

DAYANE DA SILVA ANDRADE

O MEME COMO PROPAGADOR DA REGIONALIDADE NORDESTINA

**Campina Grande-PB
2018**

O MEME COMO PROPAGADOR DA REGIONALIDADE NORDESTINA¹

Dayane da Silva ANDRADE²
Adelino Pereira da SILVA³

RESUMO

Nascido na era da cibercultura, os “memes da internet”, ganham cada vez mais espaço nas redes sociais online e trazem consigo novas expressões e modos de se comunicar, próprias do ambiente cibernético. A fim de compreender esse fenômeno, a pesquisa apresenta elementos para uma reflexão que vem ganhando cada vez mais espaço no meio digital, e que, de algum modo, tem influenciado a forma de compartilhamento e acesso a determinados assuntos como também a outras culturas. Para isso, recorreremos a visão de alguns estudiosos acerca do tema, apresentando conceitos que nos auxiliam na compreensão da cultura midiática, cibercultura, consumo e sociedade, bem como o caráter do próprio *meme*. Tendo como objeto de estudo a *fanpage* no Facebook do “Bode Gaiato”, que mistura humor e regionalidade nordestina, investigamos como o processo interacional se realiza e, ao mesmo tempo, se apresenta como “propaganda” de uma cultura regional.

Palavras-chave: Cibercultura. *Memes*. Identificação Cultural. Bode Gaiato.

ABSTRACT

Born in the age of cyberculture, "internet memes" gain more and more space in online social networks and bring with them new expressions and ways of communicating, typical of the cyber environment. In order to understand this phenomenon, the research presents elements for a reflection that has been gaining more and more space in the digital environment, and which, in some way, has influenced the way of sharing and access to certain subjects as well as to other cultures. To do this, we have recourse to the vision of some scholars on the subject, presenting concepts that help us in understanding the media culture, cyberculture, consumption and society, as well as the character of the meme itself. Having as a study object the fanpage on Facebook of "Bode Gaiato", which mixes humor and regionality in the Northeast, we investigate how the interaction process takes place and, at the same time, presents itself as "propaganda" of a regional culture.

Keywords: Cyberculture. Memes. Cultural Identification. Bode Gaiato.

¹ Artigo apresentado à pós-graduação em Comunicação Digital do Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos (Cesrei) da Faculdade Reinaldo Ramos

² Graduada em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo pela UEPB. Pós-Graduada em Comunicação Digital pela Cesrei. Mestranda em Ciências Sociais pela UFCG, bolsista Capes/Fapesq. E-mail: dayandrad01@gmail.com

³ Orientador. Professor da Graduação e Pós-Graduação na Faculdade Cesrei. Doutorando em Filosofia (UFPE/UEPB/UFRN) e Mestre em Comunicação (UEPB). E-mail: ade.lino@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

Marcado pelas diversas modificações e transformações, o ambiente digital da *web* tem possibilitado cada vez mais o surgimento de novos sujeitos criativos, comunicativos, produtores e reprodutores de conteúdo – o que alguns teóricos irão chamar de *prosumers*⁴. Através da imensidão de novos aparatos tecnológicos, a comunicação no ciberespaço vem ganhando cada vez mais espaço na vida dos usuários da *aldeia global* de McLuhan, afinal, a mudança comportamental dos indivíduos nos tempos modernos tem levado cada vez mais pessoas a utilizarem a internet como uma ferramenta de interação, informação e entretenimento, onde as suas relações sociais são mantidas e novos laços construídos.

Um fato de grande relevância foi a apropriação da cultura e a identificação cultural dos sujeitos pelos meios de comunicação digital. Por meio da estrutura virtual, ocorreram mudanças e reconfigurações significativas nas obras e produções da atualidade. Hoje, a construção de manifestações artísticas e literárias circula nesse espaço de forma livre, e rompem as barreiras antes existentes entre a cultura erudita, voltada apenas para um público pequeno e específico da sociedade, e a cultura popular, produzida pelo povo.

