



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

JOÃO VICTOR MELO SALES

**O MENINO SEBOSINHO: A ESTRATÉGICA REPRESENTAÇÃO DE INFÂNCIA
NA PÁGINA SURICATE SEBOSO**

FORTALEZA

2016

JOÃO VICTOR MELO SALES

O MENINO SEBOSINHO: A ESTRATÉGICA REPRESENTAÇÃO DE INFÂNCIA NA
PÁGINA SURICATE SEBOSO

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação. Área de Concentração: Comunicação e Linguagens. Linha de Pesquisa: Mídia e Práticas Socioculturais.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Inês Silvia Vitorino Sampaio.

FORTALEZA

2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S155m Sales, João Victor Melo.

O menino Sebosinho : a estratégica representação de infância na página Suricate Seboso / João Victor Melo Sales. – 2016.

173 f. : il. color.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Fortaleza, 2016.

Orientação: Profa. Dra. Inês Silvia Vitorino Sampaio.

1. Suricate Seboso. 2. Efeitos de sentido. 3. Estratégias. 4. Representação. 5. Infância. I. Título.

CDD 302.23

JOÃO VICTOR MELO SALES

O MENINO SEBOSINHO: A ESTRATÉGICA REPRESENTAÇÃO DE INFÂNCIA NA
PÁGINA SURICATE SEBOSO

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Linguagens. Linha de Pesquisa: Mídia e Práticas Socioculturais.

Aprovada em: __/__/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Inês Sílvia Vitorino Sampaio (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Francisco Gilmar Cavalcante de Carvalho
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof.^a Dr.^a Maria de Fátima Vasconcelos da Costa
Universidade Federal do Ceará (UFC)

À Santíssima Virgem Maria, com amor filial.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ser o Autor primeiro da minha vida e deste trabalho, por ter me chamado de forma tão clara e direta para este curso de Mestrado e por me sustentar em toda a caminhada até aqui.

À Santíssima Virgem Maria, a quem me consagrei inteiramente e a quem pertence tudo o que tenho e sou, inclusive este trabalho e este título de mestre.

À minha família, pelo amor e apoio incondicional de sempre.

À professora Inês Vitorino, por sua dedicação e competência comprovadas em todo o trabalho de orientação.

Aos professores participantes da Banca Examinadora, Gilmar de Carvalho e Fátima Vasconcelos, pela disponibilidade em contribuir com minhas reflexões e também pelas valorosas sugestões compartilhadas no exame de qualificação.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), pelo financiamento sem o qual não teria sido possível a elaboração desta pesquisa.

À Obra Lumen e a todos os meus amigos e irmãos de comunidade que foram e são testemunho da vocação de ser luz para o mundo.

A todos que integram a comunidade do Seminário Propedêutico Dom Aloisio Lorscheider em 2016, uma nova família que ganhei para me ajudar a discernir minha vocação. Agradeço aos formadores, Pe. Rafael Maciel e Pe. Vicente Oliveira, pela paciência e compreensão para me ajudar a encerrar mais esta importante etapa da vida. E também aos meus irmãos, que hoje fraternalmente compartilham comigo tantas alegrias e que me ajudam a superar tantos desafios.

Às professoras, aos pesquisadores e demais integrantes do Grupo de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia (GRIM), pela amizade e pelo excelente convívio em tantas experiências acadêmicas enriquecedoras que compartilhamos. Em especial, à amiga Thinayna Máximo, pela compreensão e apoio em todas as circunstâncias.

À servidora da coordenação do PPGCOM, Lidiane Vasconcelos, por toda a atenção e solicitude dedicada ao atendimento dos alunos.

“O menino é o dono do mundo
E o mundo não é mais que uma bola
O menino não conhece perigo
Tem um anjo da guarda na sua cola

Vida de moleque é vida boa
Vida de menino é maluquinha
É bente-altas, rouba bandeira
Tudo que é bom é brincadeira

O tempo do menino maluquinho
É um tempo que existe só na infância
Mas ele é eterno em todos nós
Ele gruda feito chiclete, feito esperança”
(Milton Nascimento)

RESUMO

Desde 2012, a página cearense Suricate Seboso alcançou sucesso no *Facebook* ao publicar tirinhas e *memes* que representam elementos do cotidiano regional com um estilo humorístico e regionalista. A maior parte dos *posts* aborda temáticas relativas à infância em seus conteúdos, por meio da construção estratégica de uma representação sobre essa categoria, sobretudo em torno da caracterização do personagem infantil Sebosinho. Esta pesquisa tem o objetivo de identificar os principais efeitos de sentido embutidos nas estratégias de construção dessa representação de infância no conteúdo da página. Com base em uma abordagem netnográfica (KOZINETS, 1998; GEERTZ, 2014; FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011), que leva em conta o modelo de circulação cultural de Richard Johnson (2010), a metodologia inclui a análise específica de 50 *posts*, de comentários publicados pelos internautas e de entrevistas concedidas pelos produtores. A análise dos *posts* selecionados buscou identificar os principais elementos representativos das gramáticas das culturas infantis (SARMENTO, 2004) que foram estrategicamente utilizados na edição dos conteúdos de forma a produzir certos efeitos de sentido no público. As discussões trabalham com os conceitos de efeito de sentido (CHARAUDEAU, 2010), estratégia (CERTEAU, 1996), representação (MOSCOVICI, 2004), infância (QVORTRUP, 2010), culturas infantis (SARMENTO, 2004; CORSARO, 2011), cultura lúdica (BROUGÈRE, 1997), formas simbólicas (THOMPSON, 1995), *ethos* (MAINGUENEAU, 1997), além das considerações de Lipovestky (2005) e Minois (2003) sobre humor, de Haesbaert (1999), Hall (2005) e Canclini (2008) sobre processos identificatórios e de Albuquerque Jr. (2003; 2006) e Carvalho (1994; 2014) sobre regionalismo nordestino. A pesquisa destaca, sobretudo, três efeitos principais, que são fatores que ajudam a explicar o sucesso de público alcançado pela página: a produção de processos de identificação, a evocação do sentimento de nostalgia e a publicização do privado. Eles são produzidos não apenas sobre os internautas, mas também sobre os próprios produtores do conteúdo, os quais consistem em amadores que conquistaram visibilidade e lucro com suas atividades na internet, principalmente ao criarem uma representação de infância que reforça elementos referentes a segmentos da sociedade definidos por recortes de região, classe social, geração e gênero.

Palavras-chave: Suricate Seboso. Efeitos de sentido. Estratégias. Representação. Infância.

ABSTRACT

Since 2012, the Suricate Seboso's fanpage, from Ceará, a state located in Northeast Brazil, has gotten success in Facebook because it publishes comics and memes that represent elements from the regional quotidian by a humoristic and regionalist style. Most of the posts brings up subjects related to childhood in its contents, by the strategic construction of a representation about this category, mainly with the feature of the character Sebosinho, which is a child. The object of this research is to identify the main sense effects within the construction strategies of the childhood representation in the content of the fanpage. By an ethnographic approach (KOZINETS, 1998; GEERTZ, 2014; FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011), that considers the cultural circulation model by Richard Johnson (2010), the methodology includes the specific analysis of 50 posts, of comments published by the fans and of interviews gave by the producers. The selected posts' analysis identified the main representative elements of the childhood culture's grammar (SARMENTO, 2004) which were used strategically in the edition of the contents, producing some sense effects on the audience. The discussions work with the concepts of sense effect (CHARAUDEAU, 2010), strategy (CERTEAU, 1996), representation (MOSCOVICI, 2004), childhood (QVORTRUP, 2010), childhood cultures (SARMENTO, 2004; CORSARO, 2011), ludic culture (BROUGÈRE, 1997), symbolic forms (THOMPSON, 1995), ethos (MAINGUENEAU, 1997), besides the considerations of Lipovetsky (2005) and Minois (2003) about humor, the ideas of Haesbaert (1999), Hall (2005) and Canclini (2008) about identification processes, and the discussions of Albuquerque Jr. (2003; 2006) and Carvalho (1994; 2004) about the regionalism from Northeast Brazil. The research highlight principally three main effects, which are factors that help to explain the audience success of the page: the production of identification processes, the evocation of nostalgia feeling and the publicization of private elements. They aren't produced only for the fans, but also for the own content producers, who are amateurs that got visibility and profit with their internet activities, mainly because they create a childhood representation that reinforce the elements referred to society's segments defined by the section of region, social class, generation and gender.

Key-words: Suricate Seboso. Sense effects. Strategies. Representation. Childhood.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Dados sobre o público	19
Figura 2 – Exemplo de tirinha publicada na página Suricate Seboso	20
Figura 3 – Exemplo de meme publicado na página Suricate Seboso	21
Figura 4 – “Tem gente que nunca <i>rái</i> saber...”	25
Figura 5 – Perfil de Diego Jovino no Facebook	47
Figura 6 – Personagens	51
Figura 7 – Tirinha com um anúncio da loja Zenir Móveis	52
Figura 8 – Exemplo de uma “reflexão” de Sebosinho Lispector	53
Figura 9 – Exemplo de <i>post</i> com referência à infância	66
Figura 10 – Interdição de Dona Sebosa sobre Sebosinho	70
Figura 11 – Sebosinho levado e ingênuo	76
Figura 12 – Esperteza de Sebosinho	77
Figura 13 – Fato narrado por Sebosinho	79
Figura 14 – Cenário de uma casa da zona rural	80
Figura 15 – Sebosinho responde à professora	83
Figura 16 – Teclado de brinquedo	87
Figura 17 – Sebosinho brinca de carrinho em uma máquina de costura	88
Figura 18 – Sebosinho debulhando feijão	89
Figura 19 – “Tanga” de rede	90
Figura 20 – Reisado	91
Figura 21 – Superstição de que espelhos atraem raios	92
Figura 22 – Pente para tirar piolhos	95
Figura 23 – Merthiolate	96
Figura 24 – Dormir com uma bacia embaixo da rede	98
Figura 25 – Foto de escola	100
Figura 26 – Moto de criança	102
Figura 27 – Superstição da chinela “emborcada”	103
Figura 28 – Arroz com ovo	112
Figura 29 – Carro de lata	114
Figura 30 – Sucos artificiais em pó	116
Figura 31 – Pedir a bênção	118
Figura 32 – Dormir sob goteiras	122

Figura 33 – Trocar garras de vidro e panelas de alumínio por algodão doce	123
Figura 34 – “Traga a vasilha”	124
Figura 35 – Sucos em garrafinhas de brinquedo	125
Figura 36 – Plástico-bolha	127
Figura 37 – Adedonha	128
Figura 38 – Brincadeira sobre casamento	128

LISTA DE FLUXOGRAMAS

Fluxograma 1 – Circuito da produção, circulação e consumo dos produtos culturais	30
--	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	DELINEAMENTO DO OBJETO	15
2.1	Desafios de uma pesquisa netnográfica	24
2.2	Formas simbólicas em circuito	28
2.3	Produção colaborativa de formas simbólicas	35
3	SEGREDOS DE UM SUCESSO	39
3.1	O desenvolvimento de uma marca	42
3.2	Estratégias de edição do conteúdo	49
3.3	A consolidação de um estilo	55
4	A ESTRATÉGICA REPRESENTAÇÃO DA INFÂNCIA	65
4.1	A infância em comunicação	71
4.2	O menino Sebosinho	75
4.2.1	<i>Caracterização do personagem</i>	75
4.2.2	<i>Ambientes</i>	79
4.2.3	<i>Enredos</i>	81
5	A CONSTRUÇÃO DOS EFEITOS DE SENTIDO NAS “SEBOSIDADES”	86
5.1	Elementos da análise	86
5.2	A produção de efeitos de sentido	97
5.2.1	<i>Produção de processos de identificação</i>	99
5.2.1.1	<i>Região</i>	107
5.2.1.2	<i>Classe social</i>	111
5.2.1.3	<i>Geração</i>	115
5.2.1.4	<i>Gênero</i>	120
5.2.2	<i>Evocação do sentimento de nostalgia</i>	121
5.2.3	<i>Publicização do privado</i>	127
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	133
	REFERÊNCIAS	136
	APÊNDICE A – CLIPPING	143
	ANEXO A – POSTS ANALISADOS	148

1 INTRODUÇÃO

Criada em 2012, a página cearense do *Facebook* chamada Suricate Seboso destaca-se, desde então, como referência entre os conteúdos humorísticos e regionalistas da região Nordeste. Seu sucesso se deu, sobretudo, por meio da publicação de tirinhas e *memes* que representam elementos do cotidiano regional, com destaque para aspectos das culturas infantis. Os produtores do conteúdo são jovens cearenses amadores que alcançaram grande visibilidade e lucro por meio das ações da página e da marca Suricate Seboso, desenvolvida num segundo momento, incorporando uma série de outras atividades, como produção de vídeos, confecção de produtos e participação em eventos, além do gerenciamento das páginas nas redes sociais.

