

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Autor: Marcos Haruo da Cruz Kisata

Líderes de opinião e processo folkcomunicacional na comunidade do Orkut
“Grêmio nada pode ser maior”

Trabalho de Conclusão de Curso

SÃO BORJA, 2010

MARCOS HARUO DA CRUZ KISATA

**LÍDERES DE OPINIÃO E PROCESSO FOLKCOMUNICACIONAL NA
COMUNIDADE DO ORKUT “GRÊMIO NADA PODE SER MAIOR”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção da graduação em bacharel em Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda, pela Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA.

Orientador: Prof. Ms. Marco Bonito

**São Borja
2010**

KISATA, Marcos

Líderes de opinião e o processo folkcomunicacional na comunidade de Orkut “Grêmio nada pode ser maior”/ Marcos Haruo da Cruz Kisata. 2010

Trabalho de Conclusão de Curso Universidade Federal do Pampa, 2010. Orientação: Marco Bonito.

1. Folkcomunicação. 2. Cibercultura 3. Folkcomunicação nas redes sociais. I. BONITO, Marco. II. Líderes de opinião e o processo folkcomunicacional na comunidade de Orkut “Grêmio nada pode ser maior”.

MARCOS HARUO DA CRUZ KISATA

**LÍDERES DE OPINIÃO E PROCESSO FOLKCOMUNICACIONAL NA
COMUNIDADE DO ORKUT “GRÊMIO NADA PODE SER MAIOR”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito para a obtenção da graduação
em bacharel em Comunicação Social –
Habilitação Publicidade e Propaganda, pela
Universidade Federal do Pampa –
UNIPAMPA.

Trabalho de Conclusão de Curso - defesa em: 23 de Dezembro de 2010 às 18h

Banca examinadora:

Prof. Ms. Marco Bonito - UNIPAMPA

Prof. Dr. Fabio Rodrigues Corniani - UNIPAMPA

Prof. Dr. Cesar Beras - UNIPAMPA

Dedico este trabalho aos meus amados e companheiros pais e todas aquelas pessoas que estiveram comigo dando força e apoio para a realização deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

A meus pais e irmã, que estiveram me apoiando durante este longo percurso de trabalho.

Ao meu orientador Professor Mestre Marco Bonito, pela enorme dedicação e paciência nas nossas orientações.

Aos meus colegas Leandro e Luis, pelas trocas de ideias e companheirismo durante esses quatro anos de curso.

Agradeço a todos vocês que estiveram presentes direta ou indiretamente nesta empreitada.

RESUMO

A presente monografia tem por objetivo caracterizar o papel desempenhado pelos moderadores da comunidade virtual “Grêmio – Nada pode ser maior” como sendo de um líder de opinião. Além disso, conseqüentemente, busca legitimar o processo comunicativo presente nas comunidades virtuais como sendo folkcomunicacional. Utilizamos como base teórica os conceitos, características e metodologias a cerca da folkcomunicação e também da cibercultura, elementos que norteiam este estudo, com o intuito de compreendermos a quebra de paradigmas ocorrida a partir da apropriação das novas tecnologias da informação pela cultura popular oriunda das classes subalternas. Portanto, desta forma, entendemos que esta pesquisa, a partir do momento em que se propõe a estudar, contextualizar e desvendar a temática proposta, a partir de uma análise de caso tende a ser uma contribuição ao campo de estudos da comunicação social, pois, além de tratar do processo folkcomunicativo protagonizado pelas classes marginalizadas, se vale de uma temática bastante recente e pouco estudada, que é o caso da cibercultura.

Palavras chave: Folkcomunicação; Cibercultura; Comunidades Virtuais; Líderes de opinião.

ABSTRACT

This monograph aims to characterize the role of the moderators of the virtual community "Grêmio – Nada pode ser maior" as being an opinion leader. In addition, therefore, seeks to legitimize the process of communicating this in virtual communities as folkcomunicacional. The base of theoretical concepts, methodologies and characteristics of folk communication and also about cyberculture, elements that guide this study, in order to understand the shift in paradigm occurred from the appropriation of new information technologies in popular culture coming from the classes subaltern. So in this way, we understand that this research, from the moment it is proposed to investigate, uncover and contextualize the theme proposed, from a case analysis tends to be a contribution to the field of media studies, because besides dealing with the case folkcomunicativo played by marginalized groups, relies on a thematic rather recent and little studied, that is the case of cyberculture.

Keywords: Folk communication; cyberculture; virtual communities; leaders of opinion.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. FOLKCOMUNICAÇÃO	12
1.1. Características e conceitos	12
1.2. Líderes de opinião	17
1.3. Exemplos folkcomunicativos	20
2. CIBERCULTURA	23
2.1. Sociedade em rede	23
2.2. Comunidades virtuais no Orkut	28
2.3. Atores sociais	33
3. FOLKCOMUNICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS – Análise de caso	40
3.1. Comunidade: “Grêmio nada pode ser maior”	40
3.2. Papel desempenhado pelos moderadores	46
3.3. Análise de caso	50
CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
REFERÊNCIAS	63
ANEXOS	65

INTRODUÇÃO

Com o advento de novas tecnologias de informação, novas formas de comunicação e sociabilidade foram se desenvolvendo e se expandindo como explica (LEMOS, 2001). O principal exemplo disso é a Comunicação mediada pelos computadores (CMC), onde a Internet constrói e disponibiliza novas formas de relacionamento social. Quando falamos em expansão e desenvolvimento da comunicação, a partir da evolução tecnológica e da utilização da rede mundial de computadores, para realizar novas formas de relacionamento social entre indivíduos e suas culturas, saímos do plano físico para adentrar ao plano virtual que será o pano de fundo para o presente estudo.

Ao percebermos a gama de conteúdo presente na Internet, buscamos focalizar os esforços de pesquisa na análise de redes sociais, mais especificamente as comunidades virtuais da rede social digital Orkut, inseridas em um lócus virtual denominado ciberespaço. Especificamente, a comunidade escolhida para análise foi a “Grêmio – Nada pode ser maior” incluída na categoria esportes e lazer, pois, trata de assuntos relacionados à cultura popular - futebol - e os torcedores dos diversos clubes, neste caso o Grêmio, fatores que fazem parte do conteúdo de análise do trabalho, que levantou como problema de pesquisa a seguinte pergunta: Será que os moderadores da comunidade “Grêmio – Nada pode ser maior”, desempenham um papel de líderes de opinião no processo folkcomunicacional dentro desta comunidade?

Para a resolução deste problema partimos da seguinte hipótese: é possível que os moderadores da comunidade desempenhem o papel de líderes de opinião conforme os pressupostos teóricos da folkcomunicação. Esta, por conseguinte norteará nossos estudos. Além disso, utilizamos como ambiente de pesquisa o ciberespaço que é definido como sendo um “espaço de interação e comunicação entre as pessoas, intermediado pela interconexão das redes de computadores, no qual as informações comunicadas são de natureza digital e as relações desembocam no virtual” Lévy (2000, p. 92-93), e que segundo Machado (2002, p.2) compõe uma imensa rede de computadores e seus afins que formam uma base dinâmica e interativa de informações, e por consequência a cibercultura, que de acordo com Lévy (2000, p.17) é “o conjunto de técnicas materiais e intelectuais, de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” e que para Machado (2002) é uma nova forma de cultura onde se estabelecem novas formas de relações sociais dentro do ciberespaço, como se fosse uma projeção virtual da realidade.

Outro fator que será de fundamental importância para o desenvolvimento da presente pesquisa é a folkcomunicação, que segundo Luiz Beltrão “é o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2001, pág. 79.). É importante ressaltar, que esse processo comunicativo, desenvolvido por Luiz Beltrão, teve como base os estudos do pesquisador austríaco naturalizado norte-americano Paul Lazarsfeld, onde, este introduziu em seus estudos a presença de líderes de opinião que de acordo com Toussaint são “os indivíduos que recebem em primeira mão as informações dos meios para transmiti-las depois a pessoas desvinculadas disso, mas incluindo a sua própria interpretação da informação recebida” (TOUSSAINT, 1992, p. 32). Então, no que tange a presença de líderes de opinião, este processo de comunicação de Luiz Beltrão difere do modelo hipodérmico de emissão e recepção de mensagens, onde, de acordo com Mills “cada elemento do público é pessoal e diretamente atingido pela mensagem” (MILLS, 1975, 79), ou seja, enquanto no modelo da teoria hipodérmica a mensagem é enviada pelos meios massivos direto a uma audiência, no modelo do processo folkcomunicacional a mensagem antes de chegar até uma audiência final, passa por um líder de opinião.

A pesquisa buscará compreender estes dois fatores visando relacioná-los e identificar se há um líder de opinião e qual é o papel que ele desempenha no processo comunicativo dentro da comunidade escolhida no Orkut. Levando em conta que, para Rheingold (1996: 20) “as comunidades virtuais são agregados sociais que surgem da rede, quando discussões públicas são levadas adiante, durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço”, e que dentro desse lócus de relação social existe uma inter-relação no que diz respeito a interesses e finalidades compartilhadas entre seus participantes como explica Castells (1999, p. 385), surge um questionamento sobre como se dá o processo comunicacional neste ambiente de comunicação “marginal” que são as comunidades do Orkut por conta de seus mediadores chamados de moderadores.

Portanto, apresentada a problemática e a base conceitual e bibliográfica deste projeto, partiremos para a apresentação dos conteúdos, que serão abordados em capítulos, bem como aprofundamento de conceitos e análises a cerca dos objetos de estudo, os quais serviram de base para a monografia.

1. FOLKCOMUNICAÇÃO

A folkcomunicação é um processo comunicativo e sistema de expressão cultural das classes subalternas ou marginalizadas, que surgiu pioneiramente em decorrência dos estudos de Luiz Beltrão, o criador do termo Folk, a partir de sua tese de doutorado (1967).

Luiz Beltrão percebeu, através de seus estudos de que havia outras formas de comunicação além daquelas advindas das classes sociais dominantes, ou seja, formas comunicacionais que se davam a partir de manifestações de ordem popular e folclórica, protagonizadas por pessoas desvinculadas da elite, ou seja, marginalizadas, que segundo Beltrão (1980, p. 39) “eram indivíduos à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e fundiram totalmente”. Para entendermos a folkcomunicação é de fundamental importância não confundi-la, segundo o professor Antonio Hohlfeldt (2002) como sendo um “estudo da cultura popular ou do folclore”, mas sim entendê-la como um processo de troca de informações, onde a massa expõe suas ideias e atitudes a partir de agentes relacionados ao folclore.

1.1 Características, conceitos e metodologias

O termo folkcomunicação foi criado, caracterizado e conceituado pioneiramente por Luiz Beltrão após a realização de pesquisas em comunicação em decorrência de sua tese de doutorado (1967). Baseando-se nos estudos e ensinamentos do pesquisador austríaco Paul Lazarsfeld, o qual dizia haver no processo de comunicação líderes de opinião que desempenhavam um papel de mediadores, interceptando a mensagem, antes de chegar a audiência final, Beltrão caracterizou o processo folkcomunicativo, ou seja, assim como no modelo de Lazarsfeld, também identificou no modelo folkcomunicacional a presença e atuação de líderes de opinião, que faziam um papel de intermediários do processo, retransmitindo a mensagem a uma audiência final.

Para Marques de Melo “a folkcomunicação caracteriza-se pela utilização de estratégias de difusão simbólica capazes de expressar em linguagem popular mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural” (MELO, pág. 22). Esta característica ressaltada por ele em relação ao fenômeno folkcomunicacional reforça o fato de haver um processo de intermediação e decodificação das mensagens entre a cultura das elites e a cultura das classes subalternas, ou seja, devido ser peculiar a estas últimas a marginalização e a linguagem e

cultura alfabética pouco rebuscada, coube a cultura de massa (elitizada) decodificar suas mensagens visando atingir e se adequar também a cultura popular, aquelas advindas das classes marginalizadas da sociedade. Deste modo, de acordo com o modelo folkcomunicacional de Luis Beltrão, a presença dos líderes de opinião neste processo foi de fundamental importância para legitimar o movimento de intermediação e decodificação entre a cultura de massa e a cultura popular, pois, este movimento é justamente protagonizado e desempenhado pelos líderes de opinião.

Além de possuir como característica a presença de líderes de opinião, o processo folkcomunicacional é caracterizado por ser oriundo das classes subalternas e marginalizadas da sociedade. De acordo com Armino Boll e Marcelo Pires de Oliveira esta teoria busca apresentar os processos alternativos de comunicação populares, entre eles aqueles que ocorrem através das manifestações folclóricas e também na vida das pessoas que são agentes destas manifestações (BOLL; OLIVEIRA, Pág. 118). Então, para aqueles que se situavam em grupos marginalizados, ou em limites da escala social que os privava de acesso aos meios de comunicação de massa passaram a utilizar um processo comunicativo de ordem popular, bem como um sistema de expressão cultural, o qual Beltrão denominou de folkcomunicação.

Luiz Beltrão, então, conceituou pioneiramente o termo folkcomunicação como sendo “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2001, pág. 79.). O mesmo preocupou-se em posicionar adequadamente o conceito concebido por ele a cerca do termo folkcomunicação, devido a inevitável ligação desta com a mídia. Em sua obra Folkcomunicação – A comunicação dos marginalizados Beltrão explicita esta ligação:

No sistema de folkcomunicação, embora a existência e utilização, em certos casos, de modalidades e canais indiretos e industrializados, as manifestações são, sobretudo resultado de uma atividade artesanal do agente-comunicador, enquanto seu processo de difusão se desenvolve horizontalmente, tendo-se em conta que os usuários característicos recebem as mensagens através de um intermediário próprio em um dos múltiplos estágios de sua difusão. A recepção sem este intermediário só ocorre quando o destinatário domina seu código e sua técnica, tendo capacidade e possibilidade de usá-lo por sua vez em resposta ou na emissão de mensagens originais. Em outras palavras a folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa. (BELTRÃO, 1980, Pág. 27 – 28)

A partir deste fragmento, Beltrão deixa claro a origem do processo folkcomunicacional, sua principal preocupação, apesar disto, também ressalta a inevitável

ligação entre a comunicação popular ou folclórica para com a de massa. Essas ideias e conceitos de Luiz Beltrão a cerca da folkcomunicação, porém, com o tempo passaram por atualizações a partir de pesquisas e estudos desenvolvidos por seguidores do trabalho realizado por ele. Estes novos estudos não descartam a base teórica já estabelecida a cerca da folkcomunicação, pelo contrário, se valem do aporte teórico desenvolvido, para embasar e fundamentar novos conceitos e características.

Levando isto em consideração, é de suma importância respaldar aqui os conceitos e ideias de Beltrão a partir de novos estudos envolvendo outros pesquisadores e seguidores do mesmo. Ainda sobre o conceito de folkcomunicação Antonio Hohlfeldt explica:

A folkcomunicação é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos. (HOHLFELDT, 2002.)

Assim como Beltrão, Antonio Hohlfeldt, em seu conceito de folkcomunicação citado acima também ressalta a aproximação e a inevitável ligação da cultura popular com a comunicação de massa e industrializada. A partir deste movimento de aproximação e intermediação realizado pela cultura de massa e a cultura popular deu-se origem a um novo termo: Folkmídia. Então, uma vez que a palavra mídia significa “meios”, ou seja, sistemas de comunicação de massa, e folk é abreviatura de folkcomunicação, possibilitou-se conceituar o termo folkmídia como sendo a “utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa” (LUYTEN, 2006, pág.47.). O precursor da utilização deste termo no Brasil foi Roberto Benjamin na abordagem do relacionamento entre a folkcomunicação com a comunicação massiva. Entretanto, segundo LUYTEN (2006, p.46) este novo termo denominado folkmídia se equivale perfeitamente com aquilo que Luiz Beltrão chama de folkcomunicação.

Para Roberto Benjamin em sua obra “Folkcomunicação no contexto de massa” a folkcomunicação abrange diferentes linhas de pesquisa como, por exemplo:

A comunicação interpessoal e grupal ocorrente na cultura popular, ou seja, o estudo sobre a produção das mensagens; a mediação dos canais populares para a recepção da comunicação de massa; a apropriação das tecnologias da comunicação de massa e o uso dos canais massivos pelos portadores da cultura popular, ou seja, a produção de mensagens populares por canais típicos da comunicação mediatizada; a presença de traços da cultura de massa absorvidos pela cultura popular, ou seja, a recepção e os efeitos da cultura de massa sobre segmentos populares; a apropriação de elementos da cultura popular pela cultura de massa e pela cultura erudita, bem como os efeitos de

mensagens populares, conforme recebidas pelos segmentos da comunicação social urbana industrializada e apropriados/transformados em novas mensagens; a recepção da cultura popular de elementos de sua própria cultura reprocessados pela cultura de massa, ou seja, a mediatização da comunicação social entre mensagens da comunicação popular entre os próprios receptores populares. (BENJAMIN, 2001, Pág. 18.)

Estas variadas e diferentes linhas de pesquisa ressaltadas por Benjamin reforçam o fato da amplitude do campo de estudos da folkcomunicação. Sendo este um campo de estudos bastante amplo, é necessário delinear metodologias coerentes para o pesquisador não perder o rumo durante as suas pesquisas. Partindo deste princípio, é importante salientar que as primeiras pesquisas coordenadas pelo mestre da folkcomunicação, “dirigiam-se a comunicação como um todo, sem direcionamento as investigações ligadas à cultura popular ou ao folclore” (CASTELO BRANCO, 2006, p. 102). Porém, é importante ressaltar que a procura por uma metodologia própria para o campo de estudo da folkcomunicação fazia parte dos planos de Beltrão. A partir disto, usaremos para fundamentar a metodologia utilizada por Luiz Beltrão o resgate a uma de suas obras: *Comunicação e Folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação e expressão das ideias* (Melhoramentos, 1971).

Partindo do objetivo de entender como se processam as manifestações comunicacionais na cultura popular, o autor traz nesta obra um estudo detalhado da linguagem popular, desde o idioma Tupi e a chegada dos jesuítas no Brasil. O que é importante ressaltar aqui são os procedimentos metodológicos utilizados por Beltrão, onde baseado em pesquisa bibliográfica e de campo aplicou às manifestações populares, a classificação, então vigente, de jornalismo informativo e jornalismo opinativo estabelecendo em relação à linguagem popular as seguintes categorias de análise: a informação oral e a informação escrita. De acordo com Samantha Castelo Branco após colher os dados e ao fazer uma análise da relação entre comunicação e folclore Luiz Beltrão diferencia o sistema de transmissão de informação nos meios massivos das situações em que tal transmissão adquire o cunho popular. Como podemos notar, não existe uma metodologia muito detalhada dos passos seguidos por Beltrão para a realização de suas pesquisas, ou seja, existe uma ausência de clareza metodológica a cerca de seus estudos (CASTELO BRANCO, pág. 108).

