

A Construção da Identidade Gaúcha no Humor Regional¹

Priscilla Inês Pellenz EICH²

Flavi Ferreira LISBÔA FILHO³

Mariana Nogueira HENRIQUES⁴

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

Cada indivíduo tem uma identidade que é marcada culturalmente. Entretanto, essa pode ser alterada continuamente, uma vez que cada sujeito está suscetível a outras escolhas. O objetivo deste artigo é mostrar como o humor midiático utiliza a cultura gaúcha a partir de humoristas que exploram crenças e representações regionais, o que acarreta na propagação de identidades. Ainda, como o cômico atua junto ao público gaúcho principalmente em redes sociais, mostrando-se uma efetiva ferramenta de comunicação na internet. Para isso, os personagens Guri de Uruguaiana e o perfil *fake*⁵ do Sandro Sotilli são analisados.

PALAVRAS-CHAVE: humor midiático; gauchidade; identidade gaúcha; humor gaúcho; estudos culturais.

INTRODUÇÃO

Na mídia, cada personagem tem uma identidade, porém, mesmo sendo personagens, precisam ter uma conexão com o real, para facilitar o entendimento por parte do público, além de reforçar o sentimento de pertencimento. Para Nunes (2015, p.34),

A mídia modela a sociedade através de sua capacidade de produzir, ratificar e disseminar representações, e por meio dela cria a nossa visão de mundo, nossa auto-percepção e a percepção da sociedade como um todo, reproduzindo as ideias de grupos detentores de poder de voz pela mídia.

¹ Trabalho apresentado no IJ 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Graduação em andamento no curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Bolsista Iniciação Científica FIPE (2015). Contato: priscillapellenz@gmail.com.

³ Doutor em Ciências da Comunicação e professor e do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Contato: flavilisboa@gmail.com.

⁴ Mestre em Comunicação na linha de Mídia e Identidades contemporâneas pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Contato: mariananhsm@yahoo.com.br.

⁵ Personagem fictício, muito presente em redes sociais, inspirado em alguma pessoa pública.

Tal ação acontece em diversos contextos, como no caso do Rio Grande do Sul, uma vez que possui veículos direcionados para o público do estado. Entretanto, ainda tem uma intensa programação nacional reproduzida, especialmente pela tevê, o que Lisbôa Filho (2012) diz ser algo negociado entre as filiais ou afiliadas. Já na internet há uma profusão de conteúdo, uma vez que qualquer pessoa pode construir conteúdo próprio e disseminar como quiser. O humor é uma das formas mais fáceis de atingir qualquer público, talvez em virtude da necessidade que os sujeitos têm de serem felizes. A felicidade é algo que move as mais profundas emoções, sendo intimamente relacionada à cultura que cada um vive. Bergson (1940) vê essa construção simbólica do riso como sendo totalmente humana: feita por pessoas e para pessoas. Essas estão conectadas por similaridades, o cômico atinge tanto o universal como o particular. Porém, nesse último caso, é necessário o conhecimento cultural do receptor para poder entender a piada em questão.

Assim, a gauchidade pode ser vista como uma particularidade. Geralmente, quem é gaúcho consegue entender o humor regional a partir dos símbolos propostos, mesmo que aquilo não represente sua real identidade, mas é parte da cultura vivida. Questões humorísticas regionais atingem, em sua maioria, quem entende o que é exposto. Serão analisados personagens humorísticos regionais, levando em consideração a cultura do povo gaúcho no cotidiano, principalmente, na internet para refletir acerca de representação e identidade.