A escolha por esse objeto de estudo se deu em virtude, primeiramente, do nosso interesse pelas temáticas de comunicação e infância, que acompanha nossas pesquisas desde o período da graduação. Além disso, identificamos a página como uma referência regional importante para refletir sobre a infância, em virtude da recorrência de elementos infantis nos conteúdos publicados, que analisaremos ao longo desta dissertação.

Ressaltamos, ainda, o interesse que a página despertou em nós para a temática das culturas regionais. Desse modo, uma das nossas motivações foi a de buscar compreender melhor essa manifestação regionalista recente, com repercussão expressiva entre o público jovem na internet. Vinculada à linha de Mídia e Práticas Socioculturais, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFC, nossa pesquisa investiga, portanto, o objeto, destacando a sua inserção no contexto das mídias e práticas sociais na internet, como discutiremos por meio dos dados empíricos e das considerações teóricas articuladas ao longo dos capítulos.

Definimos, então, como pergunta central desta investigação a seguinte: “*Quais os principais efeitos de sentido embutidos nas estratégias de construção da representação de infância no conteúdo da página?*”. Esta pesquisa tem, portanto, o objetivo de identificar os efeitos de sentido buscados e materializados nessas estratégias, de modo que eles nos ajudem a explicar o sucesso de público alcançado pela página.

Para cumprir este propósito, apoiamo-nos em uma abordagem netnográfica sobre os processos comunicacionais manifestados nos conteúdos da página e, de modo mais tópico, desenvolvemos uma análise específica de 50 *posts* selecionados com este fim. Em algumas situações mais evidentes, observamos também os indícios de como esse processo de construção dos efeitos se apresenta nos comentários dos internautas sobre as publicações,

compreendendo, de forma mais ampla, o processo comunicacional no qual as estratégias se fazem presentes. Além disso, consideramos os depoimentos conferidos pelos produtores em algumas entrevistas, bem como dados coletados por meio da observação assistemática de conteúdos relacionados à página. De modo a enfrentar todas essas questões, organizamos a dissertação em quatro capítulos, conforme indicamos a seguir.

No capítulo *Delineamento do objeto*, apresentamos as principais características do conteúdo da página, o contexto em que se deu o surgimento e o sucesso desta, as principais atividades da marca Suricate Seboso e os principais aspectos metodológicos escolhidos para a abordagem do nosso objeto na pesquisa, nas etapas de observação, coleta e análise dos dados, com destaque para as especificidades desses processos no ciberespaço. Para isso, apropriamos-nos da perspectiva de Robert Kozinets (1998) sobre a transposição da etnografia para a internet, além da ideia do trabalho etnográfico como uma “descrição densa”, de acordo com Clifford Geertz (2014), das orientações gerais de Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral (2011) para pesquisas em ambientes *online* e do modelo de circulação cultural de Richard Johnson (2010). Alguns conceitos importantes para o desenvolvimento da investigação são apresentados neste capítulo, como de: efeitos de sentido (CHARAUDEAU, 2010), estratégias (CERTEAU, 1996), representação (MOSCOVICI, 2004), formas simbólicas (THOMPSON, 1995) e formas públicas e privadas (JOHNSON, 2010).

Em *Segredos de um sucesso*, problematizamos as estratégias que foram observadas por nós com maior relevância e recorrência na produção do conteúdo da página e que nos ajudam a explicar o seu sucesso. Apresentamos os principais produtos e atividades com a marca Suricate Seboso, as estratégias de edição do conteúdo da página e os elementos constituintes do estilo valorizado em sua comunicação, tais como a colaboração, o amadorismo, o humor e o regionalismo. Nesta reflexão, foram abordados o conceito de *ethos* segundo Dominique Maingueneau (1997), as considerações de Andrew Keen (2009) sobre o lugar do amadorismo na internet, as contribuições de Gilles Lipovetsky (2005) e Georges Minois (2003) sobre humor, além das discussões sobre regionalismo com base em Ruben Oliven (1992), Durval Muniz de Albuquerque Jr. (2003; 2006), Gilmar de Carvalho (1994; 2014), Rogério Haesbaert (1999), Stuart Hall (2005) e Néstor García Canclini (2008).

Já em *A estratégica representação da infância*, abordamos algumas vertentes teóricas dos estudos sobre infância que nos ajudam a analisar nosso objeto de estudo. Discutimos as concepções de Jens Qvortrup (2010) sobre infância como período de vida e categoria estrutural, o conceito de culturas infantis, com base em Manuel Jacinto Sarmiento (2004) e William Corsaro (2011), o de culturas lúdicas, segundo Gilles Brougère (2006) e a

perspectiva de David Buckingham (2000) sobre a definição da infância “por exclusão”. Neste capítulo, refletimos também acerca do lugar que essa categoria ocupa nos processos comunicativos da página Suricate Seboso. Além disso, com base em nossas observações netnográficas, destacamos os principais elementos que são estrategicamente selecionados pelos produtores para a construção da representação de infância, principalmente nas tirinhas em que aparece o personagem infantil Sebosinho. Dividimos essa etapa da análise com referência a três aspectos: a caracterização do personagem, os ambientes e os enredos em que são narradas suas ações.

Finalmente, no capítulo *A construção dos efeitos de sentido nas “sebosidades”*, dedicamo-nos mais especificamente à análise das estratégias de produção de certos efeitos identificados por nós, relativos à representação da infância nos *posts* analisados. Ao longo do capítulo, discutimos mais a fundo quais são os que identificamos e com base em quais estratégias eles são construídos. Como instrumentos de análise, além dos aspectos discutidos no capítulo sobre o delineamento do objeto, lançamos mão de algumas categorias que englobam elementos das gramáticas das culturas infantis (SARMENTO, 2004) que são representados com maior relevância e recorrência nos conteúdos analisados, como objetos e práticas do cotidiano, elementos lúdicos, táticas (CERTEAU, 1996), tradições (HOBSBAWN, 2008), superstições (SPINOZA, 1997), sensações (PINTO, 2010), entre outros.

Esperamos, dessa forma, trazer alguma contribuição para a área de estudos em Comunicação e Infância, ao refletir sobre o modo como a página colabora para construir um conceito de infância, associando-a, sobretudo, ao humor e a aspectos da cultura regional.

2 DELINEAMENTO DO OBJETO

Neste capítulo, buscamos delinear nosso objeto de estudo, explicitando as principais características da página Suricate Seboso, o contexto em que se deu o surgimento e o sucesso do fenômeno comunicacional estudado, além das atividades desenvolvidas por sua equipe de produção na construção da marca Suricate Seboso¹. Apresentamos também nossa pergunta de pesquisa e discutimos os principais aspectos metodológicos escolhidos por nós para abordarmos esse objeto. Ressaltamos que boa parte das informações apresentadas, em especial, ao longo deste e dos dois capítulos seguintes, foram coletadas diretamente das páginas de Suricate Seboso na internet. Outras informações foram extraídas de entrevistas publicadas em jornais, portais de notícias e programas televisivos e radiofônicos.

A página Suricate Seboso foi criada no *Facebook*², no dia 12 de dezembro de 2012, e tornou-se referência de destaque entre as diversas produções humorísticas da região Nordeste. O responsável pela ideia foi o cearense Diego Oliveira Jovino. O criador, que tinha 26 anos na época, era morador da periferia de Fortaleza e largou o emprego de recepcionista em uma loja de informática para dedicar-se ao gerenciamento da página.

Em entrevistas concedidas à imprensa, ele costuma relacionar diretamente o surgimento da página à necessidade de uma identificação maior dos nordestinos com os conteúdos publicados na internet. De acordo com o criador, a inspiração veio sobretudo da experiência da página paraibana Esquilo Lombroso, cujo formato³ foi incorporado por ele. A escolha de um mamífero africano (o *suricate*, também chamado de “suricata” ou “suricato”) para representar os personagens – como Sebosinho⁴, Toinha Cacimbão e Dona Sebosa, que serão apresentados nos próximos capítulos – deu-se, segundo Jovino, por conta da variedade de imagens dele disponíveis na internet. Além disso, na denominação da página, é utilizado o

¹ A discussão de dois desses aspectos citados (as características da página e as atividades produtivas) implica algumas questões específicas que serão tratadas com mais detalhes no próximo capítulo.

² www.facebook.com/suricateseboso.

³ O termo “formato” refere-se às características que identificam a forma e o conteúdo de um gênero ou categoria discursiva (SOUZA, 2004).

⁴ O nome “Suricate Seboso”, muitas vezes, pode ser utilizado de forma ambígua para se referir não somente à página em si mas também ao personagem infantil Sebosinho, que seria o próprio “suricate seboso”. No cotidiano regional, inclusive, observamos que o público comumente se refere à página como “o Suricate Seboso”. Para evitar a ambiguidade com o personagem, no entanto, no texto deste trabalho, ele será denominado apenas pelo nome “Sebosinho” e a página como “Suricate Seboso”, sem o artigo. Por outro lado, quando nos referirmos ao termo, que também está presente em outros produtos para além da página do Facebook, faremos menção à “marca Suricate Seboso”, sobre a qual será tratado adiante.

adjetivo *seboso*, expressão falada pejorativa e jocosamente no vocabulário local para referir-se à condição de sujeira, muitas vezes em relação às crianças⁵ (G1 CEARÁ, 2013).