Deste modo, apresentamos uma questão norteadora deste estudo: Se o ambiente virtual permite que haja interação entre os mais variados tipos de indivíduos e permite o livre acesso aos mais diversificados conteúdos, será que, de fato, neste ambiente, as mais diferentes culturas encontram-se misturadas? Os indivíduos costumam utilizar o ciberespaço como uma ferramenta para buscar informações que os identifiquem ou os aproximem da sua cultura local? Podemos considerar que já há uma heterogeneidade entre as mais diversas culturas?

Nesse contexto, encontra-se cada vez mais, em especial, nas redes sociais online, manifestações de dinamismo digital que convergem na criação de gêneros característicos próprio do ambiente virtual, como é o caso da *fanpage* “Bode Gaiato” que, a partir da utilização de “*memes*”, traz um novo significado para assuntos do cotidiano, evidenciando a cultura e identidade nordestinas através do humor e do

⁴ Em 1980, o futurologista Alvin Toffler, já havia introduzido o neologismo *prosumer*, que faz referência justamente a esse novo tipo de consumidor contemporâneo no contexto das mídias digitais. Os *prosumers* são consumidores proativos e dinâmicos que compartilham sua opinião e podem ocupar simultaneamente duas posições: a de produtor e a de consumidor de conteúdo.

regionalismo que são compartilhados, alcançando uma alta popularidade em poucas horas, permitindo deste modo que os indivíduos se identifiquem de alguma forma pelo vínculo sociocultural e interajam virtualmente entre si. A rede Facebook caracteriza-se especialmente pela interação que é proporcionada aos seus usuários através de comentários e botões de “curtir” e “compartilhar”. A *fanpage* “Bode Gaiato” será analisada a partir de publicações que mais à frente serão apresentadas, de acordo com os mecanismos proporcionados pelas redes (curtir, compartilhar e comentar).

Assim, este trabalho busca compreender e evidenciar como o fenômeno dos “memes”, disseminados nas redes sociais, auxiliam na propagação de manifestações culturais, impulsionando a representação e identificação de nordestinos na página virtual do *Facebook* “Bode Gaiato”. O estudo justifica-se, em especial, pela contribuição teórica que ele irá proporcionar para discussões sobre a reconfiguração social a partir das novas tecnologias e como novas expressões e maneiras de se comunicar próprias do ambiente cibernético podem auxiliar na propagação e acesso a determinadas culturas. Para alcançar os objetivos desejados, e afim de melhor compreender o fenômeno exposto, inicialmente iremos recorrer a pesquisa bibliográfica e posteriormente a análise da *fanpage* em caráter exploratório.

Para maior veracidade da pesquisa, faremos um recorte de 5 publicações da *fanpage* “Bode Gaiato” do primeiro trimestre – janeiro, fevereiro e março- de 2018. A escolha do recorte dessas publicações e da delimitação do período é justificada pelo grande número de postagens que ocorrem na página diariamente, além disso, houve critérios para escolha como, elaborar 3 categorias de análises para elas, que serão apresentadas no decorrer deste trabalho.

Cibercultura, redes sociais na internet e identificação cultural

De acordo com os estudos de comunicação, as redes sociais na Internet são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões onde geralmente são individualizadas e personalizadas (RECUERO, 2009). Assim, pode-se dizer que vivemos hoje em uma sociedade que sofre grande influência das redes sociais online. As novas tecnologias não param de avançar, ferramentas e possibilidades comunicativas aumentam a cada dia e a maneira como os indivíduos se portam diante dessa revolução tecnológica mudou significativamente se comparado a décadas anteriores.