IDENTIDADE E CULTURA

A cultura é o que endossa a personalidade de cada indivíduo: forma a sua identidade. Desde o nascimento até o passar da vida, essa vai se alterando conforme gostos e vivências, tentando cada vez mais se aproximar ao verdadeiro “eu” de cada um. De acordo com Johnson (2006), os Estudos Culturais têm esse campo vasto em virtude de mudanças culturais, em que diversas alterações são propostas pelos participantes sociais. Todos os construtos sociais se tornam materiais, remetendo à ideia de Materialismo Cultural abordada por Raymond Williams. Cevalco (2001, p.158) lembra que “Uma questão fundamental para o materialismo cultural é compreender a inter-relação entre textos, arte, cultura, formações culturais e mudança social [...]”. Ou seja, toda cultura tem sua materialidade, em função do uso feito, produzido e reproduzido por seus atores sociais.

Criticidade é um elemento fundamental para a construção de novos preceitos culturais, e a diversidade se mostra construtora dos novos moldes. Cada qual tem sua particularidade, o que faz o contexto se limitar ao conhecimento de alguns. Ainda, segundo Johnson (2012, p.89), “O contexto determina o significado, as transformações ou a saliência de uma forma subjetiva particular, tanto quanto a própria forma”. As significações são culminadas tanto no universal quanto no privado, por isso há o entendimento em comunidades próximas.

Na internet, por exemplo, as identidades extrapolam os limites do real e assumem outras características, por vezes, voltadas ao exagero, que se ancora na comicidade. Isso corrobora ao pensamento de Pieniz (2009, p.201) quando diz que

A internet, como palco, até então, desprovido de rígidas regulamentações do poder público ou de censura direta por parte dos conglomerados midiáticos, torna-se um espaço de difusão de discursos que podem representar socialmente diversos sujeitos que não têm outro espaço de visibilidade. As manifestações discursivas desses sujeitos, por sua vez, podem constituir representações sociais de sua identidade [...].

O mundo virtual é uma oportunidade para quem não consegue expressar suas individualidades no plano real, já que não tem tantas cobranças e permite a conexão com pessoas de qualquer lugar. Entretanto, o local não perde seu espaço por causa disso, conforme afirma Brignol (2009, p.224), “Sabemos que embora a articulação entre culturas locais e a cultura global, potencializada pelas mídias, contribua para a alteração das identidades, está longe de ser responsável pelo seu enfraquecimento.”. O que pode haver, também, é a manifestação virtual de uma identidade pouco conhecida, o que contribui para seu reconhecimento mais amplo.

REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA E GAUCHIDADE

Mesmo não correspondendo a uma determinada identidade, a representação acontece quando se projeta algo parecido com o que há na sociedade. De acordo com Brignol (2009), a articulação mostra que existe o entendimento de diferentes identidades, que podem até representar o que acontece em círculos sociais próximos, mas não quer dizer que provocam a mudança de identitários.

Personagens midiáticos são moldados por culturas, porém são disseminados pela publicidade. Tornar público e conhecido é necessário para haver reconhecimento. Assim, a internet possibilita, até mesmo, que uma pessoa comum, sem ser famosa ou algo relacionado, possa ser reconhecida midiaticamente. Compartilhamento de conteúdo e aceitação dos usuários fazem com que a mensagem seja propagada e explorada.

As influências para se sentir representado, conforme o pensamento de Nunes (2015), vêm da cidadania que o indivíduo tem, sendo a mídia uma grande influenciadora para moldar novas representações. O meio forma, até mesmo, o inconsciente do indivíduo. Um exemplo de cultura apropriada é a gauchidade, citada por Lisbôa Filho (2012), que seria a cultura particular dos gaúchos, em que representações simbólicas são evocadas. A exemplo, cita-se o homem gaudério e pilchado sempre pronto para lutar, enquanto a mulher, vestida de “prenda”, cuida da casa e espera seu marido. Isso é uma representação simbólica que se alterou com o tempo e não contempla todas as identidades gaúchas.

Johnson (2006) aborda duas formas de cultura: a pública e a privada. A cultura gaúcha se encaixa nessas duas vertentes, uma vez que qualquer brasileiro consegue reconhecer o tradicionalismo, principalmente na vestimenta, porém não poderá entender todas as expressões e ações que o gaúcho faz, o que mostra que há privacidades, partilhada por aqueles que vivenciam o cotidiano.

