herdados como legado cultural da terra de origem. Parte-se do princípio de que a Internet faz com que seus usuários sejam obrigados a negociar com as novas culturas em que vivem, “sem simplesmente serem assimilados por elas e sem perder completamente as suas identidades” (Hall, 1999, p. 88-9).

Identidade cultural: aproximações e diferenças

Num momento em que o tema da identidade surge com um ímpeto redobrado, quando “estamos observando, nos últimos anos, uma verdadeira explosão discursiva em torno do conceito” (Hall, 2000, p.103), autores de diferentes áreas disciplinares criticam a concepção de identidade integral, falando sobre sua fragilização, a partir da fragmentação do “eu”. Segundo essa corrente, o sujeito seria marcado pela perda de uma identidade fixa, considerada uma fantasia. A crise de identidade é abordada por teóricos como característica das sociedades contemporâneas, no chamado pós-modernismo ou na modernidade tardia.

“No cenário do que eu chamo a modernidade tardia – o nosso mundo de hoje – o *self*, tal como os contextos institucionais mais vastos nos quais ele existe, tem de ser construído reflexivamente. No entanto, essa tarefa tem de ser cumprida no meio de uma confusa diversidade de opções e possibilidades.” (Giddens: 1997, p. 2-3)

Contrariando o conceito de identidade fragilizada, autores, entre eles Manuel Castells, defendem o fortalecimento das identidades locais e o seu reforço, na forma até de fundamentalismos, como resistência à globalização. A volta às identidades é vista como única forma de segurança pessoal. “Nesse mundo de mudanças confusas e incontroladas, as



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

peessoas tendem a reagrupar-se em torno de identidades primárias: religiosas, étnicas, territoriais, nacionais”. Com a identidade se tornando a principal e, às vezes, a única fonte de significado, “a fragmentação se propaga, à medida que as identidades tornam-se mais específicas e cada vez mais difíceis de compartilhar” (Castells, 1999a, p. 23).

Segundo Martín-Barbero, o retorno das identidades como protetoras contra a dissolução da sociedade em um mundo de mercados, redes e fluxos de informação traz como consequência não apenas a intolerância, mas também a possibilidade de expansão da memória e da solidariedade. “Na sua profunda ambigüidade, são abertos caminhos para que outras vozes sejam lançadas contra as mil formas em que hoje são revestidas a exclusão cultural, política e social” (Martín-Barbero: 2002, p. 168).

A maioria dos pensadores parece concordar mesmo com a idéia (na qual se situa a proposta deste trabalho) de que há uma transformação do mundo interior do sujeito a partir das mudanças sociais intensificadas com a revolução das tecnologias da informação. A noção de tradição perde terreno para a aceitação de que as identidades estão sujeitas ao plano da história, da política, da representação e da diferença, ou seja, não é possível qualificá-las como unitárias ou puras (Hall, 1999, p. 87). Assim, ganha força a compreensão das identidades baseadas em intercâmbios, trocas, misturas, convivências e apropriações. A crise identitária não traz exclusivamente desencanto ou perda, mas oportuniza o surgimento de uma identidade renovada, nutrida em vários repertórios, “que pode ser multilíngue, nômade, transitar, deslocar-se, reproduzir-se em lugares distantes do território onde nasceu” (Canclini, 1997, p. 80).

O surgimento de novas formas de interação, com o desenvolvimento de meios técnicos, mais intensamente desde a expansão do uso da Internet, é reforçado como um dos fatores de transformação das identidades, consideradas multiculturais, híbridas.

“Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares, imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias, tradições específicos e parecem flutuar livremente” (Hall, 1999, p. 75).



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Como parte da transformação que se está vivendo, essa mudança no entendimento de identidade reflete a dinâmica articulação entre o global e o local, potencializada pela Internet. A partir deste contexto, interessa explorar o modo como o uso da Internet potencializa a reconstrução das identidades, seus reordenamentos, interconexões e fluxos, através de negociações estabelecidas pelos usuários com os conteúdos que circulam na rede e por meio da possibilidade de interação mediada pelo computador.