Portanto, para identificarmos e entendermos melhor as metodologias utilizadas em pesquisas folkcomunicacionais traremos para o corpo do texto deste presente estudo, um caso onde as estratégias metodológicas são bem delineadas, permitindo assim o maior entendimento da metodologia em folkcomunicação. A cerca disto, José Marques de Melo nos possibilita identificar as metodologias utilizadas em seu estudo o qual consistiu no resgate das

imagens projetadas pela mídia durante as celebrações do Carnaval dos 500 anos. Esta pesquisa, de acordo com Marques de Melo se valeu então de duas amostras midiáticas:

Jornais diários de informação geral, que circulam em diferentes espaços da geografia nacional. O período estudado é o compreendido entre 27 de Fevereiro e 11 de Março do ano 2000. Trata-se de corte temporal suficiente para apreender as imagens carnavalescas, tanto as que precedem quanto as que sucedem a festa, incluindo naturalmente as celebrações principais do tríduo momesco. A escolha dos jornais se fez pela combinação dos critérios de circulação (maior tiragem) e impacto (veículo formador de opinião pública); Jornais diários de outros países onde o carnaval brasileiro tem ampla difusão, justamente pela sua característica de evento integrante da agenda midiática globalizada. Essa amostra permitiu compreender a óptica através da qual os correspondentes estrangeiros aqui sediados ou os enviados especiais designados para cobrir o carnaval retratam o evento que simboliza um dos traços da personalidade brasileira no mosaico da cultura global. (MARQUES DE MELO, 2008, p.72)

Após definidas as amostras, cada edição foi lida minuciosamente para permitir a identificação das matérias que trouxessem imagens carnavalescas. Segundo Marques de Melo (2008, p.73) estas matérias selecionadas foram classificadas em categorias comunicacionais, ou seja: “jornalísticas: registro de fatos da atualidade (informativos, opinativos ou eventualmente interpretativos); publicidade: anúncios sobre produtos, serviços, instituições, eventos”. Após a identificação das matérias, realizou-se sua quantificação, usando-se o cm/col e também anotou-se diariamente a proporção do espaço editorial dedicado ao carnaval levando em conta a superfície impressa de toda a publicação visando verificar a importância dos registros sobre este evento popular na agenda midiática do período estudado. Logo após, partiu-se para análise das imagens carnavalescas. Segundo Marques de Melo trabalhou-se com três níveis de conteúdo:

Eixos temáticos: a) tradição/ inovação: a1. celebração (ritos e motivações); a2. simbologia (cenários e personagens); a3. natureza da festa (estruturas e elementos); b) espaço/tempo: b1. territorialidade (global, nacional, regional, local); b2. temporalidade (passado, presente, futuro); c) público/privado: c1. ambientação (locais, funções, limites, figurações); c2. atores sociais (insituições, classes, comunidades, pessoas). Estratégias comunicacionais: a) informação/persuasão: a1. noticiário (relatos, intenções, argumentos); a2. anúncios (produtos, patrocinadores, público-alvo); b) texto/ilustração: b1. codificação (linguagem, retórica); b2. evidenciação (natureza dos recursos usados: fotos, gráficos, caricaturas, etc.); Referentes culturais: a) natureza da celebração carnavalesca do ano 2000 (descrição construída a partir das observações e conclusões do próprio pesquisador); b) significação comunitária do carnaval (análise dos usos sociais, políticos, econômicos da festa carnavalesca no interior da comunidade em que está inserido o pesquisador); c) o lugar do Brasil no imaginário carnavalesco (análise especial destinada aos pesquisadores situados em outros países, mas também aberta à participação dos outros pesquisadores hoje localizados em território brasileiro, mas que vivenciaram carnavais fora do país, neste caso, deve-se precisar o tempo e o espaço das experiências reconstruídas). (MARQUES DE MELO, 2008, p. 74, 75)

Podemos notar neste exemplo de pesquisa em folkcomunicação, o detalhamento da metodologia utilizada, desde amostras, coleta de dados e composição de níveis de conteúdo.

Portanto, após inventariar obras e exemplos que elucidam a metodologia utilizada na pesquisa em folkcomunicação, é importante ressaltar que segundo CASTELO BRANCO (2006, p.113) “a pesquisa na área da folkcomunicação trabalha com um objeto próprio - as manifestações da cultura popular -, mas não adota arsenal metodológico específico, permitindo aos pesquisadores múltiplas escolhas”. Além disso, porém:

Pode-se considerar ainda que os estudos folkcomunicacionais constituem-se de pesquisas qualitativas e quantitativas, com a utilização de métodos de diferentes origens - a exemplo do estudo exploratório e do estudo de caso – e de diversas técnicas de coleta de dados, como o questionário e a entrevista. (CASTELO BRANCO, 2006, p.113)

A partir disto, podemos dizer que cabe a cada pesquisador delinear os procedimentos metodológicos de sua pesquisa em folkcomunicação, levando em conta, porém a especificidade do objeto, devido a amplitude do mesmo nesta área e também os objetivos do estudo.

1.2 Líderes de opinião

A folkcomunicação enunciada por Luiz Beltrão traz como característica marcante a presença dos líderes de opinião que são “os indivíduos que recebem em primeira mão as informações dos meios para transmiti-las depois às pessoas desvinculadas disto, mas incluindo a sua própria interpretação da informação recebida” (TOUSSAINT, 1992, p. 32). Estes, porém, já haviam sido elucidados e se faziam presentes no modelo comunicacional desenvolvido por Paul Lazarsfeld a partir de suas pesquisas e estudos em comunicação denominado “*two steps flow of communications*”, traduzido para o português como sendo um “Fluxo de duas etapas de comunicação”, ou seja, para Lazarsfeld, existia duas etapas no processo de comunicação coletiva envolvendo a trajetória da mensagem: do comunicador passando pelo líder de opinião e deste até o receptor final.

Tendo como base então para o desenvolvimento de suas pesquisas os ensinamentos do austríaco Lazarsfeld o qual consolidou a partir de seus estudos o processo denominado “fluxo de comunicação em dois estágios”, Luis Beltrão também identificou a presença de líderes de opinião no processo folkcomunicacional e os conceituou da seguinte maneira: “O líder de opinião é alguém do mesmo nível social e de franco convívio com o grupo que se deixa

influenciar. O líder de opinião recebe e decodifica as mensagens dos meios de comunicação e as interpreta de acordo com os padrões de conduta do seu grupo” (BELTRÃO, 2004, pág.64). Para ele, assim como para Lazarsfeld havia no processo folkcomunicativo a presença de indivíduos que faziam um papel de mediador neste processo, ou seja, a mensagem antes de chegar a audiência final, passava antes por este intermediário, o qual ele identificou como sendo um líder de opinião. Isto é fundamentado a partir das seguintes afirmativas sobre o ato de influenciar indivíduos:

A influência de outras pessoas em decisões específicas tende a ser mais freqüente e mais efetiva que a dos meios de comunicação de massa; influenciadores e influenciados mantêm íntimas relações e tendem a compartilhar das mesmas características de situação social; indivíduos intimamente relacionados tendem a ter opiniões e atitudes comuns e relutam em abandonar o consenso do grupo, mesmo que os argumentos dos meios de comunicação de massa lhes pareçam atraentes; os líderes de opinião têm maior inclinação a se exporem aos meios de comunicação de massa, particularmente aos mais importantes para as suas esferas de influência. (BELTRÃO, 1980, p. 31).

A identificação no sistema folkcomunicativo do líder de opinião como sendo um comunicador marca o início dos estudos sobre agentes e usuários do processo, porém, enquanto Lazarsfeld entendia o fluxo de comunicação em duas etapas com características lineares e individuais, Beltrão concebia sua folkcomunicação como sendo um fenômeno complexo e de natureza coletiva. A cerca disto, é importante salientar a posição de Samantha Castelo Branco (2006, p. 111.) em relação ao fluxo da mensagem no processo folkcomunicativo: “É possível afirmar que não se trata de um processo em dois estágios, ou seja, dos meios através dos líderes, para o público sob sua influência; mas, antes, em múltiplos estágios, compreendendo meios, líderes com seu grupo mais íntimo, líderes com outros líderes e por fim a grande audiência folk”. Para ela, assim como para Luiz Beltrão, o processo folkcomunicativo era mais complexo e envolvia mais etapas durante o fluxo da mensagem do que o modelo do *“two steps flow of communications”*.

Entretanto, para o pesquisador pernambucano não importava apenas a postura do líder de opinião no processo de divulgação e interpretação das mensagens populares, assim, explica Marques de Melo:

A re-interpretação das mensagens não se fazia apenas em função da leitura individual e diferenciada das lideranças comunitárias. Mesmo sintonizadas com as normas de conduta do grupo social, ela continha fortemente o sentido da coesão grupal, captando os signos da mudança social, típico de sociedades que sofrem as agruras do meio ambiente e necessitam transformar-se para sobreviver. (MARQUES DE MELO, 2004, p. 16).

Ainda a cerca do comportamento e das características dos líderes de opinião temos:

Na visão de Beltrão o receptor que se destaca frente ao sistema de comunicação de massa, devido às suas características de liderança e a capacidade interpretativa da informação, se transforma em comunicador para uma audiência que o procura e o entende, uma vez que utiliza veículos que, mesmo quando massivos, são acessíveis e familiares ao seu público. (CASTELO BRANCO, 2006, p.111.)

Porém, é importante identificarmos, além das características como foi feito acima, o local de atuação destes líderes de opinião, ou seja, em que tipo de público e de audiência acontece o fluxo da mensagem do processo folkcomunicativo. Foi então que Luiz Beltrão classificou a audiência folk em três blocos:

Os grupos rurais marginalizados, devido ao seu isolacionismo geográfico, sua dificuldade financeira e baixo nível intelectual; os grupos urbanos marginalizados, formados por indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, compondo as classes subalternas, desassistidas e subinformadas; os grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios ou à estrutura social vigente. (BELTRÃO, 1980, p. 40)

Esta classificação feita por Beltrão a cerca da audiência folk elucida a segmentação e diversidade da mesma, reforçando a ideia de que os líderes de opinião podem ser agentes de interação entre a cultura de massa e a cultura popular, principalmente nas regiões rurais do país. Entretanto, é importante ressaltar que a temática deste estudo abrange um segmento presente nas comunidades virtuais da internet, não se enquadrando necessariamente em nenhum dos três grupos delimitados acima por Beltrão. Tanto o modelo comunicativo de Lazarsfeld como a folkcomunicação de Luiz Beltrão diferem da Teoria hipodérmica de emissão e recepção de mensagens. De acordo com esta, "cada elemento do público é pessoal e diretamente atingido pela mensagem" (MILLS, 1975, 79). Ainda segundo Wright Mills (1975, 79) o conceito da teoria hipodérmica era de que o indivíduo vivia isolado, imune a influências de comportamento a partir de lideranças a não ser pela própria mídia de massa que lançava mensagens para serem consumidas pelo público que era tratado como sendo homogêneo, desconsiderando qualquer especificidade sócio-cultural dos indivíduos envolvidos no processo de comunicação. Então, enquanto no modelo comunicativo da teoria hipodérmica a mensagem é enviada pela mídia massiva direto a uma audiência final, no modelo do processo folkcomunicacional e também no "*two steps flow of communications*" a mensagem antes de chegar até uma audiência final, passa por um intermediário, ou seja, um líder de opinião.

Exemplificando detalhadamente as fases do processo folkcomunicacional nota-se que a mensagem é enviada por um canal que são os meios de comunicação de massa até uma audiência onde estão contidos os líderes de opinião, denominados por Beltrão de líderes

comunicadores. No modelo da teoria hipodérmica como foi explanado a cima, o processo comunicativo pararia por aqui, porém no modelo folkcomunicativo é iniciado um novo fluxo desta mensagem. Os líderes de opinião transformam-se em comunicadores e encarregam-se de enviar a mensagem até uma audiência final.

Detalhada e caracterizada as fases do fluxo da mensagem no processo folkcomunicacional, levando em conta a atuação dos líderes de opinião, nos valeremos a partir do próximo tópico deste capítulo a exemplificar este processo na prática, possibilitando um maior entendimento a cerca disto, trazendo para o presente estudo exemplos folkcomunicacionais.

1.3 Exemplos folkcomunicativos

Identificados e ressaltados conceitos, características e metodologias a cerca do processo folkcomunicacional, é de fundamental importância para o perfeito entendimento da folkcomunicação, elucidarmos exemplos, na prática, de como ocorre tal processo. Portanto, nos valeremos de trazer as definições, e após uma contextualização de tais manifestações incluídas no cerne da folkcomunicação.

A Literatura de cordel, de acordo com Aurélio Buarque de Holanda trata-se de “romanceiro popular nordestino, em grande parte contido em folhetos pobremente impressos e expostos à venda pendurados em cordel, nas feiras e mercados.” (BUARQUE DE HOLANDA, apud MELO 2008, p.119.). Segundo Luis Beltrão, o contexto da literatura de cordel consiste no seguinte:

Os folhetos, pertencentes à literatura de cordel, são o jornal, o romance do trabalhador da zona rural, narram feitos de heróis ladinos, falam de sertanejos valentes e da vida de cangaceiros célebres, contam histórias de Trancoso, apresentam romances de amor de final feliz, registram acontecimentos importantes da região. Neles estão registradas as impressões do povo a respeito de acontecimentos sucedidos no município, no estado, em todo o país; a maneira de ver e analisar os fatos sociais, políticos, religiosos da gente rude, denunciando costumes, atitudes, preferências e julgamentos. (BELTRÃO, 2001, P. 151.)

Ainda sobre a literatura de cordel Joseph Luyten ressalta:

A literatura de cordel tem sido considerada, sistematicamente, porta voz ideal dos anseios populares. É preciso aceitar isso como um fato, pois de outra maneira não se explicaria a grande aceitação dessa forma de comunicação nem sua difusão por quase todo o território nacional e, muito menos, as enormes tiragens dos seus folhetos. Como processo de comunicação extremamente dependente da aceitação

popular, a literatura de cordel ia se adaptando às necessidades de seus consumidores. E essas iam se modificando à medida que havia precisão de certo tipo de informação. Podemos dizer que a literatura de cordel não é mais o jornal do povo nos moldes anteriores à década de 50. Ela se tornou nacional e internacionalmente conhecida nos meios eruditos. Não podemos prever que rumos tomará a literatura popular impressa nessa década de 80. Sabemos que ela não morrerá. Os poetas e cantadores estão se organizando em agremiações por todo o país e já fizeram vários congressos em nível nacional. (LUYTEN, 1981, p. 20-25.)

A literatura de cordel citada acima é um exemplo que elucida bem as características da folkcomunicação, ou seja, possui o intuito exclusivo de expressar as ideias, costumes, atitudes e anseios populares a partir de folhetos ou cordeis pendurados em barbantes, sendo estes, meios de difusão de ordem popular.

O ex-voto, segundo Aurélio Buarque de Holanda é definido com sendo “quadro, imagem, inscrição ou órgão de cera, madeira etc., que se oferece e expõe numa igreja ou numa capela em comemoração de voto ou promessa cumpridos; milagre.” (BUARQUE DE HOLANDA, apud MELO 2008, p. 868.). Obtendo a definição, Beltrão contextualiza o ex-voto:

Conhecido no Nordeste brasileiro como “milagre ou promessa”, o ex-voto corresponde a “quadro, imagem, fotografia, desenho, fita, peça de roupa, utensílios domésticos, mecha de cabelo etc., que se oferece ou se expõe em capelas, igrejas, salas de milagres ou cruzeiros, em ação de graças por um favor alcançado do céu”. De acordo com Luiz Saya, “a tradição do ex-voto remonta à mais afastada atividade. Às vezes surge como troféu de guerra deposto após a vitória, no altar do deus protetor; troféu que tanto podia ser arma ou insígnia, como a cabeça do inimigo. Outra forma, e esta até hoje bem viva na tradição católica de qualquer parte do mundo, consiste em pagar uma promessa relativa a doença ou desastre com objetos que lembrem o pedido feito: muletas, representações da parte doente, peças da vestimenta etc. O ex-voto é fabricado em madeira, cerâmica, pano, cera, pedra-sabão e outros materiais, inclusive plásticos. Se bem que o seu valor artístico esteja no artesanato – a peça laboriosamente trabalhada pelo próprio beneficiário da graça, que procura caprichar na modelagem, nas cores, no traço do pincel. Abrange, inclusive, aqueles objetos votivos fabricados em série: braços, pernas, cabeças, corações, fígados, torsos. E os zoomorfos, representando miniaturas de bois, cavalos, jumentos, porcos, carneiros, galinhas. E ainda os simbólicos – fitas que têm a medida da cabeça, velas do tamanho de uma criança, miniaturas de embarcações, casas, máquinas de costura, pilões de barro, instrumentos de trabalho, e aqueles em objetos, como jóias, peças de vestuário, mechas de cabelo, garrafas, cachimbos, baralhos, dados, bozós, multas, óculos”. (BELTRÃO, 2004, p. 118-119.)

De acordo com o conceito e contexto do exemplo folkcomunicacional denominado de ex-voto, podemos intuir que este era utilizado pelos populares no objetivo de comunicar e expressar os agradecimentos a cerca de alguma graça alcançada, ou até mesmo no pagamento de alguma promessa.

Além destes, temos ainda como exemplo o apelido, que segundo Aurélio Buarque de Holanda significa “alcunha, apodo. Cognome geralmente depreciativo que se põe a alguém, e

pelo qual fica sendo conhecido, tirado de alguma particularidade física ou moral.” (BUARQUE DE HOLANDA, apud MELO 2008, p. 163-89). Contextualizando isto temos:

Fórmulas usadas para se designar de modo especial algumas pessoas ou coisas. O poeta Gregório de Matos, na Bahia, por sua irreverência, a maneira agressiva de referir-se aos seus contemporâneos, foi apelidado pelos mesmos de “Boca-do-inferno”. Ao contrário disto, Artur Antunes Coimbra, o Zico do Flamengo, pelas suas qualidades de atleta perfeito e cidadão exemplar, foi apelidado carinhosamente pelos seus admiradores de “Galinho de Quintino”. (Quintino é o subúrbio do Rio, onde nasceu o grande jogador). O apelido começa na primeira infância, pelo diminutivo dos nomes (Toinho, Zezinho, Chiquinho) e se prolonga pela vida afora, apontando as virtudes ou os defeitos de certas pessoas. Por isto, nós os classificamos de Afetuosos e Infamantes. Igualmente às superstições, os apelidos são uma das manifestações folclóricas que transitam livremente entre as diversas classes sociais, promovendo a integração do folclore tradicional com o moderno folclore. (Internet)

Este último exemplo folkcomunicacional, além de conter um cunho de ordem popular onde através do apelido os indivíduos encontraram uma forma de expressar alguma ideia, possui uma nítida relação com o presente estudo, no qual o objeto de análise, a comunidade virtual “Grêmio – Nada pode ser maior”, leva em seu nome um apelido atribuído pela sua torcida.