As expressões gaúchas se manifestam diferentemente de sujeito para sujeito, em virtude da identificação de cada um. Entretanto, o tradicional é mais explorado, o que pode excluir as outras identidades. Conforme Lisbôa Filho (2012, p.43),

É interessante observar que há uma tendência de mediatizar o gaúcho ou enfatizar sua mediatização, em grande parte das vezes, numa relação de sentidos construída com o gaúcho tradicional e histórico, ou seja, o gaúcho associado ao meio rural, principalmente nas datas que dizem respeito às comemorações de revoluções, lutas, entre outras.

O sentimento da tradição é cultuado quando há aproximação com o público, independente se a representação é efetiva. A cultura indicia aspectos da vivência, mas não implica na construção total do sujeito. A gauchidade está muito relacionada, ainda, com aspectos passados, enaltecendo o tradicionalismo. Para Pieniz (2009, p.205) “Os textos verbais estão voltados para uma cultura em sua atualidade, apesar de ancorada em feitos do passado, os quais não são mais explicitamente venerados.”

CULTURA DO HUMOR NA IDENTIDADE MIDIÁTICA

Um dos suportes mais abordados midiaticamente é o humor. A sociedade precisa de momentos felizes, e nada mais humano do que sorrisos espalhados e compartilhados. O cômico está presente no social.

[...] não há comicidade fora do que é propriamente *humano*. Uma paisagem poderá ser bela, graciosa, sublime, insignificante ou feia, porém jamais risível. Riremos de um animal, mas porque teremos surpreendido nele uma atitude de homem ou certa expressão humana. Riremos de um chapéu, mas no caso o cômico não será um pedaço de feltro ou palha, senão a forma que alguém lhe deu, o molde da fantasia humana que ele assumiu. (BERGSON, 1940, p.7)

Inclusive, é uma troca de sentimentos, de acordo com Goldenberg e Jablonski (2011), uma vez que é um fenômeno social. As pessoas precisam de outras que as façam sorrir, para assim criar vínculos afetivos e de intimidade. O riso acontece de forma programada (quando alguém conta uma piada – um palhaço, por exemplo), ou de momentos espontâneos (quando alguém tropeça sem querer).

No caso midiático, também se mostra como algo social e constrói fatores relevantes, como afirma Nunes (2015, p.43) ao dizer que “[...] o humor é fator relevante de construção de representações imagéticas, quando explorado na mídia, em todos os seus meios [...]”. A mídia reproduz estereótipos e o humor se apropria deles para criar graças, fazer rir. Na mídia, o cômico é quase universal, mas permite que haja características privadas. Por isso a análise de segmentos culturais, para assim entender como o humor pode funcionar numa especificidade.

A GAUCHIDADE E O HUMOR

A cultura gaúcha tem características tradicionais, de conhecimento universal, mas também particularidades criadas ao longo do tempo. Existem estereótipos gaúchos que, muito abordados midiaticamente, criam personagens. Muitos desses, por exemplo, são voltados ao humor. O modelo dito por Bergson (1940, p. 61), sobre a pessoa que faz o humor, explana que “O humorista é no caso um moralista disfarçado em cientista, algo

como um anatomista que só faça dissecação para nos desagradar; e o humor, no sentido restrito que damos à palavra, é de fato uma transposição do moral em científico.”.

