

## A CONSTRUÇÃO DE MEMES E OS PROCESSOS DE SUBJETIVAÇÃO A PARTIR DA FANPAGE ÉÉÉGUAAA – IRONIA E IMAGEM PROJETANDO O COTIDIANO DA CIDADE<sup>1</sup>

Silvio Simão de Matos<sup>2</sup>

### Resumo

A ideia principal deste trabalho é discutir como as novas formas de produção de sentido e de subjetividades, geradas a partir da interação via mídias sociais, afetam, sobretudo, a juventude. A análise se concentra na relação dos seguidores com a *fanpage* ÉÉÉGUA, no ar desde 2012, conhecida pelos posts de humor e ironia, muitos dos quais relacionados a situações do cotidiano de Joinville, maior cidade de Santa Catarina. A análise ocorre a partir da leitura de Deleuze sobre o humor e a ironia. A página é uma das principais referências – levando em consideração o número de seguidores – dos moradores joinvilenses, uma cidade de porte médio com pouco mais de 600 mil habitantes, que nos discursos oficiais cultua a identidade germânica como seu principal traço, mas que se revela outra nos discursos informais.

**Palavras-chave:** Comunicação; humor; ironia; mídia.

### Introdução

As redes sociais vêm se configurando como um espaço efetivo de inserção de grupos, de manifestações e de trocas entre os indivíduos. Curtidas, compartilhamentos e comentários que alimentam o cotidiano de inúmeras postagens, parte delas relacionadas a geração de conteúdos e outra relacionada ao cotidiano, a grupos de amigos, aos acontecimentos do trabalho e da família. Principal elemento constituindo desse ambiente, os jovens encontram na web e nas redes sociais um novo formato para se expor, para viver e para inserir suas opiniões, muitas delas constitutivas de um desagravo em relação ao momento que vivem.

<sup>1</sup>. Artigo apresentado ao Eixo Temático 10 – Subjetividade/Identidade, do IX Simpósio Nacional da ABCiber.

<sup>2</sup>. Pesquisador é professor e coordenador do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade da Região de Joinville (Univille). É Doutorando em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). E-mail: [simon@univille.br](mailto:simon@univille.br).

Dentro desse cenário, o destaque que a *fanpage* ÉÉÉGUAAA tem entre os moradores de Joinville não está descolado da onipresença dos dispositivos móveis e dos aplicativos de mídias sociais no seio da vida em rede, o que provoca um verdadeiro apagamento da fronteira entre o público e o privado. Dos quase 160 mil seguidores que a *fanpage* possui, alcançados desde a sua criação em 2012, 90% são moradores de Joinville, uma cidade situada no norte de Santa Catarina conhecida por ser o maior polo industrial do estado, pela sua história de imigração europeia e por nomenclaturas locais muito próprias para identificar elementos comuns do cotidiano.

Fotos, vídeos e documentos passam a ter nessas ferramentas um ponto de partida para a exposição de ritos de alegria, tristeza, sofrimento e cotidiano profissional. A manifestação antes feita em ambientes privados de diálogo agora ganha um espaço onde público e privado se misturam e abrem caminho dentro do ciberespaço para a colocação de expressões e verbetes próprios de uma geração que não vê limites para se abrir e dizer o que pensa.

Para citar um post como exemplo (que será objeto de análise deste artigo), um *meme* (conceito de humor utilizado para representar vídeos e imagens na internet que se espalha de forma rápida) relacionando a separação de jornalistas globais, publicado na *fanpage* em 30 de agosto de 2016, contou com quase três mil curtidas. Essa crescente interação de moradores da cidade com a *fanpage* reforça a noção desenvolvida por Muniz Sodré de que os novos processos comunicacionais se tornaram uma extensão da nossa vida (assemelhando-se à tese de Marshall McLuhan), formando um bios virtual (2002).

Para problematizar o fluxo de sentido que se estabelece a partir da *fanpage* ÉÉÉGUAAA, torna-se pertinente compreender o novo paradigma comunicacional que se forma a partir da popularização da Internet, principalmente por meio dos dispositivos, e como esta realidade afetará, sobretudo, a juventude.

### **Internet e a juventude**

O impacto causado pela evolução constante nos dispositivos comunicacionais que usam a Internet como plataforma, influência indivíduos, organizações e grupos sociais. A Internet mudou sensivelmente nossa realidade. Essas novas interações afetam toda a realidade, a tal ponto que Sodré propõe pensar a mídia como uma nova forma de vida, na qual chama de bios virtual (2002). O modo como nos relacionamos é, cada vez mais, atravessado pelos discursos da mídia, diluindo as fronteiras do público e do privado.