Estes são apenas alguns exemplos de manifestações folkcomunicacionais retirados de uma das obras de José Marques de Melo, denominada *Mídia e Cultura popular* (2008), que possibilitam uma valorização e respaldo do assunto. Ao trazer a tona neste capítulo não apenas conceitos, características e métodos, mas também exemplos de como e onde a folkcomunicação acontece, podemos dizer que o entendimento a cerca deste, um dos objetos de estudo da pesquisa, será maior e esclarecedor, devido a clareza e fundamentação do objeto em conceitos, características, métodos e também exemplos.

Após inventariar todo um embasamento teórico e também prático a cerca de um dos objetos de estudo da presente pesquisa, passaremos a partir do próximo capítulo a evidenciar outro tema que norteia este estudo, e que no mesmo, mantém uma íntima relação com a folkcomunicação descrita no primeiro capítulo, a cibercultura.

2. CIBERCULTURA

Para entendermos a quebra de paradigmas ocorridos com o surgimento da internet e da cibercultura, como uma prática popular associada aos processos folkcomunicaçãois, precisaremos compreender as culturas advindas da sociedade em rede, suas inevitáveis comunidades virtuais e as práticas individuais dos atores sociais.

A partir do surgimento de novas tecnologias de informação, e a conseqüente expansão de novas formas de comunicação e sociabilidade (LEMOS, 2001), a comunicação mediada pelos computadores (CMC), e incluindo aqui também a Internet, constroem e disponibilizam novas formas de relacionamento social e cultural. O ambiente onde ocorrem estas é denominado ciberespaço, que de acordo com Levy (1999, p. 17) “é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”. O ciberespaço é uma rede de onde surgem as novas formas de sociabilidade e comunicação.

Porém, o que nos interessa aqui, neste presente estudo é a cibercultura, que segundo LÉVY (2000, p.17) é “o conjunto de técnicas materiais e intelectuais, de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”, ou seja, cibercultura é o termo que designa uma nova forma de cultura que surge do ciberespaço.

2.1 Sociedade em rede

Após elaborarmos previamente conceitos e elucidarmos o contexto a cerca do ciberespaço e também da cibercultura, iremos no decorrer deste tópico, delinear os movimentos de expansão e desenvolvimento das novas tecnologias de informação e sociabilidade até a organização da sociedade em rede.

As tecnologias de informação passaram por uma revolução que segundo Manuel Castells (1999, p. 50) “foi essencial para a implementação de um importante processo de reestruturação do sistema capitalista a partir da década de 1980”. Neste processo, o capitalismo moldou a partir de suas lógicas e interesses o desenvolvimento e as manifestações desta revolução, contribuindo também, para o surgimento de uma nova estrutura social,

associada ao surgimento de um novo modo de desenvolvimento denominado informacionalismo. Neste modo informacional de desenvolvimento, a fonte de produtividade acha-se na tecnologia de geração de conhecimentos, de processamento de informação e de comunicação de símbolos (CASTELLS, 1999, p. 53). Ainda sobre o modelo informacional de desenvolvimento Castells afirma:

O informacionalismo visa o desenvolvimento tecnológico, ou seja, a acumulação de conhecimentos e maiores níveis de complexidade do processamento da informação. Embora graus mais altos de conhecimentos geralmente possam resultar em melhores níveis de produção por unidade de insumos, é a busca por conhecimentos e informação que caracteriza a função da produção tecnológica no informacionalismo; como o informacionalismo baseia-se na tecnologia de conhecimentos e informação, há uma íntima ligação entre cultura e forças produtivas e entre espírito e matéria, no modo de desenvolvimento informacional. Portanto, devemos esperar o surgimento de novas formas históricas de interação, controle e transformação social. (CASTELLS, 1999, p. 54)

Podemos dizer, levando em conta e reforçando o que foi dito acima, que este novo modo de desenvolvimento informacional baseado em tecnologias de conhecimentos e informação contribuirá para o surgimento de novas formas de sociabilidade, transformando a estrutura da sociedade, de modo com que esta, passe a organizar-se em redes. Isto é respaldado pelas palavras de Castells que diz que “as novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade” (CASTELLS, 1999, p. 57).

É importante, além de ressaltarmos a revolução pela qual as tecnologias da informação passaram, dizer de onde surgiu e como se deu o desenvolvimento e a expansão dessas novas tecnologias, que possibilitaram a organização da sociedade em redes a partir do crescimento do ciberespaço e o conseqüente surgimento da cibercultura. Isto iniciou com o surgimento da internet, que segundo Castells:

Originou-se de um esquema ousado, imaginado na década de 1960 pelos guerreiros tecnológicos da Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos (a mítica DARPA) para impedir a tomada ou destruição do sistema norte-americano de comunicações pelos soviéticos, em caso de guerra nuclear. De certa forma, foi o equivalente eletrônico das táticas maoístas de dispersão das forças de guerrilha, por um vasto território, para enfrentar o poder de um inimigo versátil e conhecedor do terreno. O resultado foi uma arquitetura de rede que, como queriam seus inventores, não pode ser controlada a partir de nenhum centro e é composta por milhares de redes de computadores autônomos com inúmeras maneiras de conexão, contornando barreiras eletrônicas. Em última análise, a ARPANET, rede estabelecida pelo Departamento de Defesa dos EUA, tornou-se a base de uma rede de comunicação horizontal global composta de milhares de redes de computadores. (CASTELLS, 1999, p. 44)

Após o surgimento da internet, levando em conta o que foi ressaltado a cima por Castells, esta já dava indícios da possibilidade da organização da sociedade em redes interativas,

fundamentada pela facilidade na troca de informações, e reforçando a ideia de expansão de novas formas de comunicação e sociabilidade. Entretanto, o desenvolvimento da Internet envolveu alguns fatores como explica Castells:

Para que a rede pudesse sustentar o crescimento exponencial no volume de comunicações, era preciso aprimorar a tecnologia de transmissão; a capacidade de transmissão não era suficiente para instituir uma teia mundial de comunicação. Era preciso que os computadores estivessem capacitados a conversar uns com os outros. O primeiro passo nessa direção foi a criação de um protocolo de comunicação que todos os tipos de redes pudessem usar: o TCP/IP, que permitia a adoção de uma estrutura de camadas múltiplas de *links* entre redes de computadores, que passaram a estar capacitados a decodificar entre si os pacotes de dados que trafegavam em alta velocidade pela Internet. Porém, ainda era necessário mais uma convergência tecnológica para que os computadores se comunicassem: a adaptação do TCP/IP ao UNIX, um sistema operacional que viabilizava o acesso de um computador a outro. (CASTELLS, 1999, p. 84-85)

Contudo, por volta de 1990 os não-iniciados ainda tinham dificuldades para usar a Internet. A capacidade de transmissão de gráficos era muito limitada, e era difícil localizar e receber informações. Um novo salto tecnológico permitiu a difusão da Internet na sociedade em geral: a criação de um novo aplicativo, a teia mundial (World Wide Web – WWW) pelo Centre Européen pour Recherche Nucleaire (CERN) que organizava o teor dos sítios da Internet por informação, oferecendo aos usuários um sistema fácil de pesquisa para procurar as informações desejadas; A equipe do CERN baseou-se parcialmente no trabalho de Ted Nelson, que imaginou um novo sistema de organizar informações denominado “hipertexto”, fundamentado em remissões horizontais. Criaram um formato para os documentos em hipertexto ao qual deram o nome de linguagem de marcação de hipertexto (hipertex markup language – HTML), dentro da tradição de flexibilidade da Internet, para que os computadores pudessem adaptar suas linguagens específicas dentro desse formato compartilhado, acrescentando essa formatação ao protocolo TCP/IP. Também configuraram um protocolo de transferência de hipertexto (hipertx transfer protocol – http) para orientar a comunicação entre programas navegadores e servidores de WWW. E ainda criaram um formato padronizado de endereços, o localizador uniforme de recursos (uniform resource locator – URL) que combina informações sobre o protocolo do aplicativo e sobre o endereço do computador que contém as informações solicitadas. (CASTELLS, 1999, p. 87-88)

Todo esse movimento de expansão e desenvolvimento percorrido pelas novas tecnologias de informação e conseqüentemente pela internet como foi citado a cima, possibilitou a interação dos indivíduos uns com os outros, em redes interativas propiciadas pela difusão da Internet. Além disso, pode-se dizer que um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos (CASTELLS, 1999, p. 40). Então, podemos dizer que as redes interativas advindas da expansão das novas tecnologias de informação e desse novo sistema de comunicação crescem exponencialmente, moldando e sendo moldadas pela vida dos indivíduos.

Entretanto, o surgimento da sociedade em rede, segundo Castells (1999, p. 98) “não pode ser entendido sem a interação entre duas tendências relativamente autônomas: o desenvolvimento de novas tecnologias da informação e a tentativa da antiga sociedade de reaparelhar-se com o uso do poder da tecnologia para servir a tecnologia do poder”. Ou seja, levando em conta a afirmação de Castells, podemos dizer que a organização da sociedade em redes dependeu, além da expansão das novas tecnologias da informação, também da utilização e adaptação destas pela sociedade antiga.

Além disso, é importante ressaltarmos como fator integrante e impulsionador para o surgimento da sociedade em rede, a formação de um novo paradigma sociotécnico: o paradigma da tecnologia da informação. Este paradigma possui como características fundamentais o seguinte:

A primeira característica deste paradigma é que a informação é sua matéria-prima: são tecnologias para agir sobre a informação, não apenas informação para agir sobre a tecnologia; o segundo aspecto refere-se à penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias. Como a informação é parte integral de toda atividade humana, todos os processos de nossa existência individual e coletiva são diretamente moldados pelo novo meio tecnológico; a terceira característica refere-se à lógica de redes em qualquer sistema ou conjunto de relações, usando essas novas tecnologias da informação. A morfologia da rede parece estar bem adaptada à crescente complexidade de interação e aos modelos imprevisíveis do desenvolvimento derivado do poder criativo dessa interação. Essa configuração topológica, a rede, agora pode ser implementada materialmente em todos os tipos de processos e organizações graças a recentes tecnologias da informação. Sem elas, tal implementação seria bastante complicada. E essa lógica de redes, contudo, é necessária para estruturar o não-estruturado, porém preservando a flexibilidade, pois o não-estruturado é a força motriz da inovação na atividade humana; como quarta característica, referente ao sistema de redes, mas sendo um aspecto claramente distinto, o paradigma da tecnologia da informação é baseado na flexibilidade. Não apenas os processos são reversíveis, mas organizações e instituições podem ser modificadas, e até mesmo fundamentalmente alteradas, pela reorganização de seus componentes. O que distingue a configuração do novo paradigma tecnológico é sua capacidade de reconfiguração, um aspecto decisivo em uma sociedade caracterizada por constante mudança e fluidez organizacional. Portanto, é essencial manter uma distância entre a avaliação do surgimento de novas formas e processos sociais, induzidos e facilitados por novas tecnologias, e a extrapolação das consequências potenciais desses avanços para a sociedade e as pessoas; e enfim, como quinta característica deste novo paradigma tecnológico informacional, é a crescente convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado, no qual trajetórias tecnológicas antigas ficam literalmente impossíveis de se distinguir em separado. Assim, a microeletrônica, as telecomunicações, a optoeletrônica e os computadores são todos integrados nos sistemas de informação. (CASTELLS, 1999, p. 108-109)

Estas características do paradigma da tecnologia da informação nos dão um parâmetro a cerca da transformação sofrida pela sociedade e conseqüentemente pelo surgimento de uma

nova estrutura social de uma sociedade agora organizada em redes propiciadas pela interação entre o paradigma tecnológico informacional e a organização social em um plano geral.

É importante ressaltarmos que assim como as tecnologias da informação e principalmente a Internet moldam a vida dos indivíduos e da sociedade, moldam também especificamente a cultura dos mesmos, ou seja:

Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo; o surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura. (CASTELLS, 1999, p. 414)

Então, de acordo com o que foi dito a cima, se a cultura da sociedade e dos indivíduos está sendo constantemente modificada e adaptada à sociedade em redes, graças a expansão e desenvolvimento das novas tecnologias de informação e pelo desenvolvimento da Internet, “espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores” de acordo com Castells (1999), podemos dizer que outras formas culturais, aquelas, por exemplo, advindas das classes subalternas da sociedade, ou seja, a folkcomunicação, objeto de estudo desta presente pesquisa, também está sofrendo transformações. Isto é respaldado de acordo com Marques de Melo que diz que “a Internet como mídia contra-hegemônica vem potencializando a difusão mundial das formas de sentir, pensar e agir dos segmentos economicamente excluídos, das comunidades culturalmente marginalizadas ou dos grupos politicamente segregados” (MELO, 2008, p. 193). Entretanto, a utilização da Internet como forma de difusão da cultura das classes subalternas será aprofundada melhor no capítulo 3 desta pesquisa.

Portanto, a partir do momento em que os indivíduos e a sociedade passam a interagir, trocar informações e ideias em redes interativas de relacionamento, surgem ambientes no interior do ciberespaço, levando em conta semelhanças em especificidades e características dos indivíduos, que chamamos de comunidades virtuais, tema que será abordado mais profundamente no próximo tópico deste capítulo.

2.2 Comunidades virtuais no Orkut

A partir do desenvolvimento e expansão das novas tecnologias da informação e também da Internet, e devido as influências e transformações que estas desempenharam na vida dos indivíduos a partir do desencadeamento de uma nova estrutura social propiciado pelo surgimento de um paradigma tecnológico baseado em informação e conhecimento, é importante ressaltarmos que os mesmos também tem atuado de forma a reconfigurar os espaços como os conhecemos. Estes espaços desencadeados a partir da comunicação mediada por computadores e pelo conseqüente surgimento do ciberespaço e também da cibercultura têm possibilitado a interação de indivíduos em escala global e como já falamos no capítulo anterior, em redes, através de agrupamentos denominados comunidades virtuais, que para Howard Rheingold (1993, p. 18) “são os agregados sociais surgidos na rede, quando os intervenientes de um debate o levam por diante em número e sentimento suficientes para formarem teias de relações pessoais no ciberespaço”.

É importante, antes de mais nada, estabelecermos aqui o contexto de como e de onde surgiram esses agregados sociais. A partir do momento em que a estrutura da sociedade passa a organizar-se em redes interativas, surge do termo redes, uma extensão a qual chamamos de redes sociais. De acordo com Raquel Recuero:

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais); Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões. (RECUERO, 2009, p. 24)

As redes sociais como foi dito acima dependem dos atores e de suas conexões, ou seja, são estes que possibilitam, através de sua atuação no ciberespaço, a expansão e desenvolvimento dos agregados denominados comunidades virtuais. Entretanto, os atores sociais e suas conexões, elementos fundamentais na rede social, serão assunto para o próximo tópico deste capítulo.

No entanto, nos valeremos no restante deste tópico a elucidar as dinâmicas que norteiam as redes sociais. Essas dinâmicas de acordo com Recuero “são dependentes das interações que abarcam uma rede e podem influenciar diretamente sua estrutura” (RECUERO, 2009, p. 79). Ou seja, as redes sociais são estruturas que não estão paradas no tempo e no espaço, mas sim em constante transformação. Além disso, é importante ressaltar

como elemento fundamental das dinâmicas das redes a sua emergência. De acordo com Recuero (2009, p. 80) “a emergência aparece com o surgimento de comportamentos coletivos, não centralizados. Como sistema complexo, o sistema social também tenderá a mostrar comportamentos emergentes, coletivos, nessa dinâmica”. Desta forma, todo processo dinâmico nas redes sociais será considerado como emergente e capaz de impactar a estrutura.

Ainda sobre as dinâmicas das redes sociais, é importante ressaltarmos o aparecimento de elementos dinâmicos chamados de cooperação, competição e conflito, que nada mais são do que processos sociais, entendidos segundo Recuero (2009) como sendo “maneiras fundamentais de interação entre os homens”, que influenciam a rede, gerados pela interação social. Sobre cooperação, competição e conflito Recuero ressalta:

A cooperação é o processo formador das estruturas sociais. Sem cooperação, no sentido de um agir organizado, não há sociedade. A cooperação pode ser gerada pelos interesses individuais, pelo capital social envolvido e pelas finalidades do grupo. Entretanto, é essencial para a compreensão das ações coletivas dos atores que compõe a rede social; A competição compreende a luta, mas não a hostilidade. A competição pode, por exemplo, gerar cooperação entre os atores de uma determinada rede, no sentido de tentar suplantar os atores de outra; Já o conflito, de outro lado, pode gerar hostilidade, desgaste e ruptura da estrutura social. Muitas vezes, é associado à violência e à agressão. Para que exista competição, não é necessário um antagonismo completo, enquanto no conflito sim. (RECUERO, 2009, p. 81-82)

De acordo com o que foi dito a cima, podemos dizer que a cooperação, a competição e o conflito são então elementos emergentes das redes sociais que, não são necessariamente processos distintos e não relacionáveis. Ou seja, o conflito, por exemplo, pode envolver cooperação, devido a necessidade de reconhecimento dos antagonistas como adversários; outro exemplo, é que não se pode deduzir que não exista conflito em uma comunidade virtual, porém, é preciso que se compreenda que para que a estrutura da comunidade exista, a maioria das interações necessitam ser cooperativas; o conflito e a competição podem gerar desequilíbrio obrigando a comunidade a adaptar-se, porém, se o conflito suplantar a cooperação, pode acarretar uma ruptura na estrutura social. (CASTELLS, 2009, p. 82-83). É importante dizer que destes elementos dinâmicos, surgem a ruptura e a agregação que de acordo com Recuero (2009, p. 86) são “dinâmicas esperadas em grupos sociais, capazes de agregar mais pessoas, ou de que pessoas rompam com o grupo, referida por estudiosos das redes como clusterização”. Este por sua vez, tende a produzir agrupamentos de nós muito mais densos do que o restante da rede, sendo este, também o processo através do qual as comunidades apareceriam. Quanto as dinâmicas, ruptura e agregação, estão intimamente relacionadas a cooperação e ao conflito citados anteriormente, ou seja, “a cooperação pode

gerar agregação em torno de um interesse comum, e o conflito pode gerar desgaste, desagregação e mesmo, uma ruptura” (RECUERO, 2009, p. 87).