O século XX ficou conhecido como um período que se notabilizou pelos constantes avanços e revoluções tecnológicas. Neste século, houve diversos movimentos de rupturas pragmáticas que desencadearam em práticas independentes de criação de filmes, e uma imprensa própria, como forma de romper o sistema unilateral da época. Em paralelo, a partir do ano 2000, teve início o processo de convergência midiática, que desempenhou um papel importante para o desenvolvimento da midiatização atualmente. A convergência pode ser entendida como uma palavra que define mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura (JENKINS, 2009).

Os *sites* de redes sociais na internet representam a constituição de grupos de interesse mútuo que tem as suas relações mediadas pelo computador. Para Recuero (2009), é importante que haja uma diferenciação entre redes sociais na internet e outras redes, afinal as conexões são os elementos criadores da estrutura de representações que formam as redes sociais. A autora diz que,

Essas conexões, na mediação da Internet, podem ser de tipos variados, construídas pelos atores através da interação, mas mantidas pelos sistemas online. Por conta disso, essas redes são estruturas diferenciadas. Ora, é apenas por conta desta mediação específica que é possível a um ator ter, por exemplo, centenas ou, até mesmo, milhares de conexões, que são mantidas apenas com o auxílio das ferramentas técnicas. Assim, redes sociais na Internet podem ser muito maiores e mais amplas que as redes offline, com um potencial de informação que está presente nessas conexões. (RECUERO, 2009, p. 29).

As tecnologias têm alterado de forma significativa e simplificado as limitações, antes existentes. Os sites de redes sociais configuram-se especialmente por representarem um novo contexto na vida social dos indivíduos por intermédio da internet, inúmeras possibilidades interativas como sons, imagens e textos estão à disposição para serem utilizadas simultaneamente. Ao observar as interações de identificação dos integrantes no mundo virtual é possível perceber os atores e a interação que se constrói entre eles, reafirmando que as conexões consistem em laços sociais estabelecidos pelos atores envolvidos,

Laços consistem em uma ou mais relações específicas, tais como proximidade, contato frequente, fluxos de informação, conflito ou suporte emocional. A interconexão destes laços canaliza recursos para localizações específicas na estrutura dos sistemas sociais. Os padrões

destas relações - a estrutura da rede social - organiza os sistemas de troca, controle, dependência, cooperação e conflito⁵. (WELLMAN, 2001, p. 7).

De acordo com Lemos (2003), as novas ferramentas de comunicação geram efetivamente novas formas de relacionamento social. Tal realidade acontece, em especial, pelo advento da *cibercultura*, nascida do impacto das novas tecnologias, promovendo uma recombinação da ciência com as artes e exprimindo a produção simbólica de determinados grupos sociais, atingindo a todos os conectados na rede.

A *cibercultura* relaciona-se, sobretudo, com a transformação dos novos aparatos de comunicação e, para Lemos (2007), o termo [cibercultura] está recheado de sentidos, mas podemos compreender a *cibercultura* como a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70. Lemos (2003) ressalta ainda a *cibercultura* recheado de novas maneiras de se relacionar com o outro e com o mundo. Não se trata, mais uma vez, de substituição de formas estabelecidas de relação social (face a face, telefone, correio, espaço público físico), mas do surgimento de novas relações mediadas.

Em outras palavras, este ambiente propiciou a interação das pessoas em um espaço que não necessariamente precisa da presença física do homem para construir através da comunicação uma relação de proximidade e colaboração. Deste modo, “a Internet proporciona, assim, que as conexões das redes sociais sejam ampliadas no espaço online” (RECUERO, 2007, p. 4). Por meio da estrutura virtual, ocorreram mudanças significativas nas obras e produções da atualidade.

Hoje, a construção de manifestações artísticas e literárias circula nesse espaço de forma livre, e rompem as barreiras antes existentes entre a cultura erudita, voltada apenas para a elite da sociedade e a cultura popular, produzida pelo povo. Comumente a isso, os indivíduos inseridos em um determinado grupo social, costumam utilizar o espaço digital para interagir com outros indivíduos ou grupos que compartilhem das mesmas vivências e interesses que representem a sua cultura.