Esse cenário midiático atua sobre os sujeitos e, sobretudo, nos jovens que já nasceram em tempos de onipresença dessa mídia. Jovens que, desde cedo, tem em seu cotidiano a interação com equipamentos tecnológicos e que permitem o acesso a vídeos e aplicativos, principalmente jogos e interfaces de comunicação em rede, e que acostumou-se chamar de geração Z. Essa interação se estabelece enquanto práticas discursivas que demarcam modos específicos de se constituir enquanto sujeito.

O relacionamento dos jovens brasileiros com a internet saiu, então, do âmbito de sites de notícia e blogs, para grupos de relacionamento e canais de vídeo no youtube. Esse novo modo de interagir com a web, tem no jovem um dos principais elementos de consumo. Por essa via, os dispositivos móveis, como tablets e smartphones, atuam para redimensionar o ambiente de convivência, de relacionamento e de afetos destes jovens. Os pontos de contato agora não são mais físicos, vivíveis, latentes ao olhar.

Dados divulgados pelo IBGE, em abril de 2015, apontam que metade dos brasileiros estão conectados à internet. Os números do IBGE referem-se a coleta realizada pela Pnad 2013 (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios), em todo o Brasil, que identificou, também, que mais de 130 milhões de pessoas no país, com idade acima de 10 anos, possuem celular para uso pessoal. Os dados informados pela pesquisa apontam um crescimento no acesso à internet via celulares (principalmente) e tablets ([www.bbc.com/portuguese](http://www.bbc.com/portuguese), 2015).

O Instituto Nielsen, 2015, também fez a divulgação de números importantes para se conhecer a realidade dos acessos à internet no Brasil. Segundo o Instituto, em dezembro de 2015, 76,1 milhões se utilizam do smartphone para acessar a internet e dos 20 aplicativos com maior acesso, sete são de redes sociais ou de comunicadores e dois são para vídeo. Outros pontos que chamam atenção, nas informações coletadas pelo Nielsen, referem-se ao fato das crianças e adolescentes entre dois e 17 anos de idade, pertencentes a classe C, terem entre suas preferencias os sites de games, vídeos e música e que as crianças, na faixa entre dois e 11 anos, em junho de 2015, usaram a internet por aproximadamente 6 horas e 10 minutos para acessarem sites de vídeos e 3 horas e 16 minutos em sites de games. ([www.nielsen.com.br](http://www.nielsen.com.br), 2015).

Don Tapscott, no prefácio do livro *A rede – como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação* (1999) apontou que:

Na nova economia, de maneira crescente, a informação sob todas as suas formas, as transações e as comunicações humanas estão se tornando digitais, reduzidas a bytes

armazenados em computadores que se movem à velocidade da luz por meio de redes que, em seu conjunto, constituem a rede (CEBRIÁN, 1999).

Esse crescimento se deve, em certa medida, às páginas e canais vinculados as mídias sociais, dentre elas: o facebook.com e o youtube.com. Nesse ambiente, o jovem encontra uma estrutura capaz de gerar entretenimento e de interagir com os acontecimentos do momento sobre diferentes contextos e conteúdos, além de permitir interação. Para Tapscott “não se trata simplesmente da interconexão de tecnologias e, sim, da interconexão de seres humanos pela tecnologia” (1999, 18).

Essa multiplicação e os diferentes modos como estão afetando as relações sociais, via web, nos levaram a convergência, ao compartilhamento, a captura e ao armazenamento, ao consumo de ideias, produtos e serviços (CYPRIANO; SANTOS, 2014). É preciso considerar, nesse contexto, o papel que as redes sociais e as mídias sociais, como o Twitter, Facebook e YouTube, têm no dia-a-dia dos jovens. Não é difícil observar que nas relações estabelecidas pelos usuários dessas mídias sociais, às fronteiras entre o espaço privado e o público ficam diluídas. Isso ocorre no momento em que os aparelhos móveis (tablets e smartphones) facilitam a comunicação, estabelecem novas formas de ver e de estar em múltiplos lugares.