O fenômeno sobre o qual pesquisamos está relacionado a outras páginas humorísticas e regionalistas⁶, que foram criadas no mesmo período nas redes sociais na internet e que também alcançaram um vasto público entre os nordestinos. Identificamo-las, inclusive, como pertencentes a uma mesma categoria de páginas, cujo conteúdo é composto, em sua maior parte, por tirinhas⁷ e *memes*⁸ que narram situações típicas do Nordeste por meio de uma linguagem regional. As imagens são montadas com uma estética peculiar, que insinua a lembrança de técnicas amadoras de colagem, em geral com a imagem de uma galáxia ao fundo. Há recorrente padronização também na construção da linguagem verbal, dos enredos e dos personagens, representados por animais, que dão nome às páginas. As pioneiras foram *Esquilo Lombroso* e *Calango Mancoso*, ambas da Paraíba mas com um público inferior ao da página Suricate Seboso. Também no Ceará, foi criada a página *Preá Mufino*, que já encerrou suas atividades. Já em Pernambuco, surgiu a página *Bode Gaiato*, cujo alcance supera a marca de 7 milhões de fãs. Assim como outras manifestações regionalistas recentes, que citamos no parágrafo abaixo, essas páginas estabelecem parcerias umas com as outras⁹. Diego Jovino, inclusive, denomina a união entre elas como o “Bonde Nordestino” (informação verbal)¹⁰.

Observamos, ainda, que essas páginas estão inseridas no contexto do surgimento de diversas manifestações regionalistas e humorísticas com grande repercussão midiática, que também integram o “Bonde Nordestino” e apresentam alcance significativo de público no

⁵ No cotidiano regional, o termo é utilizado de forma especial por adultos quando se referem a crianças que, por exemplo, sujam-se nas brincadeiras ou têm resistência a tomar banho.

⁶ Nas descrições da própria página, o conteúdo é apresentado como de “humor nordestino”. O aspecto regional é relevante na medida em que a maior parcela dos fãs declara-se como residente do Nordeste, em especial do Ceará. Além disso, a marca Suricate Seboso parece ter-se tornado um símbolo da cultura regional, visto que algumas imagens publicadas na página, por exemplo, compuseram uma exposição, em outubro de 2014, no Shopping Benfica, em Fortaleza, em alusão ao Dia do Nordestino.

⁷ A tirinha é um gênero textual muito próximo da história em quadrinhos, mas composto por poucos quadros. É uma “piada curta”, que geralmente envolve personagens fixos e estereotipados, entre os quais um costuma se destacar como principal. Uma característica constante do gênero ao longo das décadas tem sido a presença da temática do cotidiano, ancorada pelas circunstâncias da época (NICOLAU, 2010).

⁸ O conceito cultural para o termo “meme” foi cunhado por Richard Dawkins (apud RECUERO, 2009) para designar basicamente uma informação cultural difundida entre as pessoas por meio da repetição. Nessa replicação, embora alguns elementos do meme sejam modificados, o que o define como tal é sua fidelidade à informação original. No contexto da internet, o conceito remete a tipos de publicações que, em geral, apresentam uma imagem repetida, com frases curtas que variam conforme a intencionalidade do internauta que se apropria dela e a replica.

⁹ Jovino, no entanto, afirmou ter rompido a parceria com a mais popular delas, Bode Gaiato, porque o criador, Breno Melo, haveria declarado publicamente ser o pioneiro na criação desse tipo de páginas (informação verbal).

¹⁰ Ao longo do texto, sempre que nos referirmos à “informação verbal”, consideramos aí as informações fornecidas pelo próprio Diego Jovino, em entrevista coletiva concedida em evento público promovido pelo Grupo de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia (GRIM), na Universidade Federal do Ceará (UFC), em Fortaleza, no dia 12 de setembro de 2013.

Nordeste, em especial no Ceará, sobretudo desde a década de 2010. Apesar de não encontrarmos ainda estudos sobre esse contexto, com foco na relação entre as diversas manifestações regionalistas recentes, elencamos, a seguir, algumas delas, muitas das quais dialogam entre si: certas páginas nas redes sociais, como *Nação Nordestina* e *Estilo Xilo*, além daquelas pertencentes à categoria explicitada acima; alguns canais de vídeos no *YouTube* produzidos por nordestinos, como *Xafurdaria*, *Graveidacam*, *Whindersson Nunes*, *Camilla Uckers* e o próprio canal *Suricate Seboso*; a atração *Ramubrínká*, no parque aquático cearense *Beach Park*; as marcas de camisetas *NordWest* e *Zé Filé*; os filmes cearenses *Cine Holliúdy* e *O Shaolim do Sertão*, dirigidos por Halder Gomes, protagonizados por Edmilson Filho e lançados em cinemas de todo o País; alguns programas televisivos, como *Leruáite*, apresentado pelo cantor e humorista Falcão, transmitido inicialmente pela TV Ceará e depois pela TV Diário, e *Keké Isso na TV*, produzido no Rio Grande do Norte e conhecido nacionalmente por meio da personagem Dona Irene; a corrida de rua *Pé na Carreira*, em Fortaleza; o site de compras coletivas *EitaMah!*; e campanhas publicitárias de empresas no Ceará, como *Normatel* e *Multiplay*. Um aspecto comum a essas manifestações é destacado de forma especial em *Suricate Seboso*: o fato de todas elas consistirem em fenômenos de afirmação de elementos próprios à cultura regional nordestina que alcançaram grande sucesso de público, inclusive entre os jovens, com base, sobretudo, em um contexto midiático globalizado.

Em meio aos fluxos de internacionalização observados cada vez em maior intensidade, os movimentos contemporâneos de reafirmação de diferenças – como os regionalistas, étnicos e religiosos – consistem em formas de resistência à globalização, por meio da reativação de identidades culturais tradicionais, e são, ao mesmo tempo, frutos dessa globalização (HALL, 2005; HAESBAERT, 1999).

O próprio Diego Jovino relaciona o surgimento e o sucesso da página, entre outros fatores, ao fato de ela apropriar-se de certos aspectos das culturas regionais nordestina e cearense por meio de uma plataforma globalizada, como o *Facebook*. O criador afirma que identificava usualmente, na internet, a prevalência de referências às culturas de outras regiões ou às culturas internacionalizadas¹¹:

Na internet, eu costumava ver gírias paulistas, cariocas: “os mano pira”, “as mina pira”, “mano”, “manolo”, num sei o quê e tal... Aí quando você vê lá um “Ai dentu”, um suricate dizendo “Ai dentu”, o que que você faz? Aí você se identifica. E não tinha isso na internet [...] (informação verbal).

¹¹ De acordo com Renato Ortiz (1994), no contexto atual “mundializado”, são disseminadas referências culturais reconhecidas mundialmente e desenraizadas de sua origem territorial.

Possivelmente em razão dessa pouca expressividade das culturas regionais na internet, Diego Jovino declara que não esperava que a página conquistasse tamanho sucesso. Ele afirma que a criou mais com um propósito lúdico e com a pretensão de atingir um público mais restrito de pessoas próximas dele. Por isso, a produção iniciou-se de uma forma significativamente amadora (TAVARES, 2013).

Eu queria criar sobre outros [assuntos] pra desopilar, só pra *se* divertir mesmo, não era nem pra fazer sucesso. Realmente eu criei o Suricate Seboso pra *se* divertir, pra mostrar o meu dia-a-dia, mostrar como a gente brinca no meio da rua, com o jeito que a gente fala... (JOVINO, 2015c).

Embora a produção tivesse sido iniciada de forma bastante intuitiva, já nos primeiros dias de atividade, a página ganhou uma grande repercussão nas redes sociais da internet, ao alcançar milhares de fãs, e contou com uma significativa aceitação do público, que se torna maior a cada dia, chegando hoje a ultrapassar o número de 5 milhões. Alguns *posts* chegaram, inclusive, a ultrapassar a marca de 175 mil reações¹² e 95 mil compartilhamentos¹³.

O sucesso de Suricate Seboso passou a ser repercutido em outras mídias, como jornais, *sites* e emissoras de rádio e televisão, e até mesmo nas conversas cotidianas em diversos ciclos sociais, inclusive alguns com os quais temos contato. Tal repercussão resultou na sua indicação como a página de humor mais influente do Brasil e a 11^a do mundo, no *Facebook*, em 2015. A avaliação teve por base os números de curtidas, compartilhamentos e comentários das publicações (SUMORANK, 2015).

Eu fiquei impressionado [com a repercussão]. Demorou uma semana [depois de criada a página] para poder chegar a mil curtuições, depois que alcançou isso, conseguimos 5 mil *likes* por dia, depois 10 mil e foi aumentando. Quando chegou a 100 mil começou a aparecer anúncio e gente procurando para divulgar algum produto ou marca (JOVINO *apud* TAVARES, 2013).

Jovino afirma que ele mesmo passou a valorizar mais a página depois que percebeu o quanto o público a estava valorizando. Graças à repercussão positiva, o criador largou o emprego para transformar Suricate Seboso em uma marca cuja administração lhe proporcionasse lucro e visibilidade pública. Principalmente com a ajuda de dois sócios, Dudu Souza e Léo Gannbiarra¹⁴, e com a profissionalização das atividades, Diego passou a

¹²“Reações” é uma nomenclatura criada pelo Facebook em 2016. Antes, contava-se apenas o número de “curtidas”, mas hoje a plataforma oferece 6 tipos diferentes de reações: “curtir”, “haha”, “amei”, “uau”, “triste” e “gr”. Em geral, os posts de Suricate Seboso apresentam um número significativamente pequeno de reações negativas, como “triste” e “gr”.

¹³Informações coletadas em 7 nov. 2016.

¹⁴Esses são, respectivamente, os “nomes artísticos” de Eduardo e Leonardo Souza, que são irmãos.

administrar contratos com anunciantes, confecção de produtos da marca, produção de vídeos de humor, realização de espetáculos humorísticos, entre outras ações, além do gerenciamento das páginas nas redes sociais (informação verbal). Trataremos, com mais detalhes, desses aspectos presentes no processo de profissionalização da marca no próximo capítulo.

O sucesso da marca Suricate Seboso propiciou ainda, já nos primeiros meses, que outras pessoas, que não faziam parte da equipe de produção, criassem diversas páginas no *Facebook*, apropriando-se do estilo para comunicar-se com públicos específicos, como *Suricate Gospel*, *Suricate Gay*, *Suricate Alvinegro*, para torcedores do Ceará Sporting Club, *Suricate Tricolor*, para os torcedores do Fortaleza Esporte Clube, entre outras¹⁵. Além disso, foram criados perfis e páginas para personagens específicos, como *Sebosinho*, *Toinha Cacimbão*, *Dona Sebosa* e *Bonitão das Tapiocas*.

Em relação à página original, a maior parte do público reside na cidade de Fortaleza e está situada na faixa etária entre 13 e 34 anos. Conforme apontam dados sobre a proveniência dos internautas, divulgados em 2013, destacam-se municípios do Ceará e dos demais Estados da região Nordeste, além das maiores capitais do Brasil, onde também habitam grandes comunidades de nordestinos. Além disso, é constatado o acesso à página em diversos outros países.

Figura 1 – Dados sobre o público



Fonte: Suricate Seboso (7 jul. 2013)

¹⁵Em 2015, no entanto, a página recebeu um selo de verificação do Facebook, que comprova que ela é a original.