Além dos elementos dinâmicos, fundamentais para o entendimento do funcionamento das redes sociais, é importante citar também os tipos de redes sociais na Internet: as redes emergentes e as redes de filiação ou redes de associação. Quanto as redes emergentes Recuero explicita:

As redes sociais do tipo emergente são aquelas expressas a partir das interações entre os atores sociais. São redes cujas conexões entre os nós emergem através das trocas sociais realizadas pela interação social e pela conversação através da mediação do computador. Essas redes também seriam através da interação mediada por computador do tipo mútuo, constituindo-se em uma estrutura emergente e surgida de uma forma descentralizada. Essa forma seria caracterizada pela construção do grupo através de interação que proporcionaria a criação de laços sociais dialógicos, que, no decorrer do tempo, poderiam gerar laços mais fortes; a interação social mútua, na qual são centradas as redes emergentes, forma redes sociais onde os laços são constituídos de um pertencimento relacional, que é emergente, caracterizado pelo “sentir-se parte” através das trocas comunicacionais. Além disso, nessas redes, há concentração de um maior número de interações entre os mesmos nós; redes emergentes dependem do tempo disponível para a interação entre os atores sociais no computador, bem como de seu comprometimento e investimento em criar e manter um perfil em sites de redes sociais, por exemplo, por onde essas interações possam acontecer. Essas redes são mantidas pelo interesse dos atores em fazer amigos e dividir suporte social, confiança e reciprocidade. (RECUERO, 2009, p. 94-95-96)

Neste tipo de rede, como foi dito a cima, é necessário que haja a interação por parte dos atores sociais, independentemente se for a partir de elementos dinâmicos de cooperação, conflito, ou competição, basta haver interação para ser emergente. É importante salientar, que estes tipos de redes, segundo Recuero (2009) são mais visíveis nos espaços de interação dos sites de redes sociais, como o Orkut, por exemplo, tais como comentários, recados, conversações, etc.

O outro tipo de rede social citado anteriormente é denominado de redes de filiação. Estas por sua vez, segundo Recuero:

São redes em que há apenas um conjunto de atores, mas são redes de dois modos porque é estudado um conjunto de eventos aos quais um determinado ator pertence. Chama-se de dois modos porque são medidas duas variáveis: além dos atores-indivíduos são observados os eventos. Cada um desses eventos é, ainda, um elemento de conexão de um conjunto de atores. As redes de filiação seriam, assim, constituídas de dois tipos de nós: os atores e os grupos. Esses nós se relacionariam por conexões de pertencimento, ou seja, a relação que define uma rede de filiação é a relação de pertencimento, descolado de qualquer tipo de interação; as redes de filiação são redes cujas conexões são forjadas através dos mecanismos de associação ou de filiação dos sites de redes sociais. Essas conexões são bastante diferentes das conexões das redes emergentes, pois representam uma rede mais estável e mais estática. (RECUERO, 2009, p. 97-98)

Reforçando o que foi dito acima, esse tipo de rede por filiação, constitui nós que necessariamente relacionar-se-iam apenas por conexões de pertencimento, e não por interação como no caso das redes emergentes.

Outro aspecto importante das redes sociais são seus sites, que segundo Recuero (2009, p. 102) são “consequências da apropriação das ferramentas de comunicação mediada pelo computador pelos atores sociais e ainda os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet”. Um exemplo de site de redes sociais, que inclusive nos valeremos de citá-lo continuamente, pois é objeto de estudo desta pesquisa, é o Orkut, que de acordo com Recuero (2009) permite a visibilidade e a articulação das redes sociais, a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço *off-line*; além disso, possui mecanismos de individualização (personalização, construção do eu), e mostram também as redes sociais de cada ator de forma pública e possibilitam que os mesmos construam interações nesses sistemas. Esses sites, assim como o Orkut, agem como se fossem um suporte para a interação dos atores que constituirão as redes sociais.

E é no interior de um desses sites de redes sociais, mais especificamente o Orkut, de onde surgem as comunidades virtuais, objeto de análise deste trabalho. No entanto, antes de abordar os conceitos, características e contextos das comunidades virtuais, é importante ressaltarmos que de acordo com o viés sociológico, o conceito de comunidade é evasivo, e continua a desafiar uma definição precisa. De acordo com o Dicionário do pensamento social do século XX (1996), comunidade geralmente indica:

Um grupo de pessoas dentro de uma área geográfica limitada que interagem dentro de instituições comuns e que possuem um senso comum de interdependência e integração. Não obstante, conjuntos de indivíduos vivendo ou interagindo dentro de um mesmo território não constituem em si mesmos comunidades – particularmente se esses indivíduos se consideram como tal. O que une uma comunidade não é a sua estrutura, mas um estado de espírito – um sentimento de comunidade. Essa dimensão subjetiva torna comunidade algo problemático como instrumento de análise sociológica, pois os limites de qualquer grupo com auto-identificação, da perspectiva do que está dentro, são geralmente fluídos e intangíveis em vez de fixos e finitos. (Cris Shore – in Bottomore, 1996)

Levando em conta o que foi dito acima, a estrutura da comunidade, não é o fator determinante para chamá-la como tal, mas sim o seu sentimento de pertencimento, ou seja, sentimento de comunidade. E é justamente esse sentimento, oriundo de uma ordem subjetiva que torna o conceito de comunidade vago, sem uma precisão conceitual como foi dito acima.

Quanto as comunidades virtuais, aquelas surgidas no ciberespaço, podemos dizer que de acordo com Pierre Levy (1999, p. 127) “uma comunidade virtual é construída sobre as

afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais”. É o que acontece com as comunidades virtuais do site de redes sociais Orkut, que possui uma variedade de opções divididas em categorias como por exemplo: Alunos e Escolas; Animais: de estimação ou não; Artes e Entretenimento; Atividades; Automotivo; Cidades e Bairros; Computadores e Internet; Culinária, Bebidas e Vinhos; Culturas e Comunidade; Empresa; Escolas e Cursos; Esportes e Lazer; Família e Lar; Gays, Lésbicas e Bi; Governo e Política; História e Ciências; Hobbies e Trabalhos Manuais; Jogos; Moda e Beleza; Música; Negócios; Países e Regiões; Pessoas; Religiões e Crenças; Romances e Relacionamentos; Saúde, Bem-Estar e Fitness; Viagens; Outros. Dentro de cada categoria citada à cima, existe uma variedade de comunidades virtuais relacionadas com cada categoria onde as pessoas podem alocar-se de acordo com suas afinidades de interesses e de conhecimentos, com o intuito de interagir e se comunicar com outros indivíduos.

Além das categorias de comunidades virtuais citadas a cima é importante ressaltar também, que as pessoas têm a possibilidade de criar a sua própria comunidade, divulgando alguma particularidade ou interesses que possam ser compartilhados por e com outras pessoas, independente de localização e limites geográficos. A criação da comunidade passa por um processo onde é necessário que o indivíduo defina: o nome da comunidade; a categoria, dentre aquelas citadas anteriormente; o tipo: se é pública, onde qualquer pessoa pode participar, ou se é moderada, na qual um moderador precisa aprovar pedidos de participação; o envio de mensagens: onde é possível escolher a opção de ativá-la, permitindo que membros enviem mensagens, ou de desativá-la, não permitindo que membros enviem mensagens; a privacidade do conteúdo: onde é possível escolher a opção aberta, na qual qualquer pessoa pode ver o conteúdo da comunidade, ou a opção oculta, na qual apenas membros podem ver o conteúdo da comunidade; a segurança do conteúdo da comunidade: se o conteúdo pode ser visualizado por todas as idades, ou, se o conteúdo é adulto ou confidencial; o idioma; cidade; estado; CEP; país; imagem, que servirá de avatar, ou seja, que aparecerá no perfil da comunidade para identificação; a descrição sobre a comunidade; e as configurações de recursos da comunidade, ou seja, o fórum: onde é possível ativá-lo ou desativá-lo, podendo ser selecionadas opções como exibir na página inicial da comunidade, permitir postagens com HTML no fórum e a opção somente proprietários e os moderadores podem criar tópicos no fórum. Outro recurso é a enquete: onde é possível ativá-la ou desativá-la, podendo ser selecionadas opções como exibir na página inicial da comunidade e a opção

somente proprietários e os moderadores podem criar enquetes. E por último os eventos, onde é possível escolher a opção de ativá-los ou desativá-los.

Além disso, levando em conta o conceito de comunidade virtual para Rheingold (1993, p. 18) citado no início deste tópico, no qual ele diz que estas “são os agregados sociais surgidos na rede, quando os intervenientes de um debate o levam por diante em número e sentimento suficientes para formarem teias de relações pessoais no ciberespaço”, Recuero (2009, p. 137) destaca os elementos formadores da comunidade virtual, que segundo ela seriam “as discussões públicas; as pessoas que se encontram e reencontram, ou que ainda mantém contato através da Internet (para levar adiante a discussão); o tempo; e o sentimento. Esses elementos, combinados através do ciberespaço, poderiam ser formadores de redes de relações sociais, constituindo-se em comunidades”.

De acordo com o conceito de Rheingold sobre comunidades virtuais e a afirmação de Recuero a cerca dos elementos formadores da mesma, podemos dizer que estes agregados sociais surgidos na rede e os elementos formadores do mesmo, dependem exclusivamente dos indivíduos que neles atuam, ou seja, os atores sociais e suas conexões. Portanto, no próximo tópico, trataremos de elucidar mais minuciosa e profundamente as características e conceitos que cercam os atores sociais e a sua atuação no ciberespaço.

2.3 Atores sociais

Após contextualizarmos o surgimento e desenvolvimento de uma nova cultura advinda do ciberespaço, ou seja, a cibercultura; a conseqüente organização da sociedade em redes interativas propiciadas pela expansão das novas tecnologias de informação, pela comunicação mediada pelo computador e pelo advento da Internet; e a adaptação dos indivíduos nesses novos meios tecnológicos de comunicação e sociabilidade a partir do surgimento das redes sociais e conseqüentemente a criação de comunidades virtuais, passaremos no decorrer deste último tópico deste capítulo a contextualizar e elucidar os conceitos, características e as conexões protagonizadas pelos atores sociais, indivíduos que desempenham um papel central nessas novas formas de interação que ocorrem no ciberespaço.

Como foram ressaltados no tópico anterior deste capítulo, os atores sociais e suas conexões, são elementos fundamentais para a expansão, manutenção e desenvolvimento das redes sociais e conseqüentemente das comunidades virtuais. Com relação ao atores sociais Raquel Recuero resalta:

Os atores sociais atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais, no entanto, nas redes sociais na Internet, devido ao distanciamento entre os envolvidos na interação social, principal característica da comunicação mediada por computador, os atores não são imediatamente discerníveis. Assim, neste caso, trabalha-se com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias do ciberespaço como, por exemplo, um perfil no site de rede social Orkut. Inicialmente, não são atores sociais, mas representações dos atores sociais. São espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade. (RECUERO, 2009, p. 25-26)

Estas representações dos atores sociais no ciberespaço refletem a criação de suas identidades na Internet, a partir da expressão da personalidade, especificidades ou individualidades dos atores. É importante ressaltar, que essa construção e expressão identitárias protagonizadas pelos atores sociais, está em constante movimento de atualização permanente. Isto é respaldado segundo Recuero, que diz que as apropriações realizadas pelos atores sociais a partir de representações nas redes sociais como, por exemplo, um perfil no site de relacionamentos Orkut “funcionam como uma presença do “eu” no ciberespaço, um espaço privado e, ao mesmo tempo público. Essa individualização dessa expressão, de alguém “que fala” através desse espaço é que permite que as redes sociais sejam expressas na Internet” (RECUERO, 2009, p. 27). Essa construção do eu como foi dito a cima por Recuero, através das representações dos atores no ciberespaço, servem como um elemento de percepção do outro, necessária para que a comunicação e interação entre os atores aconteçam de forma estruturada. Ainda sobre isto, Recuero resalta que:

No ciberespaço, pela ausência de informações que geralmente permeiam a comunicação face a face, as pessoas são julgadas e percebidas por suas palavras. Essas palavras, constituídas como expressões de alguém, legitimadas pelos grupos sociais, constroem as percepções que os indivíduos têm dos atores sociais. É preciso, assim, colocar rostos, informações que gerem individualidade e empatia, na informação geralmente anônima do ciberespaço. Este requisito é fundamental para que a comunicação possa ser estruturada (RECUERO, 2009, p. 27)

De acordo com a afirmação feita acima, a construção personalizada de identidade feita pelos atores sociais a partir de suas representações no ciberespaço é visível principalmente nos sites de redes sociais como, por exemplo, o Orkut, nosso objeto de estudo. Nos perfis dos indivíduos deste site podemos notar a individualização e conseqüente construção pessoal de cada página, com informações personalizadas a cerca de elementos identitários de cada ator (RECUERO, 2009). Outro fato importante a cerca disto, é a íntima relação da apropriação de comunidades virtuais por parte dos atores, sendo este um elemento que resalta alguma especificidade inerente ao indivíduo representado pelo perfil criado no site, ou seja, as

comunidades virtuais relacionadas ao perfil de cada ator fazem parte da construção identitária realizada pelo mesmo.

Todo esse processo de construção identitária dos atores sociais na Internet, bem como sua representação no ciberespaço, perpassa pelas conexões desempenhadas pelos indivíduos no processo de construção dos laços sociais e também na interação nas redes sociais. Podemos dizer que as conexões em uma rede social de acordo com Recuero (2009, p. 30) “são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores”. Na Internet, essas interações entre atores são percebidas graças a possibilidade de manter os rastros sociais dos indivíduos, que permanecem ali, sendo que estas interações são, de certo modo, fadadas a permanecer no ciberespaço, e assim acontece com a maior parte das interações na mediação do computador (2009, p. 30). Então, enquanto as conexões juntamente com os atores, são elementos de uma rede social, podemos dizer que as interações e os laços sociais são elementos fundamentais das conexões.

Quanto aos elementos fundamentais das conexões temos a interação, relação e laços sociais. A interação segundo Recuero (2009, p. 30) “seria a matéria-prima das relações e dos laços sociais; é aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social; tem sempre um caráter social perene e diretamente relacionado ao processo comunicativo.” Entretanto, é preciso levar em conta que de acordo com Recuero:

O ciberespaço e as ferramentas de comunicação possuem particularidades a respeito dos processos de interação. Há uma série de fatores diferenciais. O primeiro deles é que os atores não se dão imediatamente a conhecer. Não há pistas da linguagem não verbal e da interpretação do contexto da interação. É tudo construído pela mediação do computador. O segundo fator relevante é a influência das possibilidades de comunicação das ferramentas utilizadas pelos atores. Há multiplicidade de ferramentas que suportam essa interação e o fato de permitirem que a interação permaneça mesmo depois do ator estar desconectado do ciberespaço. (RECUERO, 2009, p. 31-32)

Levando em conta o que foi dito a cima, podemos dizer que as interações no ciberespaço diferem das interações face a face devido a essa possibilidade de deixar rastros das mesmas e também acesso à memória documentada, ou seja, como acontece nos fóruns eletrônicos ou enquetes nas comunidades virtuais, por exemplo, é possível que as mensagens que visam a interação com outros atores permaneçam mesmo após o indivíduo estar desconectado desse ambiente. Em relação a isto, a interação social no âmbito do ciberespaço, pode dar-se de forma síncrona ou assíncrona, como explica Reid (1991):

Essas diferenças de formas remontam à diferença de construção temporal causada pela mediação, atuando na expectativa de resposta de uma mensagem. Uma comunicação síncrona é aquela que simula uma interação em tempo real. Deste modo, os agentes envolvidos têm uma expectativa de resposta imediata ou quase imediata, ambos estão presentes (on-line, através da mediação do computador) no mesmo momento temporal. É o caso, por exemplo, dos canais de *chat*, ou mesmo de conversas nos sistemas de mensagens. Já o email, ou os fóruns eletrônicos das comunidades virtuais, por exemplo, têm características mais assíncronas, pois a expectativa de resposta não é imediata. Espera-se que o agente leve algum tempo para responder ao que foi escrito, não que ele o faça (embora possa fazer, é claro), de modo imediato. Espera-se que o ator, por não estar presente no momento temporal da interação, possa respondê-la depois. (REID, apud RECUERO 2009, p. 32)

Com relação a esta pesquisa, podemos dizer que a forma de interação que nos interessa ressaltar dentre as duas citadas a cima é a interação assíncrona, pois, esta é uma interação que se caracteriza pela possibilidade da permanência de rastros desta interação no ambiente que acontece a mesma e também por uma expectativa de resposta não imediata. Levando em conta que esta pesquisa se baseia em um estudo das comunidades virtuais, mais especificamente a “Grêmio – Nada pode ser maior”, podemos dizer que a interação assíncrona se faz presente nos fóruns eletrônicos e enquetes desta comunidade devido às características deste tipo de interação que ressalta a possibilidade de permanência de mensagens no ambiente e possibilidade de resposta não imediatas, que é o que acontece nas comunidades virtuais, não sendo diferente da selecionada para estudo nesta pesquisa.

Outro elemento das conexões são as relações sociais, que são formadas pelas interações sociais citadas anteriormente. Em relação às relações sociais, Recuero explicita que “uma relação sempre envolve uma quantidade grande de interações, entretanto, as relações não precisam ser compostas apenas de interações capazes de construir, ou acrescentar algo. Elas também podem ser conflituosas ou compreender ações que diminuem a força do laço social” (RECUERO, 2009, p. 37). Podemos dizer que o conjunto das interações sociais, construtivas ou conflituosas, mediadas pelo computador, forma e mantém as relações sociais de modo a gerar, a partir deste os laços sociais. Ainda sobre as relações sociais Recuero ressalta:

As relações podem ser mediadas pelo computador, da mesma forma que a interação. Logo, a mediação pelo computador traz aspectos importantes para a relação social, como o distanciamento entre as pessoas envolvidas na construção dessa relação pode alterar a forma através da qual ela é estabelecida. Este distanciamento proporciona, por exemplo, anonimato sob muitas formas, já que a relação entre o corpo físico e a personalidade do ator já não é imediatamente dada a conhecer. Logo, é mais fácil iniciar e terminar relações, pois muitas vezes, elas não envolvem o “eu” físico do ator. Além do mais, barreiras como sexualidade, cor, limitações físicas e outras não são imediatamente dadas a conhecer, proporcionando uma maior liberdade aos atores envolvidos na relação, que podem reconstruir-se no

ciberespaço. A falta de pistas tradicionais nas interações, como a linguagem não verbal, por exemplo, também podem influenciar nessas relações. (RECUERO, 2009, p. 37-38)

Levando em conta a afirmação a cima, podemos dizer que as relações sociais mediadas pelo computador podem ser diferentes das relações que aconteceriam em uma interação no plano físico, ou seja, face a face, devido as especificidades e características da relação no ciberespaço, bem como às limitações contextuais da mediação citadas a cima.