### **Jovem, mídias sociais e o nascimento do *bios virtual***

O impacto causado pela evolução constante nos dispositivos comunicacionais que usam a Internet como plataforma influencia indivíduos, organizações e grupos sociais. A Internet mudou sensivelmente o modo como interagimos com os fatos e com as pessoas. São novos pontos de contato que afetam toda uma realidade, a tal ponto que Sodré propõe pensar a mídia como uma nova forma de vida, a qual chama de bios virtual (2002). O modo como nos relacionamos é, cada vez mais, atravessado pelos discursos da mídia, diluindo as fronteiras do público e do privado.

A evolução de dispositivos móveis, como tablets e smartphones, contribui para esse processo e para dimensionar uma forma diferente de ambiente de convivência, de relacionamento e de identificação destes jovens. Os pontos de contato agora não são mais físicos, vivíveis, latentes ao olhar. Não que as práticas discursivas na escola, no grupo familiar e nos meios tradicionais de comunicação não atuem mais na construção subjetiva dos jovens, mas perdem impacto comparadas às possibilidades ampliadas, sem fronteiras, de se aumentarem os pontos de contato e de troca estabelecidos na web (MENDONÇA; SALGADO, 2012).

Como se trata de uma tecnologia que não somente oferece conteúdo, mas também habilita os usuários a gerar material, disseminar ideias, compartilhar, enfim, interagir com um ambiente novo – algumas vezes desconhecido, outras, totalmente sinérgico com o usuário –, tem-se a possibilidade de se investigarem os processos de identificação e de subjetivação dos jovens que se enquadram nos discursos da Geração Z no ambiente da web. A característica tradicional, passiva, clássica dos meios de comunicação de massa dá lugar para novos meios, interativos e de onde o jovem não só vê – como se fosse passivamente atravessado por discursos –, mas torna-se sujeito – se subjetiva – na produção e disseminação de conteúdo (discursos).

### **O jovem que se vê e interage na web**

A interação entre jovens e a construção de processos de subjetivação entre eles vêm sendo constituídas ao longo dos anos por diferentes plataformas e modelos de interação. Freire Filho (2007), em *Reinvenções da resistência juvenil*, transcorre as inúmeras discussões realizadas com base no jovem, no seu comportamento e na mediação que faz com o outro, com a sociedade e com a mídia, na busca por seus ideais – um percurso presente na música, com o surgimento das bandas de *punk* nos anos da ditadura, que acompanharam as lutas democráticas nos anos 80 e manifestações como a dos *black blocs* em 2013.

E são as manifestações de julho de 2013 que trazem à tona um novo formato de chamamento das pessoas para irem às ruas. Não são mais os partidos políticos, mas sim pessoas e movimentos jovens na web, claramente se utilizando da abrangência das mídias sociais, que convocam os indivíduos a irem para a rua e lutar pelos seus direitos. Assim, as redes sem fio substituem, conforme Santaella; Lemos (2010, p 17) “formações estáveis de lugar, identidade e nação por arquiteturas flexíveis, geografias variáveis e fluxos maleáveis para os quais não existem fronteiras”, permitindo que se constitua uma comunicação multimodal, em que os sujeitos se conectam e configuram uma comunicação de qualquer lugar para qualquer lugar, sem obstáculos, de forma dirigida ou não.

Os jovens se configuram então como usuários extremos das tecnologias geradas pela disseminação da internet e seus aparelhos como tablets e smartphones. Passam a ter em canais de comunicação como Facebook, Twitter, Youtube, dentre outros, espaços para se exporem e para verem, para interagirem e conhecerem, para compartilharem vozes, imagens e discursos (SANTAELLA; LEMOS, 2010). Freire Filho (2007, p. 71) indica que:

As interpretações pós-modernas asseveram que a possibilidade de anonimato e a instantaneidade do acesso on-line a incontáveis cenas e tribos contribuem para expandir o processo corrente de experimentação e encenação folgas de múltiplos estilos e concepções em si.

Isso se reforça na fala de Chauí (2006, p. 9) quando a autora diz que “Em outras palavras, os códigos da vida pública passam a ser determinados e definidos pelos códigos da vida privada, abolindo-se a diferença entre espaço público e espaço privado”. De fato, o anonimato e as inúmeras possibilidades de interação, constituem novas formas de construção do que chamamos de opinião pública, que não mais se efetiva apenas pelos tradicionais meios de comunicação de massa, mais ganham nos atores das redes um poderoso mecanismo de expressão, de exposição de sentimentos, influenciando comportamentos e atitudes.

Em uma demonstração de predisposição para experimentar novos formatos de comunicação, os jovens passam a estar em diferentes interfaces de comunicação, que permitem a ele curtir, comentar, compartilhar, seja em fóruns, chats, grupos fechados ou vídeos postados nos meios digitais.