De acordo com Pienez e Silveira (2011), pensa-se que a aproximação das pessoas no ambiente virtual se dá por meio da existência de traços identitários

⁵ Tradução da autora. No original: “Ties consist of one or more specific relationships, such as kinship, frequent contact, information flows, conflict or emotional support. The interconnection of these ties channel resources to specific structural locations in social systems. The pattern of these relationships – the social network structure – organize systems of exchange, control, dependency, cooperation and conflict.”

partilhados e pelo interesse em determinados assuntos, tanto que o participante escolhe qual grupo quer se inserir. Compreendemos, deste modo, que a internet vai muito mais além do que uma simples tecnologia. Ela atua de forma incisiva para construção de uma nova conjuntura organizacional da sociedade através da criação de comunidades virtuais. Partindo de uma perspectiva sociológica clássica teorizada por Weber (1987), a comunidade é uma relação social entre os indivíduos, em que a orientação da ação social deriva da existência de uma dependência recíproca na qual se caracteriza pelo sentimento de pertencimento, seja pelas ligações emocionais, afetivas ou tradicionais.

As comunidades virtuais podem ser entendidas como a aglomeração de um grupo de indivíduos com interesses mútuos, reunidos por um senso comum, e que tem as suas relações estabelecidas e intermediadas pela *web*, ou seja, construídas à distância. Os indivíduos pertencentes a essas comunidades são unidos por laços que podem ter correspondências no concreto e, de suas relações virtualizadas podem surgir benefícios nos vínculos e na interação de grupos sociais situados no território correspondente à cultura representada (Pienez e Silveira, 2011). Ainda sobre a definição de comunidades virtuais, Recuero ressalta que,

[...] os elementos formadores da comunidade virtual seriam: as discussões públicas; as pessoas que se encontram e reencontram, ou que ainda mantêm 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. (RECUERO, 2009, p. 136).

Nesse contexto, o objetivo deste trabalho busca analisar e compreender como a cultura nordestina está sendo evidenciada e propagada através da página “Bode Gaiato” no Facebook. Por meio da estrutura virtual os participantes da comunidade em questão enxergam nesse ambiente uma forma de representação da identidade cultural nordestina, unindo-se e interagindo virtualmente por algo que eles vivenciam e compartilham no mundo real. Para Castells (1999), a identidade pode ser compreendida como sendo o processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado principalmente com base em determinado atributo cultural ou conjunto de atributos.

Considerando aqui as percepções de Hall (1999), uma identidade cultural enfatiza aspectos relacionados a nossa pertença a culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas, regionais e nacionais. O autor ainda salienta que “as culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre “a nação”, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades”. (HALL, 1999, p. 50). Isso implica dizer que a cultura tem papel

fundamental para delimitar diversas personalidades, características e padrões de cultura próprios de cada grupo.

De acordo com Pienez e Silveira (2011), os pertencentes a essas comunidades estão unidos por laços que podem ter correspondências no concreto e, de suas relações virtualizadas podem surgir benefícios nos vínculos e na interação de grupos sociais situados no território geográfico correspondente à cultura representada. Dentro da conjuntura das novas tecnologias, compreendemos que estas passaram a fazer parte também da cultura, pois atuam de forma efetiva na propagação e nas novas formas de relacionamento. Ao afirmarmos que a página virtual Bode Gaiato se apresenta como representante e propagadora da cultura nordestina

Os memes como propagadores da cultura no ciberespaço

Lévy (1999) buscou conceituar o ciberespaço como uma migração do mundo real para um mundo de interações virtuais – “o termo [ciberespaço] especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”. (LÉVY, 1999, p.17). Nesse sentido, o ciberespaço se compreende não apenas como um espaço para troca de informação, mas também de interatividade, entretenimento e pela produção colaborativa de conteúdos entre os usuários das novas mídias. Foi na Web 2.0 que a cultura participativa encontrou diversas possibilidades para sua ampliação.