Que objetivos levam pessoas com acesso a bens de informação e bens de consumo globais a utilizar o computador como meio de comunicação e interação? Como funciona a relação de cada indivíduo com os conteúdos disponibilizados em *sites*, *e-mails*, fóruns de discussão e *chats*? Quais são as preferências de acesso e como se dá a relação com os conteúdos de caráter local/regional, nacional e global? Como funciona a dinâmica articulação entre conteúdos de interesse mundial e assuntos ligados ao cotidiano de cada cidade? Como o uso da Internet muda a relação com os outros meios de comunicação? Que transformações trazidas com a mídia podem ser observadas no cotidiano das famílias? De que forma os recursos disponíveis na rede mundial de computadores permitem a interação entre seus usuários? Estas são as principais questões que surgem a partir dessa abordagem.

Motivos para estudar Internet e identidade no Rio Grande do Sul

Com a sua velocidade e números impressionantes, a Internet representa um desafio para o pesquisador. Desde a sua invenção, o telefone levou 50 anos para atingir 50 milhões de usuários. O mesmo aconteceu com o rádio, enquanto a TV aberta esperou 16 anos para obter uma audiência mundial. A Internet, em menos de cinco anos, conquistou 200 milhões de usuários. Hoje estima-se que existam cerca de 330 milhões de pessoas conectados à rede mundial de computadores em todo o mundo.

Investigar a forma como ela vem sendo incorporada no cotidiano das pessoas e as conseqüências dessa apropriação na relação de cada indivíduo com o grupo em que faz parte, com os meios de comunicação e com a sua cultura local significa uma proposta para um melhor entendimento do processo de transformações que se está vivendo. Em um contexto de globalização, ao invés de uma uniformização de interesses, é possível observar



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

a resistência de manifestações locais, ligadas às particularidades de cada região, em coexistência com valores não mais próprios de um território, mas universais.

No Rio Grande do Sul, a construção da identidade passa pela representação da figura mitificada do gaúcho³, caracterizado como homem rural, acostumado com as lidas do campo e marcado por valores de heroísmo, valentia e virilidade (Oliven, 1992, p. 69). Hábitos como o consumo do chimarrão, do churrasco e da música tradicionalista são valorizados como demonstrações de vínculo com a cultura local e identificação com características que distinguem os moradores do Estado aos do restante do país.

Neste contexto de forte cultura regional, baseada na ênfase das peculiaridades históricas, geográficas e sociais do Estado, potencializada pelo discurso da mídia e pelo consumo de produtos culturais, é desafiador investigar a rearticulação das identidades a partir das mudanças trazidas com o uso da Internet. Trata-se também de problematizar como pessoas que permanecem ligadas às peculiaridades de sua terra de origem se identificam com conteúdos disponíveis em escala planetária, integrando grupos sociais através de meios tecnológicos, no que se convencionou chamar de cibercultura. Investigar como gaúchos podem interagir com a cultura global, manter vínculos com a cultura local, optando por conteúdos e possibilidades de interação da Internet, definindo novos contornos para suas identidades é, ao mesmo tempo, o propósito e o desafio da pesquisa.

A Internet e a mediação da experiência

Desde a última década do século XX, o homem vive um momento especial de profundas transformações nas relações econômicas, sociais e culturais. Em nenhum período anterior pôde-se perceber tamanhos avanços em um intervalo de tempo tão pequeno. Segundo Manuel Castells, “estamos vivendo um desses raros intervalos na história. Um intervalo cuja característica é a transformação de nossa ‘cultura material’ pelos mecanismos de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação”

³ Embora sendo baseada em heranças étnicas de diferentes povos imigrantes, “a cultura gaúcha promove a unificação cultural da heterogeneidade dos grupos existentes no Estado com base na figura de um modo de vida rural que muitos não viveram no passado e tampouco possuem tal experiência no presente (75% da população é urbana) e, apesar desse ponto de vista, pode ser considerada hegemônica” (Ronsini, 2000: 105)



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

(Castells, 1999a, p.49). Os avanços tecnológicos são percebidos em diferentes áreas, especialmente na comunicação, refletindo-se na reestruturação das relações mundiais, com a interdependência de mercados econômicos, a facilidade para deslocamento geográfico, o consumo de produtos em escala planetária e o acesso mais facilitado aos bens de informação. A revolução trazida com eles penetra todas as esferas⁴, trazendo um “novo estilo de produção, comunicação e gerenciamento de vida” (Castells, 1999a, p. 25).