Estas relações sociais mediadas por computador atuam na construção de outro elemento fundamental das conexões dos atores sociais, os laços sociais. Em relação a estes Recuero explica que o laço é a efetiva conexão entre os atores que estão envolvidos nas interações, resultando, deste modo, na sedimentação das relações estabelecidas entre agentes sendo a forma mais institucionalizada de conexão entre atores, constituída no tempo e através da interação social denominado de laços relacionais (RECUERO, 2009, p.38). Entretanto, é importante ressaltar as ideias de Breiger segundo Recuero:

O laço social pode ser constituído de outra forma além da relacional: através de associação. Para ele, a conexão entre um indivíduo e uma instituição ou grupo, diferentemente de uma conexão indivíduo a indivíduo através da relação social, torna-se um laço de outra ordem, representado unicamente por um sentimento de pertencimento. Trata-se de um laço associativo. Para o autor, portanto, o laço social não depende apenas de interação; laços relacionais, deste modo, são aqueles constituídos através de relações sociais, apenas podem acontecer através da interação entre os vários atores de uma rede social. Laços de associação, por outro lado, independem dessa ação, sendo necessário, unicamente, um pertencimento a um determinado local, instituição ou grupo. Apesar disto, a concepção que desenvolvemos é essencialmente diferente da de Breiger, pois afirma que todo o laço é relacional, pois constituído de relação. (BREIGER, apud RECUERO 2009, p. 38-39)

Levando em conta as ideias ressaltadas a cima, podemos dizer que os laços sociais gerados nas comunidades virtuais, objeto de estudo desta pesquisa, estão relacionados aos laços associativos e também aos relacionais. Ou seja, em uma comunidade virtual, pode haver estes dois tipos, pelo fato de alguns indivíduos se comportarem de uma maneira apenas a expressar um sentimento de pertencimento, sem manter uma interação assídua na comunidade, como é o caso do laço associativo, mas também há outros que mantêm um contato e interação contínuos, caracterizando desta forma um laço relacional.

Além disso, os laços sociais podem ser fortes e fracos. Com relação a isto, Recuero explica:

Laços fortes são aqueles que se caracterizam pela intimidade, pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Os laços fracos, por outro lado, caracterizam-se por relações esparsas, que não traduzem

proximidade e intimidade. Laços fortes constituem-se em vias mais amplas e concretas para as trocas sociais, enquanto os fracos possuem trocas mais difusas; laços fortes e fracos são sempre relacionais, pois são consequência da interação que, através do conteúdo e das mensagens, constituem uma conexão entre os atores envolvidos. Já o laço associativo, por sua característica básica de composição, tenderia a ser, normalmente, mais fraco, pois possui menos trocas envolvidas entre os atores. (RECUERO, 2009, p. 41)

Ainda sobre a força dos laços, fracos ou fortes, é importante ressaltarmos um aspecto que é derivado desta característica, ou seja, a reciprocidade destes. Para elucidar isto, nos valeremos de um exemplo idealizado por Recuero que é o seguinte:

É possível que um ator A considere B como seu melhor amigo (laço forte) e que B, em retorno, não considere A como uma pessoa tão próxima (laço mais fraco). Em geral, num grafo de uma rede social, todos os laços são representados por uma conexão de A para B (AB) e outro para a conexão de B para A (BA). Quando os laços que conectam dois indivíduos possuem forças diferentes nos dois sentidos (AB e BA), tratam-se de laços assimétricos. Já os laços são considerados simétricos quando têm a mesma força nos dois sentidos (AB e BA). (RECUERO, 2009, p. 41-42)

De acordo com o exemplo explicitado a cima, podemos dizer que este aspecto relacionado à reciprocidade é compreendido apenas como uma troca de informações e interações, e não como uma troca de forma igualitária, dependendo é claro da simetria ou assimetria dos laços sociais.

Além da interação, relação social, e laços sociais citados anteriormente como elementos fundamentais das conexões dos atores sociais, é importante ressaltarmos que os padrões de conexão são constituídos também pelo conteúdo das mensagens trocadas, que também é associado a um elemento denominado capital social. A cerca do conceito de capital social Recuero ressalta:

O capital social é considerado como um conjunto de recursos de um determinado grupo que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, ainda que individualmente, e que está baseado na reciprocidade. Ele está embutido nas relações sociais e é determinado pelo conteúdo delas. Portanto, para que se estude o capital social dessas redes, é preciso estudar não apenas suas relações, mas, igualmente, o conteúdo das mensagens que são trocadas através delas. (RECUERO, 2009, p. 50)

Este conceito de Recuero foi baseado e fundamentado nas ideias de Putnam (2000), Bourdieu (1983) e Coleman (1988). Podemos dizer que o capital social é constituído pelas interações entre os atores sociais, individual ou coletivamente e dependem necessariamente da reciprocidade. Ainda sobre o capital social, é importante ressaltar segundo Recuero a

contribuição de Bertolini e Bravo (2001) a cerca da tentativa de operacionalizar o conceito de capital social a partir da construção de categorias que constituiriam aspectos nos quais o capital social possa ser percebido nas redes sociais. Quanto a essas categorias Recuero explica:

Essas categorias podem ser compreendidas como os recursos a que os indivíduos têm acesso através da rede e seriam: a) relacional - que compreenderia a soma das relações, laços e trocas que conectam os indivíduos de uma determinada rede; b) normativo – que compreenderia as normas de comportamento de um determinado grupo e os valores deste grupo; c) cognitivo – que compreenderia a soma do conhecimento e das informações colocadas em comum por um determinado grupo; d) confiança no ambiente social – que compreenderia a confiança no comportamento de indivíduos em um determinado ambiente; e) institucional – que incluiria as instituições formais e informais, que se constituem na estruturação geral dos grupos, onde é possível conhecer as “regras” da interação social, e onde o nível de cooperação e coordenação é bastante alto; tais aspectos do capital social seriam divididos entre os aspectos de grupo (chamados de segundo nível de capital social), ou seja, aqueles que apenas podem ser desfrutados pela coletividade, como a confiança no ambiente social (d) e a presença das instituições (e). E os aspectos individuais, como as relações (a), as leis ou normas (b) e o conhecimento (c), que variam de acordo com os indivíduos (primeiro nível de capital social). A existência de capital social de primeiro nível é requisito para a constituição do capital de segundo nível. (RECUERO, 2009, p. 50-51)

Levando em conta o que foi dito a cima, podemos ressaltar que o capital social auxilia a compreensão dos padrões de conexões gerados pelos atores sociais, tanto individual quanto coletivamente, a partir de seus laços e relações nas interações ocorridas no ciberespaço. Portanto, além de compreender a existência das conexões entre atores sociais, é necessário também entender o conteúdo e os valores destas conexões.

Sendo assim, após contextualizarmos, neste capítulo, todo o processo de formação e consolidação da cibercultura, a partir do desenvolvimento e organização da sociedade em redes interativas, do conseqüente surgimento das redes sociais e também das comunidades virtuais e da construção de um inventário a cerca dos conceitos, características e conexões dos atores sociais que nelas atuam, passaremos no decorrer do próximo a elucidar como a cibercultura e as redes sociais, bem como, as comunidades virtuais, passaram a ser utilizadas, adaptadas e apropriadas pelos grupos marginalizados da sociedade, para levar até estas novas formas de comunicação e sociabilidade a folkcomunicação, resultando na quebra de um paradigma que privava a utilização dos meios massivos pelas classes marginalizadas da sociedade. Para isto, analisaremos a comunidade virtual: “Grêmio nada pode ser maior” contida na rede de interação social Orkut.

3. FOLKCOMUNICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS – Análise de caso

Após contextualizarmos nos capítulos anteriores a folkcomunicação e a cibercultura, apontando conceitos, características e contextos nos quais ambas atuam e se desenvolvem, passaremos no decorrer deste capítulo a elucidar o movimento de aproximação ocorrido entre a folkcomunicação e a cibercultura, na qual foi possível, assim, a geração de um novo paradigma da comunicação. Para isto, nos valeremos nesta pesquisa a uma análise de caso, a partir da seleção e recorte de um objeto para análise, mais especificamente uma comunidade virtual do time de futebol Grêmio, selecionado através de uma escolha pessoal, denominada “Grêmio – Nada pode ser maior”. Esta comunidade faz parte do site de rede social Orkut, escolhido por estar consolidado como uma das redes sociais mais utilizadas no país, pois, “é a rede social com maior participação de brasileiros, com mais de 23 milhões de usuários em janeiro de 2008” (Wikipédia). Feito o recorte, passaremos a analisar o papel desempenhado pelos moderadores da comunidade como atores sociais e líderes de opinião e depois disto compreender os efeitos e sentidos causados pelos mesmos em relação aos demais participantes e atores da comunidade virtual selecionada.

Especificamente, nesta análise de caso, definiremos como elemento norteador para análise, um evento, mais precisamente o clássico GRENAL do dia 24/10/10, válido pela 31ª rodada do Campeonato Brasileiro, e como amostras, utilizaremos: os tópicos relacionados direta ou indiretamente a este evento, aqueles que eventualmente forem criados pelos moderadores, porém, independente de haver ou não relação com o evento e também suas respectivas postagens nos tópicos, com o objetivo de verificar e entender o papel dos moderadores dentro da comunidade, ou seja, se desempenham ou não uma função de líder de opinião e, se conseqüentemente há um processo folkcomunicacional.

3.1 Comunidade: “Grêmio nada pode ser maior”

A análise de caso que fundamenta esta pesquisa baseou-se no recorte de uma comunidade virtual como objeto de análise. A comunidade selecionada trata-se da “Grêmio – Nada pode ser maior”. Esta comunidade faz parte da categoria esportes e lazer do site de rede social Orkut e possuía ao término desta pesquisa cerca de 247.872 membros. A escolha desta comunidade se deu por esta conter características interessantes e viáveis ao desenvolvimento desta pesquisa.

Na página inicial da comunidade, consta a sua descrição, ou seja, informações que a identificam e a diferenciam das demais. Dentre estas informações destacamos: uma auto-intitulação de “1ª Comunidade Gremista no Orkut” (fato não confirmado pela entrevista realizada com o moderador “Maiquel” da comunidade) (ver anexo pág. 65); uma lista com as principais conquistas do Grêmio: Campeão Mundial – 1983, Bicampeão da Libertadores da América – 1983 e 1995, Bicampeão Brasileiro – 1981 e 1996, Tetracampeão da Copa do Brasil – 1989, 94, 97 e 2001, Campeão da Recopa Sul-Americana – 1996, Campeão Gaúcho 36 vezes; um link com as “regras gerais”, o idioma: português; categoria: esportes e lazer; dono: “Renato o homem gol”; moderadores: Karla, Fabiano, Israel, Lucas, Lucas, Maiquel, Ademir; tipo: moderada; privacidade do conteúdo: aberta para não membros; local: Brasil; criado em: 23 de Janeiro de 2004.

É importante descrevermos também, a significação de um elemento que também serve como descrição para a comunidade, o seu avatar, ou seja, a imagem que a identifica e diferencia perante as demais comunidades. Esta imagem leva o nome da comunidade, “Nada pode ser maior” na parte superior, e logo abaixo, uma figura representativa do símbolo do Grêmio e também de um mapa, destacando o continente americano de um lado e os outros continentes do outro, visando representar as conquistas tanto da América, quanto do mundo, a partir dos títulos de Campeão da Libertadores e do Mundial de Clubes da FIFA respectivamente. A partir da nossa percepção, podemos dizer, que o avatar desta comunidade, levando em conta também a denominação desta, pretendem passar um sentido de que nada, nem ninguém podem ser maiores do que a instituição Grêmio e suas conquistas obtidas em toda a sua história. Além disto, esta intitulação, “Nada pode ser maior”, faz parte da identidade atribuída pelos próprios torcedores ao Grêmio, bem como um apelido que elucida o sentimento da torcida em relação a ele enquanto instituição e time de futebol. Além disso, é importante ressaltarmos, que o avatar da comunidade, é escolhido pelos próprios membros, através de enquetes criadas pelos moderadores, sendo as opções de escolha delimitadas pelos mesmos. Contextualizadas as características do avatar da comunidade em questão, segue abaixo a imagem desta:



Avatar da comunidade “Grêmio nada pode ser maior”

Ainda a respeito da página inicial da comunidade, é importante ressaltarmos a presença de comunidades relacionadas. Dentre estas estão:

- “Grêmio, Imortal Tricolor”, criada em 20 de julho de 2004, dono: “Édy Moderação”, do tipo pública, com 204.511 membros;
- “Torcida Feminina Grêmio”, criada em 03 de março de 2005, dono: “Alma Castelhana Tricolor Gaúcho”, do tipo pública, com 112.029 membros;
- “Grêmio – Jamais estará sozinho”, criada em 04 de abril de 2005, dono: “Renato o homem gol”, do tipo pública, com 20.965 membros;
- “BLOGÃO do GRÊMIO Gremista”, criada em 25 de junho de 2005, dono: “Alma Castelhana Tricolor Gaúcho”, do tipo pública, com 68.841 membros;
- “Grêmio Alegria do meu coração”, criada em 01 de junho de 2005, dono: “Renato o homem gol”, do tipo pública, com 19.931 membros;
- “Grêmio FBPA (Oficial Orkut)”, criada em 1 de dezembro de 2004, dono: “Eurico Lara Imortal - Grêmio Sempre!”, do tipo moderada, com 511.483 membros;
- “Grêmio - 106 anos d uma paixão”, criada em 22 de novembro de 2004, dono: “Renato o homem gol”, do tipo pública, com 13.463 membros;
- “Libertadores: Eu Tenho! [LET]”, criada em 10 de junho de 2005, dono: “MOD LET # LIBERTADORES YO TENGO!”, do tipo moderada, com 246.695 membros;
- “GRÊMIO - EXERCITO GREMISTA”, criada em 27 de novembro de 2005, dono: “EXÉRCITO GREMISTA”, do tipo pública, com 247.891 membros.

Dentre estas nove comunidades relacionadas, é importante ressaltarmos que três destas possuem o mesmo dono que a comunidade delimitada para estudo nesta pesquisa, e ainda, duas são do tipo moderadas.

Além das comunidades relacionadas, destacamos também na página inicial, a presença de enquetes a respeito de questões referentes, exclusivamente, ao Grêmio, podendo ser criadas tanto por moderadores, quanto por outros membros da comunidade. A fim de exemplificar

isto, identificamos as enquetes que aparecem como respondidas mais recentemente durante o período de monitoramento, na página inicial: “Qual o melhor jogador do Grêmio na temporada 2010?”; “O Grêmio na sua opinião ganha o Campeonato Brasileiro?”; “Qual será o confronto mais difícil para o Grêmio nesta reta final de campeonato?”; “quem é melhor”(SIC). Estas enquetes não foram criadas por moderadores, mas sim por outros membros da comunidade, podendo ser respondidas até o fechamento delas, na data estipulada pelo autor da mesma.

É importante ressaltar ainda, que na página inicial da comunidade, não detectamos a presença de propagandas de nenhum tipo, nem de produtos, nem de serviços. Porém, identificamos a existência de um tópico criado pelos moderadores, exclusivo para propagandas e divulgação. Entretanto, este, e outros tópicos criados pelos moderadores com vista a melhorar o funcionamento da mesma serão explicitados mais adiante.

Quanto às regras gerais da comunidade, é importante trazê-las na íntegra para um maior esclarecimento a respeito do funcionamento da comunidade virtual selecionada como objeto de estudo. Ao clicar no link com o nome “regras gerais” que está na página inicial da comunidade, abre uma nova página de outra comunidade, sendo esta destinada exclusivamente para os moderadores. Nesta página, dentro da comunidade exclusiva dos moderadores contém o tópico onde estão definidas as “regras gerais” da comunidade “Grêmio – Nada pode ser maior”, definidas, de acordo com entrevista (ver anexo na pág. 65) a um dos moderadores da comunidade, em conjunto com os demais moderadores que são as seguintes:

A Comunidade Grêmio – Nada Pode Ser Maior é destinada a todos tricolores de coração, é o local onde gremistas podem comentar notícias, novidades, trocar idéias e discutir qualquer outro assunto, contanto que este seja relacionado ao GRÊMIO FOOT-BALL PORTO ALEGRENSE; PARÁGRAFO ÚNICO: Quem entra na comunidade está, implicitamente, aceitando as regras. O não cumprimento dessas regras é passível de punição, inclusive o banimento na comunidade. Respeite que será respeitado! ; 1. Respeito: a. Respeite a história e a tradição da instituição GRÊMIO FOOT-BALL PORTO ALEGRENSE. Não ofenda ou ridicularize o clube, jogadores, ex-jogadores e ídolos. b. Não é permitido qualquer tipo de preconceito, racismo e discriminação. c. Não ofenda outro membro da comunidade, use o bom senso e acione a moderação se necessário. d. Respeite os amigos das outras comunidades e de outros times, não invada nem estimule a invasão de comunidades de Clubes Adversários; 2. Propagandas: a. Não divulgue comunidades fora do local adequado. Para divulgar comunidades RELACIONADAS AO GRÊMIO, existe um tópico oficial: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs.aspx?cmm=583&tid=5275622373943840391>. Parágrafo único: Não serão permitidos quaisquer outros tipos de propagandas; 3. Reclamações e Sugestões: a. Reclamações, sugestões, críticas sobre a comunidade devem ser enviadas para O PERFIL MEDIADOR: <http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=1416196363744394336>. Parágrafo único: Reclamações postadas na comunidade serão deletadas. A comunidade é para discutir sobre o Grêmio, não sobre o dono ou moderação; 4. Violência: Parágrafo único: Apologias à violência não serão toleradas. O não cumprimento desta regra acarretará

expulsão imediata; 5.Quanto a POSTAGEM nos tópicos: a. Críticas são importantes, desde que embasadas. Faça as merecidas críticas com inteligência, pois caso contrário, elas geram forte reação de quem discorda. b. Evite respostas sem conteúdo. Posts contendo “1ª página”, “tô com preguiça de ler”, “resume aí” e congêneres, ou com respostas sarcásticas, humilhantes ou apenas com intenção de enganar, não serão permitidos. c. Não ressuscite tópicos antigos com intenção de tumultuar, confundir ou brincar. Se for importante se referir a alguma questão do passado, abra um novo tópico colocando o link do endereço do tópico antigo a que se refere. d. Todas as mensagens postadas são de inteira responsabilidade de seus autores. Seja responsável e tenha bom senso antes de escrever sua opinião; 5.1.Quanto a CRIAÇÃO dos tópicos: a. Não existe uma obrigatoriedade no padrão para criação de tópicos, mas para melhor organizar a comunidade utilize a seguinte formatação: [ASUNTO] Descrição do Assunto, Ex.: [LIBERTADORES] Grêmio conegue a vaga. b. Tópicos com assuntos não relacionados ao Grêmio, deverão conter o “OFF” (em letra maiúscula), Ex.: [OFF] Massa vence na Fórmula 1. c. Antes de iniciar um tópico novo veja se já não existe um sobre o mesmo assunto. d. Ao criar um tópico, utilize um título que possa identificar o assunto, tópicos com títulos como "Olhem", "Vejam isso", "Entrem aqui", etc., serão apagados. e. Não serão admitidas "INFORMES" na comunidade. Denúncias e notícias SEM PROVAS ou FONTES serão apagadas no ato. f. Tópicos “OFF” poderão ser excluídos a qualquer momento a critério da moderação. g. É proibido tópicos com conteúdos eróticos e/ou pornográficos na comunidade. O não cumprimento desta regra acarretará expulsão imediata. h. Não crie tópicos com título contendo palavrão ou ofensas. i. Evite criar tópico com a tecla Caps Lock acionada. j. Tópicos com erros gritantes de língua portuguesa serão apagadas; 6.Quanto as enquetes: a. Enquetes não relacionadas com o Grêmio devem conter o termo "[OFF]" na frente do assunto! Ex: “[OFF] – Qual seu programa de TV favorito?”. b. Enquetes repetidas serão apagadas. c. Quando for criar uma enquete, preste atenção para configurá-la corretamente, conforme será indicado abaixo: Quem tem permissão para votar? - Apenas para membros da comunidade. d. Enquetes com erros gritantes de língua portuguesa serão apagadas; 7. Quanto aos Vídeos: Vídeos devem ser postados em seu tópico específico (<http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs.aspx?cmm=583&tid=5307545555889983111&na=4>), exceto vídeos referentes a fase em que o time se encontra (gols da rodada, ou motivacionais); 8. Quanto aos FAKES: Parágrafo único: Fakes que desrespeitem as regras acima descritas serão expulsos da comunidade imediatamente. (ORKUT – Comunidade: Moderação GNPSM)

Podemos perceber, a partir destas “regras gerais”, a rigidez e disciplina quanto ao que pode e o que não pode dentro da comunidade, pois são várias regras quanto ao respeito entre participantes, propagandas, postagens e criação de tópicos e outros detalhes citados acima. É importante ressaltar também, que para o perfeito funcionamento da comunidade é exigido aos participantes a leitura e o pleno entendimento destas regras, sujeitos à possibilidade da exclusão, caso estas não sejam cumpridas. Este processo de exclusão dos participantes que não cumprirem as regras estabelecidas é uma das funções atribuídas aos moderadores. O intuito é mantê-la organizada, para que nenhum participante desrespeite as regras impostas, caso contrário, o mesmo poderá ser banido pelo moderador.

Outro fator importante a ser ressaltado, é a existência de um espaço, ou melhor, de uma comunidade denominada “Moderação G.N.P.S.M”, exclusiva para os moderadores da “Grêmio – Nada pode ser maior” onde estes podem discutir e argumentar sobre os assuntos

relevantes ao funcionamento da comunidade que monitoram. Os outros participantes também possuem acesso a esta comunidade destinada aos moderadores, porém, apenas podem observar a sua movimentação, sem a possibilidade de interferir na mesma, ou seja, os tópicos criados dentro desta, só podem receber postagens exclusivamente dos moderadores, da mesma forma que somente eles os criam. A seguir, segue a imagem do avatar desta comunidade exclusiva dos moderadores, onde estão explícitos o símbolo do Grêmio e as palavras “Moderação” a cima do símbolo, e as siglas “G.N.P.S.M” abaixo, que são as iniciais do nome da comunidade que estes moderadores monitoram.



Avatar comunidade Moderadores

Além do avatar exposto acima, segue abaixo uma imagem retirada da página inicial da comunidade exclusiva dos moderadores, onde estão contidas informações de identificação desta, como, por exemplo: uma breve descrição ressaltando que a comunidade é exclusiva para os moderadores da comunidade “Grêmio – Nada pode ser maior”; o dono: “Renato o homem gol”; e os moderadores: “Karla” e “Ademir”.

Moderação "G.N.P.S.M"	
Início > Comunidades > Outros > Moderação "G.N.P.S.M"	
descrição:	Comunidade exclusiva para moderadores da comunidade Grêmio - Nada Pode Ser Maior.
idioma:	Português (Brasil)
categoria:	Outros
dono:	Renato o homem gol
moderadores:	Karla, Ademir
tipo:	moderada
privacidade do conteúdo:	aberta para não-membros
local:	Brasil
criado em:	2 de outubro de 2007
membros:	8

Página inicial comunidade moderadores

A existência desta comunidade destinada exclusivamente aos moderadores da “Grêmio nada pode ser maior”, bem como a sua observação e análise durante esta pesquisa, nos ajudam a entender o papel destes perante a comunidade que monitoram, ou seja, é possível perceber a partir das suas conversações e dos tópicos existentes neste espaço de interação exclusivo dos moderadores, as suas ações e atitudes no que diz respeito ao perfeito funcionamento da comunidade em relação aos demais membros da mesma. Levando isto em conta, e após descrevermos todas as características e o funcionamento da comunidade escolhida para estudo, passaremos no decorrer deste próximo tópico, a esclarecer a função e o papel atribuídos aos moderadores em relação a comunidade em que atuam e monitoram.

3.2 Papel desempenhado pelos moderadores

Após esclarecermos no tópico anterior as características, bem como o funcionamento do objeto selecionado para a análise nesta presente pesquisa, ou seja, a comunidade virtual “Grêmio – Nada pode ser maior”, nos valeremos no decorrer deste tópico a apresentar uma análise realizada a cerca do papel desempenhado pelos moderadores da mesma, levando em conta e fundamentando-se, porém, em uma linha de pesquisa estabelecida pelo pesquisador Roberto Benjamin no que diz respeito aos estudos em folkcomunicação citado anteriormente no primeiro capítulo que é a “apropriação das tecnologias da comunicação de massa e o uso dos canais massivos pelos portadores da cultura popular, ou seja, a produção de mensagens populares por canais típicos da comunicação mediatizada” (BENJAMIN, 2001, Pág. 18.). E este é o caso deste estudo, onde embasaremos justamente esta aproximação da cultura popular, neste caso o futebol, para com a comunicação de massa na qual a Internet está se tornando, devido a rápida expansão das novas tecnologias de comunicação e sociabilidade mediadas pelo computador, a partir da apropriação da Internet pelas classes subalternas da sociedade. Ou seja, serão apresentados fatos, informações e constatações sobre o papel e função que os moderadores desempenham dentro deste espaço de interação e relacionamento que são as comunidades virtuais do Orkut.

Como foi dito anteriormente, existe um espaço, mais precisamente outra comunidade, destinada exclusivamente aos moderadores da “Grêmio Nada Pode ser Maior”, onde estes têm a possibilidade de discutir assuntos relevantes à comunidade que monitoram. Isto é possível a partir da existência de tópicos que os auxiliam no controle e no bom funcionamento da mesma. Dentre estes tópicos podemos citar:

[ADVERT. E EXPULSÕES] Ações da Moderação ##: Olá a todos. A partir de hoje a comunidade conta com um tópico para a moderação relatar suas ações na mesma. Esse tópico é de uso exclusivo dos moderadores, limitando demais membros apenas à sua visualização. Qualquer crítica ou dúvida em relação aos moderadores e suas ações devem ser feitas através de *scraps* para os mesmos. Os membros que desrespeitarem a orientação serão advertidos e expulsos em caso de reincidência. Pedimos também aos membros que ainda não conhecem as regras da comunidade que as leiam (tem o link na descrição da comu), para evitarmos possíveis problemas; ## [TÓPICOS DELETADOS] Ações da Moderação ##: Com objetivo de padronizar a postagem dos moderadores em relação aos tópicos deletados, estou criando novamente o tópico com o modelo de postagem: AUTOR:, PROFILE:, TOPICO DELETADO/MOTIVO:;(ORKUT, 2010)

Durante a pesquisa e a coleta destes dados, percebemos que estes tópicos citados acima, foram criados pela mesma moderadora, “Karla”, definida, em entrevista (ver anexo pág. 65) realizada com a própria, como moderadora principal, devido a esta estar na comunidade há mais tempo que os outros moderadores. Com relação aos moderadores, é importante ressaltarmos o perfil de cada um deles, com vista a verificarmos como estes se identificam no ciberespaço e na comunidade que monitoram. Porém, não foi possível adquirir muitas informações acerca dos moderadores devido ao acesso limitado aos mesmos. Entretanto, de acordo com seus perfis no Orkut e informações divulgadas pelos próprios moderadores destacamos:

- a) **Karla Faccat**; Cidade: Porto Alegre/RS, Escolaridade: Ensino superior incompleto.
- b) **Lucas Souza**: Cidade: Porto Alegre/RS, Idade: 19, Escolaridade: Ensino superior incompleto, Profissão: estudante;
- c) **Lucas Argenta**: Cidade: Santa Maria/RS, Idade: 17, Escolaridade; Ensino médio completo, Profissão: estudante;
- d) **Maiquel Brassiani**: Cidade: João pessoa/PB, Idade: 17, Escolaridade: 1º Ano do Ensino Médio, Profissão: estudante;
- e) **Israel**: Cidade: Canoas/RS, Idade: 27;
- f) **Fabiano Bisogno**: Cava de' Tirreni/ITA;
- g) **Ademir Dorneles**: Cidade: Alegrete/RS, Idade: 28; Escolaridade: Superior incompleto; Profissão: Técnico em Tecnologia da Informação.

Quanto aos avatares dos moderadores, apenas o Lucas Souza, Maiquel Bressiani e o Israel possuem fotos identificados com a camisa do Grêmio, quanto a Karla, Lucas Argenta e Ademir, possuem em seu avatar fotos sem a camiseta do Grêmio, e por último o moderador

Fabiano, que não possui foto, apenas uma bandeira da Itália como seu avatar. Devido a impossibilidade de acesso aos perfis de alguns dos moderadores, por não haver vínculo de amizade entre estes e nós pesquisadores, não foi possível delimitar dados mais precisos de suas identidades em seus perfis.

Quanto aos tópicos citados anteriormente, é importante ressaltarmos a existência de outros, também criados pelos moderadores, denominados de tópicos fixos, pois são delimitados para serem utilizados pelos participantes em determinadas situações, no intuito de melhorar o relacionamento e o funcionamento das interações e das relações na comunidade, porém, divulgados na própria comunidade em que monitoram, onde são passíveis de postagens de todos os participantes desta. Dentre estes estão:

MEMBROS NOVOS # # apresentação aqui # #: Sejam bem vindos! O objetivo deste tópico é conhecer mais os torcedores que dividem essa paixão pelo Grêmio e que participam da comunidade Grêmio Nada Pode Ser Maior, ninguém é obrigado a participar das apresentações e nem a responder todos os itens: Nome, Cidade, Tempo de Gremismo, MSN, Outras informações; # # Porque seu tópico ou enquete foi deletado # #: Neste tópico a moderação explicará o motivo do seu tópico ou enquete ter sido deletado; # # Propagandas aqui # #: Propagandas somente aqui; # # Fale com a moderação # #: Tópico destinado para ser um canal de comunicação direto com a moderação. Utilize este espaço para comentários, críticas (construtiva...), sugestões, informações, perguntas, etc. Por favor: Não faça chat neste tópico!; # # Vídeos somente aqui # #: Vídeos devem ser postados neste tópico específico, exceto vídeos referentes a fase em que o time se encontra (gols da rodada, ou motivacionais). Moderação; # # Quer ser moderador # #: Tendo em vista que a comunidade está crescendo, gostaríamos de convidar os membros que participam ativamente da comunidade para fazer parte do grupo de moderação! Este "concurso" não terá data de encerramento, pois os candidatos serão observados com o passar do tempo de acordo com as postagens nos tópicos da comunidade. Conforme a necessidade de inserir novos moderadores, vamos convidando os membros que se inscreverem aqui. Os candidatos devem informar: Nome, Cidade/Estado, Idade, Tem experiência na moderação de outra comunidade?, Porque quer ser moderador desta comunidade? (ORKUT, 2010)

Com relação aos tópicos citados acima, podemos notar a disciplina quanto as regras desta comunidade. Podemos perceber que estes tópicos foram criados pelos moderadores no intuito de controlar de uma forma mais sistematizada as ações dos participantes, no sentido de melhorar a organização das relações no interior da comunidade. Este controle realizado pelos moderadores é um de seus papéis na comunidade em que monitoram. Entretanto, temos o objetivo de compreender na prática, a partir de uma análise de caso, se este controle desempenhado por eles pode influenciar os outros participantes nas interações dentro da comunidade, pelo simples fato de serem moderadores e de possuírem um poder maior de decisão, como por exemplo, a exclusão de participantes que não se sujeitarem as regras

impostas e criadas por eles, de modo a serem considerados líderes de opinião, caracterizando um processo folkcomunicacional.

Portanto, para isto, vamos delimitar como objeto norteador para análise nesta pesquisa, um evento, mais precisamente o clássico GRENAL do dia 24/10/10 válido pela 31ª rodada do Campeonato Brasileiro de 2010, devido à comunidade estar relacionada diretamente com o Grêmio, pela importância deste jogo no cenário do futebol brasileiro e também pela rivalidade existente entre Grêmio e Internacional. Como amostras, delimitamos os tópicos que tiverem ligação direta ou indireta com o evento durante um período pré-estabelecido. Além disso, é importante ressaltar que, pelo fato da presente pesquisa basear-se no estudo do papel dos moderadores na comunidade, optamos por delimitar também, como amostras para análise, os tópicos que eventualmente forem criados pelos moderadores e também suas respectivas postagens nos tópicos, independente de haver ou não relação com o evento selecionado para a análise. Delimitada a amostra, utilizaremos como técnica de coleta de dados o método da observação, onde será feito um monitoramento da comunidade uma vez por dia, das 22h00min, até as 24h00min, nos sete dias que antecedem e nos sete dias que sucedem o evento, com vista a observar como se portam e de que maneira atuam os moderadores dentro desta comunidade durante este período. Este monitoramento será baseado na coleta de *prints* em um intervalo de 15 minutos durante o período estipulado para monitoramento, da página inicial da comunidade, mais especificamente onde está situado o fórum da mesma com os tópicos que receberam postagens mais recentes naquele determinado dia. Conforme a imagem a seguir:



fórum			
	tópico	postagens	última postagem
<input type="checkbox"/>	Entrem no Meu orkut ai	1	24/10/10
<input type="checkbox"/>	Grêmio x Internacional [ANTES/DURANTE/DEPOIS].	175	24/10/10
<input type="checkbox"/>	Vilson e André Lima	8	24/10/10
<input type="checkbox"/>	Palpite GRExNAL	9	24/10/10
<input type="checkbox"/>	Compro Ingressos	3	23/10/10

[ver todos os tópicos >>](#)

Ex: Print do fórum eletrônico da comunidade

Esta imagem acima foi retirada durante o período de monitoramento, sendo exposta acima com vista a ilustrar o método utilizado na coleta de dados a partir da retirada dos prints da página inicial, mais precisamente do fórum eletrônico da comunidade selecionada. É

importante ressaltarmos que este print foi coletado no dia 24/10, data do evento delimitado como norte para a análise nesta pesquisa, e é possível perceber que alguns dos tópicos que apareciam com postagens recentes eram relacionados ao Grenal, os quais fazem parte das amostras selecionadas para análise.

Os tópicos selecionados serão observados durante o período de monitoramento, no intuito de identificar e analisar os *posts* dos participantes, principalmente os dos moderadores, bem como o comportamento destes através de suas mensagens com vista a compreendermos a função e o papel dos moderadores dentro da comunidade e se há processo folkcomunicacional.

Para isto dividimos estes comportamentos levando em conta as categorias sugeridas pela pesquisadora Raquel Recuero no Capítulo 2, porém, no que diz respeito apenas à categorização entre aspectos individuais e de grupos, a fim de organizar e melhor compreender os efeitos e sentidos das interações entre os moderadores e o restante da comunidade, conforme a seguir:

3.3 Análise de caso

Após contextualizarmos o nosso objeto de estudo, nesta presente pesquisa, apontando características e esclarecendo o seu funcionamento, passaremos a partir deste último tópico, neste capítulo, a analisá-lo de acordo com a metodologia construída. Para isto, partiremos, após a coleta dos dados e das amostras durante o evento delimitado anteriormente como elemento norteador para a análise, para uma categorização envolvendo os comportamentos dos principais alvos deste estudo, os moderadores da comunidade. Desta forma, poderemos organizar e também compreender, levando em conta aspectos de grupo e individuais, como as interações e relações entre moderadores e os demais participantes da comunidade podem designar aos primeiros o papel de líderes de opinião, caracterizando assim, a formação de um processo folkcomunicacional dentro da comunidade.

Esta categorização será sistematizada da seguinte maneira: utilizaremos a categorização sugerida por Recuero no que diz respeito aos aspectos individuais e de grupos. Dentro destes aspectos, criaremos categorias e subcategorias de análise buscando organizar e facilitar o tratamento dos dados coletados, relevantes ao comportamento dos moderadores, durante o período de monitoramento com vista a descobrir através destes se os moderadores

desempenham ou não um papel de líderes de opinião dentro da comunidade virtual. Portanto, a seguir vamos citá-las e contextualizá-las.

Aspectos individuais: de acordo com Recuero (2009, p. 50-51) são “aqueles que variam de acordo com os indivíduos”. Levando isto em conta, criamos subcategorias que nos ajudarão a quantificar os dados coletados na pesquisa. Vamos enunciá-las e conceituá-las a seguir:

1) Interação individual – Levando em conta o conceito de interação entre atores sociais elucidado por Recuero anteriormente no capítulo 2, esta categoria compreenderia a soma das interações e trocas entre cada moderador e os demais membros da comunidade. Esta categoria está dividida nas seguintes subcategorias:

a) Postagens: Nesta subcategoria serão contabilizadas as postagens de cada moderador nos tópicos selecionados para análise durante o período de monitoramento. A quantidade de postagens de cada moderador nos ajudará a verificar o quanto há de interação entre eles e a comunidade, individualmente. Conforme abaixo:

Moderadores	18/out	19/out	20/out	21/out	22/out	23/out	24/out	25/out	26/out	27/out	28/out	29/out	30/out	31/out	Total
Karla Faccat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lucas Souza	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	1	3	0	10
Lucas Argenta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Maiquel Brassiani	0	0	2	1	0	0	6	21	0	1	18	10	3	0	62
Israel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fabiano	0	0	0	0	0	0	9	1	0	0	0	0	0	0	10
Ademir	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Tabela: Número de postagens de cada moderador durante o período de monitoramento.