Apesar de o *Facebook* ter um maior destaque, por ser a plataforma onde foi criada a primeira página e onde o conteúdo publicado tem o maior alcance, há outras plataformas que contam com páginas da marca Suricate Seboso com expressivos públicos de seguidores: *Instagram*¹⁶, com mais de 1 milhão; *Twitter*¹⁷, com mais de 350 mil; *YouTube*¹⁸, com mais de 250 mil¹⁹ e *Snapchat*²⁰. Há ainda um aplicativo gratuito para *smartphones*²¹.

No *Facebook*, no *Instagram*, no *Twitter* e no aplicativo, os *posts*, em sua maioria, são estruturados como *tirinhas* e *memes*. A produção é marcada pela colaboração dos internautas, que enviam sugestões de enredos e comentários, os quais, muitas vezes, são respondidos pelos produtores em nome da página, como forma de interação.

Figura 2 – Exemplo de tirinha publicada na página Suricate Seboso



Fonte: Suricate Seboso (11 dez. 2014)

¹⁶www.instagram.com/suricatesebosooficial.

¹⁷www.twitter.com/suricateseboso.

¹⁸www.youtube.com/suricateoficial.

¹⁹Informações coletadas em 7 nov. 2016.

²⁰O perfil tem o nome @suricateoficial, mas o aplicativo dessa plataforma não nos permite visualizar o número de amigos de outro perfil.

²¹De acordo com dados divulgados na página em 19 jul. 2014, o aplicativo Suricate Seboso havia ultrapassado a marca de 50 mil downloads.

Figura 3 – Exemplo de *meme* publicado na página Suricate Seboso



Fonte: Suricate Seboso (14 fev. 2014)

O conteúdo das tirinhas, *memes* e demais gêneros²² publicados integra elementos das culturas e do cotidiano do Estado do Ceará e da região Nordeste de uma forma tão peculiar – ou seja, com uma caracterização própria na construção das linguagens verbal (forma da escrita, bordões), visual (tipografia, imagens) e narrativa (enredos, personagens) – que constituiu um estilo²³ próprio para a marca Suricate Seboso.

Explicitaremos melhor os aspectos relativos ao estilo no próximo capítulo. No entanto, entre as suas características, destacamos, a princípio, a presença de elementos caricaturais²⁴ e a utilização de imagens de suricates para representar os personagens de pequenas histórias cômicas, narradas por meio de expressões da oralidade local que se tornaram bordões na página.

²²Bakhtin (1992, p. 279) denomina “gêneros dos discursos” os “tipos relativamente estáveis de enunciados”, elaborados pelas esferas de utilização da língua para as diversas atividades humanas. Dominique Maingueneau (1997, p. 35), inclusive, defende um ponto de vista pragmático na classificação dos gêneros. Para ele, o analista deve não apenas identificar certo conjunto de características formais e procedimentos que enquadram, de forma coercitiva, vários textos em um mesmo gênero, visto que um texto pode se encontrar na intercessão de várias classificações. Por isso, segundo o autor, “cabe ao analista definir, em função de seus objetivos, os recortes genéricos que lhe parecem pertinentes”.

²³Consideramos aqui a noção de “estilo” que, de acordo com Bakhtin (1992), reflete a individualidade de quem fala ou escreve certo discurso. Em relação ao estilo, destacamos sobretudo os elementos estéticos e narrativos característicos dos conteúdos produzidos com a marca Suricate Seboso.

²⁴Sobre esse modo de expressão humorístico que chamamos de “caricatural”, Gilles Lipovestky (2005, p. 116) escreve: “O humor vazio e desestruturado se estende ao próprio significante e se desdobra com o excesso lúdico dos signos [...] O cômico resulta da autonomia hiperbólica da linguagem, da vacuidade dos signos entregues à supervalorização sonora, ortográfica e tipográfica”.

Já o canal do *YouTube*, por sua vez, é alimentado periodicamente com vídeos de produção própria, como clipes com paródias de músicas, e as seções *Rapidinha do Suricate*, com esquetes animadas, e *Suricate Responde*. Nos *posts* do *Snapchat* e também em alguns vídeos do *YouTube*, o conteúdo é marcado por informações de bastidores, ou seja, os produtores apresentam curiosidades e brincadeiras sobre os processos de produção.

Além das plataformas *online* citadas anteriormente, a equipe responsável pela produção de *Suricate Seboso* passou a lançar mão de outras formas de divulgação para a marca à medida em que se foi desenvolvendo o processo de profissionalização das atividades. Entre essas formas, destacamos o estabelecimento de parcerias com instituições de comunicação cearenses de grande alcance para a veiculação de alguns conteúdos produzidos pela equipe em diversas mídias, a promoção de espetáculos de *stand-up comedy* estrelados pelos produtores, a participação destes em eventos públicos, o licenciamento da marca para campanhas publicitárias de outras instituições, a confecção de produtos oficiais e a criação de um *site* de compras coletivas.

Apesar da variedade de formas, ressaltamos que, no conteúdo de todos esses meios de divulgação – *online* e *offline* –, o estilo é marcado por um discurso de colaboração, amorismo, além do caráter humorístico e regionalista, aspectos que serão discutidos mais especificamente no próximo capítulo. Os materiais produzidos para todas as plataformas também apresentam elementos característicos presentes na página do *Facebook*, como os bordões, personagens e enredos, em que temáticas relativas à infância têm bastante destaque²⁵.

Entre as especificidades da página, observamos então que a infância é destacada nos enredos de uma parte significativa do conteúdo: não apenas o personagem principal é uma criança, chamada *Sebosinho*, como também são apresentados diversos elementos referentes aos universos infantis (ambientes doméstico e escolar, brincadeiras, gírias faladas por crianças, relações familiares, entre outros). Embora nem todo o conteúdo produzido contenha referências a esses universos ou seja prioritariamente destinado às crianças, a infância é uma categoria central para analisar a página, como discutiremos com maior profundidade no quarto capítulo²⁶.

²⁵ Alguns enredos foram tão repetidos ao longo do conteúdo das tirinhas e memes que se tornaram característicos do estilo da página e foram assim apropriados também em outras produções da marca, como os vídeos e os espetáculos de *stand-up comedy*. Se selecionarmos os elementos relacionados à infância, que interessam mais à nossa pesquisa, citaríamos como exemplo de personagem: o menino denominado *Sebosinho*; como exemplo de bordão: a expressão “*Armária, nam!*”, bastante repetida pelo protagonista; como exemplo de enredo: a criança comer leite em pó escondido da mãe.

²⁶ No quarto capítulo, diferenciamos a infância basicamente entre as suas concepções como período da vida – ou

Podemos identificar então, como discutiremos melhor no quarto capítulo, que é construída uma representação na página, ou seja, uma “maneira específica de compreender e comunicar o que nós já sabemos” sobre a infância, ao serem estabelecidas relações entre as ideias e imagens sobre ela com o objetivo de “abstrair sentido do mundo e introduzir nele ordem e percepções” (MOSCOVICI, 2004, p. 46). O processo de construção dessa representação é desenvolvido de forma predominante pelos produtores mas também conta com a participação dos internautas, graças às múltiplas relações estabelecidas entre estes e aqueles nos contextos colaborativos da comunicação na internet, como discutiremos ainda neste capítulo, na seção 2.3.

Para constituir-se e legitimar-se, qualquer forma de representação passa por um processo estratégico de construção por parte das ações de indivíduos, com destaque para os que estão localizados nas instâncias da produção, no campo comunicacional. Ao serem reconhecidos pelo público como “sujeitos de querer e poder”, os produtores utilizam-se de *estratégias*, ou seja, de cálculos para a manutenção das relações desiguais de força que se manifestam por meio de produtos próprios (CERTEAU, 1996). A construção de uma determinada representação da infância pode, então, ser compreendida como um processo estratégico dos produtores para atrair o público. Para isso, ela própria conta com estratégias específicas no que se refere à seleção e à articulação dos elementos que integram essa representação nas mensagens.

Estamos também cientes de que essas estratégias não estão isentas das expectativas dos produtores em relação aos *efeitos de sentido* que podem produzir no público, com base na influência que os sujeitos exercem uns sobre os outros por meio dos atos de linguagem, embora nem sempre esses efeitos atuem de forma intencionada (CHARAUDEAU, 2010). Por isso, a fim de compreender melhor por que a página Suricate Seboso alcançou tamanho sucesso junto ao público, a pergunta que orienta o objetivo principal de nossa pesquisa é: “*Quais os principais efeitos de sentido embutidos nas estratégias de construção da representação de infância no conteúdo da página?*”²⁷.

Apresentada, então, a página Suricate Seboso e definido o propósito principal de nossa pesquisa, que é identificar os efeitos de sentido buscados e materializados nas estratégias de representação da infância em seus conteúdos, traçamos, a seguir, o

seja, como o tempo em que alguém é criança – e como categoria estrutural – composta pelas crianças de uma determinada sociedade (QVORTRUP, 2010).

²⁷ A problematização de algumas questões sobre conceitos centrais para nossa pesquisa, como de infância, representação, estratégia e efeito de sentido será feita de forma mais detalhada nas discussões teóricas ao longo dos capítulos.

delineamento metodológico da pesquisa, com base no qual abordaremos nosso objeto de estudo.

2.1 Desafios de uma pesquisa netnográfica

Iniciamos a apresentação das escolhas metodológicas desta pesquisa discutindo os critérios de seleção e coleta do material, os métodos e técnicas específicas que foram escolhidos para a observação da página e os instrumentos de análise dos dados presentes no ciberespaço, que é um campo de pesquisa bastante desafiador, como será discutido a seguir.

Um dos primeiros desafios com que nos deparamos foi o de estabelecer critérios de recorte dos dados para a coleta e a análise, visto que o universo investigado é bastante amplo no que se refere ao volume de publicações e à variedade de formas com que se apresenta. Seria inviável realizar uma análise qualitativa detalhada do material publicado na página desde dezembro de 2012 até hoje, além das centenas de comentários relativos a cada *post* e dos milhares de compartilhamentos. Por isso, como *corpus* principal de análise, consideramos um conjunto de 50 publicações cujos textos são estruturados de uma forma padronizada (iniciados pela expressão “*Tem gente que nunca rai saber...*”) e que foram publicados na página oficial de Suricate Seboso do *Facebook* de julho de 2015 a fevereiro de 2016²⁸. Optamos por selecionar apenas esse conjunto, composto pelas imagens, pelas legendas e pelos comentários dos internautas, porque a maioria dos *posts* dessa categoria escolhida apresenta, direta ou indiretamente, aspectos relativos à infância, como expressões verbais, brincadeiras, produtos culturais e situações do cotidiano.

²⁸Inserimos, no Anexo A, todos os 50 posts selecionados para o corpus.

Figura 4 – “Tem gente que nunca rái saber...”



Fonte: Facebook (10 set. 2015)

No entanto, é preciso ressaltar que, em regra, são variadas as formas assumidas pelos *posts* da página, ou seja, nem todos são estruturados do mesmo modo como os que selecionamos, conforme detalharemos melhor no próximo capítulo. Mesmo assim, consideramos que os elementos presentes no *corpus* são significativos para compreender as estratégias de representação da infância no conteúdo da página como um todo, visto que eles são recorrentes em diversas outras publicações.