As comunidades de entusiastas funcionam como fontes privilegiadas para pesquisas de opinião, exuberantes nichos de mercado e criadoras de sites e blogs assiduamente visitados, com notícias, resenhas, discussões e trailers de seriados e filmes já lançados comercialmente ou ainda em fase de produção. (Freire, 2007, p. 105)

Para França, “a comunicação tem uma existência sensível; é do domínio do real, trata-se de um fato concreto de nosso cotidiano, dotada de uma presença quase exaustiva na sociedade contemporânea” (2001, p. 39). Diante dessa perspectiva, tornam-se relevantes as relações dos jovens com os aplicativos, neste caso com o Facebook, levando em consideração, sobretudo, o modo como se efetivam os discursos.

Para Lyotard:

É razoável pensar que a multiplicação de máquinas informacionais afeta e afetará a circulação dos conhecimentos, do mesmo modo que o desenvolvimento dos meios de circulação de homens (transportes), dos sons e, em seguida, das imagens (media) o fez (2002, p. 4).

Tem-se então uma nova dimensão, onde o público e o privado se misturam, onde a web se fixa como um meio democrático, de liberdade de expressão e compartilhamento livre de ideias (GONÇALVES, 2016), mas que também gera uma base de dados ampla e irrestrita de informações capazes de analisar gostos e preferências individuais (SANTAELLA; LEMOS, 2010). Uma ação caracterizada por voluntariedade, por participação, interação, que tem uma língua universal digital “que promove a integração global da produção e distribuição de

palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizados pelos indivíduos” (GONÇALVES, 2016). Esse ambiente de interação, produção e distribuição se constitui então por atores, cujo poder específico será formado por sua posição de influência na rede, levando os jovens a se “ligarem” nessa rede de contatos.

### **A web como campo para subjetivação do jovem**

É importante ressaltar nesse contexto da web e sua apropriação pelo jovem, o conceito de cibercultura, desenvolvido por Pierre Lévy. Para o autor (2000, p. 17), cibercultura é “um 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”.

Silva Neto; Maciel (2010, p. 10) coloca que o ciberespaço é “...apresentado como um meio impalpável, imaterial e desterritorializado. Justamente porque é um lugar abstrato, invisível e semiótico, onde acontecem fluxos de informações na forma de sons, imagens, textos, entre outros”. Isso irá se constituir como uma experiência midiática, com vida e em permanente movimento, onde o passado não tem muita significância, o futuro chega e sai de forma rápida e o presente é onipresente.

O uso de redes sociais como Facebook, Instagram e Youtube, contribuem para produzir novos ambientes de convivência, ampliam os pontos de contato estabelecidos pelos jovens e atuam para reconfigurar as relações do indivíduo com o tempo. Muito disso está relacionado a frequência de uso desses instrumentos pelos jovens, seja nas escolas, nos grupos familiares e em outros espaços tradicionais, que perderam impacto devido as possibilidades ampliadas, sem fronteiras, de aumentar os pontos de contato, de troca e arquivamento, estabelecidos na web. (MENDONÇA; SALGADO, 2012)

O jovem vê na web uma oportunidade não só de ler e ter informações, mais também um local onde os usuários podem gerar conteúdo, disseminar suas lembranças, interagindo com outros, gerando uma cultura de espetáculo, de aparências e de visibilidade. A troca de um meio tradicional, passivo, traz forte interação e o jovem passa não só a se ver, mais torna-se sujeito, na produção e disseminação de conteúdo, dentre eles as suas memórias. Um percurso onde curtidas, compartilhamentos e comentários alimentam a cultura do espetáculo virtual, que pode ter efeito de autoestima ou mesmo gerar um distanciamento, causado por uma memória ou uma fala desagradável. Para Oliveira (2010, p. 3)

Hoje em dia, cada vez mais as pessoas percebem a importância de terem suas próprias histórias como tema e como essa construção de vínculos é importante para a própria autoestima. Daí a divulgação, ou pelo menos tentativas, de retratos históricos individuais e coletivos, sistematizados ou em moldes simples, sem tratamento científico.