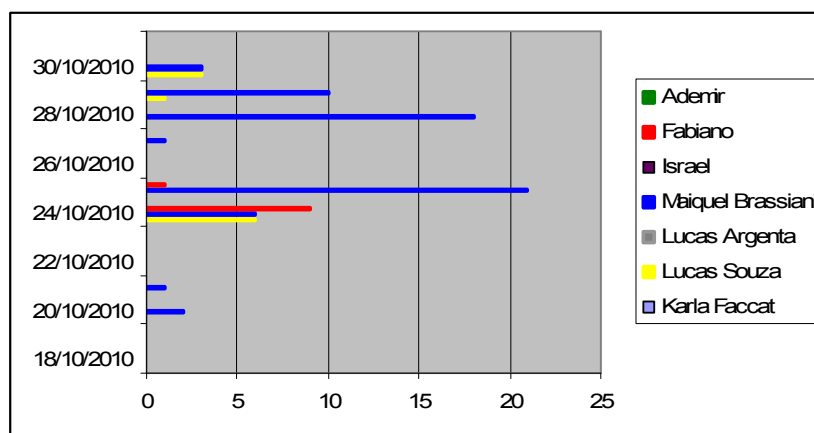


Gráfico: Número de postagens de cada moderador durante o período de monitoramento.

A partir desta tabela e gráfico, especificada com a quantia de postagens de cada moderador durante o período de monitoramento podemos perceber que apenas três, dos sete moderadores contabilizaram postagens, com destaque para o moderador “Maiquel”, que somou 62 postagens. A cerca deste, contabilizamos um número alto de interações na comunidade, em comparação aos demais moderadores onde demonstrou ser mais participativo, principalmente nos dias 24/10, dia do evento delimitado para análise e 25/10, um dia após o evento. Os outros dois “Lucas Souza” e “Fabiano” somaram 10 postagens cada um, demonstrando uma participação menos freqüente do que o moderador “Maiquel”, porém buscando manter alguma interação na comunidade. Importante ressaltar que o maior índice de postagens destes foi principalmente no dia do Grenal, evento norte da análise. Quanto aos moderadores que não mantiveram interações na comunidade durante o período de monitoramento, caso dos moderadores “Karla”, “Lucas Argenta” e “Ademir”, podemos dizer que não há preocupação destes em manter uma interação com a comunidade que monitoram, logo, não pretendem exercer papel de líderes na mesma, pois a sua participação e interação é nula. Portanto, nem todos os moderadores se fizeram presentes na comunidade, e os que se fizeram, tiveram uma participação mais ativa em determinados dias, não alternando suas postagens em vários destes. A presença e ausência dos moderadores serão especificadas mais adiante na próxima tabela.

b) Assiduidade: Nesta subcategoria levaremos em conta a presença ou ausência de cada moderador na comunidade durante o período de monitoramento. Serão contabilizados quantos dias cada moderador se fez presente e quantos estavam ausentes na comunidade. Esta subcategoria nos ajudará a perceber a quantidade de vezes que o moderador esteve presente na comunidade exercendo o seu papel de líder.

Moderadores	18/out	19/out	20/out	21/out	22/out	23/out	24/out	25/out	26/out	27/out	28/out	29/out	30/out	31/out	Total
Karla Faccat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lucas Souza	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	3
Lucas Argenta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Maiquel Brassiani	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	8
Israel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fabiano	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2
Ademir	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Tabela: Presença e ausência de cada moderador

Ausência: 0

Presença: 1

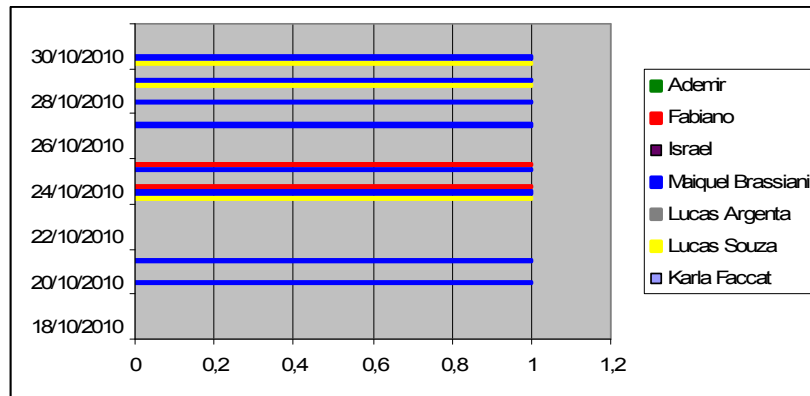


Gráfico: Presença e ausência de cada moderador

Para efeito de significação definimos o número zero para marcar os dias em que os moderadores não atuaram e o número um para os dias em que houve qualquer tipo de interação.

Podemos perceber a partir desta tabela e gráfico especificados com o número de dias, durante o período de monitoramento, em que os moderadores se fizeram presentes na comunidade, que o nível de assiduidade destes é bastante baixo. Inclusive, de acordo com a tabela, apenas três, dos sete moderadores participaram das interações na comunidade durante o período monitorado. Dentre os moderadores que participaram estão o “Maiquel”, presente na comunidade em oito dias, “Lucas Souza”, presente em três dias e “Fabiano”, presente em dois dias. É importante ressaltar que somente no dia do evento delimitado para análise, os três moderadores estiveram presentes em um mesmo dia. Isto significa que, apesar de obterem uma participação baixa na comunidade, estes moderadores mantiveram uma assiduidade através de suas presenças na comunidade, demonstrando desta forma seus papéis de líderes. Ao contrário dos moderadores “Karla”, “Lucas Argenta” e “Ademir”, que não estavam presentes em nenhum dos dias do monitoramento, ou seja, não há preocupação destes em desempenharem papéis de líderes na comunidade.

2) Tópico autoral: Compreenderia a capacidade dos moderadores de iniciar uma discussão ou uma interação com os demais membros da comunidade, a partir da criação de tópicos, onde os moderadores expõem sua própria interpretação do assunto, característica de um líder de opinião, de acordo com o conceito elucidado por Beltrão no Capítulo 1. Esta categoria está dividida nas seguintes subcategorias:

a) Assunto Grenal: Nesta subcategoria serão contabilizados os tópicos relacionados ao Grenal criados por moderadores. O intuito é quantificar e verificar o envolvimento destes com o evento e com os outros participantes da comunidade.

Moderadores	18/out	19/out	20/out	21/out	22/out	23/out	24/out	25/out	26/out	27/out	28/out	29/out	30/out	31/out	Total
Karla Faccat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lucas Souza	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lucas Argenta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Maiquel Brassiani	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
Israel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fabiano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ademir	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Tabela: Número de tópicos sobre o assunto Grenal

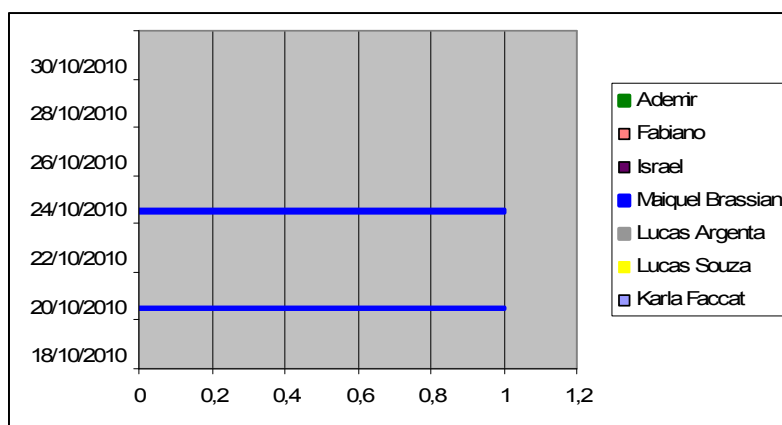


Gráfico: Número de tópicos sobre o assunto Grenal

De acordo com a tabela e gráfico acima, podemos perceber que a quantidade de tópicos relacionados ao Grenal, de autoria dos moderadores também é bastante baixa. São apenas dois tópicos a cerca do Grenal, e criado unicamente por um dos moderadores (“Maiquel”). É importante ressaltar que um destes tópicos, “Antes, durante e depois” criado no dia 24/10, data do Grenal, só pode ser postado pelos moderadores segundo entrevista com um destes (ver anexo pág. 65). Quanto aos outros moderadores, podemos dizer que não há preocupação destes em exercer os seus papéis de líderes dentro da comunidade, pois não mantiveram nenhum tipo de interação durante o período monitorado com relação à criação de tópicos a cerca do evento selecionado para análise. Logo, podemos dizer que não houve um grande envolvimento dos moderadores na comunidade no que diz respeito à criação de tópicos a cerca do Grenal. Portanto, esta característica identificada nos líderes de opinião, de acordo com o conceito elucidado no capítulo 1, que diz respeito a iniciar um assunto a partir da atribuição de sua própria interpretação do mesmo, não está presente na maioria dos

moderadores da comunidade analisada, segundo a quantidade de tópicos de autoria dos moderadores contabilizada na tabela a cima.

b) Outros assuntos: Nesta subcategoria serão contabilizados os tópicos contendo quaisquer assuntos criados por moderadores. O objetivo disto é verificar e quantificar o envolvimento e a participação de cada moderador na comunidade, a partir da criação de tópicos que iniciem um assunto.

Moderadores	18/out	19/out	20/out	21/out	22/out	23/out	24/out	25/out	26/out	27/out	28/out	29/out	30/out	31/out	Total
Karla Faccat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lucas Souza	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lucas Argenta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Maiquel Brassiani	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	3
Israel	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fabiano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ademir	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Tabela: Número de tópicos relacionados assuntos diversos

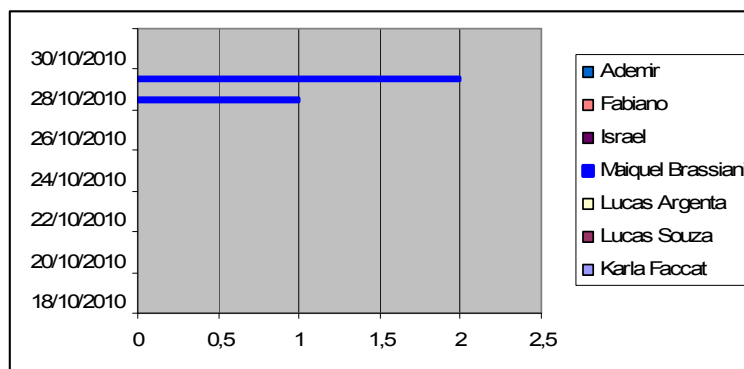


Gráfico: Número de tópicos relacionados assuntos diversos

A partir da tabela e do gráfico acima, podemos perceber que o número de tópicos criados por moderadores a cerca de outros assuntos também é baixo, porém, é maior que a quantidade de tópicos a cerca do Grenal. É importante ressaltar que os tópicos de autoria da moderadora “Karla”, não-contabilizados na tabela, foram criados fora do período de monitoramento, por se tratar de um tópico fixo relacionado a um tema específico denominado “propagandas aqui”, entretanto, foi um tópico que recebeu postagens durante o período monitorado. É importante dizer também, que a partir deste tópico fixo das propagandas, os moderadores exigem dos participantes a sua utilização com vista à organização e uma melhor sistematização das interações que dizem respeito às propagandas. Deste modo, os

participantes seguem à risca esta recomendação, pois se não o fizerem, podem ser banidos ou advertidos pelos moderadores. Os outros três tópicos foram criados durante o período de monitoramento, e pelo mesmo moderador (“Maiquel”). Um destes tópicos, o tópico denominado “Antes, durante e depois” postado antes de cada jogo, neste caso no dia 28/10, data do jogo do Grêmio contra o Fluminense, de acordo com entrevista feita com o mesmo (ver anexo pág. 65) só pode ser postado pelos moderadores, pois são regras da comunidade. Já os outros dois tópicos criados pelo “Maiquel”, continham assuntos relacionados ao Grêmio, porém, sem restrições quanto a sua autoria, o qual poderia ter sido postado por qualquer participante. Quanto aos moderadores que não postaram nenhum tópico a cerca de outros assuntos, podemos dizer que não há preocupação destes em exercer os seus papéis de líderes dentro da comunidade, pois não mantiveram nenhum tipo de interação durante o período monitorado com relação à criação de tópicos.

Contextualizada a categorização elaborada a cerca dos aspectos individuais, passaremos a seguir, a elucidar as categorias criadas a cerca dos aspectos de grupos.

Aspectos de grupo: segundo Recuero (2009, p. 50-51) são “aqueles que apenas podem ser desfrutados pela coletividade”. A seguir, as categorias criadas em relação a estes aspectos:

1) Interação coletiva - Compreenderia a soma das interações e trocas entre o grupo de moderadores e demais membros da comunidade. Esta categoria é baseada na interação, a exemplo da categoria a cerca dos aspectos individuais, porém, agora relacionada aos aspectos de grupo. Esta categoria está dividida nas seguintes subcategorias:

a) Postagens: Nesta subcategoria serão contabilizadas as postagens do grupo de moderadores nos tópicos selecionados para análise durante o período de monitoramento. A quantidade de postagens dos moderadores nos ajudará a verificar o nível de interação desempenhado pelos mesmos.

Postagens	18/out	19/out	20/out	21/out	22/out	23/out	24/out	25/out	26/out	27/out	28/out	29/out	30/out	31/out	Total
Moderadores	0	0	2	1	0	0	21	22	0	1	18	11	6	0	82

Tabela: Número de postagens dos moderadores durante período de monitoramento.

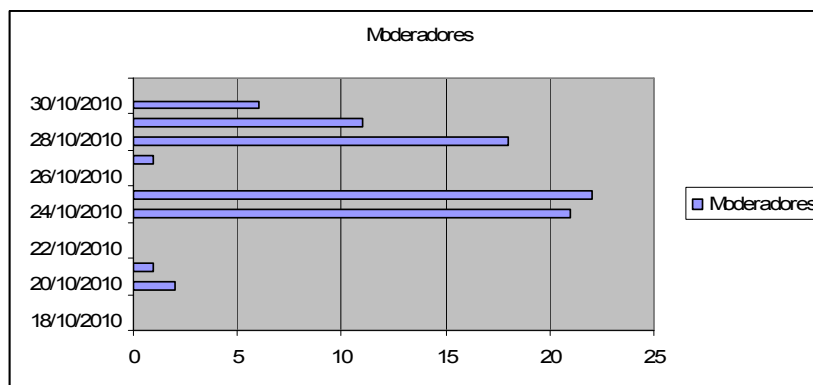


Gráfico: Número de postagens dos moderadores durante período de monitoramento.

De acordo com esta tabela e gráfico, especificada com a soma das postagens de todos os moderadores da comunidade virtual analisada, percebemos um envolvimento irregular e inconstante do grupo de moderadores para com a comunidade que monitoram. Os maiores índices de postagens foram identificados durante o dia 24 de Outubro, data do Grenal, evento delimitado como elemento norteador das análises, e também no dia 25 de Outubro, um dia após o evento. Notamos que os moderadores atuaram de uma forma mais intensa durante estes dias, devido à repercussão gerada pelo Grenal, e a importância deste para os torcedores, capaz de mobilizar discussões e gerar intercâmbio de informações entre os participantes da comunidade virtual e também destes com os moderadores da mesma.

b) Assiduidade: Nesta subcategoria levaremos em conta a presença ou ausência dos moderadores (do grupo) na comunidade durante o período de monitoramento. Serão contabilizados quantos dias os moderadores se fizeram presentes e quantos estavam ausentes na comunidade. Esta subcategoria nos ajudará a entender se a assiduidade é um indicio da postura de um líder de opinião e se pode interferir na atribuição de liderança aos moderadores. Só que agora analisando o grupo:

Assiduidade	18/out	19/out	20/out	21/out	22/out	23/out	24/out	25/out	26/out	27/out	28/out	29/out	30/out	31/out	Total
Moderadores	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	8

Tabela: Presença e ausência do grupo de moderadores

Ausência: 0

Presença: 1

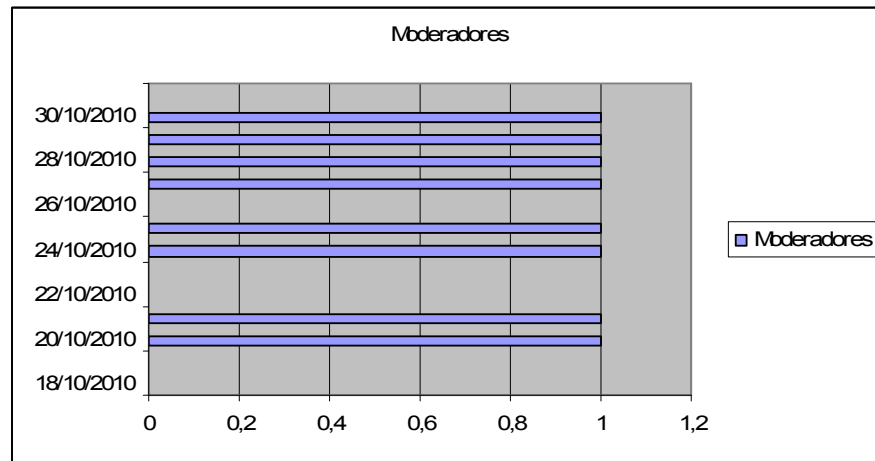


Gráfico: Presença e ausência do grupo de moderadores

Para efeito de significação definimos o número zero para marcar os dias em que os moderadores não atuaram e o número um para os dias em que houve qualquer tipo de interação. A partir da tabela e gráfico acima, podemos perceber que dentre os 14 dias de monitoramento, os moderadores atuaram em oito dias, em pouco mais do que a metade destes. Percebe-se que os moderadores abrem mão da sua condição de líderes comunitários. Podem até continuar a monitorar a comunidade, mas em metade dos casos não exercem seu “poder”.