A realização do recorte de um *corpus* para análise e observação é um desafio para as pesquisas empíricas realizadas na internet em geral, em função da escala, heterogeneidade e dinamismo do ciberespaço. Os dados disponíveis em ambientes *online* apresentam-se em grande número, além de serem variados e passíveis de alteração (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). Por isso, embora tenhamos feito o recorte dos 50 *posts* citados acima para uma análise mais específica, não perdemos de vista a dimensão holística deste fenômeno, que é a marca Suricate Seboso. Com o propósito de estar atento a essa dimensão, escolhemos como delineamento metodológico de nossa pesquisa a *netnografia*²⁹ – termo oriundo de um

²⁹ Apesar de haver uma variedade de nomenclaturas, como “etnografia virtual”, “etnografia digital”, “webnografia”, “ciberantropologia” ou simplesmente “etnografia”, Kozinets (apud FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011) defende a utilização apenas do termo “netnografia” a fim de padronizar os procedimentos metodológicos e evitar ambiguidades entre abordagens que seriam muito próximas umas das outras. Para ele, a utilização de um termo específico para esse tipo de etnografia é importante porque pontua as diferenças na adaptação do método para ambientes online, embora enfatize a inter-relação existente entre a “vida social” online e offline.

neologismo popularizado por Robert Kozinets (1998) para designar a transposição dos métodos etnográficos para o ciberespaço.

Em uma das definições de *etnografia* mais conhecidas na Antropologia, Clifford Geertz (2014), com base em uma noção originária de Gilbert Ryle, caracteriza o método principalmente como um esforço intelectual de construir a “descrição densa” de uma cultura:

Segundo a opinião dos livros-textos, praticar a etnografia é estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário, e assim por diante. Mas não são essas coisas, as técnicas e os processos determinados, que definem o empreendimento (GEERTZ, 2014, p. 4).

Fazer a etnografia é como tentar ler (no sentido de “construir uma leitura de”) um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado (GEERTZ, 2014, p. 7).

Consideramos adequada essa escolha metodológica em virtude do potencial que as técnicas próprias da etnografia como delineamento de pesquisa conferem ao pesquisador para observar e descrever as culturas de grupos sociais. No caso de Suricate Seboso, o grupo sobre o qual pesquisamos é composto pelos produtores e pelos internautas, que, ao terem acesso aos conteúdos publicados na página, integram uma “comunidade virtual”, ou seja, um conjunto de sujeitos que podem até nem interagir diretamente entre si mas que integram uma coletividade que se pode estender no tempo e no espaço pelo fato de partilharem as mesmas mensagens (THOMPSON, 1995).

Além disso, dada nossa preocupação principal de identificar – com base na análise de dados coletados numa perspectiva mais interpretativa – os efeitos de sentido embutidos nas estratégias de construção da representação da infância na página, justificamos nossa opção por uma abordagem qualitativa, em que se enquadra a etnografia. Afinal, ela “visa uma compreensão aprofundada e holística dos fenômenos em estudo e, para tanto, os contextualiza e reconhece seu caráter dinâmico, notadamente na pesquisa social” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 67).

Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral (2011) defendem ainda que o método envolve uma complexidade teórico-metodológica que justifica sua transposição a outro tipo de campo para além dos territórios das comunidades localizáveis geograficamente, onde se dá a maior parte das pesquisas antropológicas. Para as autoras, se esse processo for feito com a devida reflexão, ele pode ser justificado por conta do redimensionamento do espaço e do tempo – e conseqüentemente, dos campos de pesquisa – proporcionado pelas tecnologias da informação e da comunicação.

Nessa perspectiva, embora tenhamos selecionado o *corpus* com os *posts* a serem analisados de forma mais específica, optamos por recortar um campo mais amplo para a observação netnográfica. Afinal, a clareza do recorte sobre o campo é necessária para esse tipo de pesquisa realizada no ciberespaço. Por isso, com o propósito de elaborar uma descrição densa, escolhemos observar as imagens³⁰ que foram publicadas na página oficial de Suricate Seboso no *Facebook* e em cujo conteúdo consideramos estar presente a temática da infância, de forma explícita ou não. Desde o mês de junho de 2014, iniciamos o processo de observação dos conteúdos que haviam sido publicados até então e dos comentários dos internautas, e seguimos até hoje acompanhando diariamente todos os *posts*. Ressaltamos que a escolha do *Facebook* como principal campo de observação deu-se porque, além de ele ser a plataforma originária de apresentação da marca Suricate Seboso, é a que tem o maior volume de conteúdos publicados e o maior público alcançado. Isso não significa que produzimos uma análise específica sobre esse vasto material, mas que a observação que fizemos sobre ele contribui para nossas reflexões, na medida em que nos ajuda a compreender melhor as estratégias dos produtores que são possíveis de ser identificadas no conteúdo da página em geral.

Além disso, buscamos observar as publicações feitas nas páginas da marca Suricate Seboso em outras plataformas e os conteúdos jornalísticos que lhe façam referência. Vale ressaltar, contudo, que essa prática não foi exaustiva pois limitou-se a uma *observação assistemática*, ou seja, que prescindiu da utilização de planejamento, controle e meios técnicos especiais (BONI; QUARESMA, 2005).

Destacamos ainda nossa escolha por utilizar alguns protocolos tradicionalmente concebidos à pesquisa empírica etnográfica, como a elaboração de um *diário de campo*, onde foram anotadas as impressões sobre o grupo social em estudo, e a análise de *entrevistas*, a fim de explorar os pontos de vista dos membros desse grupo, e não apenas do pesquisador (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). Durante o período de observação netnográfica, entramos em contato com Diego Jovino para tentar realizar entrevistas com ele e os demais produtores da página. Embora tenha atendido nossas ligações, ele não respondeu às mensagens enviadas posteriormente para marcar um encontro conosco. Mesmo assim, optamos por articular, ao longo das análises, trechos de depoimentos concedidos pela equipe

³⁰Referimo-nos às imagens sem movimento, classificadas sobretudo como tirinhas e memes, que compõem a maior parte do conteúdo. Portanto, em nosso recorte, não estão incluídos vídeos nem posts produzidos apenas sob a forma de textos ou links.

de produção da página em entrevistas feitas por alguns veículos de comunicação³¹. Além disso, analisamos uma entrevista realizada pelos integrantes do Grupo de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia (GRIM), durante um encontro com Diego Jovino na Universidade Federal do Ceará, no dia 12 de setembro de 2013³². Essa entrevista coletiva, que teve como objetivo subsidiar a pesquisa “Jovem e consumo midiático em tempos de convergência”³³, caracterizou-se como semi-estruturada, com um roteiro elaborado pelos membros do grupo de pesquisa, mas aberta à participação pública.

Por fim, ressaltamos aqui nossas escolhas em relação à divulgação ou à omissão dos nomes dos indivíduos que compõem o grupo social estudado por nós, sobretudo os internautas cujos comentários nós explicitaremos ao longo das análises. Um dos principais critérios levados em conta na apresentação de dados disponíveis no ciberespaço é o nível de privacidade com que as informações são disponibilizadas pelos indivíduos na plataforma em estudo (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). Visto que a página se configura como um “espaço” público, porque é acessível inclusive a pessoas que não possuem cadastro no *Facebook*, decidimos divulgar as imagens dos *posts* e os textos dos comentários do público. Optamos, no entanto, por manter o anonimato dos internautas, omitindo seus nomes e imagens, visto que não obtivemos seu consentimento individual para a publicação dessas informações pessoais, com a exceção dos produtores, que já têm seus nomes e imagens constantemente divulgados nas mídias sociais e na imprensa, e constituem-se, portanto, como figuras públicas.

2.2 Formas simbólicas em circuito

Nesta seção, discutimos algumas questões que orientam a abordagem metodológica que construímos para a análise dos dados recortados de acordo com os critérios

³¹ Com base em uma pesquisa exploratória feita em mecanismos de busca online, construímos um clipping, ou seja, um banco de dados com textos jornalísticos e programas televisivos e radiofônicos que se referem à página. O clipping está disponível no APÊNDICE A.

³² A utilização dessa entrevista apresenta algumas limitações, visto que se deu em um momento em que nossa pesquisa ainda não estava em andamento. Por isso, não participamos diretamente do momento de sua execução. Além disso, o fato de ter sido realizada há alguns anos não possibilita a compreensão de algumas questões que emergiram após a realização da entrevista. Mesmo assim, em virtude do material que coletamos na netnografia e da importância do próprio discurso de Jovino na entrevista, consideramos relevante utilizá-la em nossas discussões.

³³ A pesquisa “Jovem e consumo midiático em tempos de convergência”, para a qual colaboramos, é realizada em todo o Brasil desde 2012 e tem coordenação nacional da professora Nilda Jacks (UFRGS). No Ceará, o estudo é coordenado pela professora Inês Vitorino (UFC).

apontados anteriormente, no que se refere tanto ao *corpus*, com os 50 *posts* que foram coletados por nós, como ao campo de observação netnográfica.

Como esta pesquisa se propõe a identificar efeitos de sentido embutidos nas estratégias de construção da representação de infância na página, realizamos um estudo qualitativo orientado pelo compromisso de considerar a complexidade das relações entre *cultura* e *mídia*. Afinal, na constituição do conteúdo de Suricate Seboso, observamos haver processos que envolvem diversos elementos culturais, por meio das interações entre produtores e internautas. Entre esses elementos, consideramos que há um destaque para os que se referem à infância, por isso também a escolhemos em nosso recorte de análise.

Ressaltamos que o conceito de *cultura* trabalhado nessa pesquisa resulta de uma articulação entre as concepções simbólica, defendida por Clifford Geertz (2014), e estrutural, defendida por John B. Thompson (1995): a cultura consiste na estrutura dos aspectos simbólicos presentes nos significados sociais, que são considerados dentro de contextos estruturados e que podem ser apreendidos por meio de um processo interpretativo de “descrição densa”, e não pela quantificação, identificação e classificação de certos traços.

Para compreender melhor as relações dessa categoria com os processos midiáticos, recorreremos então a um modelo de circulação cultural elaborado por Richard Johnson (2010), que elucida diversos aspectos relativos aos processos culturais que se dão nos meios de comunicação. Embora o modelo, que foi proposto pelo autor no contexto dos Estudos Culturais, não tenha sido pensado originalmente para dar conta dos processos comunicacionais próprios da internet, ele ajuda-nos a compreender melhor os processos de produção, circulação e consumo de formas simbólicas na página.