Uma questão que é importante para se discutir o campo da web enquanto formação do sujeito, do indivíduo, é como se pode observar um certo modo de subjetivação dos seguidores fanpages, grupos formados a partir do Facebook, a partir do ato enunciativo – ou seja, de sua inscrição no discurso a partir de comentário. Como observou Gonçalves:

Trata-se daquilo que Foucault chamou de *processos de subjetivação*, ou seja, da constituição de nossas próprias formas de existências em sociedade, da possibilidade de imaginar e construir o que poderíamos ser, tentando livrar-nos da “individualização e totalização das estruturas de poder” (2000, p. 46).

Nessa mesma direção, Guattari também nos ajuda a compreender melhor os processos de subjetivação:

O conjunto das condições que torna possível que instâncias individuais e/ou coletivas estejam em posição de emergir como território auto-referencial, em adjacência ou em relação de delimitação com uma alteridade ela mesma subjetiva’ (1998, p. 19).

Para Guattari, nos contextos sociais e semiológicos, “a subjetividade se individua” (1998, p. 19), mas em outras vezes, se faz coletiva. Ora, o modo como os sujeitos se articulam numa dada produção cultural – como na *fanpage* – pode também ser para afirmar uma subjetividade que se singulariza, ou seja, se diferencia de regimes discursivos dominantes, ou se dá em condições coletivas, o que significa “uma multiplicidade que se desenvolve para além do indivíduo [...]” (GUATTARI, 1998, p. 19).

É nas práticas discursivas que se pode também analisar as regularidades discursivas do que constitui o sentido de juventude, não como um dado natural da fase humana, mas, justamente, como uma construção discursiva. Nesse sentido, via Foucault, pode-se observar como a ideia de juventude se modifica na história constituindo-se nas relações de saber e de poder que se tramam. Entre os autores que contribuem neste debate foucaultiano, há a pesquisadora Rosa Maria Bueno Fischer que, desde sua tese de doutorado, de 1996, analisa os discursos da mídia sobre a adolescência.

A autora parte, em *Adolescência em Discurso* (1996), da constatação de que a adolescência adquire centralidade na mídia a partir dos anos 90. No percurso, a autora observa



a construção da adolescência pelos discursos da mídia televisiva e de revista, assim como de seus trabalhos mais recentes, nos quais problematiza os processos de subjetivação do sujeito adolescente. Isso também é exposto por Freire Filho (2007, p. 127) quando aborda a inserção social de adolescentes, pois segundo o autor “presume-se que, neste período formativo fundamental da identidade e da subjetividade, época de experimentação e auto-afirmação, certos traços congênios da condição feminina (insegurança, suscetibilidade, volubilidade) tendam a estar exarcebados” (Freire, 2007, p. 127).

Isso irá se constituir como uma experiência midiática, com vida e em permanente movimento, em que o passado não tem muita significância, o futuro chega e sai de forma rápida e o presente é onipresente. Como observam SANTAELLA; LEMOS (2010, p. 93), “passamos a selecionar, interferir e criar nosso próprio design no entrelaçamento dos fluxos informacionais que nos chegam através de canais que fazem por sua vez, a busca, a captura e o compartilhamento das informações que nos interessam”. Nesse conjunto chamado mídias sociais, passamos a enfatizar não somente a informação que buscamos, mas também o que chega até nós por meio das nossas conexões virtuais.

### **O cotidiano representado em *memes* na web**

Um dos principais instrumentos de interação, participação e geração de conteúdo na web, a mídia social Facebook permite, por exemplo, que as pessoas envolvidas na rede possam ter páginas pessoais, possam ser criadas fanpages (páginas destinadas a empresas ou grupos) e também grupos de discussão, gerenciados de forma pública – aberta para qualquer pessoa com uma página vinculada ao Facebook poder acessar, ou, privada, do qual somente os integrantes daquele grupo tem acesso as postagens e a realização de comentários.

Além das postagens feitas nas fanpages e grupos, outro mecanismo importante utilizado por quem participa, fazendo interações, é o espaço destinado a comentário. Spycer (p. 42, 2011) aponta que as redes sociais permitem a “a criação de eus paralelos, não necessariamente fictícios, pois expressam parte da personalidade do usuário, embora não seja a mesma identidade sustentada publicamente”. Os textos publicados por participantes geram vínculos e aproximação, o que indica, segundo Santaella (p. 215, 2007) “uma interferência que nos faz sofrer a perda da distância que desemboca no paradoxo de estar lá, aqui e agora”.