Hoje, além de se consumir conteúdo, o ambiente digital também permite que o sujeito atue diretamente como influenciador na interação, produção e participação desse conteúdo. A construção de laços sociais, compartilhamentos, entretenimento e interesses são peças fundamentais para se entender a cultura participativa, afinal deixou-se de lado aquela visão de receptor apenas passivo e se deu lugar a um novo tipo de consumidor, aquele que tem poder de participar e influenciar diretamente na produção de conteúdo.

Na cultura participativa é necessário que os consumidores interajam intensamente criando e circulando conteúdos, criando um potencial para a Internet de ser um poderoso instrumento de mobilização política, social e cultural. Esse novo cenário é proporcionado por novos meios de comunicação que tem como característica permitir mais participação e interação que os antigos, sendo os novos meios mais “dispersos, descentralizados e facilmente disponíveis. (Jenkins, 2008, p. 38).

Nessa perspectiva Shirky (2011) pontua que, a cultura da participação caracteriza-se, em especial, por cidadãos conectados em círculos colaborativos que promovem o compartilhamento de ideias, a ser realizado com o coletivo. Logo, esse ambiente favorece a efervescente potencialização e disseminação da informação, tornando-se um lugar propício ao surgimento de novas expressões da cultura digital que são os *memes* da Internet.

A palavra *meme* surgiu como um neologismo, e um dos primeiros conceitos introduzidos na literatura foi criado por Dawkins em 1976. Dawkins (1976) define *meme* como um substantivo que determinava a ideia de transmissão onde o gene cultural se compara com a evolução genética, nesse caso, o *meme* equivale ao “gene” da cultura, que seria replicado através das pessoas. Deste modo, no que diz respeito à sua funcionalidade, o *meme* pode ser considerado uma unidade de propagação cultural e difusão da informação, com uma dinâmica social o *meme* pode ser considerado uma ideia, comportamento, estilo ou qualquer outra informação, compartilhados através de links, vídeos, *gifs*, uma imagem estática e até mesmo bordões utilizados na TV. Ao contrário do que se pode pensar, os *memes* existem muito antes da internet, porém foi apenas entre os anos 90 e 2000 que eles se difundiram na web, principalmente por se manifestar como expressões comunicacionais que se propagam pelas redes sociais online. Na modularidade das novas mídias é corriqueiro que os *memes* tornem-se virais. São considerados conteúdos virais vídeos, música ou quaisquer outras peças midiáticas que são compartilhadas múltiplas vezes por diversos usuários se espalhando como um “vírus”. Nesse sentido, Blackmore apud Inocêncio (2000) afirma que, os *memes* são ideias e comportamentos que um indivíduo aprende com o outro através da imitação, sendo cada indivíduo considerado uma “máquina” de fazer *memes*.

Segundo Darwins (2001) os *memes* possuem três características que nos ajudam a reconhecê-lo, a primeira refere-se a sua longevidade em permanecer no tempo, a segunda característica é a fecundidade da transmissão assegurada ao longo das gerações e por fim, a fidelidade que permite que as suas cópias sejam as mais perfeitas possíveis. Em meio a um leque de possibilidades de criação, os *memes* passaram a representar, de forma objetiva, elementos que constituem a cultura popular no ambiente cibernético, afinal em seu contexto um meme pode trazer aspectos e características culturais típicas do país ou região do emissor. De acordo com Rubim (1997), é deste modo que as culturas passam a interagir, fazendo emergir novas modalidades culturais garantindo

assim uma diversidade cultural. Aqui, nos encontramos com o pensamento de Levy (1999) que afirma que hoje os saberes tendem a descentralizar-se, tornando-se desvinculados, sem que haja restrições de fronteiras tornando a hierarquia de saberes móvel. Compreende-se, assim, que o fluxo de sentidos, não permite que haja atualmente uma propriedade sobre uma determinada cultura, pelo contrário, atualmente se tem uma liberdade de encontrar as mais diversas culturas.