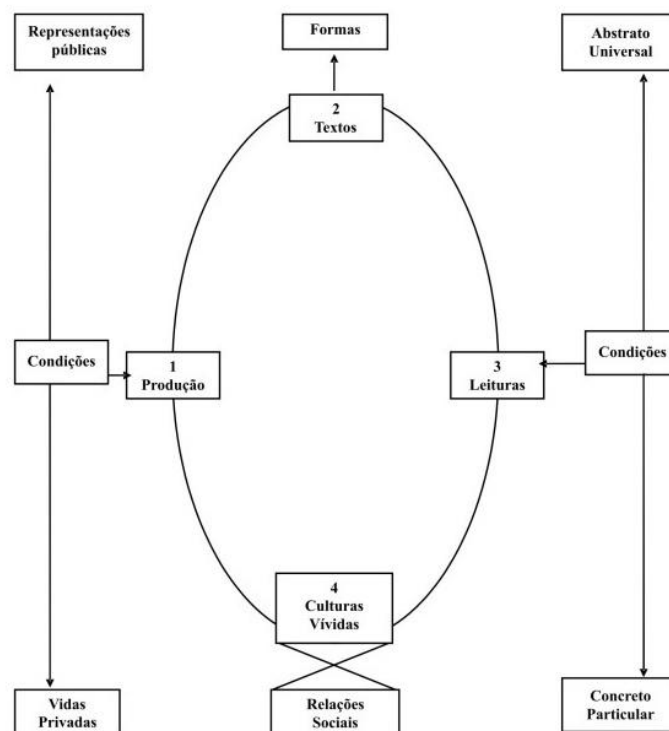
Antes de apresentar o modelo, destacamos um conceito importante para compreendê-lo: o de *forma simbólica*, que tomaremos com especial atenção durante a análise, pois consiste no principal material que se pode observar em circulação entre as diversas instâncias do circuito, a serem apresentadas a seguir. As formas simbólicas consistem em formas de expressão culturais produzidas e interpretadas pelos sujeitos com referência a outros objetos, dentro de processos e contextos sócio-históricos e com base em estruturas e códigos articulados. Essa categoria é utilizada para se referir a uma variedade de fenômenos culturais significativos, “desde ações, gestos e rituais até manifestações verbais, textos, programas de televisão e obras de arte” (THOMPSON, 1995, p. 183).

Dentro dos processos interpretativos que nos propomos a fazer, levamos em conta os significados dos elementos culturais, suas estruturas internas e os contextos em que são produzidos. Além disso, na análise, buscamos identificar e discutir diversas formas

simbólicas, sobretudo relativas à representação de infância que é construída na página. Nesse caso, a atenção não se voltará apenas aos conteúdos publicados propriamente ditos (como as tirinhas e os *memes*) e aos seus elementos constituintes (como os personagens, os bordões e os enredos), mas também às formas simbólicas das culturas vividas no cotidiano que podem ser identificadas nesses conteúdos e no discurso do criador.

Nos meios de comunicação, essas formas simbólicas passam por processos de circulação cultural, identificados no modelo de Johnson (2010). Ele é composto por um circuito, em que se destacam quatro “momentos” principais: *produção*, *textos* (mensagens, conteúdos), *leituras* (recepção e apropriação) e *culturas vividas*.

Fluxograma 1 – Circuito da produção, circulação e consumo dos produtos culturais



Fonte: (JOHNSON, 2010, p. 35)

A divisão entre essas instâncias é claramente inspirada em modelos clássicos de análise das comunicações de massa, como o de Thompson (1995), composto basicamente pelas três primeiras, embora haja variações nas nomenclaturas³⁴. A inclusão da quarta

³⁴No seu “enfoque tríplice” para a análise das formas simbólicas mediadas pelos meios de comunicação de

instância – a das *culturas vividas* – é uma das vantagens que consideramos ter o modelo apontado acima, sobretudo para nossa pesquisa. Elas são vistas por Johnson (2010) como “reservatórios de discursos e significados” da sociedade que atuam sobretudo como *formas privadas*, ou seja, que se manifestam concretamente na vida cotidiana dos indivíduos “comuns”, diferentemente das *formas públicas* divulgadas nas mídias, caracterizadas por certo aspecto de abstração em relação à vida cotidiana, como é o caso dos *posts* de Suricate Seboso.

As formas públicas geralmente são apreendidas pelos “leitores” de um meio, em um momento separado para tal, diferentemente das formas privadas, que fazem parte do curso da vida cotidiana. Por isso, “[...] os textos públicos são consumidos ou lidos privadamente” (JOHNSON, 2010, p. 47).

Além disso, de acordo com o autor, a produção cultural costuma tornar públicas as formas privadas. Estas consistem nas condições especificamente culturais da produção, o “material bruto” para a construção das mensagens. Portanto, em combinação com outros fatores, os elementos das culturas vividas interferem na produção de comunicações públicas. Ao serem publicadas, as formas simbólicas são, por sua vez, reapropriadas pelos “leitores” em suas vivências cotidianas, realimentando assim o circuito (JOHNSON, 2010).

É nessa instância das culturas vividas que identificamos haver elementos simbólicos relativos à infância, especialmente próprios de determinado recorte regional, que teriam sido apropriados pelos produtores e, com essa mediação, também pelo público da página. Esse processo teria resultado nas formas peculiares com que esses elementos são expressos no conteúdo.

Destacamos ainda nossa hipótese de que muitos desses elementos culturais relativos à infância representados na página podem ter sido significativamente mantidos em nível privado antes de Suricate Seboso. Embora não tenhamos feito um estudo exaustivo sobre isso, não observamos, a princípio, na mídia local – sobretudo no ciberespaço –, outras manifestações desses elementos de modo tão explícito e estruturado, especialmente no que se refere aos seus aspectos regionais. Por exemplo, uma linguagem regionalista, marcada pelas gírias e formas de expressão orais cearenses, certamente já havia sido expressa em outros produtos midiáticos, mas o sucesso que ela alcançou na página pode ser observado não apenas nas estratégias peculiares com que foi produzida como também no fato de muitos internautas terem incorporado, em seus cotidianos, os bordões popularizados nas publicações.

massa, Thompson (1995) distingue 3 “aspectos”: 1) produção e transmissão ou difusão; 2) construção da mensagem; 3) recepção e apropriação.

Eu acho que na internet, eu acho que [Suricate Seboso] foi, *tipo*, pioneiro [em] uma questão de explodir tanto o fenômeno usando a linguagem cearense. Claro que, *tipo*, essa linguagem já era valorizada pelos humoristas, e eles nunca tiveram medo de falar desse jeito e de botar nosso modo de falar. Mas acho que é porque na internet faltava mesmo, não tinha... E o público da internet cresce muito. A internet tem um poder de mídia hoje muito forte. Então bateu a identificação do público nordestino com o nosso jeito de falar (informação verbal).

Além da instância das culturas vividas, sobre as quais discutimos acima, outra vantagem que consideramos haver no modelo é o fato de ser um circuito, marcado pelas inter-relações que podemos identificar entre as quatro instâncias. A circularidade é importante não somente porque cada momento depende dos demais, mas também porque as comunicações retornam transformadas de alguma forma para os sujeitos, localizados seja na produção, na leitura ou simplesmente nas culturas vividas (JOHNSON, 2010). Por esse motivo, apesar de o nosso recorte de análise recair mais sobre a produção – como explicaremos adiante –, o processo de pesquisa inclui também a análise formal de alguns *posts* selecionados e a observação tanto dos demais conteúdos publicados como de alguns comentários de internautas, estes localizados na instância da “recepção”, além da investigação das relações entre as quatro instâncias.

Certamente, como o próprio Johnson (2010) ressalta, apesar de colaborar na compreensão de algumas questões, um modelo teórico, por mais elaborado que seja, não consegue englobar toda a complexidade dos processos culturais e comunicativos. Por isso, não deixamos de reconhecer algumas insuficiências do circuito em relação ao nosso objeto: entre elas, observamos a que se refere à problematização insuficiente sobre as relações mais diretamente estabelecidas entre os produtores e o público, visto que o caráter interativo das redes sociais na internet possibilita – como destacaremos no próximo tópico – formas de comunicação entre esses atores sociais que não necessariamente passam pelos textos publicados. Tais interações podem ocorrer também, por exemplo, por meio de mensagens dos internautas para a página com sugestões de enredos.

Thompson (1995) contempla melhor essas relações ao indicar a possibilidade de serem estabelecidos contatos entre os “receptores” e as pessoas envolvidas na produção das mensagens ou representadas nos seus conteúdos. Graças a esse processo, como parte de um circuito, os produtores podem considerar o *feedback* advindo das interações com o público para a produção de novas mensagens, de acordo com novas expectativas em relação a esse público:

[...] As mensagens podem ter sido tomadas pelo pessoal que trabalha nos meios e ter sido incorporadas no conteúdo de novas mensagens, de tal modo que elas sejam

apresentadas ou reapresentadas aos receptores, através de uma mediação ampliada (THOMPSON, 1995, p. 407).

Logo, as atividades da instância de produção não podem ser consideradas de forma isolada do processo de “recepção”, sobretudo no ambiente comunicacional das redes sociais na internet, como discutiremos na próxima seção. Afinal, qualquer ato de comunicação está associado a expectativas dos sujeitos de exercerem influência sobre outros, produzindo então os efeitos de sentido. A eficácia desses efeitos, por sua vez, pode ser identificada nas ações do público consonantes ou não às intencionalidades manifestas. Patrick Charaudeau (2010) define essa categoria de efeitos como a de *efeitos produzidos*. O autor destaca ainda que é possível identificar indícios das intencionalidades dos autores nos conteúdos. Por isso, neste caso, ele recorre ao termo *efeitos visados*. Para contribuir com a análise dos efeitos de sentido, consideramos então os depoimentos dos produtores nas entrevistas, buscando

[...] elucidar a percepção das pessoas envolvidas na produção e transmissão das mensagens, isto é, as maneiras como eles entendem o que estão fazendo, o que estão produzindo e o que estão tentando conseguir. [...] [Isso] pode ajudar a ilustrar as regras e pressupostos implícitos no processo de produção, incluindo pressupostos sobre a audiência e suas necessidades, interesses e capacidades (THOMPSON, 1995, p. 393).

Esse interesse sobre os aspectos que podem estar implícitos nos conteúdos é importante também de acordo com Dominique Maingueneau (1997, p. 45). Segundo ele, o analista precisa afastar-se de

qualquer preocupação “psicologizante” e “voluntarista”, de acordo com a qual o enunciador, à semelhança do autor, desempenharia o papel de sua escolha em função dos efeitos que pretende produzir sobre seu auditório. Na realidade, [...] esses efeitos [...] se impõem àquele que, no seu interior, ocupa um lugar de enunciação, fazendo parte integrante da formação discursiva, ao mesmo título que as outras dimensões da discursividade.

Da parte dos produtores de Suricate Seboso, há uma constante preocupação com a aceitação ou rejeição do público em relação aos elementos que constituem as mensagens, tanto na forma quanto no conteúdo. Esse aspecto resulta na elaboração, por parte deles, de estratégias que ajudam a explicar o sucesso da página. São alguns exemplos de elementos citados por eles como aceitos positivamente pelo público: o estilo gráfico que insinua colagens amadoras; a prevalência de enredos, expressões e objetos ligados à cultura regional; e a recorrência à temática da infância, apresentada sobretudo com base na construção de uma representação apoiada em alguns recortes específicos, como de região, classe social, geração e gênero. Por outro lado, Diego Jovino declara ter preocupação com determinados elementos que foram ou que podem vir a não ser aceitos de forma positiva pelo público, como:

mensagens preconceituosas; referências a times de futebol e posicionamentos sobre temas controversos; publicação de anúncios não relacionados às narrativas da página; e divulgação de marcas não autorizadas (informação verbal). Nos próximos capítulos, abordaremos, com mais detalhes, esses aspectos citados, com base na perspectiva das estratégias adotadas pelos produtores na construção do conteúdo.

Quanto aos efeitos visados, aprofundaremos nossas considerações lançando mão de uma *análise formal* ou *discursiva*, que se concentra em investigar as características internas das mensagens comunicativas dos 50 *posts* selecionados. De acordo com Thompson (1995), essa etapa da pesquisa é importante porque considera os conteúdos como formas simbólicas complexas, produzidas e recebidas em estruturas articuladas, dentro de contextos sócio-histórico específicos, com o objetivo de “dizer alguma coisa sobre algo”.