O *fanpage* ÉÉÉGUAAA pode ser considerada a principal página de relacionamento de Joinville tanto pelo número de seguidores quanto pelas curtidas, comentários e

compartilhamentos, que chegam a atingir quase um milhão de pessoas por semana. Com ironia e humor, parte dos acontecimentos de Joinville ganha visibilidade na página quase em tempo real e seguem despertando as mais diversas reações que se expressam nos comentários e em compartilhamentos, como se, a partir de cada postagem, um corpo pulsante fosse ganhando forma no modo como os visitantes da *fanpage* interagem. Nesta direção, a partir da *fanpage*, um fluxo múltiplo de sentidos se constitui.

Além de acontecimentos específicos, como a passagem da tocha olímpica, em julho de 2016, ícones do cotidiano de Joinville estão presentes de forma frequente nos vários posts feitos na *fanpage*, quase sempre com humor e tom irônico. Elementos que estão na fala do cotidiano das pessoas que residem há mais tempo ou nasceram na cidade de Joinville são utilizados para designar ônibus (Zarco), bicicleta (Zica), pão doce (chineque), por exemplo. Por meio do humor e da ironia, a *fanpage* vai ao encontro do sentido latente, o que possibilita a manifestação de milhares de comentários, abrindo, assim, espaço para um circuito de afetos.

Chauí (2006, p. 71) observa que

a multimídia unifica em um único universo digital manifestações culturais distintas no espaço e no tempo, diferentes por sua origem (classes sociais, nacionalidades, etnias, religiões, Estados, centros de pesquisa etc.), diversas por seu conteúdo e sua finalidade (informação, educação, entretenimento, política, artes, religião), dando origem à cultural virtual.

Nesta direção, o humor e a ironia produzem sentidos que se proliferam na dicotomia entre o indivíduo e o social, sem que um único discurso se imponha como encobridor dessa fissura. Com isso, as redes sociais da Internet e a *fanpage* como uma de suas modalidades permitem a proliferação de sentidos na interação entre internautas que rompe por completo qualquer modelo de comunicação pautado no poder de quem tem o meio para propagar seu discurso de via única a milhões de consumidores – modelo da comunicação de massa.

O humor e a ironia funcionam neste espaço contrário ao sentido regulado, disciplinado, que está a serviço de um *status quo* social. Entre os autores que nos ajudam a trabalhar com o humor e a ironia transitando neste fluxo de sentidos e afetos que desestruturam a realidade socialmente disciplinada, está Deleuze. Para o filósofo, “o humor é contrário da moral: melhor ser copista de música que pensionista do rei” (DELEUZE, 2006, p. 76). No que se refere aos sentidos, a transgressão pode ser compreendida no espaço discursivo que traz para

o primeiro plano o que estaria subentendido, o que é partilhado no sentido, mas nunca é dito de forma explícita.

Em uma das imagens postadas na ÉÉÉGUAAA (figura 1), aparece uma foto do casal William Bonner e Fátima Bernardes. O post, realizado no dia 30 de agosto de 2016, logo após o anúncio da separação do casal de jornalistas globais, faz uma crítica implícita à condução do transporte público local, realizado por muitas décadas pelas duas empresas citadas no post (Gidion e Transtusa). O post com o título “Amor eterno” teve 2,9 mil curtidas e quase 1,7 mil compartilhamentos.

Figura 1 – Post “Amor eterno”



Fonte: <https://www.facebook.com/EEEGuaaa>

O conteúdo do post (Figura 1) é abordado de forma muito diferente do discurso oficial ou da mídia de massa tradicional, formadores do discurso vigente. Bem diferentes, o humor e a ironia se estruturam nesta zona amoral, dando as costas à suposta grandeza pela qual a grande mídia faz o papel de apoiadora do poder vigente. O que Deleuze nos ajudaria a pensar é na produção de múltiplos sentidos, o que explode por completo a ideia de que haveria um versado extralinguístico.

Não se busca em ÉÉÉGUAAA um ponto de coerência ou de unificação do discurso, mas, pelo contrário, busca-se um espaço que permita que sentidos latentes na sociedade

possam fluir e que se expressem num circuito de atos tanto da ordem do senso quanto do não-senso. Não-senso pode ser entendido como a proliferação de sentidos – opiniões diferentes sobre um mesmo fato – produzindo saturação, ou seja, um não-senso. Assim, a riqueza do humor e da ironia é, justamente, fomentada pela multiplicidade de sentidos que se podem formar sobre um mesmo fato, o que constitui, na perspectiva deleuziana, o próprio acontecimento.