Não apenas o humorista, mas qualquer pessoa que se aproprie de situações engraçadas. No Rio Grande do Sul é frequente o uso de gírias (tais como “tchê” e “bah”) para criar um clima de comicidade e remeter ao regional, um humorista pode se valer delas. Pode não ter muita compreensão para o restante dos estados, porém para quem se considera como gaúcho, essa aproximação cativa risos. Tanto o Guri de Uruguaiana⁶ como o perfil *fake* do Sandro Sotilli⁷ usam essa estratégia para conciliar uma proximidade com o público gaúcho. Em contrapartida, outro humorista regional, o Willmutt⁸, buscava a identidade alemã presente no estado, sendo que para representar essa cultura utiliza palavras do próprio dialeto alemão, além do sotaque exagerado. Os personagens Guri de Uruguaiana e o *fake* do Sandro Sotilli aqui referenciados constituem-se no corpo de análise deste estudo e serão descritos na subseção analítica.

A indumentária dos personagens é outra maneira de conciliar proximidade com o regional, uma vez que parte de uma criação tradicional. Ainda, seguindo o pensamento de Bergson (1940), a pessoa que busca o cômico se caracteriza de modo a provocar o riso, além de se apropriar de falas que causem a atenção do público, para assim analisar o exposto e poder gargalhar da situação.

De acordo com Nunes (2015, p.43), “Independentemente de qual seja a função adotada pelos meios de comunicação, entende-se que estes disseminam através do humor, seja na televisão, publicidade, ou outras mídias possíveis, representações e imagens já existentes na sociedade.”. Isso representa que o humorístico não pode se separar do social: ambos estão intrinsecamente ligados. O entendimento precisa ter reconhecimento para a comicidade funcionar. Almeida (2014) fala sobre como os aspectos cômicos fazem parte, também, de algo cultural. Cabe perfeitamente a ideia do regional, em que os gaúchos veem a graça por sentirem a representação da sua vivência, mesmo que o estereótipo explorado não esteja de acordo com a sua identidade.

⁶ Personagem humorístico criado por Jair Kobe baseado em tradições gaúchas.

⁷ Perfil *fake* criado para enaltecer a cultura presente no interior do estado do Rio Grande do Sul.

⁸ Personagem humorístico criado por Cleiton Kurtz (*in memoriam*) baseado na cultura alemã presente no estado do Rio Grande do Sul.

METODOLOGIA

Será tida como referência para metodologia a abordagem dos Estudos Culturais, partindo do texto de Johnson (2006) e do conceito de materialismo cultural de Williams apud Cevasco (2001).

O campo dos Estudos Culturais é amplo, o que permite o enorme estudo acerca de qualquer fenômeno social. De acordo com Johnson (2006, p.25)

[...] os Estudos Culturais dizem respeito às formas históricas da consciência ou da subjetividade, ou às formas subjetivas pelas quais nós vivemos ou, ainda, em uma síntese bastante perigosa, talvez uma redução, os Estudos Culturais dizem respeito ao lado subjetivo das relações sociais.

Já o materialismo cultural estrutura o que seria “palpável” a partir dos construtos sociais. Os indivíduos materializam a cultura, ou seja, eles a modelam e a tornam existentes devido a criações simbólicas, de sentido universal dentro de determinado grupo. Williams (2003) afirma que a cultura tem três categorias gerais: a ideal (estado de perfeição humana), a documental (obras e conceitos que são criados historicamente) e a social (comportamentos e significados sociais). Diante disso, percebe-se que culturalmente qualquer ação provém do fator social, independente da categoria. É um processo que se materializa, mas mesmo assim tem mudanças históricas. Está longe de se manter intacto no decorrer dos anos.

Nesse sentido, o presente estudo busca analisar como a cultura está inclusa no humor regional, por isso o enfoque em como os personagens gaúchos são construídos. A cultura do humor traz fatores sociais subjetivos, em virtude da risada ser causada por manifestações pessoais não explicativas em muitas situações. As pessoas têm o costume de rir da surpresa, o que pode causar dúvida sobre o real motivo dos risos.

O materialismo cultural explica que todo o material é criado por construções culturais. O significado de uma piada, por exemplo, passou por toda uma construção simbólica para então ter significação para os receptores. “Especificar a relação entre o mundo material e a significação é a porta de entrada para se entender o que se dá efetivamente na vida social e para se contrapor às descrições que falseiam essa realidade.” (CEVASCO, 2001, p.143).