2) Institucional - Baseados na categorização e no conceito de Recuero no capítulo 2, ressaltamos que esta compreenderia a estruturação geral dos grupos, ou seja, da comunidade virtual analisada, onde é possível conhecer as “regras” da interação social, concebidas pelos moderadores, e onde o nível de cooperação e coordenação é bastante alto.

a) Atuação dos moderadores: Nesta subcategoria, iremos contabilizar o número de vezes que os moderadores atuaram na comunidade contra os participantes que infringiam suas regras durante o período de monitoramento. Ou seja, iremos contabilizar quantas vezes os moderadores fizeram valer as regras gerais da comunidade, ou melhor, quantas vezes fizeram valer a sua função de moderadores por estarem sintonizados as normas de conduta da mesma.

Atuação dos Moderadores	18/out	19/out	20/out	21/out	22/out	23/out	24/out	25/out	26/out	27/out	28/out	29/out	30/out	31/out	Total
Moderadores	0	0	0	0	2	1	0	3	1	0	2	2	0	2	13

Tabela: Número de atuações dos moderadores contra os participantes que infringiam as regras da comunidade.

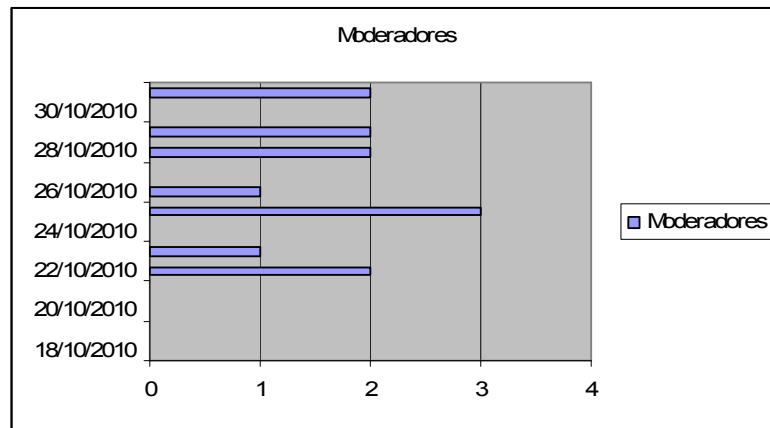


Gráfico: Número de atuações dos moderadores contra os participantes que infringiam as regras da comunidade.

De acordo com a tabela e gráfico a cima, os moderadores agiram contra os participantes que infringiram as regras da comunidade durante o período de monitoramento em 13 oportunidades. Podemos perceber, durante o monitoramento, que estas ações foram baseadas na exclusão de tópicos de participantes que não estavam de acordo com o padrão definido segundo as regras de postagens de tópicos das normas de conduta da comunidade criadas pelos moderadores. Verificamos que dentre estes, estavam tópicos com vírus e tópicos que não tinham ligação com o Grêmio. É importante ressaltarmos que durante o dia do evento os moderadores não precisaram atuar contra os participantes, pois estes não infringiram as regras da comunidade nesta data. Esta função de fazer valer as regras da comunidade a partir, por exemplo, da exclusão de tópicos que não seguiam as regras foi verificada a partir do monitoramento realizado.

A partir da coleta dos dados e da categorização quantitativa, elaborada na metodologia utilizada para esta análise de caso, verificamos que o papel dos moderadores da comunidade virtual “Grêmio – Nada pode ser maior” não é característico de líderes de opinião. Portanto, a seguir faremos as nossas considerações finais a cerca do tema e do objeto estudado nesta pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A folkcomunicação é um processo comunicativo e um sistema de expressão cultural das classes subalternas ou marginalizadas, o qual foi criado, caracterizado e conceituado pioneiramente por Luiz Beltrão após a realização de pesquisas em comunicação em decorrência de sua tese de doutorado (1967). É importante ressaltarmos que para o perfeito esclarecimento deste tema, e para fundamentarmos a sintonia e ligação deste para com o presente estudo, a cerca dos processos comunicativos dentro das comunidades virtuais, foi preciso entender a folkcomunicação como sendo um processo de troca de informações, onde a massa expõe suas ideias e atitudes a partir de agentes relacionados ao folclore ou à cultura popular. Beltrão baseou-se nos estudos e ensinamentos do pesquisador austríaco Paul Lazarsfeld, o qual dizia haver no processo de comunicação líderes de opinião que desempenhavam um papel de mediadores, interceptando a mensagem, antes de chegar à audiência final. Desta forma, Beltrão caracterizou o processo folkcomunicativo, identificando também a presença e atuação de líderes de opinião, os quais faziam um papel de intermediários do processo, retransmitindo a mensagem a uma audiência final. O entendimento a cerca das características dos líderes de opinião no processo folkcomunicativo norteou esta pesquisa, contribuindo para que estudássemos o papel dos moderadores dentro da comunidade virtual escolhida como sendo ou não característico de um líder de opinião.

Além da folkcomunicação, outro elemento fundamental e importante para o desenvolvimento desta presente pesquisa é a cibercultura, assunto aprofundado no capítulo 2 deste estudo. É, a partir do surgimento de novas tecnologias de informação, e a consequente expansão de novas formas de comunicação e sociabilidade (LEMOS, 2001), que a comunicação mediada pelos computadores (CMC), e incluindo aqui também a Internet, constroem e disponibilizam novas formas de relacionamento social e cultural. Este novo modo de desenvolvimento informacional baseado em tecnologias de conhecimentos e informação contribuirá para o surgimento de novas formas de sociabilidade, transformando a estrutura da sociedade, de modo com que esta, passe a organizar-se em redes interativas digitais. Esta transformação da estrutura social propiciada pela organização da sociedade em redes, fez com que a cultura da sociedade e dos indivíduos passasse por uma constante modificação e adaptação, com vista a adequar-se a este novo modelo estrutural de comunicação e sociabilidade. E isto foi de extrema importância ter sido estudado e aprofundado nesta pesquisa, devido a esta se tratar de um estudo a cerca das novas formas de

comunicação e sociabilidade como é o caso das comunidades virtuais, e a sua utilização como forma e suporte para as classes marginalizadas e populares expressarem e intercambiarem suas ideias, atitudes e opiniões, bem como em um processo folkcomunicativo.

Baseados nisto, partimos para uma análise de caso a cerca da apropriação da internet e das novas tecnologias da informação pelas classes subalternas e marginalizadas da sociedade. Nesta análise, buscou-se verificar se o papel que os moderadores, como atores sociais, desempenhavam na comunidade virtual “Grêmio – Nada pode ser maior” era característico de líderes de opinião e se conseqüentemente as interações na mesma caracterizavam um processo folkcomunicacional.

Podemos perceber a partir do monitoramento realizado na comunidade, que nem todos os moderadores desta participavam e mantinham interações contínuas com os outros participantes. Isto é respaldado pelos dados coletados na pesquisa, onde verificamos a partir das categorias de análises criadas o pequeno número de postagens, contabilizadas, de acordo com a tabela, por apenas três, dos sete moderadores, com destaque para o moderador “Maiquel”, que somou 62 postagens, enquanto o “Lucas Souza” e “Fabiano” somaram 10 postagens cada um. Já os outros quatro moderadores, “Karla”, “Lucas Argenta”, “Israel”, e “Ademir” não contabilizaram nenhuma postagem; também o pequeno número de assiduidade, que de acordo com o monitoramento apenas três, dos sete moderadores participaram das interações na comunidade durante o período monitorado. Dentre os moderadores que participaram estão o “Maiquel”, presente na comunidade em oito dias, “Lucas Souza”, presente em três dias e “Fabiano”, presente em dois dias. Já os outros moderadores não estiveram presentes em nenhum dos dias monitorados. Ao total, os moderadores estiveram presentes em oito, dos quatorze dias de monitoria. Consideramos um índice baixo devido a quantidade de moderadores nesta comunidade; e por fim o pequeno número de tópicos criados por moderadores, onde, de acordo com o monitoramento foram criados apenas cinco tópicos, e pelo mesmo moderador, “Maiquel”. Os outros moderadores não criaram nenhum tópico, caracterizando uma falta de preocupação com o seu papel de líder dentro da comunidade que monitoram. Logo, podemos considerar que os moderadores não exercem um papel de líder folkcomunicativo dentro da comunidade, de acordo com o conceito de líder elucidado por Beltrão no capítulo 1, mas sim de moderadores, ou seja, apenas monitoram a comunidade para que esta não se desorganize e para que os participantes não infrinjam as regras da mesma. Consideramos também que apesar de a comunidade virtual estudada se tratar de um assunto da cultura popular, que é o futebol, os processos comunicativos não ficaram caracterizados na nossa pesquisa como sendo folkcomunicacionais, devido à inexistência dos líderes de opinião.

É importante ressaltarmos que este estudo a cerca das novas tecnologias da informação, e a apropriação destas pelas classes marginalizadas da sociedade nos possibilitou obter um conhecimento que nos ajudará em posteriores estudos a cerca da cibercultura e seus afins, e também da cultura popular, bem como a folkcomunicação. Outra contribuição deste estudo é a possibilidade da utilização destes conhecimentos em pesquisas de mercado e planejamentos estratégicos envolvendo as classes populares da sociedade e também nas redes sociais digitais.

Portanto, esta pesquisa mostrou que a hipótese levantada não pode ser confirmada. Entretanto, o valor deste trabalho se dá pelo fato de já termos percorrido um importante caminho neste sentido. Percebemos que, por motivos alheios a esta nossa pesquisa, a participação de membros e moderadores, de uma forma geral, nas comunidades do ORKUT vem diminuindo drasticamente, fato que apareceu em evidência no monitoramento feito.

Com isto, pudemos perceber que a vontade de exercer liderança folkcomunicacional, na comunidade “Grêmio – Nada pode ser maior” tem diminuído e que há mais intuito de moderação do que de liderança. Neste sentido, cremos que, uma pesquisa qualitativa, com o mesmo tema e objeto, num próximo estágio, possa contribuir e se somaria a esta para identificar se o papel dos moderadores pode ser considerado como de líder folkcomunicacional.

Apesar disto, é importante ressaltar que pretendemos que este estudo não pare por aqui, no entanto, será preciso realizar novas pesquisas e até mesmo outra metodologia a cerca deste tema, levando em conta outros aspectos que ainda não foram aprofundados. Isto poderá ser realizado numa próxima fase acadêmica em nível de pós-graduação.

REFERÊNCIAS

Livros:

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

SCHIMIDT, Cristina. (org). **Folkcomunicação na arena global**: Avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 2000.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 6 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

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

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo. (org). **A Sociedade em Rede**: Do Conhecimento à Acção política. 2005.

RHEINGOLD, Howard. *A comunidade virtual*. Lisboa: Gradiva Publicações, 1996.

LEMOS, André; PALACIOS, Marcos. (Org.). *As janelas do ciberespaço* . Porto Alegre: Sulina, 2001.

SHORE, Cris. *Dicionário do pensamento social do século XX*. Rio de Janeiro:1996.

Artigos:

CORNIANI, Fábio. *Afinal, o que é folkcomunicação?* Disponível em: http://www2.metodista.br/unesco/agora/pmc_acervo_pingos_fabio.pdf. Acesso em 08 de jul. 2010.

RECUERO, Raquel. *Comunidades virtuais - Uma abordagem teórica*. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/recuero-raquel-comunidades-virtuais.pdf>. Acesso em 14 de Set. de 2010.

PINHO NETO, Júlio A. S. **Informação e sociabilidade nas comunidades virtuais**: um estudo sobre o Orkut. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/bocc-neto-orkuttex.pdf>. Acesso em 23 de Ago. 2010.

MACHADO, Jorge A. S. (2002) "*Ciberespaço e Esfera Tecno-social: uma Reflexão sobre as Relações Humanas Mediadas por Computadores*". Disponível em: <http://www.forum-global.de/articles/cyber/paper-vers1.htm> (2002) Acesso em: 07 de Jul.2010.

Sites:

<https://www.Orkut.com.br>. Comunidade virtual “Grêmio – Nada pode ser maior” Disponível em: <http://www.orkut.com.br/Main#Community?rl=cpp&cmm=583>. Acessado em: 18 de Maio de 2010.

<http://WWW.wikipédia.com.br> Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut>. Acessado em 14 de Dezembro de 2010.

ANEXOS

Entrevista realizada via web com o moderador “Maiquel” da comunidade “Grêmio – Nada pode ser maior”.

Entrevista realizada no dia 23 de Maio de 2010

1) Desde quando você passou a ser moderador da comunidade Grêmio – Nada pode ser maior? Foi necessário algum tipo de aprovação de alguém?

Sim, pra ser moderador da comunidade “Grêmio – Nada pode ser maior”, você tem que participar ativamente da mesma, sempre quando tiver um jogo comentar..., porque tem muita gente que entra na comunidade e não participa. Com o tempo, se você estiver participando ativamente da comunidade, você vai ser moderador um dia.

2) Ao me tornar membro da comunidade, esta não era moderada. Por que a comunidade passou a ser moderada?

Com ela moderada, poderia ser utilizado o HTML (postar fotos, vídeos em tópicos). E também o dono da comunidade só deixou ela ser moderada se tivesse oito moderadores.

3) Quanto à aprovação da entrada ou não de determinado membro, existe algum critério utilizado para tal?

Sim, pessoas que tiverem fotos no perfil com blusa do Internacional, por exemplo, não pode ser aceito, Orkuts que parecem ser fakes não entram, ou também se a pessoa tiver no seu perfil comunidades de outros times também não é aceito.

4) Como a comunidade possui oito moderadores, qualquer um destes tem autonomia para aceitar ou não algum membro?

Sim, todos os moderadores podem banir uma pessoa ou aceitar ela. Não é necessária uma reunião entre os moderadores para decidirem se aquela determinada pessoa deve ser banida ou não, pelo motivo que for, cada moderador tem seus méritos.

5) Quais são as regras de postagem?

Para um tópico ser aceito ele deve conter palavras que especifiquem o assunto. Tópicos com as palavras: [OLHEM ISSO] não pode. É necessário haver no tópico o assunto que vai ser colocado. Quando um tópico é excluído, existe na comunidade um tópico criado pela moderação, onde este tópico excluído é colocado, e já com o motivo pelo qual este foi excluído, pois, se algum participante vier reclamar do porque da exclusão de seu tópico, o motivo já estará La nesse tópico. Também não são aceitos tópicos com erro de digitação e nem com palavrões.

Também não é permitido fazer tópicos de propaganda, pois, já existe na comunidade um tópico para propagandas do tipo: comunidades, blog, etc...

Tem um tópico também para falar com a moderação se tiver uma reclamação etc.

6) E quanto a comentários com palavrões, pode?

Depende, se o comentário do participante for com um monte de palavrão, falando mal do Grêmio, o participante é expulso da comunidade. E também se tiver um comentário xingando um outro participante diretamente, este é banido da comunidade, é possível xingar, porém de uma forma que não seja direta.

7) Quanto às regras gerais, quem as criou?

Foi a moderadora Karla. Qualquer coisa relacionada a moderadores quem decide é ela como, por exemplo, quem vai ser moderador ou não. E ela também pode tirar o poder de um moderador, se ela quiser que este moderador saia, ela pode tirá-lo da moderação.

8) Em relação ao dono da comunidade, qual é o papel dele na mesma?

O papel do dono da comunidade é atualizar o perfil da mesma, como por exemplo: CONQUISTAS, JOGOS, PROXIMO JOGO. Porém, ele pode fazer tudo que os moderadores fazem, mas não é o papel dele.

9) Você acha que os moderadores têm só a função de cuidar da comunidade, ou também possuem uma função de líder de opinião da mesma?

A nossa função é de julgar e permitir ou não a entrada de algum tópico postado pelos participantes, porém, também postamos tópicos na comunidade para serem discutidos. A única coisa que postamos lá que ninguém pode postar são as regras da comunidade ou então tópicos do tipo Palmeiras x Grêmio ANTES/DURANTE/DEPOIS, isso quem posta somos nós moderadores. Cada um tem sua opinião, e esta é respeitada. Agente respeita se estiver dentro dos critérios de postagens.

10) Quanto a comunidade exclusiva para moderadores, qual o motivo de sua existência?

sim, essa comunidade também tem outra comunidade que é só para moderadores, sempre que uma pessoa é expulsa da comunidade "GRÊMIO NADA PODE SER MAIOR" nos temos uma comunidade só pra moderadores e lá tem um Tópico para o moderador postar por que aquela pessoa foi expulsa.

11) Como está dito na descrição da comunidade, é verdade que esta é a primeira comunidade do Grêmio no Orkut?

Isso não sei te responder, mais se não foi, pode apostar que é a comunidade mais organizada do GRÊMIO.

Entrevista realizada via web com a moderadora “Karla” da comunidade “Grêmio – Nada pode ser maior”.

Entrevista realizada no dia 23 de Maio de 2010

1) Dentre os moderadores, existe uma que é considerada a moderadora principal da comunidade segundo afirmação do moderador Maiquel. Por que existe uma moderadora principal se cada membro tem autonomia para decidir o que deve e o que não deve na comunidade?

Porque sou a moderadora mais velha, os outros sempre mudam, por falta de tempo e eu acabo ficando, entra moderador, sai moderador e eu sempre fico. Quando comecei a ser moderadora da comunidade havia 75 mil membros, e a moderação sempre foi mudando por um motivo ou outro, e eu fiquei.

2) Quando você começou a fazer parte da comunidade, e como surgiu o interesse? Foi necessária a aprovação de alguém?

Na verdade é uma historia grande. Na época a comunidade grande e mais ativa do Grêmio foi invadida e a moderação mudou, ai nessa troca me convidaram para assumir lá, aceitei, durou uma semana e os antigos moderadores pegaram ela de volta. O pessoal gostou do meu trabalho e pediu para eu ficar, porém, não me deixaram lá. Então, uma das pessoas da moderação me convidou para ficar na Grêmio – Nada pode ser maior (GNPSM), onde havia 73 mil membros mais ou menos, aí acabei aceitando e estou lá desde então. Para os novos moderadores que entram ou desejam entrar, normalmente discutimos se seria uma boa indicação e falamos com o candidato sobre a questão do tempo.

3) Em sua opinião a função do moderador é apenas cuidar da comunidade, ou os moderadores funcionam como um líder de opinião na comunidade?

Então, nós cuidamos, cada um tem uma opinião diferente e não é porque somos moderadores que não vamos expor opiniões, a gente dá opinião, mas algumas vezes temos opiniões contrarias. Na verdade, procuramos apenas liderar no sentido de não perder o foco da comunidade se a comunidade é do Grêmio vamos falar disso lá.

4) Quanto às regras gerais, quem as criou?

Então, algumas regras já existiam dai no ano passado decidimos atualizá-las, fazíamos uma reunião semanal online no MSN com todos da moderação e discutimos regra por regra ate concluirmos e deixarmos como elas estão agora, foi um trabalho em conjunto.