A partir deste quadro, torna-se possível perceber a definição de uma nova composição das relações sociais através do desenvolvimento das tecnologias da informação. A sociabilidade, o modo como os indivíduos se unem uns aos outros, é cada vez mais definida não apenas pelas experiências compartilhadas nos próprios grupos, mas através da mediação tecnológica. Novas mídias implicam novos formatos de interação e experiências permeadas pelos protocolos de comunicação trazem consequências para a formação de vínculos sociais. De modo mais intenso na atualidade, a sociabilidade é mediada por meios tecnológicos, fazendo com que as tecnologias, ao invés de separar, possam servir como elementos de agregação. Assim, a técnica passa a ser entendida como potencializadora de relacionamentos na vida social:

“A forma técnica é obrigada a negociar com o social. Podemos falar numa espécie de transformação da apropriação técnica do social, típica da modernidade, para uma apropriação social da técnica, mesmo que de forma complexa e imprevisível. Vários sociólogos da técnica mostram como esse segundo movimento de apropriação é frequente no processo tecnológico de uma cultura, mas que parece radicalizar-se no limiar do século XXI. Entramos assim na cibercultura” (Lemos: 1998)

Surgida com as tecnologias digitais, a cibercultura é o resultado de uma apropriação simbólica e social da técnica, responsável por essa mudança na natureza dos vínculos sociais. Quanto mais a experiência humana é mediada, mais a qualidade dos vínculos torna-

⁴ É importante lembrar que as mudanças não acontecem de forma universal, devido à desigualdade da distribuição das tecnologias de informação no planeta, mas são observadas em diferentes níveis, conforme as condições técnicas e econômicas de cada país. As redes criadas a partir das tecnologias da informação, sobretudo em países periféricos como o Brasil, mantém seu caráter excludente para a maioria da população.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

se complexa. Segundo Giddens (1997, p. 4), “a experiência mediatizada há muito que influencia tanto a auto-identidade quanto a organização básica das relações sociais”.

Castells define as mudanças sociais a partir da apropriação de avanços tecnológicos como as responsáveis pela formação de uma sociedade em rede, ou seja, inter-relacionada. O desenvolvimento das transmissões por satélite, a televisão a cabo, a microeletrônica e, principalmente, a Internet diminuem as fronteiras e aproximam pessoas e culturas diferentes, integrando o mundo em uma rede global. Com a intensificação da globalização, as funções e os processos se organizam através dessas redes moldadas e definidas pela mídia. Para Castells, “as redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades, e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura” (Castells, 1999a, p. 497).

O modelo da comunicação reticular⁵ traz uma radicalização da sociabilidade midiática, com a ênfase do conjunto de procedimentos tecno-midiáticos no estabelecimento de um novo nicho de sociabilidade. O deslocamento da interação tradicional, marcada por processos de reconhecimento fundados exclusivamente nas experiências do grupo, revela uma aproximação da gestão da sociabilidade para a esfera midiática, com o modelo de comunicação moderna, e sua aceleração, pelas redes comunicativas, trazendo novas formas de controle da palavra, regulação do controle social, possibilidades de produção de sentido, políticas estetizantes e possibilidades expressivas.

A mudança no modelo de sociabilidade é fundada no deslocamento do paradigma da comunicação em que um fala a muitos para a possibilidade de todos falando a todos. O novo modelo social, organizado com base na tecnologia da informação, é marcado pela internacionalização dos mercados, instantaneidade e interatividade na comunicação, intercâmbio de valores, linguagens e símbolos. Assim, a chamada revolução da tecnologia da informação ultrapassa os limites do comunicacional e penetra na vida cotidiana.

⁵ Adriano Duarte Rodrigues define os três modelos comunicacionais (tradicional, moderno e reticular), lembrando que eles não podem ser considerados de maneira evolutiva, como etapas sucessivas. “Seria igualmente errôneo pensar que os modelos são incompatíveis entre si. [...] As estratégias profissionais da comunicação moderna não anulam os modelos tradicionais nem inviabilizam a instauração das redes *multimedia* de informação” (1994, p. 134).



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Nessa sociedade em rede, os meios de comunicação são os potencializadores do acesso e troca de informações. Sobretudo a Internet, com a integração potencial de textos, imagens e sons no mesmo sistema, permite a comunicação instantânea em uma grande rede global, que se constitui em um sistema interligado e altamente diversificado.