Os personagens são criados a partir daquilo que forma o real. No caso do humor regional, a gauchidade faz-se necessária para haver relação com a cultura local. As

características marcantes, desde vestimenta até o sotaque, são importantes para haver identificação com os significados propostos. Para isso, os humoristas escolhidos foram o Guri de Uruguaiana e, também, o *fake* do Sandro Sotilli, em virtude de um abranger uma identidade marcada regionalmente e, o outro, um segmento específico do estado. Será analisado o *site* e todas as redes sociais do Guri, e para o perfil do Sandro foi realizada, como complemento, uma breve entrevista com o criador do personagem, a fim de saber dados básicos que não estão presentes na página do Facebook.

PERSONAGENS GAÚCHOS: ANÁLISE DE IDENTIDADES

Antes de analisar a representação midiática, será feita uma breve descrição dos personagens, a fim de conseguir entender como esses trabalham suas identidades e como estão inseridos midiaticamente.

Guri de Uruguaiana

O personagem Guri de Uruguaiana (figura 1) foi criado pelo humorista Jair Kobe para representar o gaúcho tradicional, da fronteira e bem “macho”. O autor, mesmo tendo na criação o complemento “de Uruguaiana”, é natural de Porto Alegre, o que mostra que há proximidade com a cultura gaúcha. Tem 56 anos, o que representa o pertencimento à geração que não tem a internet como principal recurso. Mesmo assim, nas redes sociais encontra sua maior aliada para a propagação de conteúdos humorísticos.



Figura 1 – Guri de Uruguaiiana
Fonte: Página do Facebook⁹

Para a construção do personagem a indumentária típica gaúcha foi explorada, sendo que ele tem caracteristicamente o chapéu, a bombacha e a camisa, ambas pretas para destacar o sempre usado lenço vermelho. É bastante visível o exagero no cabelo e no bigode, o que traz a imagem do “velho gaúcho”, com aparência rude e pouco preocupado com beleza, o que remete ao ideal do homem do campo. O uso de gírias gaúchas (como “chê” e “bah”) é frequente em todas as publicações, tanto escritas como audiovisuais.

Nas redes sociais, o Facebook pode ser visto como a plataforma que mais tem acessos, uma vez que sua página foi criada em 2011 e, atualmente, possui mais de 2.700.000 curtidas¹⁰. Possui contas no Twitter, Instagram, Blog e grupo de WhatsApp, com conteúdos similares aos usados no Facebook. Além desses, o site que tem todas as informações necessárias, inclusive para contato com Jair.

Um dos focos principais de seu trabalho, agora, é o canal do YouTube¹¹. Sua conta é personalizada de acordo com características gaúchas e do personagem. Analisando o audiovisual, nota-se a presença das cores da bandeira do Rio Grande do Sul (verde, vermelho e amarelo) remetendo ao povo gaúcho. No início e final da maioria dos vídeos toca uma música gaudéria, como forma de motivar o receptor à representação gaúcha desde o primeiro momento até o final. O uso de títulos grandes em cada vídeo mostra uma

⁹ Disponível em: <facebook.com/jairkobe>. Acesso em: 31 mar 2016.

¹⁰ Todos os dados presentes neste artigo são até março de 2016. Por isso, números de curtidas, visualizações e afins podem alterar.

¹¹ Disponível em: <youtube.com/user/Jairkobe>. Acesso em: 31 mar 2016.

tendência bastante presente em *vlogs*, o que perpetua que, mesmo buscando traços culturais históricos, não há como resistir à estética atual para cativar o público.