Metodologia aplicada

A *fanpage* “Bode Gaiato” foi adotada como objeto deste estudo, inicialmente, por se apresentar como uma das páginas meméticas no que diz respeito a utilização do regionalismo nordestino mais curtida e com maior índice de interação e audiência no Facebook entre os usuários. Hoje, por meio do *remix* do humor, cultura e outros elementos, a página, que foi criada em 3 de Janeiro de 2013, pelo pernambucano de Caruaru, Bruno Melo, possui atualmente cerca de 8,5 milhões de curtidas, e busca representar em suas publicações através de ditos populares e linguagem local o cotidiano cultural do povo nordestino, com expressões e formas de linguagem típicas da região, utilizando a figura emblemática e muito conhecida de “bodes nordestinos”. Neste trabalho, para alcançar os objetivos desejados, e afim de melhor compreender o fenômeno exposto, optamos por utilizar a metodologia desenvolvida no âmbito do GJOL⁶, que utiliza o estudo de caso como ilustração “nas pesquisas dos membros do GJOL, os estudos de caso são uma etapa de um processo de combinação de metodologias que objetiva a máxima amplitude na descrição, explicação e compreensão do objeto (MACHADO; PALACIOS, p. 7, 2007).

De acordo com Machado e Palacios (2007), nesta metodologia é necessário que o pesquisador percorra três etapas essenciais: 1) Revisão preliminar bibliográfica; 2) Delimitação do objeto com formulação das hipóteses e estudos de caso como pesquisa de campo; 3) Elaboração de categorias para análise através da coleta de dados e uma definição conceitual das particularidades do objeto estudado. Segundo os autores essa metodologia proporciona e “permite que o pesquisador, por um lado, revise a bibliografia corrente sobre o objeto e, por outro, possibilita que esta produção conceitual

⁶ O GJOL – Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line – pioneiro no Brasil desenvolve pesquisas no campo de Webjornalismo e das Novas Tecnologias da Comunicação desde 1995. Foi originalmente criado pelos professores Elias Machado (hoje na UFCS) e Marcos Palacios (UFBA). Configura-se hoje como uma rede de pesquisa envolvendo pesquisadores de várias Universidade Brasileiras, em diversos programas de Pós Graduação.

seja testada em estudos de casos específicos”. (MACHADO E PALACIOS, 2007, p. 3). Sendo assim, para maior veracidade da pesquisa, faremos um recorte de 10 publicações da *fanpage* “Bode Gaiato” do primeiro trimestre – janeiro, fevereiro e março- de 2018. A escolha do recorte das 5 publicações e da delimitação do período justifica-se pelo grande número de postagens de 2018. A escolha do recorte das publicações e da delimitação do período justifica-se pelo grande número de postagens que ocorrem na página diariamente, além disso, houve critérios para escolha como, elaborar 3 categorias de análises para elas, sendo:

a) Curtidas: O botão “curtir” no Facebook é a forma mais simples de dizer às pessoas que você gostou de uma determinada postagem ou assunto. Além disso, o “curtir” também é uma forma de demonstrar ao seu círculo de amizade, temas relevantes ou não.

b) Comentários: Uma das formas mais interativas e que permite a participação dos usuários em redes sociais é através dos “comentários”. Com os comentários é possível saber se determinado assunto ou postagem causa interesse e envolvimento entre os usuários.

c) Compartilhamento: O botão “compartilhar” é o botão de interatividade que mais gera visibilidade para o assunto. É através dele que várias pessoas podem ser “atingidas” com determinados temas em um curto espaço de tempo.