A falta de um controle central confere à Internet uma abordagem contracultural, através da idéia de liberdade de troca de informações de todo o tipo para qualquer pessoa, de qualquer parte do mundo, bastando que se tenha um computador com *modem* e uma linha telefônica ou outra forma de acesso. Com a união de textos, sons, imagens e dados em uma rede sem unidades de controle, a Internet incentivou o sonho da comunicação generalizada entre as pessoas. A possibilidade de interação a partir de qualquer ponto e em qualquer momento é outra característica da rede mundial de computadores. A interatividade é justamente a base dos meios de comunicação eletrônicos. Entende-se por interatividade a participação do receptor/usuário na produção do conteúdo, seja através da criação de mensagens, do envio de sugestões e opiniões ou da definição do caminho a ser percorrido, permitindo que todos os envolvidos sejam de alguma forma agentes no processo.

A rede mundial de computadores permite interações do usuário com a máquina, com o conteúdo e com outros usuários e produtores de informação. Pode-se perceber também diferentes graus de interatividade: do envio de mensagens para autores dos textos, participação em fóruns de opinião, até a própria criação da mensagem, em *sites* pessoais ou em *chats*, por exemplo. A troca de mensagens por *e-mail* é apontada como um dos usos mais significativos da Internet. Os fóruns de discussão funcionam como quadros murais onde são disponibilizados *e-mails* enviados por usuários sobre diferentes assuntos propostos. Os *chats* ou salas de bate-papo são recursos que permitem a vários usuários participarem de um “diálogo” em tempo real através da rede. Usados mais frequentemente para entretenimento, eles podem ser acessados em *sites* ou através de programas.

As mudanças a partir da mídia não se limitam à interatividade. A possibilidade de informação especializada para uma audiência cada vez mais segmentada por valores, gostos e estilos de vida diferentes mostra um reforço ao conceito de diversificação da audiência na Internet. Apesar de os conteúdos continuarem sendo produzidos por um número reduzido



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

de pessoas para milhares de “receptores”, a oportunidade de participação na produção torna-se maior na Internet.

A velocidade e a facilidade de acesso a uma imensa variedade de conteúdos a partir de um só veículo também oferece ao usuário a possibilidade de se tornar mais seletivo. A Internet aumenta as possibilidades de uma comunicação individualizada, personalizada e, além disso, em tempo real. Isso sem falar nas mudanças que as novidades incorporadas pelo utilização da Internet trazem para os outros meios de comunicação, principalmente na produção e distribuição das informações através do uso de processos microeletrônicos

“Em resumo, a nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida. A nova mídia não é mais mídia de massa no sentido tradicional do envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea de massa. Devido à multiplicidade de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva. A audiência visada tende a escolher suas mensagens, assim aprofundando a sua segmentação, intensificando o relacionamento individual entre o emissor e o receptor” (Sabbah apud Castells, 1999a, p. 364).

Portanto, as novas tecnologias, desde o surgimento dos aparelhos de televisão, videocassetes, filmadoras, televisão a cabo, transmissão direta por satélite, até o despontar da Internet, trouxeram mudanças na maneira do homem entender e se relacionar com a comunicação e, conseqüentemente, com o outro. Mesmo que grande parte da população mundial continue excluída da chamada era digital, o número de usuários – participantes no processo da revolução tecnológica impulsionada pela rede – permite que se fale nessa mudança fundamental no caráter da comunicação e das próprias relações sociais.

Entre o global e o local

Parte das observações aqui apresentadas estão baseadas em uma pesquisa piloto⁶ realizada com quatro famílias de estratos socioeconômicos médio e alto, residentes no

⁶ O trabalho tratou-se de um estudo de caso desenvolvido como monografia de conclusão do curso de graduação em Comunicação Social – habilitação Jornalismo – da Universidade Federal de Santa Maria. A



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

município de Santa Maria, na região central do Rio Grande do Sul. O objetivo era descobrir como a competência cultural e a cotidianidade familiar atuam na mediação do uso social da Internet. Entre as conclusões que estimularam a continuidade do estudo está a confirmação da importância das categorias propostas por Jesús Martín-Barbero (1987) na definição do modo e do tempo destinado ao uso da mídia entre os integrantes das famílias.

