

## Humor e nostalgia: o imaginário popular da cultura nordestina no perfil do Bode Gaiato<sup>1</sup>

Andréa Karinne Albuquerque MAIA<sup>2</sup>

Fernanda GabrielaGADELHA<sup>3</sup>

Lívia Moreira BARROSO<sup>4</sup>

Siméia Rêgo de OLIVEIRA<sup>5</sup>

### Resumo

O “Bode Gaiato” é um *fanpage* do *Facebook* que conta com mais de 3,6 milhões de curtidas<sup>6</sup>. A página se apropria de elementos da cultura popular nordestina, ressignificados no ambiente digital. Nesse sentido, forma-se um agrupamento de pessoas que se encontram para rirem juntas de suas vidas e origens, promovendo uma conversação mediada pelo computador (CMC), numa forma de socialidade. Nessa perspectiva, busca-se perceber as estratégias folkmediáticas adotadas para gerar humor e nostalgia, decorrentes de um cotidiano vivido, ligado à identidade nordestina. O aporte teórico fundamenta-se nas questões relacionadas à folkmídia, socialidade, neotribalização, cultura nordestina, *memes* e conversação mediada por computador. As ferramentas metodológicas são a pesquisa bibliográfica, a observação não-participante e a análise dos *memes* produzidos pelo perfil em estudo, o que permitirá compreender como os elementos da cultura nordestina são apropriados, gerando humor e nostalgia.

**Palavras-Chave:** Bode Gaiato. Folkmídia. Cultura Popular.

### Abstract

The Bode Gaiato is a Facebook fanpage with more than 3,6 million likes [1]. That page take advantage on popular northeastern culture elements, reframed in the digital environment. Accordingly, they form a group of people who meet to laugh together about their lives and origin, promoting a computer mediated conversation (CMC), a

<sup>1</sup>Artigo Apresentado originalmente no GT 3 (Conteúdos da Folkcomunicação) da XVI Conferência Brasileira dos Estudos da Folkcomunicação, realizada em Juazeiro do Norte (CE), no período de 26 a 28 de junho de 2013.

<sup>2</sup> Mestra em Comunicação e Culturas Midiáticas, pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: andreakarinne@gmail.com

<sup>3</sup> Mestra do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas Audiovisuais da Universidade Federal da Paraíba (PPGC-UFPB). E-mail: gaby.gadelhar@gmail.com

<sup>4</sup> Mestra do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas Audiovisuais da Universidade Federal da Paraíba (PPGC-UFPB). E-mail: liviabarroso89@hotmail.com

<sup>5</sup> Mestra em Comunicação e Culturas Midiáticas, pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: simeia.rego@gmail.com

<sup>6</sup>Informação coletada da *fanpage* do Bode Gaiato no Facebook até o dia 01 de abril de 2014. Disponível em: <<http://migre.me/iB8Gv>>. Acesso em 01 abr. 2014.

form of social structure. In this perspective, there is a quest to realize the strategies of folk media adopted to produce comedy and nostalgia resulting from a daily life lived on the northeastern identity. The theoretical framework is based on issues related to folk media, sociality, neotribalization, northeastern culture, memes and computer-mediated conversation. The methodological tools are the bibliographical research, the non-participant observation and analysis of memes produced by the profile in the study, which will allow realize how the elements of the northeastern culture are suitable, creating humor and nostalgia.

**Keywords:** Bode Gaiato. Folk Media. Popular Culture.

## Introdução

Tudo começou no dia 3 de janeiro deste ano, quando o estudante de engenharia Breno Melo decidiu criar um perfil do *Facebook* intitulado Bode Gaiato. Em menos de seis meses na rede, ele conquistou uma verdadeira legião de fãs, estimada, atualmente, em mais de um milhão de pessoas que curtiram a página.

O Bode Gaiato posta diariamente ilustrações que descrevem situações cotidianas inseridas no universo da cultura nordestina. Os diálogos são formados pela linguagem e simbologia próprias desse tipo de cultura. Os personagens são um híbrido de ser humano com cabeça de bode, os protagonistas são *Junin* e *Mainha*, que também contracenam com outros personagens, sobre um fundo que simula uma galáxia.

Como resultado, as piadas e brincadeiras das postagens aliada ao visual tosco atraem um grande número de pessoas, especialmente os nordestinos que se identificam com as cenas retratadas, em virtude do humor e da nostalgia, elementos que resgatam o imaginário da cultura nordestina vivida especialmente durante a infância.

O sucesso repercutiu também nas mídias tradicionais como no Diário de Pernambuco<sup>7</sup>, no Jornal da Paraíba<sup>8</sup> e na TV Cabo Branco, filiada da rede Globo em João Pessoa – PB, que veiculou uma matéria sobre o tema notelejornal JPB – Primeira

---

7“Conheça mais sobre o Bode Gaiato, sucesso no Facebook”, matéria publicada no Diário de Pernambuco de 12 de abril de 2013. Disponível em <[http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2013/04/12/internas\\_viver\\_433639/coheca-mais-sobre-o-bode-gaiato-sucesso-no-facebook.shtml](http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2013/04/12/internas_viver_433639/coheca-mais-sobre-o-bode-gaiato-sucesso-no-facebook.shtml)>. Acesso em 13 mai. 2013.

8“Bode Gaiato' vira febre na web”, matéria publicada no Jornal da Paraíba de 12 de maio de 2013. Disponível em: <[http://www.jornaldaparaiba.com.br/noticia/106186\\_bode-gaiato-vira-febre-na-web](http://www.jornaldaparaiba.com.br/noticia/106186_bode-gaiato-vira-febre-na-web)>. Acesso em 15 mai. 2013.

edição<sup>9</sup>. Além disso, alguns portais de notícias como o *PB Agora*<sup>10</sup>, revelou alguns dados sobre o crescimento do fenômeno em 17 de maio de 2013, “São aproximadamente 25 mil novos fãs por dia, 150 mil acessos diários, mais de 900 mil seguidores e 14 milhões de pessoas atingidas por semana.”

Assim, o imaginário cultural nordestino é acionado para provocar sentimentos de pertencimento, que resgatam as experiências vividas e unem as pessoas através de uma conversação mediada pelo computador (CMC), numa forma de socialidade, em torno dos *memes* que são curtidos e compartilhados no Facebook. Nesse sentido, o humor e a nostalgia são elementos que servem como cimento social, ligando as pessoas numa espécie de tribo que estão juntas para rirem de suas vidas e origens.

O perfil do Bode Gaiato apresenta situações relacionadas ao cotidiano nordestino, repleto de dificuldades que são encaradas com bom humor. Bem como, a relação entre mãe e filho, remetendo a uma infância vivida no Nordeste que acaba por gerar um sentimento de nostalgia. Nessa perspectiva, busca-se conhecer como o fenômeno analisado adota estratégias folkmediáticas para gerar humor e nostalgia, elementos que unem as pessoas no *Facebook*.

## **1 O humor e a nostalgia como elementos da cultura nordestina**

Como quase tudo que temos no Ocidente, o humor ou a sua conceituação é de origem grega, e diz respeito ao estado de ânimo e bem-estar emocional das pessoas. O humor é uma característica exclusiva do ser humano, que representa por meio do riso os sentimentos de felicidade, descontração e através desse cria diversas maneiras de se divertir e entreter.

No Nordeste brasileiro, a cultura do povo está diretamente ligado ao humor. O nordestino faz das vivências cotidianas um verdadeiro “palco” em que os acontecimentos se tornam os “roteiros” de espetáculos de comédia da vida real. Tal

---

9 “Conheça o criador do Bode Gaiato, fenômeno nas redes sociais”. Matéria veiculada no JPB – 1ª edição do dia 5 de maio de 2013. Disponível em: <<http://globotv.globo.com/rede-paraiba/jpb-1a-edicao/v/conheca-o-criador-do-bode-gaiato-fenomeno-nas-redes-sociais/2575852/>>. Acesso em 19 mai. 2013.

10 “Perfil criado por aluno da UFCG faz sucesso” publicada no portal de notícias PB Agora no dia 17 de maio de 2013, disponível em: <<http://www.pbagora.com.br/conteudo.php?id=20130517163611&cat=educacao&keys=perfil-criado-aluno-ufcg-faz-sucesso>>. Acesso em 19 mai. 2013.

comédia se caracteriza a partir do momento em que a população nordestina, mesmo tendo passado no decorrer da sua história por diversos problemas sociais, tais como a pobreza extrema e a seca, não se abateu, mas na maioria das vezes riu da própria vida, fazendo piadas para aliviar o sofrimento.

De tanto rir de tudo e de todos, o Nordeste é considerado como o berço do humor no Brasil. Diversos humoristas de renome surgiram no cenário nacional, sendo que, quase todos são nordestinos e criam seus shows tendo como inspiração a cultura e o povo da sua região. Como exemplo, os humoristas: Chico Anísio, Tom Cavalcante, Renato Aragão, Adamastor Pitaco, Zé Lezim e entre outros.

Nesse contexto, *os memes* do perfil Bode Gaiato, se apropria dos elementos da cultura nordestina, principalmente das expressões linguísticas do povo da região. Como é sabido, o Brasil por ser um país de língua única e por ter uma grande extensão territorial, as regiões acabam que tendo características próprias de falar e de se expressar, no Nordeste não poderia ser diferente.

Então, o criador do Bode Gaiato adota o animal que representa tanto a região, quanto o povo, já que o bode é um bicho sinônimo de resistência por suportar as mais difíceis escassezes de água e alimento nos períodos de seca.

Aliado a linguagem própria do nordestino, que por si só provoca riso, o Bode Gaiato também se utiliza de outro fator, que é a nostalgia. Os *memes* vêm cheios de elementos que fazem o internauta<sup>11</sup> retornar ao passado com muito saudosismo, principalmente, à sua infância, com as brincadeiras, o ambiente escolar e da casa junto a família. Portanto, o perfil analisado traz à tona as lembranças e vivências de um povo, por meio da memória, com informações que fazem parte de um conjunto de sentimentos passados, onde nós atualizamos impressões já vividas.

## **2 A folkmídia presente no Facebook**

Torna-se necessário fazer um retorno, breve, mas esclarecedor a respeito do processo de Folkcomunicação, de onde deriva a folkmídia, para entrarmos propriamente

---

<sup>11</sup>É importante frisar, que os memes do Bode Gaiato são produzidos diretamente para os nordestinos, uma vez que, se pessoas de outras regiões tiverem acesso, possivelmente não entenderam as mensagens, já que a linguagem utilizada é própria da região.

no estudo folkmediático deste trabalho. A folkcomunicação surgiu das pesquisas desenvolvidas por Luiz Beltrão para tentar entender como um indivíduo analfabeto e que não tem acesso à informação poderia expressar sua opinião. Logo, percebeu que os grupos marginalizados encontravam formas de comunicar-se, as quais não dependiam dos meios massivos para obter informações. Para Beltrão (2001, p.79), “Folkcomunicação é o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”.

Nessa perspectiva, surge o processo folkmediático, em que os grupos antes tidos como marginalizados conseguem utilizar instrumento da própria mídia para divulgar e/ou propagar as suas informações e ideias. Adotaremos o conceito de folkmidia abordado por Joseph Luyten (2002):

Como o termo “Folkmidia” nesta acepção é apresentado mais como um sinônimo de “Folkcomunicação”, achamos nós que é melhor usa-lo para uma situação que se torna cada vez mais frequente em todo o mundo e que consiste na interação entre os meios de comunicação de massa e a folkcomunicação, ou seja, o uso tanto de elementos oriundos do folclore pela mídia como a utilização de elementos da comunicação massiva pelos comunicadores populares.(LUYTEN, 2002, p2.)

Conforme Alfredo D’Almeida (2002, p.8), “em outras palavras, cabe ao pesquisador interessado na Folkmidia identificar como os sujeitos das *Mass media* (re)interpretam e utilizam elementos da comunicação popular”.

Nesse trabalho, o cotidiano nordestino é reinterpretado a partir dos elementos da cultura popular. O Bode Gaiato, página criada na rede social, *Facebook*, utiliza as histórias do povo nordestino para transformá-las em produtos midiáticos. Por se apropriar da cultura nordestina, são caracterizados como Folkmediáticos. Considerando que os sujeitos reinterpretam e utilizam elementos da comunicação popular na elaboração de novos produtos, conceito dado por Joseph Luyten a Folkmidia.

Contudo, consideramos a Folkmidia, como sendo uma interação entre a cultura folk( de Beltrão) da cultura de massa, ou seja, permite a troca de conhecimentos entre várias culturas com o intuito de resgatar e de conservar a cultura original, ou seja o folclore.

Podemos verificar este processo, no Bode Gaiato, que se utiliza de elementos do cotidiano nordestino, isto é da cultura nordestina para divulgar/ propagar no *Facebook*. Desta forma, alimentam-se de e retroalimentam a cultura folk. A partir das mensagens transmitidas pela página do Bode gaiato, além de tratarem o cotidiano nordestino com humor, e agregarem mais seguidores, especificamente os nordestinos, por se identificarem com as mensagens, o Bode Gaiato acaba atingindo outros segmentos, o mercadológico.

### **3 Facebook como ferramenta da Comunicação Mediada pelo Computador (CMC)**

*Ofenômeno social* (LEMOS, 2008) denominado Cibercultura, se manifesta como a cultura da fala e da escrita, de forma ampla<sup>12</sup>. Essa cultura digital tanto favorece a interação<sup>13</sup> uma comunicação mediada pelo computador (CMC)<sup>14</sup> quanto possibilita (PRIMO, 2003) pertencer a determinado agrupamento virtual, considerando a sua forma de pensar, escrever, narrar e compartilhar conteúdo verbal e não-verbal.

Dentre três princípios-chaves assinalados por André Lemos<sup>15</sup> (informação verbal), o da *conexão generalizada e aberta* cuja possibilidade de ampliar uma fala, num ambiente de privacidade semipública<sup>16</sup>, agregar-se e se reagregar, aproxima-se do Bode Gaiato, página do site de rede social (SRS) Facebook.

Maria Alice Amorim, escritora e pesquisadora de cordel, em matéria publicada no *Diário de Pernambuco*<sup>17</sup> indica que a página Bode Gaiato é “caricata, se utiliza de regionalismos para fazer rir”, que seu objetivo assemelha-se ao da literatura de cordel<sup>18</sup>, no sentido de utilizar a linguagem matuta e o “resgate de memórias infantis, com quilates de humor.”

<sup>12</sup> Palestra ministrada por André Lemos. Disponível em: <<http://migre.me/eVabi>>. Acesso em: 04 jun. 2013.

<sup>13</sup> O termo interagente emana da ação (ou relação) que acontece entre os participantes. Interagente, pois, é aquele que age com outro (PRIMO, 2003).

<sup>14</sup> “A CMC é um conceito amplo aplicado a capacidade de proporcionar trocas entre dois interagentes via computadores” (RECUERO, 2012, p. 24).

<sup>15</sup> Os três princípios-chaves, segundo André Lemos, são: 1) Liberação da emissão; 2) Conexão generalizada e aberta e 3) Reconfiguração cultural, mediante palestra ministrada por este. Disponível em: <<http://migre.me/eVabi>>. Acesso em: 04 jun 2013.

<sup>16</sup> Que requer do interagente “cadastro ou participação” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012, p.21).

<sup>17</sup> Disponível em: <<http://migre.me/eVa8j>>. Acesso em: 31 maio 2013.

<sup>18</sup> Entretanto o Cordel, vale ressaltar, propõe algo diferente da narrativa da página do *Bode Gaiato*, uma vez que, estes seriam tradições orais impressas. Segundo Câmara Cascudo a Literatura de Cordel são “folhetos impressos e compostos no Nordeste divulgados e correntes em todo o Brasil. A maioria desses emigrou para o país ingressando na tradição oral” (2008, p.398 e 399).

O viés da “valorização nordestina”, segundo Amorim, perpassa ainda por uma cultura do imaginário. Segundo Durand (1996) este imaginário revela o modo como as imagens são produzidas e transmitidas e como ocorre a sua recepção. Esses “reservatórios de imagem popular” alimentam o arquivo da imaginação criadora que dá-se como uma via real (BACHELARD, 1984 apud ARAÚJO e TEIXEIRA, 2009).

As interações nesse ambiente digital são entendidas pelo nível da socialidade, a partir do conceito do sociólogo Michel Maffesoli. Segundo esse, o termo socialidade indica a saturação e o fim dos grandes sistemas e das macroestruturas (MAFFESOLI, 1998). Um estar-junto evidenciado pelas trocas de afeto, sem haver ligações ou regras, apenas, “pela vontade de estarem juntos” (LEMOS, 2008, p. 85). Assim, essa página poderia ser percebida como vetor de trocas afetivas a partir de lembranças da infância, do humor, entre os interagentes.

Assim, a narrativa caricata do Bode Gaiato, ressignificada como *meme*, acompanha a velocidade do ambiente digital e a possibilidade de agrupamento oferecido por uma rede social *online* (RSO). Nessa direção a página do *site* de rede social<sup>19</sup> (SRS) Facebook<sup>20</sup>, remeteria a uma rede social *online*<sup>21</sup> de laços fracos<sup>22</sup> (RECUERO, 2009), cujas interações ocorrem via compartilhamento e comentários às postagens dos *memes*.

#### 4 Análise dos *memes*: o Bode Gaiato

A estratégia da página Bode Gaiato salienta seu perfil agregador, segundo Fernando Fontanella, ao Diário de Pernambuco<sup>23</sup>. Para este pesquisador a autorreferência, o ri de si mesmo, rememora não apenas a infância do nativo nordestino, mas de quem com aquele perfil se identifica. É pertinente considerar que estas

---

<sup>19</sup>SRS's são as ferramentas que tornam essa rede visível ou usual (RECUERO, 2009).

<sup>20</sup>Facebook é um sistema de perfis e comunidades, criado por Mark Zuckerberg, para uso de estudantes secundaristas recém chegados à Universidade. A proposta seria incentivar esses jovens a criarem sua própria rede de contatos (RECUERO, 2009).

<sup>21</sup>RSO referem-se à quantidade de pessoas que a ela estão conectadas (RECUERO, 2009)

<sup>22</sup>“A força de um laço é uma combinação da quantidade de tempo, intensidade emocional e serviços recíprocos [...]”. Assim, os *laços fracos caracterizam-se pelas relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade*”; ainda assim são considerados importantes pois são estruturadores das redes sociais, são os que conectam os grupos (GRANOVETTER, 1973 apud RECUERO, 2009, p.41, grifo nosso).

<sup>23</sup>Disponível em: <<http://migre.me/eVa8j>>. Acesso em: 31 maio 2013.

interações são esparsas, sem intimidade ou proximidade - características dos *laços fracos*.

As lembranças da infância, a relação mãe e filho; as piadas e causos de matutos evocando o humor nordestino; o homem sertanejo ingênuo e a sua esperteza, constituem-se elementos da cultura nordestina, do regionalismo e seus neologismos, apropriados no ambiente digital, em forma de *memes*, curtidos, comentados e compartilhados<sup>24</sup> persistentemente, na página do Bode Gaiato.

A internet é o meio de difusão desta “inteligência coletiva” (LÉVY, 1999) agora conectada. O folclore seria essa inteligência quando se apropria sem assinaturas dos hábitos e costumes da tradição popular. Sendo assim, uma cena folkcomunicacional pautada em criar seu próprio meio de comunicação no digital.

A página atrai tanto o gosto popular, que em 12 maio em menos de cinco meses de criação, já alcançava 1 milhão de curtidas. Numa rápida trajetória em números, o Bode Gaiato, no primeiro mês (janeiro/2013), recebeu 72.709 curtidas; em fevereiro, exatos 102 mil *likes*<sup>25</sup>. A partir de março, a página agregou um outro dado estatístico, além da quantidade de curtidas, que foi de 155 mil, apresentou o número de pessoas falando sobre, que foi de 1,1 milhão e 2,2 milhões em abril com 374 *millikes*.

A página do Bode Gaiato caracteriza-se como sendo uma rede social online (RSO) de *laços fracos*. Nesse sentido, considera-se que há um nível de interação promovido pela socialidade, nesses tipos de agrupamentos, que é a prática do estar-junto.

Assim, a análise da interação nesses *memes*, faz-se pertinente como procedimento metodológico. Para tanto, sugere-se uma classificação em três grupos e subgrupos:

- A) *Nostalgia*, subgrupos: *Relação mãe e filho e Brincadeira de criança*;
- B) *Humor*;
- C) *Dimensão do fenômeno*, subgrupo: *Os mais compartilhados e Publicidade*;

<sup>24</sup> *Curtir, compartilhar e comentar*, são botões ou *plug in* sociais através dos quais se expressam graus de afetividade projetados em rede.

<sup>25</sup> *Liket* traduzido para *curti*, em português.

Tendo como critério de análise as três categorias acima, nos propomos a discutir seis *memes* que se enquadram nos grupos.

Figura 1 – Relação mãe e filho



Fonte: Bode Gaiato, 2013.

Na Figura 1, pode-se observar um fato corriqueiro no lar das famílias nordestinas, uma vez que, a foto do filho na escola na frente da bandeira nacional posta em um porta-retratos é um dos elementos de decoração e também de admiração, por parte principalmente da mãe. Sobretudo, Assim como, um modo de expressar os seus sentimentos afetivos com um dos membros da família.

Também é perceptível, que a linguagem do *meme* faz referência direta ao jeito único do povo do Nordeste falar, como por exemplo, a substituição da consoante “s”, por “r” na palavra “mas”. Além da ênfase no fato, que é muito comum a expressão de que “a mãe sempre acha o filho bonito, independente dos seus aparatos físico, pois, a beleza está no coração, através do sentimento materno.”

Figura 2 – Brincadeira de criança



Fonte: Bode Gaiato, 2013.

A Figura 2 retrata uma brincadeira de criança, remete ao ambiente típico da infância de uma criança nordestina: os amigos-vizinhos; o acesso a brinquedos lúdicos tais como a bola de futebol, a pipa (arraia – em alguns estados do Norte- ou papagaio – em alguns estados do Sul), bambolê, brincadeiras de roda, entre outros; a vizinha que se comporta como uma “parente”.

Nesse *meme*, especificamente, está evidente uma narrativa nostálgica. Da infância de pés no chão, com roupas sujas e as broncas da mãe indicando a necessidade de se estar limpo e asseado, mesmo nesse contexto, bem como, da vizinha que dá bronca, quando se brinca com a bola, persistindo em chutá-la em direção a sua casa.

Observa-se, entretanto, que não apenas os interagentes de origem nordestina identificam-se com essas imagens da infância, por outro lado, percebe-se que são postados comentários advindos de várias regiões do país, relembrando essa fase da vida, com muito bom humor.

Figura 3 – Humor.



Fonte: Bode Gaiato, 2013.

A Figura 3 retrata o ambiente da sala de aula, a sobreposição de fotostransformam, de maneira tosca, os alunos e a professora em bodes e cabra. Como este animal tipicamente nordestino faz parte da narrativa não-verbal da página, percebe-se que o *meme* aborda uma piada envolvendo o universo da cultura nordestina e seus trejeitos.

A professora, aparentemente sem muita paciência, responde a pergunta de um aluno, de forma irônica, já que o estudante, não parece estar disposto a fazer atividade proposta em quadro-negro. O autor da página, então, se apropriou do modo de falar do sertanejo nordestino e com criatividade explora uma cultura do *prazeroso* (FONTANELLA, 2009)<sup>26</sup>, do agregamento para rir, rir de si mesmo, intensificada pelas novas tecnologias da comunicação.

A figura 4 obteve exatos 147 mil e 247 compartilhamentos. O tema do *post* é uma conversa entre *Junin* e *D. Zefinha*, sua mãe. A maneira que a mãe organiza a vestimenta do filho, de acordo com seus costumes e criação, vai de encontro a tendência da moda contemporânea do filho. Essa decisão de sua mãe arranca lágrimas, de um *Junin* completamente dependente civil, financeira e emocionalmente dela.

Esse *meme* recebeu o maior número de compartilhamentos da página. Nesse artigo, este, foi classificado como subgrupo do grupo *Dimensões do fenômeno*,

<sup>26</sup>Disponível em: <<http://migre.me/eVbm2>>. Acesso em: 06 jun. 2013.

considerando as visualizações que recebeu, a empatia com a piada, e consequentemente, o compartilhamento dos interagentes em seus perfis. Evidencia-se então, uma multiplicação veloz, característica da Cibercultura, mas, com propósito prazeroso de que outros interagentes também sorrissem, ao clicarem no *post*.

Figura 4 – Mais compartilhado



Fonte: Bode Gaiato, 2013.

A página do Bode Gaiato deixou de ser apenas uma brincadeira para se tornar um negócio, em virtude do grande alcance de seguidores. Quanto à análise da *dimensão do fenômeno*, o subgrupo publicidade é apresentado na figura 5.

Figura 5 – Game Station



Fonte: Bode Gaiato, 2013.

O *Game Station* é o serviço anunciado, um ambiente voltado para o entretenimento por meio da oferta de jogos eletrônicos, geralmente localizado em *shopping centers*, trata-se portanto de equipamento que faz parte da cena urbana. No entanto, a linguagem adotada não foge do contexto da cultura nordestina, sobretudo no que se refere à maneira de educar de *Dona Zefinha*, considerada “politicamente incorreta” que não dispensa a ameaça de uma “surra” em público, por conta da teimosia de *Junin*.

Quanto ao anúncio, não traz nenhum tipo de incômodo para o internauta, na medida em que, o nome do produto não está presente no diálogo dos personagens. Assim, a marca compõe o cenário sem alterar a essência dos *memes* postados pela página.

Figura 6 – Estrela Jóias



Fonte: Bode Gaiato, 2013

O *memerepresentado* pela figura 6, remete ao método de limpar alianças com pasta de dente, uma prática bastante utilizada ainda nos tempos de hoje. E o Bode Gaiato aproveita para fazer a propaganda de uma loja de Joias, Estela Joias. Ao mesmo tempo aborda o sonho da mulher, o casamento, simbolizado pelas alianças, de forma bastante cômica. Observamos também que os demais *memes*, o Junin é que sempre sai chorando, e desta vez foi a mulher, representada pela mãe dele, *Dona Zefinha* que saiu chorando. Este *memeteve* 13.392 curtidas e 17.536 compartilhadas.

## Considerações finais

Diante do exposto, conclui-se que as estratégias folkmediáticas adotadas pelo página do Bode Gaiato no Facebook se alimentam do imaginário cultural nordestino, promovendo o agrupamento de pessoas que se identificam e se unem em torno do humor e da nostalgia. Esses dois elementos, são ilustrados por meio de cenas de um cotidiano vivido na região Nordeste.

A linguagem nordestina, com seu sotaque, vícios de linguagens e marcas discursivas próprias dessa cultura, recriam um ambiente familiar e cômico. Sobretudo, pelo fato dos personagens se comportarem como seres humanos mas, que possuem uma aparência animal, justamente o bode, símbolo de resistência às dificuldades da região.

Enfim, acredita-se que a página do Bode Gaiato contribui para o fortalecimento da identidade nordestina, por meio da promoção dos elementos da cultura popular, que passam a ser ressignificados no ambiente digital. Em virtude do humor e da nostalgia serem capazes de despertar o lúdico e o afetivo, bem como, o sentimento de pertencimento a sua terra de origem.

## Referências

ARAÚJO, A. F; TEIXEIRA, M. C. S. Gilbert Durand e a pedagogia do imaginário. **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 44, n.4, p. 7-13, out./dez. 2009. Disponível em: <<http://migre.me/aaw5H>>. Acesso em: jul. 2011.

FONTANELLA, F. **O que vem de baixo nos atinge**: intertextualidade, reconhecimento e prazer na cultura digital trash. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR. Setembro, 4-7, 2009. Disponível em: <<http://migre.me/eVbm2>>. Acesso em: 06 junho 2013.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.C.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2012

GUERRA, F. Bode Gaiato, Esquilo Lombroso e amigos atutos fazem sucesso na web. **Diário de Pernambuco**, Recife, 05 maio 2013. Disponível em: <<http://migre.me/eVa8j>>. Acesso em: maio 2013.

NAVES, P. Lagos andinos dão banho de beleza. Folha de S. Paulo, São Paulo, 28 jun. 1999. Folha Turismo, Caderno 8, p. 13.

LEMOS, A. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

O QUE É CIBERCULTURA? Educarede. 1 post (5 min 54s). Postado em: 2010. Disponível em: <<http://migre.me/eVabi>>. Acesso em: 04 jun. 2013.

PRIMO, A. F. T. **Quão interativo é o hipertexto? Da interface potencial à escrita coletiva**. São Leopoldo: Fronteiras: Estudos Midiáticos, v. 5, n. 2, 2003.

RECUERO, R.C. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2009.

ZYGMUNT BAUMAN - Sobre os laços humanos, redes sociais, liberdade e segurança. Abrasuaamente1. 2012. 1 post (6 min 19 s). Postado em: 2012. Disponível em: <<http://migre.me/eVbe6>>. Acesso em: 04 jun. 2013.

### **Fontes de consulta**

BODE Gaiato. Facebook. Mensagem enviada por Bode Gaiato. Postado em: 03 abr. 2013. Disponível em: <<http://migre.me/eVbst>>. Acesso em: 04 jun. 2013.

BODE Gaiato. Facebook. Mensagem enviada por Bode Gaiato. Postado em: 15jan. 2013. Disponível em: <<http://migre.me/eVbuY>>. Acesso em: 07 jun. 2013.

BODE Gaiato. Facebook. Mensagem enviada por Bode Gaiato. Postado em: 17 abr. 2013. Disponível em: <<http://migre.me/eVbw9>>. Acesso em: 04 jun. 2013.

BODE Gaiato. Facebook. Mensagem enviada por Bode Gaiato. Postado em: 28 abr. 2013. Disponível em: <<http://migre.me/eVbxk>>. Acesso em: 04 jun. 2013.

BODE Gaiato. Facebook. Mensagem enviada por Bode Gaiato. Postado em: 14 mai. 2013. Disponível em: <<http://migre.me/eZHxr>>. Acesso em: 07 jun. 2013.

BODE Gaiato. Facebook. Mensagem enviada por Bode Gaiato. Postado em: 25 maio 2013. Disponível em: <<http://migre.me/eVbzL>>. Acesso em: 25 maio 2013.