Após determinar os critérios do recorte, buscaremos analisar como se dá o processo de aceitação do público em relação a “promoção” da *fanpage* “Bode Gaiato”, tendo em vista o seu forte engajamento no mundo virtual. Com isso, a pesquisa busca analisar como é a participação do público na *fanpage*. E, levando em consideração curtidas, comentários e compartilhamentos, optamos pelo método de análise de conteúdo para dar qualidade à natureza do fenômeno da pesquisa. Nesse tipo de organização metodológica, “a análise de conteúdo constitui uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos” (MORAES, 1999, p.7). Para Câmara (2013, apud Bardin 2011), o termo análise de conteúdo designa,

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis

inferidas) destas mensagens.”(CÂMARA 2013, p. 182 apud BARDIN, 2011, p. 47).

Como dito anteriormente, a escolha das 5 publicações foi realizada após um recorte para delimitar o nosso objeto, tendo como critérios a interatividade e audiência das publicações.

Analizando o Bode Gaiato: resultado e discussão dos dados

Essa é uma das primeiras postagens do ano de 2018 (*figura 1*) e é a recordista de compartilhamento, curtidas e comentários dentro da delimitação de datas estabelecidas na *fanpage* na rede social.

FIGURA 1: Publicação mais compartilhada 142.81 “Compartilhamentos”



Fonte: reprodução *fanpage* Bode Gaiato 2018

O número de curtidas também foi recorde, chegando ao número de 220 mil. Aqui, evidenciam-se através dos números mencionados, os resultados do processo de interação e identificação cultural que a imagem e o tema causa nos participantes. Analisado o contexto e o conteúdo da figura abaixo concluímos que essa identificação deriva de algumas situações, sendo elas: A linguagem de fácil acesso, os ditos populares próprios da região nordestina, como por exemplo, “*muriçoca*”, “*musquiteiro*” e

pelo alto número de compartilhamento, a mensagem foi transmitida primeiramente pelo sujeito que se identifica com o contexto social e cultural da publicação para o seu círculo de amizade.

A *figura (3)* apresenta uma situação na qual a personagem conhecida por “Zefa” expõem um pensamento em relação as suas amizades, na qual ela afirma que é muito bom ter amigas para sair, mas melhor ainda é quando essas amigas se propõem a ajudá-la nos afazeres doméstico.

Figura 3: Publicação com 10 mil comentários



Fonte: reprodução *fanpage* Bode Gaiato 2018

Utilizando de uma linguagem totalmente informal, típica do interior nordestino, na qual se utiliza de abreviações e gírias, como por exemplo, “pás”, que faz referência a “para” e a palavra “massa” que faz menção a algo muito bom, a publicação de 15 de Janeiro tem um número total de 10 mil comentários, 12.158 compartilhamentos e 59 mil curtidas. O contexto apresentado na imagem em questão nos remete a situações do cotidiano familiar e principalmente a oralidade nordestina.

A *figura (4)* não é formada pela composição habitual da *fanpage*, onde costumeiramente se tem a montagem da cabeça de bodes inseridos no corpo humano, embora ainda utilize os textos narrativos e a linguagem típica da região. Essa publicação traz a figura de um assessorio (pulseira) e um contexto no qual afirma que “tem gente que nunca vai saber o que é ser beliscado por uma dessa”.

Figura 4: Publicação com 10 mil comentários



Fonte: Reprodução Fanpage “Bode Gaiato”

Apesar de ter um número de 65 mil curtidas e cerca de 42.327 comentários a publicação teve apenas 3, 7 comentários. Isso nos mostra como os critérios de interatividade são subjetivos, mas ao mesmo tempo demonstra que os usuários de algum modo sentem-se à vontade para interagir nas postagens.