A identidade cultural gaúcha revelou-se como uma importante fonte de significado para as famílias. Hábitos como o consumo de produtos culturais gaúchos, a valorização de tradições regionais e o sentimento de orgulho em relação à terra natal, simultaneamente ao contato com outras culturas e à adoção de valores provenientes da troca de mensagens e da obtenção de informações em escala global, mostraram como a identidade não é homogeneizada nem dissolvida, mas vai sendo transformada na relação entre o velho e o novo, o passado e o presente, a tradição e a modernidade (Brignol, 2001, p. 74).

É a partir deste complexo fenômeno de transformações das possibilidades de comunicação e interação pelo uso da Internet, com a apropriação das características que a diferenciam de outras mídias, que a identidade cultural gaúcha apresenta-se como fundamental na relação entre a tecnologia e a sociabilidade. Em um momento de avanços e inovações, em que países alargam as suas fronteiras e culturas distantes circulam pela mesma rede, a cultura regional passa a interagir com elementos não mais próprios do local, nem mesmo nacionais, mas globais.

A sociedade atual fundamenta-se justamente no distanciamento e aproximação entre o local e o global para a maioria dos indivíduos e dos grupos sociais. Nas palavras de Anthony Giddens, “quanto mais a tradição perde terreno, e quanto mais reconstitui-se a vida cotidiana em termos da interação dialética entre o local e o global, mais os indivíduos vêm-se forçados a negociar opções por estilos de vida em meio a uma série de possibilidades” (Giddens, 1997, p. 5).

A disjunção sistêmica entre o global e o local traz como consequência direta a heterogeneidade sociocultural: sociedades partilham bens, serviços, mensagens e imagens,

pesquisa de campo foi realizada no segundo semestre de 2000. O trabalho foi distinguido com o prêmio Intercom 2001, na categoria de produção editorial.

1 Trabalho apresentado no NP08 – Núcleo de Pesquisa Tecnologias da Informação e da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



mantêm as identificações como o que é produzido e dividido dentro dos seus limites territoriais e, ao mesmo tempo, criam novas formas de identificação.

A complexidade das questões levantadas impede que se vislumbre a possibilidade de chegar a afirmações conclusivas sobre as mudanças contemporâneas nas identidades. O objetivo, proposto na forma de um projeto de pesquisa empírica, uma ida a campo com olhos curiosos sobre o uso feito da Internet por membros de famílias com sua trajetória inserida em um contexto histórico localizado no Rio Grande do Sul, é bem menos pretensioso. Não se trata de propor um levantamento sobre as transformações nas relações sociais, na comunicação e nas identidades, mas de levantar pistas sobre o tema.

É preciso pedir licença a alguns gaúchos e voltar a atenção sobre suas vidas cotidianas, suas apropriações, relações estabelecidas com os meios de comunicação, seus modos de significar, de definir quem são, de pertencer a algo, de criar raízes e navegar. A tentativa é de procurar sinais dessa dinâmica articulação entre mídia e identidade – tão densa na teoria, mas que, de alguma forma, é organizada nas práticas diárias. Trata-se, sobretudo, de arriscar novas perguntas, bem mais do que buscar respostas.

Referências bibliográficas

- BRIGNOL, Liliane Dutra. Gaúchos na Internet: da 'prosa' ao *e-mail*. In SILVEIRA, Ada C. Machado da; RONSINI, Veneza Mayora. *Representação e identidade*. Santa Maria: Facos, 2001.
- CANCLINI, Néstor García. *Cultura y comunicación: entre lo global y lo local*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación, 1997.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999a.
- _____. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1999b.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1990.
- GUIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade pessoal*. Oeiras: Celta Editora, 1997.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- ____. Quem precisa de identidade? In SILVA, Tomás Tadeu da. *Identidade e diferença* - A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.
- LEMOS, André. *Ciber-socialidade* - Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. [online] Disponível na Internet via www.facom.ufba.br. Arquivo capturado em junho de 2001: 1998.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili, 1987.
- ____. *Identidades: tradiciones y nuevas comunidades*. Comunicação e Política, n.1. janeiro, 2002.
- OLIVEN, Ruben. *A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-nação*. Petrópolis: Vozes, 1992.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. *Comunicação e cultura* - A experiência cultural na era da informação. Lisboa: Editorial Presença, 1994.
- RONSINI, Veneza Mayora. *Televisión e identidad cultural*. Revista de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. n.59-60, outubro, 2000.