Geralmente posicionado em um fundo branco, Jair fica totalmente em destaque, caracterizando seu papel de protagonista. O Guri fala desde fatos gaúchos até temas atuais, o que pode atrair públicos diferenciados, ampliando seu segmento. Próximo do fim dos vídeos há o espaço para anúncios publicitários que tenham a ver com a gauchidade. Uma propaganda que está frequente nas últimas publicações é o da “Erva-Mate do Guri de Uruguaiana”, em que o próprio fala sobre o produto.

Sandro Sotilli

Para analisar o personagem Sandro Sotilli (figura 2), realizou-se uma breve entrevista com o criador do mesmo. Segundo respostas, o dono do perfil tem 20 anos e é de Santa Rosa, cidade do interior do Rio Grande do Sul. A pessoa pública, Sandro Sotilli, é um ex jogador de futebol que atuou como atacante em muitos times gaúchos, tornando-se destaque regional.



Figura 2 – *Fake* do Sandro Sotilli
Fonte: Página do Facebook¹²

O personagem, presente principalmente no Facebook e Twitter, foi criado no fim de 2013, tendo a característica de *fake*. É de conhecimento do Sandro “real”, uma vez que ele e o criador possuem contato profissional e pessoal. A página tem, atualmente, mais de 415 mil curtidas. A pauta principal das piadas publicadas é a vida no interior gaúcho, o que

¹² Disponível em: <facebook.com/SandroSotigol>. Acesso em: 31 mar 2016.

segmenta o entendimento em todo o regional, diferentemente do Guri de Uruguaiana, que possui características mais difundidas e tradicionais do estado. Entretanto, há o uso de cotidianidades gaúchas, como as cores da bandeira e gírias regionais.

São marcantes as analogias com a *San Marino*, uma banda bastante presente em bailes no interior do Sul e que tem músicas características voltadas à denominada “dor de cotovelo” ou, então, de amor. O futebol, principalmente a rivalidade entre os times gaúchos Grêmio e Internacional, ocupa grande parcela das publicações, provocando risos e até discórdia, dependendo do time ao qual o receptor torce. Inclusive, piadas relacionadas a costumes regionais e locais são frequentes, além de existir a ligação com temas atuais que viram *memes*¹³ brasileiros. No campo audiovisual não existem muitas publicações e, caso tenha alguma, remete ou a uma música local ou um vídeo postado por outro meio que tenha a ver com a página.

As propagandas não são muito frequentes na página, porém em certas publicações ele cita nomes de marcas, como fez com a Olina, que é um remédio bastante conhecido regionalmente. No entanto, nota-se que as marcas não ocupam um espaço tão grande nas publicações da página.

E AS REPRESENTAÇÕES, TCHÊ?

A palavra do título, “tchê”, já pode ser vista como uma referência ao povo gaúcho, por ser uma expressão usual do estado. O Guri de Uruguaiana usa frequentemente gírias gaúchas, principalmente em seus vídeos, o que mostra uma proximidade com o receptor. Inclusive, ele chega a, de certa forma, imitar o cultural. “Imitar alguém é destacar a parte do automatismo que ele deixou introduzir-se em sua pessoa. É pois, por definição mesmo, torná-lo cômico.” (BERGSON, 1940, p.20). Não é exclusividade dele imitar o gaúcho, uma vez que vários humoristas brincam com o sotaque e malemolência do povo gaudério.

Diferente do Guri, o *fake* Sandro Sotilli não tenta se caracterizar com a imagem gaúcha, mas sim se apropriar de usos linguísticos para uma proximidade cultural por meio de piadas. A afirmação de Almeida (2014, p.56) diz que

[...] falar em linguagem é considerar o sujeito e sua participação social. Sendo assim, o significado é construído a partir do envolvimento do saber, do conhecimento sobre o objeto ao qual alguém se refere. Essa troca de

¹³ Designação para algo viral da internet, geralmente com viés de piada e com base em fatos atuais.

significados nasce das posições e relações sociais com o outro, através da linguagem.