Figura 5: Publicação com 23 mil compartilhamentos



Fonte: Reprodução Fanpage “Bode Gaiato”

A *figura (5)* traz elementos que permitem a identificação cultural de qualquer região, já que, diferentemente da composição habitual que traz um diálogo com linguajar típico regional, esta publicação faz referência ao período da páscoa, simbolicamente representado por um coelho, o contexto da imagem abaixo, apresenta o bode Junin vestido de coelho com o seguinte diálogo “Admita, você já chegou da escola assim”. Essa publicação teve um envolvimento de cerca de 81.000.00 mil pessoas entre comentários, curtidas e compartilhamento. Aqui, percebemos como a página torna-se diversificada em abordar diversos assuntos e que não se limita apenas em “abraçar” o regionalismo habitual, embora este represente quase a maioria das suas publicações.

Assim, observou-se que as publicações da fanpage “Bode Gaiato” expõe elementos da cultura nordestina através do humor. A oralidade contextualizada e os hábitos diários aqui representados pelos “Bodes Nordestinos” permitem a participação e interatividade dos usuários nas publicações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise e discussão dos resultados, são apresentadas as conclusões e as descobertas da pesquisa, evidenciando, com clareza e objetividade, as deduções extraídas dos resultados obtidos ou apontadas durante a discussão do assunto. Neste momento, são relacionadas às diversas ideias desenvolvidas ao longo do trabalho, em um processo de síntese dos principais resultados, com os comentários do autor e as contribuições trazidas pela pesquisa.

Cabe ainda lembrar que a conclusão é um fechamento do trabalho realizado, respondendo aos objetivos do estudo, não sendo permitida a inclusão, nesta parte, de dados novos, que não tenham sido ainda apresentados.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede** – A era da informação, sociedade e cultura; v. 1; trad. Roneide Venâncio Majer; São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COSTA, Silvia Almeida da. **Publicidade e Mídias Sociais**. In: Publicidade e Consumo: Entretenimento, Infância, Mídias Sociais. Recife: Editora UFPE, 2016.

COVALESKI, Rogério Luiz. O processo de hibridização da publicidade: entreter e persuadir para interagir e compartilhar. São Paulo: 2010. Disponível em:

<https://tede.pucsp.br/bitstream/handle/5327/1/Rogério%20Luiz%20Covaleski.pdf>;
Acessado em: 15 de Julho de 2018.

COVALESKI, Rogério Luiz. **O Processo de hibridização da narrativa publicitária.** Revista Comunicación, No10, Vol.1, año 2012, PP.52-62. ISSN 1989-600X. UFPE, 2012

INOCÊNCIO, Luana; PAIVA, Cláudio. **Cognição, linguagem e entretenimento nacultura digital:** o tiopês como uma nova gramática dos memes. Ano X, n.12 - Dezembro/2014 - NAMID/UFPB - Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>>. Acessado em: 18 de Setembro de 2018.

LEMOS, André. **Cibercultura:** Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Editora Sulina, 2002, p. 136.

LEMOS, André. **Cibercultura:** alguns pontos para compreender a nossa época. Disponível <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibercultura.pdf>>. Acessado em: 10 março de 2018.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. 34a. São Paulo: Loyola, 1999.

MACHADO, E.; PALACIOS, M. **Um modelo híbrido de pesquisa:** a metodologia aplicada pelo GJOL. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (Orgs.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007. Disponível em: https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2007_palacios%20elias_metodologia_GJOL.pdf; Acessado em: 20 de Maio de 2018.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Políticas culturais:** entre o possível e o impossível. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (org). Teorias e Políticas da Cultura. Salvador: EDUFBA, 2007.

WELLMAN, B. **An Electronic Group is Virtually a Social Network.** In: KIESLER, S. (org.) Culture of Internet. (p. 179-205) Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1997.

PIENEZ, Mônica, SILVEIRA, Ada. **Mídia e reconhecimento identitário:** O território em site de relacionamento. Org. Daiana Stalsiak, Vilso Junior Santi- Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011, 156 p.

WEBER, Max. **Conceitos básicos de Sociologia.** São Paulo: Editora Moraes, 1987.