A análise formal concentra-se prioritariamente sobre a instância dos “*textos*”³⁵, citada no modelo de Johnson (2010). Apesar de propor que a análise assegure “independência e distinção” a cada um dos quatro momentos do circuito, o autor ressalta a importância de considerar a inter-relação entre eles, como tratamos anteriormente. Afinal, o conteúdo também revela diversos aspectos do processo de produção – como os efeitos de sentido, as estratégias e o processo de construção da representação da infância –, da recepção – como os processos de negociação com base nos diversos tipos de repercussão que os elementos presentes no conteúdo podem provocar no público – e das culturas vividas – como os estereótipos culturais que a página ajuda a construir, reforçar, transformar ou, até mesmo, negar.

Em relação às culturas vividas, a análise formal do conteúdo nos auxiliará a identificar os elementos presentes mais especificamente nas vivências das crianças. Por isso, buscaremos analisar as *gramáticas das culturas infantis*³⁶, ou seja, os princípios de estruturação de sentido que são característicos das vivências das crianças. A referência à “gramática”, de acordo com Manuel Jacinto Sarmiento (2003), serve como metáfora para ressaltar a existência de regras de estruturação simbólica nas culturas infantis. No entanto, ele elucida que estas não se reduzem a elementos linguísticos, mas integram também objetos, ritos, normas, valores, entre outros.

Isso não significa que o conteúdo da página expresse esses elementos culturais com absoluta fidelidade, mas que estes são inseridos no processo de construção de uma

³⁵A noção de “texto” aqui engloba não apenas formas verbais dos discursos, mas também os diversos tipos de mensagens comunicativas difundidas na mídia e produzidas por seus agentes específicos (THOMPSON, 1995), a exemplo das imagens publicadas na página.

³⁶O conceito de “culturas infantis” será problematizado mais a fundo no quarto capítulo.

representação de infância. Afinal, os meios de comunicação, de acordo com Serge Moscovici (2004), aceleram a tendência, identificada por ele na sociedade atual, de construir representações heterogêneas e fluidas, que nem sempre têm tempo de serem sedimentadas em tradições. Ou seja, mais do que instituir uma rígida concepção sobre a infância, a página contribui para construir, em negociação com o público, uma entre tantas representações possíveis a respeito dessa categoria social.

Por esse motivo, ao dar visibilidade às formas privadas das culturas vividas, a esfera pública confere enquadramentos peculiares a elas. Em Suricate Seboso, por exemplo, há uma forma caricatural com que são expressos os elementos no conteúdo, como os que se referem ao personagem infantil Sebosinho. Esse aspecto tem relação com a consideração de Johnson (2010), segundo o qual há uma abstração maior dos elementos apresentados nas formas públicas do que nas narrativas da vida cotidiana, visto que aquelas assumem mais claramente um discurso de “representação da vida real” do que estas.

Além disso, segundo o autor, por conta das diferenças de poder relativas ao acesso à esfera pública, algumas formas que não ganham publicidade são “ativamente privatizadas, mantidas no nível do privado” (JOHNSON, 2010). Por isso, interessa-nos também analisar, dentro das estratégias de construção da representação de infância na página, alguns aspectos que são excluídos ou desvalorizados no processo de edição.

Discutidas essas questões relativas ao circuito que escolhemos como modelo teórico para orientar a análise dos processos culturais e comunicativos na página, é necessário apontar, na seção seguinte, algumas especificidades que esses processos assumem nos novos contextos midiáticos, como o das redes sociais na internet, que é central para a compreensão de nosso objeto de estudo.

2.3 Produção colaborativa de formas simbólicas

Diferentemente dos meios de comunicação de massa tradicionais, que instituíam uma “ruptura fundamental entre a produção e recepção das formas simbólicas” (THOMPSON, 1995, p. 391), a difusão de informações tem agora, no ciberespaço – mais especificamente nas plataformas das redes sociais –, a possibilidade de ser realizada de forma mais descentralizada e interativa, por meio de uma aproximação entre as lógicas da produção e da recepção das mensagens (COGO; BRIGNOL, 2011). A respeito da página Suricate Seboso, o próprio Diego Jovino qualifica o seu conteúdo como uma “construção coletiva” (informação verbal). Afinal, essas práticas que se dão nas plataformas *online* devem ser

compreendidas com base na tendência, constatada atualmente, de *colaboração em massa*³⁷ na produção de conteúdo:

Essa nova participação atingiu um ápice no qual novas formas de colaboração em massa estão mudando a maneira como bens e serviços são inventados, produzidos, comercializados e distribuídos globalmente. [...] No passado, a colaboração era, na maioria das vezes, de pequena escala. Era algo que acontecia entre parentes, amigos e sócios em lares, comunidades e locais de trabalho. Em ocasiões relativamente raras, a colaboração se aproximava de uma escala de massa, mas isso acontecia principalmente em episódios rápidos de ação política (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007, p. 20).

Vale ressaltar, no entanto, que, apesar de ainda não levar em conta o contexto da colaboração em massa, Thompson (1995) já considerava a recepção como um processo ativo, visto que esta envolve a apropriação de significados das formas simbólicas, mesmo em algumas mídias tradicionais controladas por instituições corporativas. O caso das comunicações em rede, segundo Denise Cogo e Liliane D. Brignol (2011), envolve práticas muito mais variadas que as comunicações de massa, mas todas marcadas por um grau de interatividade significativamente maior que as mídias anteriores.

Dentre as variadas práticas de comunicação em rede, as autoras ressaltam que algumas chegam a seguir lógicas próximas às das comunicações de massa – ou seja, produções feitas por poucas pessoas e distribuídas para muitas – apesar do caráter mais colaborativo daquelas (COGO; BRIGNOL, 2011). Isso ocorre no caso de Suricate Seboso, cujo conteúdo ainda é predominantemente produzido por um grupo restrito de pessoas, apesar de contarem com a participação dos internautas na publicação de comentários e no envio de mensagens com sugestões de enredos e de imagens para serem publicadas.

Outro fator que permite uma aproximação entre as instâncias da produção e da recepção na página é o fato de ela ter sido desenvolvida não por um grupo de especialistas ou “personalidades” – como na maior parte dos casos nos meios de comunicação de massa –, mas por amadores, podendo assim haver uma maior identificação do público com o conteúdo. O próprio Diego Jovino resalta esse aspecto: “Eu sempre fui uma pessoa que convivi no meio do povo” (informação verbal).

Em alguma medida, o amadorismo e a colaboração no processo de produção da página ainda permanecem como características valorizadas até hoje, ao menos no discurso dos produtores, e valem como estratégia para alavancar a sua popularidade. No entanto, não se

³⁷ Ao designar o termo, Don Tapscott e Anthony D. Williams (2007) utilizam a palavra “massa” para referir-se à larga escala em que se dá a colaboração nas plataformas interativas na internet, em comparação com os contextos midiáticos mais tradicionais. Embora reproduzamos o termo proposto por eles, questionamos a utilização de uma palavra que é própria dos estudos clássicos sobre mídia e que se torna ainda mais problemática ao ser transposta para os novos contextos.

deve esquecer que esse discurso está inserido no esforço de profissionalização real pelo qual passaram os processos produtivos. Apesar de certos aperfeiçoamentos nas práticas de produção, ainda não é possível atestar, em Diego Jovino, Léo Gannbiarra e Dudu Souza, um nível de especialização técnica formal na área tão alto que retire deles a prevalência da imagem de amadores³⁸.

Eu não curso, não cheguei a cursar ainda a faculdade de Publicidade. A publicidade que eu faço é só amadora né, é só em estudo, é só em ler, é só... Mas faculdade mesmo de Publicidade, eu ainda não iniciei o curso. Mas pretendo fazer mais pra frente né. O negócio é que agora não tá dando pra mim porque [tenho] muita viagem, aí eu teria que faltar muito, entendeu? Eu teria que fazer minhas atividades, então eu acabo não tendo tempo para focar diretamente na faculdade (JOVINO, 2015b).

Como em outros casos que acontecem nas plataformas interativas da internet, o sucesso conquistado pelos criadores de Suricate Seboso deu-se a partir do momento em que eles venceram o desafio de descobrir e cultivar um talento, tornando-se, na verdade, “*nobres amadores*” (KEEN, 2009). Tais feitos são possíveis graças ao potencial criativo que as plataformas concedem aos usuários, mesmo sem exigir-lhes complexas habilidades técnicas.

A colaboração em massa pode dar poder a uma tropa de indivíduos e organizações conectados para criar uma riqueza extraordinária e alcançar níveis sem precedentes de aprendizado e descobertas [...] (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007, p. 26).

Diante dessas discussões a respeito do caráter mais colaborativo dos processos de produção e circulação de formas simbólicas na internet, aproveitamos ainda para problematizar a utilização dos termos, em nossa pesquisa, relativos aos internautas que têm alguma forma de acesso à página mas que, diferentemente de Jovino, seus sócios e demais colaboradores, não estão inseridos diretamente na produção sistemática de conteúdo. Visto a maior interatividade potencializada pela internet em comparação com as mídias tradicionais, Cogo e Brignol (2011) questionam a utilização de termos clássicos dos estudos das comunicações de massa – como “produtor”, “emissor”, “receptor” e “público” – para denominar os sujeitos interagentes nesses novos processos comunicacionais. Ao mesmo tempo, em vez de proporem expressões que sejam mais adequadas para esse contexto, as autoras consideram que a nomenclatura pode variar conforme a situação, “para evitar preciosismos conceituais que enclausuram o debate” (COGO; BRIGNOL, 2011, p. 89).

³⁸ Apesar do volume de atividades e do alcance da página, não conseguimos identificar que eles construíram uma grande e eficiente estrutura administrativa para a marca, de modo que nos parece que a produção ainda é baseada, em diversos momentos, pelas intuições dos produtores, que, embora não sejam estratégias calculadas, podem ser bem-sucedidas. Além disso, apesar de buscarmos, cada vez mais, um aperfeiçoamento técnico para a produção do conteúdo, eles ainda não chegaram a concluir uma formação acadêmica específica para esse fim.

Optamos então por utilizar preferencialmente o termo “público”. Como dito antes, identificamos que, embora seus processos comunicacionais concentrem-se nas redes sociais na internet, algumas lógicas de Suricate Seboso aproximam-se do modelo de comunicação massiva: por exemplo, o fato de o conteúdo ser produzido majoritariamente por poucas pessoas (produtores) e acessado por muitas (público). Em alguns casos, quando nos referimos aos sujeitos que tenham interagido com a página, utilizamos também o termo “internautas”.

Ressaltamos, no entanto, que não contaremos com uma técnica para análise específica dos processos de apropriação por parte desse vasto público. Isso não quer dizer que desconsideraremos essa instância, visto sua importância para o circuito de formas simbólicas na página. Embora não tenhamos feito um recorte para a análise específica da produção discursiva do público, optamos por coletar os comentários publicados pelos internautas que nos apareceram, em primeiro plano, na visualização de cada um dos 50 *posts*. Realizamos também, durante o processo de netnografia, a observação exploratória dos próprios comentários publicados na página, que já suscitam reflexões relevantes. Além disso, consideramos algumas percepções que foram expressas pelos produtores a respeito dos internautas nas entrevistas a que tivemos acesso.