Em outra imagem (Figura 2), de um post publicado no dia 17 de agosto, a *fanpage* se aproveita de um *meme* que circulou pela internet com uma camisa da seleção brasileira de futebol masculino onde o nome do jogador Neymar originalmente foi substituído pelo da jogadora Marta, da seleção feminina, para de forma bem humorada indicar que em Joinville a opção das pessoas não é nem por Neymar nem por Marta, mas sim por chineque, nome popular dado pelas panificadoras de Joinville para o tradicional pão doce, popularmente conhecido em outras regiões do país.

Figura 2 - Chineque



Fonte: <https://www.facebook.com/EEÉguaaa>

O discurso do humor e da ironia presente em ÉÉÉGUAAA tem na temática do transporte público, ou o popularmente conhecido na cidade como “Zarco” (ônibus), um de seus principais pilares para trazer para as mídias sociais uma problemática social que estimula o discurso irônico e questionador dos participantes da *fanpage*, os quais não se mantêm exclusivamente no discurso de humor. Como puderam ser percebidos nas figuras 1, 3 e 4, os problemas enfrentados pela população com o uso dos ônibus urbanos são frequentemente

abordados. A repercussão do post “Agora o Zarco no centro não atrasa mais”, figura 3, alcançou 1,3 mil curtidas e 163 compartilhamentos e comentários que envolvem os participantes da *fanpage* e gera uma forte interação entre os participantes.

Figura 3 - Zarco no Centro



Fonte: <https://www.facebook.com/EEEguaaa>

O uso de uma personalidade nacional volta à cena quando a *fanpage* utiliza uma imagem do técnico da seleção brasileira de vôlei masculina, Bernardinho, em uma das partidas durante as Olimpíadas do Rio de Janeiro, como pode ser observado na figura 4. A expressão do técnico serve para ilustrar, com ironia e humor, o sentimento da população da cidade em relação ao uso de ônibus em Joinville. Novamente, a palavra “Zarco” é utilizada para representar um componente do transporte público da cidade e nos comentários observa-se uma mistura de pessoas que fazem questionamentos e outras que se utilizam de expressões bem-humoradas para dialogar com as demais, gerando uma linha muito próxima entre o público e o privado, vivenciada na experiência vivida por cada uma das pessoas que comentam e se identificam com a proposta da imagem.

Figura 4 - Pense em um cara tranquilo



Fonte: <https://www.facebook.com/EEEGuaaa>

Outro símbolo joinvilense que gera brincadeiras é a frequência das chuvas na cidade, como se observa na figura 5. No post do dia 03 de agosto de 2016, com 861 curtidas e 194 compartilhamentos, os comentários mesclam humor com uma crítica ao modo de dirigir do joinvilense e a decisões políticas relacionadas à implantação de corredor de ônibus nas principais vias da cidade. O humor baseado na temática “chuva” está presente em outros posts da *fanpage*, servindo para ilustrar críticas sociais, sejam elas para uma rua que ainda não recebeu nenhum tipo de calçamento ou para ironizar o cotidiano das pessoas, montando imagens que reúnem, por exemplo, um kit para sobrevivência voltado ao joinvilense, formado por capa e guarda-chuva.

Figura 5 - Trânsito com chuva



Fonte: <https://www.facebook.com/EEEGuaaa>

A sequência de posts que relacionam *memes* e aspectos do cotidiano histórico de Joinville traz ainda um dos principais elementos culturais de Joinville, a bicicleta, ou melhor, a “Zica”, como pode ser observado na figura 6. Típico veículo de transporte utilizado pelos joinvilenses durante os anos 60 e 70, até hoje é memorizado no imaginário de quem nasceu ou vive na cidade, O post relacionando a “Zica” com o tempo chuvoso e frio do inverno foi publicado no dia 18 de julho de 2016 e teve 1,7 curtidas e 741 compartilhamentos.

Figura 6 - Clima agradável para andar de zica



Fonte: <https://www.facebook.com/EEEguaaa>

Percebem-se, pelo conjunto dos comentários, duas linhas de construção de discurso. Uma quando o tema envolve uma questão social, que é o transporte público, feito pelo “zarco” (ou ônibus), em que se misturam críticas ao modelo adotado e brincadeiras com os fatos presentes na relação imagem/texto, e outra mais descontraída e bem-humorada, quando o assunto é o uso da “zica” no cotidiano das pessoas, mostrando que a *fanpage* tem em seu conjunto de publicações, formados por *memes* do cotidiano da cidade, um espaço para as mais variadas manifestações a tal ponto que a fluidez e a quantidade de opiniões acaba por produzir uma saturação de sentido, ou seja, um não-senso.