Os significados foram produzidos culturalmente, o personagem do Sandro se apropriou para conseguir que seu público reconhecesse a mensagem. Algumas expressões como “pila” e “bergamota”, não tão usadas no cotidiano brasileiro, são variáveis de linguagem que formam o endosso social da gauchidade. O uso frequente de palavras em caixa alta (letras maiúsculas) pode ser ligado ao jeito de falar gaúcho, que é caracterizado pela forma rude e espontânea nas falas.

Muitas vezes, também, o personagem se volta à realidade mais local, presente no interior do estado, como no caso de publicações ligadas ao futebol regional. Essa particularidade faz com que a piada se restrinja a um segmento menor, entretanto o efeito para o público primário é mais eficaz.

Para Goldenberg e Jablonski (2011) o humor é uma interação entre emissor e receptor. Quando os humoristas criam a piada, o objetivo é que crie uma ligação: um mero sorriso de lado já é uma troca de sentimento. O Guri de Uruguaiana usa em seus vídeos essa ideia de conversa, como se estivesse falando diretamente com a pessoa que está por trás da tela. Cria-se um laço de intimidade, mesmo que os participantes estejam distantes. A presença da cuia de chimarrão e a vestimenta reforçam a identidade gaúcha, o que complementa a fala do personagem. “A identificação dos espectadores com os personagens e suas alegrias e sofrimentos parece produzir uma sensação positiva, já que significa compartilhar os próprios problemas com alguém mais importante.” (NUNES, 2015, p.38).

Representação Virtual

As mídias, principalmente a internet, são as formas de se chegar mais facilmente aos públicos desejados. Ela permite conteúdos variáveis, que representam diversas culturas. Personagens como o Guri de Uruguaiana e Sandro Sotilli usam as redes sociais para difundir as mensagens mais facilmente. O virtual caracteriza uma aproximação de participantes sociais, já que possibilita a troca cultural de qualquer região do país – e do mundo. O humor vê uma oportunidade de disseminação significativa para o reconhecimento. Ambos os humoristas analisados estão presentes atentamente nos círculos de redes sociais, buscando assuntos que estejam de acordo com o que o público queira comentar ou discutir.

A criação humorística parte dos seres reais e a mídia é um círculo em que se encontra todo e qualquer tipo de identidade, sendo que as representações são consequentes da diversidade identitária. Nunes (2015) acredita que a mídia usa imagens presentes na sociedade, o que facilita a representação. Ela reforça estereótipos e busca mediatizar o imagético aquilo que lhe convém, por isso o caráter massivo e redundante. O Guri de Uruguaiana busca ligar sua imagem para o gaúcho tradicional, com o foco na massa, enquanto o personagem Sandro Sotilli se vale das redes sociais de forma mais libertária e contemporânea.

No caso das redes sociais, existe a possibilidade dos personagens criarem uma proximidade com seus públicos, mostrando assim uma faceta do real, em que não há superioridade do emissor. Aquela distância de ídolo/fã tem diminuído gradativamente com o contato possível em qualquer meio de comunicação.

CONSIDERAÇÕES

As identidades são construídas culturalmente, suas representações aparecem como forma de ligação entre os sujeitos. A mídia facilita todos os tipos de contatos, o que culmina com a ideia da comunicação social: algo que está conectado à sociedade. O humor é uma construção social e só existe porque as pessoas criaram imagens representativamente engraçadas e moldaram caricaturas para o riso.

A comicidade não é algo totalmente explicado, como lembra Bergson (1940) quando reafirma em seu texto que cada momento cômico é diferente. O riso tem o poder da surpresa, não há como programar quando gargalhadas serão soltas. Ainda, é algo pessoal: nem todos têm motivos para rir das mesmas coisas. Assim, entra a questão da particularidade gaúcha, em que personagens que representam essa cultura têm mais graça para quem convive com essa realidade. O ideal de representação é essencial para qualquer tipo de emoção humana.