Como trabalhamos, em nossa análise, com a categoria da infância, é importante ressaltar ainda um aspecto relativo à composição do público da página: as crianças parecem não constituir um segmento para o qual o conteúdo é direcionado de forma específica nem estar diretamente envolvidas nos processos de produção, controlado por adultos. Reconhecemos que as publicações de Suricate Seboso podem ser apropriadas por algumas crianças, sobretudo devido à presença de elementos facilmente assimiláveis por elas, como o humor, a linguagem coloquial e os elementos gráficos caricaturais. Apesar disso, não observamos haver uma presença significativa de público infantil na página³⁹.

Apresentados, então, os aspectos principais segundo os quais será delineada a nossa pesquisa, sobretudo no que se refere às opções metodológicas para a abordagem do objeto, discutiremos, no próximo capítulo, as principais estratégias gerais que observamos na instância da produção que nos ajudam a explicar o sucesso da página. Dessa forma, nos capítulos seguintes, passaremos para a análise específica das estratégias de construção da representação da infância, que nos permitirá identificar melhor os efeitos de sentido pretendidos pelos produtores junto ao público.

³⁹De acordo com dados divulgados na página em 7 jul. 2013, 49% do público se declarava na faixa etária entre 18 e 24 anos, 25,9%, entre 13 e 17 anos, e 19,1%, entre 25 e 34 anos. Apesar de o Facebook não permitir que os usuários declarem possuir menos de 13 anos, não identificamos muitas fotos de crianças que publicassem comentários nos posts.

3 SEGREDOS DE UM SUCESSO

Antes de analisarmos especificamente as estratégias de construção da representação da infância no conteúdo da página para identificarmos os efeitos de sentido nelas embutidos, consideramos importante, neste capítulo, discutir as estratégias mais relevantes e recorrentes na produção do conteúdo da página. Assim, é possível que já sejam elucidados alguns efeitos que os criadores buscam produzir sobre o público.

Essas estratégias de produção do conteúdo de caráter mais geral, que destacamos neste capítulo, visam sobretudo à criação e à manutenção de imagens públicas¹ para a marca Suricate Seboso e para as pessoas de seus produtores. Para isso, como todo enunciador de mensagens, eles constroem *ethé*² para a marca e para eles próprios. Esse conceito, oriundo dos estudos clássicos de retórica, refere-se às

propriedades que os oradores se conferiam implicitamente, através de sua maneira de dizer: não o que diziam a propósito deles mesmos, mas o que revelavam pelo próprio modo de se expressarem. [...] A eficácia destes “ethé” se origina no fato de que eles atravessam, carregam o conjunto da enunciação sem jamais explicitarem sua função (MAINGUENEAU, 1997, p. 45).

Por isso, antes de enfrentarmos a análise dos efeitos de sentido nos próximos capítulos, em que exploraremos melhor os modos com que o conteúdo é expresso na página, abordaremos, neste capítulo, as estratégias mais gerais da produção em três blocos principais: as que se referem ao desenvolvimento de atividades produtivas que geraram lucratividade e visibilidade para Diego Jovino e toda a equipe responsável pela marca; as estratégias de edição do conteúdo específico da página do *Facebook*; e as que fazem parte do processo de produção de um estilo característico para a marca, realçado sobretudo nas imagens publicadas na página e compostas por elementos próprios quanto às linguagens verbal e visual e à narrativa. A análise desses fatores é importante porque não é possível compreender o processo de construção da representação da infância em Suricate Seboso sem considerar que ele é baseado em estratégias que visam a promover a atração do público e que, portanto, se relacionam ao sucesso da página.

¹ A concepção de “imagem pública”, na dimensão em que é apropriada pelos profissionais da comunicação e do marketing, é o resultado da apreensão de informações sobre instituições e sujeitos por parte de um público. Essas informações são lidas individual e coletivamente com base no contexto em que estão vinculadas e são estruturadas com base em várias apropriações, interpretações e conceituações. Ressaltamos que a utilização do termo “imagem”, nesse contexto, é diferente da concepção do termo quando nos referimos às formas em que são publicados os posts da página: neste caso, o sentido é o da dimensão figurativa da comunicação, que se diferencia, por exemplo, da dimensão verbal (WEBER, 2007).

² Plural de “ethos”.

Embora – como indicam os depoimentos de Diego Jovino – as atividades da página tenham sido iniciadas de forma amadora e aparentemente sem interesses diretamente comerciais, o fato de elas terem-se tornado um negócio lucrativo implica em uma análise diferenciada sobre os processos de produção e os interesses envolvidos com essa mudança.

Aliás, hoje em dia, o meu tempo, que eu me dedico, é mais pra criação de conteúdo na internet e é o que me dá, *tipo*, estabilidade financeira, hoje em dia, é a questão do Suricate Seboso. É o que começou com uma brincadeira. Hoje em dia, é uma coisa mais séria (informação verbal).

Apesar desse caráter inicialmente amador da produção, desenvolvida em meio ao contexto de colaboração em massa, a marca Suricate Seboso pode ser entendida hoje, em alguma medida, como uma “indústria da mídia”, guardadas as diferenças em relação aos meios de comunicação tradicionais, que foram discutidas no capítulo anterior.

As indústrias da mídia nas sociedades ocidentais são, em muitos casos, organizações comerciais ou quase-comerciais, operando num mercado competitivo e sujeito a pressões financeiras e a incentivos de vários tipos; por isso, mudanças nas indústrias da mídia são, até certo ponto, respostas a imperativos econômicos e pressões políticas que afetam essas indústrias enquanto interesses comerciais (THOMPSON, 1995, p. 253).

O atual contexto midiático na internet é desafiador para o desenvolvimento de atividades lucrativas, em virtude da maior variedade de nichos que existem. Não apenas a concorrência é maior, visto que muitos amadores têm a possibilidade de produzir conteúdo, mas também os públicos são mais segmentados, visto que estes têm um volume menos restrito de opções para acessar (KEEN, 2009). O criador da página reconhece esse desafio e explica algumas estratégias que ele observa como necessárias à garantia do sucesso:

O sucesso do Suricate Seboso é muito dependente da questão de postar todo dia, cerca de 4 ou 5 imagens, e sempre ser fiel ao conteúdo da página. Inovando em novos personagens, cenários e expressões diferentes, mas sem nunca fugir do cotidiano, brincando com situações do dia-a-dia, usando a nossa linguagem. Não perder o foco da página e saber inovar dentro disso é o grande sucesso do Suricate Seboso se manter. Claro que a página tem seus altos e baixos, até porque o Suricate não é mais novidade pra ninguém, então o lance é fazer uma imagem ou outra que faça sucesso. A ideia é sempre essa (JOVINO, 2014).

Antes de tratarmos especificamente sobre algumas das atividades da página, lembramos que o conceito de *estratégia* é tomado por nós com base em Michel de Certeau (1996), que o define como a ação de um sujeito que detém um poder reconhecido como tal (uma instituição, por exemplo), que se faz notar com produtos próprios, por meio de uma produção racionalizada, expansionista e centralizada. No caso de Suricate Seboso, é possível

identificá-la nas ações desenvolvidas por Jovino e sua equipe com vistas à manutenção de poder, sobretudo econômico e simbólico.

Chamo de estratégia o cálculo (ou a manipulação) das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer e poder (uma empresa, um exército, uma cidade, uma instituição específica) pode ser isolado. A estratégia postula um lugar suscetível de ser circunscrito como algo próprio e ser a base de onde se podem gerir as relações com uma exterioridade de alvos com ameaças [...] (CERTEAU, 1996, p. 99).

O autor relaciona o conceito às ações de sujeitos (como Diego, Léo e Dudu) cujo poder é legitimado por outros (principalmente os internautas que compõem o público da página), a partir do momento em que estes reconhecem aqueles como detentores de poderes sobre a instância de produção. No entanto, é importante levarmos em conta que os produtores de Suricate Seboso, em certas circunstâncias, também agem como consumidores de outros produtos culturais, principalmente devido ao fato de valorizarem o caráter amador de suas práticas, em uma tentativa de aproximação junto ao público. Dessa forma, muitas das ações desses nobres amadores – ou seja, desses amadores que conquistaram sucesso na internet (KEEN, 2009) – parecem ser orientadas mais por intuições do que por cálculos estratégicos. Isso ocorria sobretudo no início das atividades, como indicam os depoimentos dos produtores, que declaram que não tinham tanta clareza sobre o sucesso que a página poderia conquistar nem objetivos tão definidos para alcançá-lo.

Dentre essas ações estratégicas que passaram a ser desenvolvidas ao longo do processo de aperfeiçoamento das atividades, destacamos o estabelecimento de parcerias institucionais para obter retorno em lucro e visibilidade para os produtores, os critérios de edição utilizados na produção do conteúdo da página e na consolidação do estilo, além da própria construção da representação de infância e dos efeitos de sentido que eles buscam produzir sobre o público.

No tópico abaixo, apresentamos algumas estratégias que observamos na construção de imagens públicas para a marca Suricate Seboso e para as pessoas dos produtores, sobretudo por meio do desenvolvimento de atividades em diversos setores produtivos. Em seguida, discutiremos algumas características gerais que analisamos na edição do conteúdo da página e na constituição de seu estilo característico.

3.1 O desenvolvimento de uma marca

O sucesso da página Suricate Seboso e de sua imagem pública pode ser explicado não apenas graças às atividades de produção e publicação de conteúdo no *Facebook*, mas também ao desenvolvimento de uma série de outras atividades que ajudaram a consolidar a *marca Suricate Seboso*. Em meio a um desafio que caracteriza fortemente os ambientes virtuais, o de converter produções amadoras em negócios lucrativos, Diego Jovino apostou em uma estratégia que Thompson (1995) já apontava como uma das principais tendências das indústrias de mídia: a diversificação, ou seja, a expansão das suas atividades para diferentes campos ou linhas de produção, como meio de criar novas fontes de lucro, formando assim os “conglomerados de comunicação”.

Ao longo desta seção, apresentamos os principais produtos e atividades que observamos no “conglomerado” Suricate Seboso, dentre os quais destacam-se: as páginas nas plataformas de redes sociais; as parcerias estabelecidas com grupos de comunicação cearenses para a veiculação de seus produtos; o licenciamento da marca para campanhas publicitárias de outras instituições; a publicação de anúncios; a criação de um *site* de compras coletivas; a confecção de produtos oficiais da marca; a participação da equipe em eventos públicos; e a promoção de espetáculos de *stand-up comedy*. Relacionam-se a essas atividades algumas questões, que também serão discutidas, como: a preocupação da equipe com o estabelecimento dos vínculos institucionais e com a divulgação de marcas; e a importância do lucro e da visibilidade para o investimento nas ações por parte dos produtores.

Como dito no capítulo anterior, o gerenciamento das páginas de Suricate Seboso nas redes sociais é uma das principais atividades da marca e é desenvolvida diretamente por Diego, Léo e Dudu. Até hoje, as plataformas utilizadas são *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube* e *Snapchat*, além do aplicativo para *smartphones*, que replica diversos *posts* daquelas redes sociais.

A ampliação das atividades da marca começou a dar-se à medida que crescia a popularidade da página. