

---

## “Ei, mah, tá massa!”: Quando regionalismo, colaboração e humor se unem no ciberespaço<sup>1</sup>

Amanda MATOS<sup>2</sup>

Luana Magalhães de BARROS<sup>3</sup>

Roberta Kelly de Souza BRITO<sup>4</sup>

William da Silva SANTOS<sup>5</sup>

### Resumo

Este trabalho pretende refletir sobre as interfaces entre regionalismo, humor e colaboração no ciberespaço, por meio da análise da página do *facebook* Suricate Seboso”. Para isso, trabalharemos o objeto sob algumas óticas de abordagem, buscando, inicialmente, subsídios nos conceitos de globalização, identidade e regionalismo no ciberespaço. Em um segundo momento, tentaremos entender as reconfigurações pelas quais passa a linguagem humorística na Internet. As ideias de interação e colaboração em redes sociais também serão levadas em conta na busca pela compreensão dos efeitos que tudo isso pode causar na audiência. Por fim, no estudo de caso, tentaremos integrar todos estes conceitos para tentar entender o que acontece quando regionalismo e colaboração se unem em páginas humorísticas na Web.

### Palavras-chave

Regionalismo; Humor; Internet; Colaboração.

### Introdução

Este artigo busca trabalhar os conceitos de regionalismo, humor e interação nas redes sociais, através da análise da página Suricate Seboso<sup>6</sup>, que está no *facebook*<sup>7</sup> desde o dia 13 de dezembro de 2012. A fan page<sup>8</sup> é uma criação do jovem cearense

---

<sup>1</sup>Artigo apresentado no Eixo 5 – Entretenimento Digital do VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura realizado de 20 a 22 de novembro de 2013.

<sup>2</sup>Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: [amandamatosfs@gmail.com](mailto:amandamatosfs@gmail.com)

<sup>3</sup>Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: [luanamdb@gmail.com](mailto:luanamdb@gmail.com)

<sup>4</sup>Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: [bertasouza.cs@gmail.com](mailto:bertasouza.cs@gmail.com)

<sup>5</sup>Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: [william.santos93@gmail.com](mailto:william.santos93@gmail.com)

<sup>6</sup>Ver: <https://www.facebook.com/suricateseboso?fref=ts>.

<sup>7</sup>Site e serviço fundado por Mark Zuckerberg e seus colegas de quarto da faculdade Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes. Um estudo de janeiro de 2009 do *Compete.com* classificou o *Facebook* como a rede social mais utilizada em todo o mundo por usuários ativos mensais.

<sup>8</sup> Página de fãs específica dentro do Facebook, direcionada para empresas ou marcas.

Diego Jovino que, a partir de uma brincadeira, resolveu mostrar um pouco das gírias do Ceará na Internet. A página possui, até a data de conclusão deste artigo, 1.063.598 curtidores e retrata, através de imagens e vídeos cômicos, expressões tradicionais da população cearense, personificadas pelo suricate, animal nativo do deserto do Kalahari, na África do Sul.

A ideia de Diego Jovino era transpor para as redes sociais situações corriqueiras do cotidiano cearense, tendo em vista a repercussão de outros estados brasileiros a partir de compartilhamentos semelhantes. Com o objetivo alcançado, a fan page conta hoje com atualizações diárias, muitas delas sugeridas pelo público que acompanha o fenômeno.

A página se configura como um espaço de encontro e identificação local, bem como de fortalecimento de traços culturais marcantes de uma determinada sociedade. De início, as postagens eram elaboradas a partir de recordações do autor sobre a própria infância. Só depois, quando as curtidas e compartilhamentos tornaram-se frequentes e levaram a página a um número maior de seguidores, as sugestões da audiência passaram a configurar a maior parte da produção.

A partir disso, objetiva-se entender de que forma o regionalismo se insere nas produções virtuais e o que ele representa em termos de identidade de um povo; como o humor é trabalhado para atrair o público; o que incita esse público a interagir e colaborar nas redes sociais; e qual a relação que elementos culturais de uma região específica estabelecem com a audiência, ao serem transpostos para o ciberespaço.

Para isso, será feita, primeiramente, uma reflexão teórica a partir dos conceitos de globalização com Wolton (2007), identidade cultural com Stuart Hall (2000) e regionalismo no ciberespaço com Oliven (1992;2000), Pieniz (2009) e Silveira (2002). Em seguida, será estudado o humor no espaço eletrônico a partir de Fairclough e Wodak (1997), Carvalho e Fonsaca (2006), Ottoni (2005), Freud (1974), Alberti (2002) e Lemos (2009). Depois, focar-se-á nos estudos de interação e colaboração na Internet com Malini (2008), Lemos (2010), Pinho (2000), Recuero (2009) Wasserman e Faust (1994) e Moreira (2011) E, por fim, serão aplicados os conceitos estudados na análise da página Suricate Seboso.

---

## 1. Globalização, identidade e regionalismo no ciberespaço

A virtualização das atividades promovida na *Web* gera discussões cada vez mais voltadas para a reconfiguração das identidades e culturas dos povos. Por outro lado, a relação entre um conteúdo global e um espaço local de socialização ilustra a parceria da tecnologia com os regionalismos inseridos no contexto de globalização.

Tentando entender a complexidade do conceito de globalização, Dominique Wolton (2007) a expõe e classifica em três etapas (política, econômica e cultural), sendo a última uma referência direta a essa interação entre o global e o local.

[...] A terceira, cultural, refere-se à importância crescente das questões de cultura e de comunicação. A globalização econômica não suprime as identidades culturais, mas reforça seus papéis. Quanto mais aberto é o mundo, mais os povos têm necessidade de raízes e de respeito das identidades culturais. A coabitação cultural é o meio de administrar pacificamente a terceira globalização, isto é, o surgimento do triângulo infernal (identidade – cultura – comunicação) nas relações internacionais. Não há cultura global nem mestiçagem ou cosmopolitismo generalizado, há a necessidade de respeitar a diversidade cultural, organizando a coabitação das culturas sobre uma base democrática (WOLTON, 2007).

A partir desse conceito de terceira globalização cabe um olhar aprofundado para duas questões que estão transformando o lugar da cultura em nossa sociedade: a revitalização das identidades e a revolução das tecnicidades (MARTIN-BARBERO, 2006 apud PIENIZ, 2009, p.4). Enquanto a tecnologia avança sem precedentes, as pessoas utilizam o espaço que ela oferece para reavivar questões étnicas, raciais, locais, regionais etc.

Para entender a constituição dessas identidades múltiplas, recorre-se aos estudos de Stuart Hall. Na pós-modernidade, “a identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às outras formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas sociais que nos rodeiam” (HALL, 2000, p. 12-13). Assim, não há uma identidade fixa, essencial ou permanente, o que induz a uma busca constante de afirmação e reafirmação identitária por meio dos sujeitos que protagonizam manifestações regionalistas no ciberespaço.

Outra questão a ser discutida diz respeito à busca de meios de representação por culturas de minoria pouco representadas nos espaços midiáticos. Nesse sentido, o espaço virtual apresenta-se como um meio democrático para culturas particulares, como

os regionalismos, cujos discursos não têm grande abertura em outras mídias. De acordo com Oliven (2000, p.80), a afirmação de identidades regionais no Brasil pode ser encarada como uma reação à homogeneização cultural e como uma forma de salientar diferenças culturais.

A cibercultura, espaço onde o receptor torna-se também um emissor, vai de encontro às características da midiaticização e promove uma efervescência de agregações sociais no ciberespaço (LEMONS, 2004, *apud* PIENIZ, 2009, p.9). Assim, a cibercultura age diretamente na reafirmação das identidades.

As identidades na cibercultura apresentam-se transformadas pela singularização de suas representações, facilitadas pela viabilidade técnica de sua difusão imediata em escala planetária para quem tenha suporte técnico e habilidade intelectual para conectar-se. Os interessados no novo fenômeno – seus usuários, espectadores, atores ou consumidores – podem ser particularizados ou tomados como coletivos; eles atuam por interesses pessoais, grupais ou corporativos, próprios ou delegados por terceiros e constituem a nova esfera ciberespacial, sucedânea do declínio da esfera pública burguesa. Sua unidade de condição é o desejo de compartilhar formas novas de intervenção na realidade, acesso à informação, entretenimento, ferramentas de trabalho, etc (SILVEIRA, 2002).

É possível dizer então que, quanto mais a comunicação avança, mais as identidades se reconstróem a fim de defender seus territórios e valores. Para Pieniz (2009), estamos no limiar de um tempo em que as comunidades virtuais possibilitam novos modos de habitar na sociedade, de habitar no ciberespaço, em meio à cibercultura. E é sob essa perspectiva que proliferam, na atualidade, páginas em redes sociais referentes à cultura e à tradição de regiões diversas.

## **2. O humor no ciberespaço: as montagens como “caricaturas” na web**

Os linguistas Norman Fairclough e Ruth Wodak (1997, *apud* OTTONI, 2005, p. 2) consideram a linguagem como uma prática social, uma vez que estabelece relações de poder e relaciona-se diretamente à constituição de identidades. Com o advento da Internet, no entanto, a linguagem como prática social ganha outras significações no ciberespaço. Tais (re)significações não se limitam apenas ao uso da língua materna. Compreendem também a “desmaterialização” da cultura. Com o ciberespaço “pingando” nas coisas, cria-se, então, o que Lemos (2009, p.2) apresenta como território informacional. A linguagem humorística, por sua vez, também é transposta para o

espaço eletrônico. Assim, faz-se necessária uma reflexão, mesmo que breve, sobre o humor no ciberespaço, especialmente nas redes sociais.

Sigmund Freud (1974, apud CARVALHO e FONSACA, 2006, p. 10), considerado o pai da Psicanálise, em seu trabalho *Humor*, define as atitudes humorísticas como situações construídas deliberadamente com o propósito de nos fazer rir. É na atitude humorística, então, que encontramos uma clara consolidação do princípio do prazer. E se, no universo do ciberespaço, a Internet “funciona como um novo lugar de obtenção e envio de informações, de sociabilização, de trocas simbólicas e as possibilidades de interação são tantas” (CARVALHO e FONSACA, 2006, p. 10), páginas em redes sociais como o *facebook*, a exemplo de fan pages como “Gina Indelicada”, “Jornalismo da Depressão” e o objeto de estudo deste artigo, “Suricate Seboso”, possuem várias possibilidades de reconfiguração do risível, uma vez que estão inseridas no ciberespaço.

O riso e o o que faz rir – ou seja, o cômico – “são indispensáveis para o conhecimento do mundo e para a apreensão da realidade plena” (CARVALHO e FONSACA, 2006, p. 11). Conforme a historiadora Verena Alberti (2002, apud CARVALHO e FONSACA, 2006, p. 11), “sua positivação é clara: o nada ao qual o riso nos dá acesso encerra uma verdade infinita e profunda, em oposição ao mundo racional e finito da ordem estabelecida”. Daí, vale ressaltar que, diferentemente do que aconteceu nos tempos da Antiguidade Clássica e da Idade Média, quando a importância do riso e do cômico era desconsiderada, na contemporaneidade o riso adquire um *status* importante (CARVALHO e FONSACA, 2006). E, de fato, no ciberespaço, o humor apresenta-se como um fator preponderante na busca por atenção dos usuários que, após a identificação com o conteúdo de certa página específica, fidelizam-se e colaboram com comentários, sugestões de novas postagens e acabam por tornar-se, também, mesmo que minimamente, agentes desse humor.

Na atualidade, o imagético exerce um poder e fascínio grandes sobre a audiência. De fato, o apelo é ainda maior na chamada *Web 2.0*. E o humor no ciberespaço apropria-se da imagem como elemento de sua linguagem também. Na verdade, isso não ocorre somente no espaço eletrônico, na Internet ou, mais especificamente, nas redes sociais. A caricatura, por exemplo, é uma redução que amplia

o grotesco. “É uma síntese, um esquema que simplifica a anatomia do objeto referenciado sem, contudo, descaracterizar o caricaturado [...]. Uma representação que denota uma ideia e pensamentos maiores” (CARVALHO E FONSAÇA, 2006, p. 11).

Nesse sentido, as montagens com fotos que enchem as fan pages de humor seriam, portanto, “caricaturas” no ciberespaço? Carvalho e Fonsaca expõem que

a preocupação dos caricaturistas em se apropriar dos acontecimentos em destaque na atualidade – e usá-los como matéria-prima para sua arte – faz com que a caricatura ocupe um importante lugar como documentos histórico, trabalhando os fatos sociais e não fugindo do compromisso que a arte tem com seu tempo. Pelo seu teor analítico, a caricatura ultrapassa a simples transformação prática (CARVALHO E FONSAÇA, 2006).

Outro ponto que, para Carvalho e Fonseca (2006), merece destaque na caricatura é a presença de uma linguagem plástica de fácil apreensão e decodificação. Trata-se da mobilidade que, segundo Lemos (2009), é uma das duas dimensões fundamentais da ciberultura. Mobilidade que também é relativa à constituição de identidades no discurso humorístico. Ottoni defende que “as pessoas estabelecem suas identidades e diferenças também por meio das diversas formas pelas quais interpretam os textos e, mais geralmente, incorporam-nos em suas próprias práticas” (2005). Seria possível pensar, a partir de tal perspectiva, em cada opção “curtir” do Facebook, por exemplo, como elemento identitário do usuário. Além disso, nas páginas humorísticas, percebe-se que o grande fluxo de informações acaba por influenciar para que a audiência também transponha suas práticas para o espaço eletrônico, de modo que haja uma interação entre usuários e o criador da página, além da troca entre os próprios usuários.

E quanto aos efeitos do humor no ciberespaço sobre a audiência? Sim, porque

com um objetivo ‘aparente’ de provocar o riso, de entreter, o humor tanto pode denunciar, ser instrumento de contestação, promover a subversão social, quanto confirmar a ordem estabelecida, ser instrumento de alientação social, construindo estereótipos e reforçando diferenças e discriminações (OTTONI, 2005).

Refletir sobre os efeitos das fan pages de humor em quem acompanha as postagens é, portanto, buscar entender, antes de tudo, que não se trata apenas do conteúdo, mas de todos os conceitos de interação e colaboração na Internet intrínsecos à *Web 2.0*.



### 3. As redes sociais como espaço de interatividade

Uma grande contraposição é vista, desde o início da democratização da Internet, entre as chamadas *mass media* e as mídias digitais. Nos meios eletrônicos tradicionais, a comunicação é feita de modo unidirecional, já “que suas programações só permitem a opção de escolher qual emissora sintonizar ou a que canal iremos assistir. Assim, nossas escolhas, também, significam o que iremos perder, o que podemos tratar como a opção entre um e outro.” (MOREIRA, 2011)

Contrapondo-se a isso, surgem as novas mídias, centradas em um processo de comunicação bidirecional, em que ao mesmo tempo em que é receptor, o internauta é também produtor e distribuidor de conteúdo. Com essas possibilidades, ele pode escolher entre produzir conteúdo ou continuar apenas consumindo aquele produzido tanto por profissionais da área como por usuários. E, claro, pode fazer os dois.

A novidade, portanto, está na existência de sites e sistemas de informação populares que só funcionam graças à colaboração dos usuários na publicação, troca e avaliação de conteúdos. Esses sites e sistemas, portanto, são auto-regulados, editados, moderados, comentados, ranqueados e administrados pelos próprios usuários (ou com a colaboração deles). (MALINI, 2008)

As redes sociais, como *facebook*, *Orkut*, *MySpace*, entre outros, são um bom exemplo da grande colaboração dos usuários da internet. Antes apenas receptores da mídia tradicional, são eles que agora produzem e distribuem, ou, como é mais colocado, compartilham conteúdo, além de interagir com publicações de conteúdos feitos por outras pessoas.

Antes de evidenciarmos como isso acontece dentro das redes sociais, é importante entender que “uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (WASSERMAN E FAUST, 1994; DEGENNE E FORSE, 1999 apud RECUERO, 2009).” É necessário deixar claro que não são atores sociais, “mas representações dos atores sociais. São espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade” (RECUERO: 2009, p.25-26).

As redes sociais são instrumentos de diversas interações, podendo ser entre atores que se conhecem offline e continuam essa relação dentro das redes ou entre aqueles que têm interesses e gostos compatíveis, superando o limite social, econômico e territorial. Segundo Pinho (2000): “a Internet trouxe de volta para a sociedade o velho e confortável sentimento de comunidade. Uma comunidade criada pelo acesso à informação que transcende as antes intransponíveis barreiras políticas, econômicas e espaço-temporais”.

Dentro desse campo também é possível a interação de autores e produtores com aqueles que consomem seus produtos, seja ele comercial, notícias, entretenimento, entre outros. Segundo Pinho (2000) essa interação por ser rápida permite a correção de possíveis erros, um engajamento maior, além de uma maior identificação.

Por outro lado, na concepção estética de MANOVICH (2004, p. 251) a interação entre autor e usuário é falsa. Porque o autor não possui a dimensão das intenções e pressuposições do usuário em contato interativo com sua obra online. E, do ponto de vista do usuário, este não reconhece os propósitos e o processo de criação envolvido em uma obra em nova mídia. Nesse sentido, não haveria colaboração alguma entre esses dois sujeitos. (MALINI, 2008)

A colaboração dentro das redes sociais é outro ponto importante e está ligado intrinsecamente à interatividade.

A cultura colaborativa em rede se acelera por causa, segundo ANDERSON (2006), de três forças. A primeira é a da democratização das ferramentas de produção. “O melhor exemplo disso é o computador pessoal, que pôs todas as coisas, desde as máquinas de impressão até os estúdios de produção de filmes e de músicas, nas mãos de todos” (ANDERSON, 2006, p.52). Uma segunda força é a de redução dos custos do consumo pela democratização da distribuição. “O fato de qualquer um ser capaz de produzir conteúdo só é significativo se outros puderem desfrutá-lo. O PC transformou todas as pessoas em produtores e editores, mas foi a Internet que converteu todo o mundo em distribuidores” (ANDERSON, 2006, p.52). E uma terceira força é a ligação cada vez mais próxima entre oferta e demanda. (MALINI, 2008)

Nesse ponto, é perceptível a importância que o compartilhamento e o usuário das redes possui, não só como produtor e receptor, mas também como distribuidor de conteúdo, seja esse seu ou de outros. Esse compartilhamento, normalmente, é devido a uma imediata identificação (entre o usuário e o conteúdo) e gera um sentimento de co-



produção, como se aquele conteúdo, passasse a não ser apenas do autor, mas também daquele que compartilhou, o que motiva a interação e torna o conteúdo mais atrativo.

A imagem é uma das publicações que geram maior nível de compartilhamento em fan pages, pois

ao encontrar um objetivo para expressar através da foto as pessoas não se importam de não terem fotografado ou estarem na foto. O que caracteriza um sentimento de co-produção. As pessoas que tem contato com a imagem que foi propagada, também, atribuem sentido de produção a quem propagou. (MOREIRA, 2011)

Dentro das redes sociais, ao contrário daquilo do que acontece em meios de comunicação tradicionais, o conteúdo encontrado é plural. Notícias sobre os mais variados temas, publicações da rede de amigos, publicidade, vídeos, imagens. Dentro dessa gama de possibilidades, é o usuário que possui “o poder de escolher, tirar e buscar o que lhes interessa.” (LEMOS: 2010, p.80)

É interessante perceber, que mesmo com a possibilidade de formar comunidades ou nichos, cada vez mais globalizados, formados por usuários da Internet de diversos países, o regional tem atraído cada vez mais. A busca por aquilo que está acontecendo próximo, na própria região, as culturas e trejeitos locais tem tido cada vez mais espaço nos compartilhamentos dos usuários das redes. Com a internet permitindo cada vez mais a globalização, o interesse pelo regional torna-se maior.

#### **4. Uma análise da página Suricate Seboso**

A página “Suricate Seboso”, objeto de estudo deste trabalho, poderia ser vista não apenas como uma forma de reafirmar elementos do cotidiano cearense, mas também como uma oportunidade de ter representada a cultura local a um nível que ultrapassa o limite dos que vivem aquela realidade. Em um meio tão globalizado, a identidade regional parece adquirir importância para o usuário de redes sociais, que se identifica com as situações colocadas e, como uma forma de mostrar na rede que se relaciona com aquilo e, de certa forma, fazer parte de publicação, compartilha as imagens publicadas na página.



Figura 1 – Fan Page Suricate Seboso

Na página, a cultura cearense é exposta em situações bastante características, geralmente antigas, tendo sido parte do cotidiano dos usuários em sua infância, que, da forma como são representadas, geram um efeito cômico. As imagens publicadas fazem com que muitos cearenses que veem a página em seus perfis no Facebook relembrem situações que lhes ocorreram. É essa identificação que fideliza o usuário da rede social. Ele faz parte daquilo que é representado na página, logo, ao compartilhar a imagem, estaria expondo uma realidade que está intimamente ligada a si, apesar de não ter sido ele quem realizou a postagem originalmente.

A página em questão, assim como acontece com tantas outras, era, a princípio, alimentada apenas com imagens que ilustravam ideias (lembranças da infância, no caso) de seu autor. Com a interatividade mútua que ocorre nas redes sociais, os leitores

passaram a enviar suas sugestões de postagens. Dessa forma, a página passa a colocar em imagens expressões que não colocaria antes, pois não são necessariamente da realidade do administrador da *fan page*, mas que muitos cearenses viveram. Um grau crescente de colaboração é gerado, pois as situações postadas são cada vez mais diversificadas, o que aumenta a probabilidade de que o usuário se identifique com aquilo. Isso traz como consequência um possível maior número de compartilhamentos e mais visualização para a página, além de, ao dar os créditos para quem enviou a sugestão, é incentivada a colaboração dos internautas naquele espaço.

Atualmente, são recebidas sugestões de postagens, geralmente, ao solicitar a participação em uma imagem (Figura 2) e com as postagens dos usuários diretamente no mural da página (Figura 3). O internauta envia suas sugestões à página esperando que, entre as milhares de ideias enviadas, a sua seja a escolhida por ser a mais engraçada ou por mostrar uma situação clássica do Ceará que ainda não havia sido lembrada. Os créditos colocados em uma postagem que veio por sugestão de um usuário trazem status dentro do ambiente da rede social para quem colaborou.



Figura 2 – Página incentiva a participação dos internautas

#### Publicações recentes de outros usuários



**Estefânia Mesquita**

"Mininum, vai te assiar que o de cumê já tá pronto."

Curtir · Comentar · há 31 minutos



**Mary Melo**

Hola vim deixar aqui duas frases que me lembrei do tempo do ronca.

-Filho diz : -Maeeee eu quero mais comida,coloca mais no meu prato....

-Mae responde: aff Maria minino deixa de ser isgalamido !!

Outra é : rumbora minino,dipressa se não tu vai perder o ônibus,não esquece de pegar a muda de roupa.

Moro na Europa a 7 anos e já não me lembro de quase nada das gírias do nosso Ceará,mais me divirto horrores com vc Suticate :)

Curtir · Comentar · há 34 minutos via celular



**Rafael Frade**

Sugstao para postagem:

"eita minino maria chego se levante e pega ali uma cadera pra ela se sentar aqui na calçada"

Curtir · Comentar · há 59 minutos



**Claro Canindé**

Sugestão de Tiago Seboso de Canindé - Ce

Manhê faz bruaca com café pra nós merendá?

Curtir · Comentar · há 59 minutos



**Paulo André**

Suricate Faz Um Ai Zuado o Vitoria ai So Pq eles zuaro nois

Curtir · Comentar · há ± 1 hora

Figura 3 – Internautas colaboram com a página enviando suas sugestões de postagens.

O envio de sugestões atende a dois fatores que interessam aos usuários: ter uma experiência sua retratada naquele ambiente tão popular e também o status de ser o idealizador de uma postagem na fan page, questão previamente mencionada.

Ampliando ainda mais o espaço do usuário na página, foi criado o Meu Momento Suricate Seboso, no qual se pode enviar fotos de atividades que poderiam ser inusitadas, mas que podem representar a infância no Ceará. Nesse caso, quem participa da postagem não tem seu nome divulgado apenas nos créditos da imagem, mas uma foto sua está na fan page, o que pode fazer o usuário se sentir parte da página.





Figura 4 – Participação dos internautas

Podemos então dizer que um dos diferenciais de um espaço desse tipo, que coloca o regionalismo em um ambiente favorável à colaboração da audiência, é a possibilidade de refletir com ainda mais fidelidade o que se propõe a retratar, pois conta com a ajuda de milhares de pessoas, possibilitando a abordagem de um grande número de situações. Essa aproximação do público, a princípio, tende a crescer cada vez mais, visto que um maior número de usuários colaborando traz um número maior de sugestões, o que diversifica as postagens e, dessa forma, tende a atrair mais usuários para as publicações.

Em uma página de humor regionalista, a reafirmação do local de origem e a exaltação de seus costumes que podem ser considerados atípicos por pessoas que não são daquele lugar cria uma maior identificação do usuário, que sente que participa daquela página não só quando envia suas sugestões, mas todas as vezes que vê algo tão próximo de si sendo retratado. O regionalismo também exclui, de certa forma, aqueles que não viveram aquela realidade, o que cria uma sensação de exclusividade em cada um dos milhares de cearenses que veem as postagens do Suricate Seboso todos os dias.

### **Considerações Finais**

É bem verdade que o regionalismo tem sido inserido, cada vez mais, nas produções virtuais. E se, por um lado, a virtualização das atividades promovidas pela Internet pode contribuir para a constituição de uma nova identidade que modifica a

cultura de um povo, por outro, as pessoas utilizam o espaço que a tecnologia oferece para reavivar questões locais, regionais. A identidade, conforme dito por Hall (2000), torna-se uma celebração móvel.

E, no ciberespaço, as redes sociais comprovam isso. As fan pages, como a página *Suricate Seboso*, objeto de estudo deste trabalho, resignificam a identidade da audiência também. Quem curte, compartilha, interage e colabora está, no ato comunicativo que se estabelece, assumindo um discurso para si, agregando experiências próprias a um todo, diminuindo as fronteiras entre o local e o global. Na verdade, redefinindo tais fronteiras.

Em meio à disputa pela audiência, o humor se torna uma estratégia para atrair visibilidade no espaço eletrônico. Freud (1974) qualifica as atitudes humorísticas como situações construídas deliberadamente para nos fazer rir. Nas redes sociais, contudo, as páginas de humor não costumam surgir sem pretensão alguma. Na maioria das vezes, o que é postado nelas não é uma escolha aleatória. O efeito, o riso, este sim é. Na fan page “*Suricate Seboso*”, as montagens são “caricaturas” na *Web 2.0*. Vale ressaltar que as páginas humorísticas que apostam no regionalismo se utilizam do risível como forma de reflexão, conforme observa Ottoni (2005). As postagens de serviço, de busca por desaparecidos, as que tratam de questões sociais como o transporte público e campanhas de combate à dengue, são exemplos disso.

A interação entre os usuários e a colaboração estão presentes nas redes sociais, de fato. Isso também fica claro na análise do objeto. E as implicações dessa participação da audiência nos conteúdos é cada vez mais comum. Inclusive na expansão desses conteúdos. Os administradores da página, por exemplo, agora também fazem vídeos relacionados à proposta do *Suricate Seboso*. É o ciberespaço encontrando interfaces com as ditas mídias tradicionais. Assim, a tendência é que o humor continue se apropriando dos regionalismos no espaço eletrônico. Na verdade, o processo de apropriação é recíproco. Afinal, quando se trata de Internet, não há ponto final. Há fluxos em continuidade. E à medida que encontramos respostas, surgem outros questionamentos. Muitos. É disso, também, que trata a ciberultura.

#### **Referências Bibliográficas**



CARVALHO, N., FONSAÇA, K.. Animação em tempo e espaço do humor on-line: Estudo de site com charges e caricaturas. **Iniciacom**, América do Norte, 1, fev. 2007. Disponível em: <http://200.144.189.84/revistas/index.php/iniciacom/article/view/366/358>. Acesso em: 15 de Agosto de 2013.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**/ André Lemos. – 5.ed. – Porto Alegre: Sulina, 2010.

MALINI, Fábio. **Modelos de colaboração nos meios sociais da internet: Uma análise a partir dos portais de jornalismo participativo**. Disponível em <[http://www.sitedaescola.com/downloads/portal\\_aluno/Maio/Modelos%20de%20colabora%20nos%20meios%20sociais%20da%20internet-Uma%20an%20lise%20a%20partir%20dos%20portais%20de%20jornalismo%20participativo.pdf](http://www.sitedaescola.com/downloads/portal_aluno/Maio/Modelos%20de%20colabora%20nos%20meios%20sociais%20da%20internet-Uma%20an%20lise%20a%20partir%20dos%20portais%20de%20jornalismo%20participativo.pdf)> Acesso em: 12 de Agosto de 2013.

MOREIRA, Gleydson da Silva. **A fotografia e as mídias sociais: a apropriação da representação digital**. 97 F. Trabalho de Conclusão de Curso. (Curso de Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal do Ceará – Fortaleza. Ceará, 2011.

OLIVEN, Ruben. **Nação e região na identidade brasileira**. In: ZARUR, George de Cerqueira Leite (org.). **Região e nação na América Latina**. Brasília: Ed. UnB, 2000.

OTTONI, Maria Aparecida Resende. **O humor na Internet: reprodução ou problematização?**. Intercâmbio: Revista do Programa de Estudos Pós-graduados em Linguística e Estudos da Linguagem. Volume 14, 2005.

PIENIZ, Mônica. Regionalismos e apropriações tecnológicas: expressões de identidades culturais na web. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. – Curitiba, PR, setembro de 2009. p. 1 a 8.

PINHO, José Benedito. **Publicidade e vendas na Internet: técnicas e estratégias**. São Paulo: Summus, 2000.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**/ Raquel Recuero. – Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Ciberultura).

SILVEIRA, Ada C. M. **Representações identitárias e o giro da virtualidade: as tecnologias geradoras de intertextos culturais**. Animus: revista interamericana de comunicação midiática/UFSM, CESH, Vol. I, n. 2 julho/dez.2002.

WASSERMAN, Stanley e FAUST, Katherine. **Social network analysis. In: Methods and applications**. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2007.