No humor gaúcho se percebe a continuação da identidade gaúcha cultural, uma vez que os personagens reforçam a linguagem e, até mesmo, costumes que são característicos do regional. Mesmo que a pessoa não se identifique com o que presencia midiaticamente, ela pode notar a representação cultural, desde que os significados passados sejam de conhecimento pessoal.

A internet é a principal ferramenta usada pelo Guri de Uruguaiana e o *fake* Sandro Sotilli, em virtude do poder disseminador que as redes sociais possibilitam. O cômico percebe, nas mídias, o reforço para as piadas, podendo haver um reconhecimento mais abrangente por parte do público. E, para os personagens, há uma facilidade em promover suas imagens, o que ajuda na criação das identidades e culmina na propagação das imagens representadas.

Cada personagem busca traçar um perfil virtual. O Guri tem características mais tradicionais, uma imagem de “tiozão”, em que o público primário tem idade semelhante ao do próprio Jair Kobe. Isso entra em acordo com o pensamento de Lisbôa Filho (2012), ao ver que existe ênfase na midiatização do gaúcho tradicional.

Já a página do Sandro brinca com a ideia do que está em alta nas redes, além de usar uma linguagem menos redundante ao gaúcho, o que culmina na atração do público mais jovem, com idade similar ao dono do *fake*. Com isso, é notável a demonstração que a cultura regional, mesmo com as tradições, pode se alterar de acordo com os participantes sociais, em virtude das diferentes identidades e representações.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Everaldo dos Santos. **Humor e linguagem nas telas da mídia**: da conversação à ressignificação linguística na programação de entretenimento da televisão brasileira. *Revista Philologus*, Ano 20, N° 59. Rio de Janeiro: CiFEFiL, maio/ago 2014, p. 52-68.

BERGSON, Henri. **O Riso – Ensaio sobre a significação do cômico**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1940. Disponível em:
<<http://www.filozar.com.br/filosoficos/Bergson/BERGSON,%20Henri.%20O%20Riso.pdf>>.
Acesso em: 30 nov 2015.

BRIGNOL, Liliâne Dutra. O gaúcho em diáspora: identidade, migração e usos sociais da internet. In: FELIPPI, Ângela; NECCHI, Vitor. **Mídia e Identidade Gaúcha**. Editora Edunisc, 2009.

CEVASCO, Maria Elisa. Questões de Teoria: O Materialismo Cultural. In: CEVASCO, Maria Elisa. **Para ler Raymond Williams**. São Paulo: Paz e Terra, 2001, p. 115-171.

GOLDENBERG, Mirian and JABLONSKI, Bernardo. **O gênero da risada**. *Psicol. clin.* [online]. 2011, vol.23, n.2, pp. 17-29.

JOHNSON, Richard. O que é, afinal, Estudos Culturais. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

KOBE, Jair. **Blog do Guri de Uruguaiana**. Disponível em: <jairkobe.com.br>. Acesso em: 02 dez 2015.

LISBÔA FILHO, F. F. . **A Gauchidade Midiática no RS**: Apontamentos sobre a Cultura Regional na Mídia. Revista Comunicação Midiática (Online), v. 7, p. 40-57, 2012.

NUNES, André Almeida. O uso do humor como elemento formador de representações na mídia. In: BRAGA, C.F., CIRINO, J. A. F. (Orgs.). **Representações Sociais e Comunicação**: diálogos em construção. Goiânia: UFG/FIC/PPGCOM, 2015, p. 33-44.

PIENIZ, Mônica. Articulação global-local: representações da identidade de gaúchos em comunidades virtuais. In: FELIPPI, Ângela; NECCHI, Vitor. **Mídia e Identidade Gaúcha**. Santa Cruz do Sul: Editora Edunisc, 2009.

WILLIAMS, Raymond. **La larga revolución**. Buenos Aires: Nueva Visión, 2003.