### **Considerações**

O cotidiano atual de um indivíduo que interage com outro se utilizando de dispositivos móveis (smartphones e tablets, por exemplo) faz com que tenhamos uma maior interação e aproximação entre as pessoas. Isso também constrói oportunidades para que cenas reais, muitas delas veiculadas nos meios de informação tradicionais de massa e popularizadas pelos canais virtuais, transformem-se em “*memes*”, capazes de gerar envolvimento e engajamento dos personagens inseridos nas mídias sociais. No caso do presente trabalho, isso se mostrou claramente presente na *fanpage* ÉÉÉGUAAA, evidenciado que os fluxos comunicacionais,



por onde transitam os afetos, implicam aos sujeitos uma nova produção de sentidos, que se dá com mais intensidade nas redes de relacionamento da Internet do que nas mídias tradicionais.

Para engrossar este debate, a *fanpage* em questão tem o humor e a ironia como traço central, o que nos leva a concluir que estes dois gêneros discursivos, assim como Deleuze nos leva a crer, se estruturam num campo de transgressão aos sentidos estabelecidos no *status quo* da sociedade. Esse campo discursivo que se abre é a via que faz fluir conteúdos latentes na sociedade, que juntam o trágico e o irônico para formar um novo valor: o humor, tão presente na *fanpage* e que pode contribuir para entender o volume de interações entre os visitantes e as suas postagens.

### **Referências bibliográficas**

CEBRIÁN, Juan Luis. A rede – como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação. São Paulo: Summus, 1999.

CHAUÍ, Marilena. Simulacro e Poder. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

CYPRIANO, Cristina Petersen; SANTOS, Francisco Coelho dos Santos. A posse de um smartphone e os traços de uma subjetividade conectada. VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (Puc-Rio), 2014.

DELEUZE, Gilles. **Lógica do Sentido**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da comunicação. A comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, Antonio, *et al.* **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da resistência juvenil**: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. 16. ed. São Paulo: Loyola, 2008.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Adolescência em discurso**: mídia e produção de subjetividade. 1996. 297 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação da UFRS, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Foucault. In: OLIVEIRA, Luciano Amaral. **Estudos do discurso: perspectiva teóricas**. São Paulo: Paráloca Editorial, 2013.

GONÇALVES, Fernando do Nascimento. **Experimentação e potência na arte-performance de Laurie Anderson**. *Logos*. V. 7, n. 1, 2000.

GONÇALVES, Denise Mafra. **A internet no olhar da comunicação brasileira**. Curitiba: Appris editora, 2016, 307p.

GUATTARI, Félix. **Caosmose: um novo paradigma estético**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1998.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.

MENDONÇA, Carlos Magno Camargos; SALGADO, Tiago Barcelos Pereira. Imagens que vinculam: espetáculo, entretenimento e performance no YouTube. **Revista do programa de pós-graduação em Comunicação Social**, da Faculdade de Comunicação e Artes, PUC Minas. Belo Horizonte: n. 2, 2012, p. 91-106.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulos, 2010.

SODRÉ, Miniz. **Antropológica do espelho – uma teoria da comunicação linear e em rede**. São Paulo: Editora Vozes, 2002.

TAPSCOTT, Don. **A hora digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TAPSCOTT, Don. Prefácio. In: CEBRIÁN, Juan Luis. **A rede: como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação**. São Paulo: Summus, 1999.

### **Sites visitados**

[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/04/150429\\_divulgacao\\_pnad\\_ibge\\_lgb](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/04/150429_divulgacao_pnad_ibge_lgb). Acesso em: 28 de fevereiro de 2016, às 16h57min.

<http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/68-milhoes-usam-a-internet-pelo-smartphone-no-Brasil.html>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2016, às 17h09min.

<http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/Brasileiros-com-internet-no-smartphone-chegam-a-76-milhoes.html>. Acesso em 28 de fevereiro de 2016, às 17h12min.

<http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/Redes-sociais-lideram-em-aplicativos-mais-usados-do-Brasil.html>. Acesso em 28 de fevereiro de 2016, às 17h14min.

<http://www.nielsen.com/br/pt/insights/news/2014/Classe-C-consome-mais-internet-em-domicilios-do-que-classes-A-e-B.html>. Acesso em 28 de fevereiro de 2016, às 17h18min.

<https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html>. Acesso em 28 de fevereiro de 2016, às 18h06min.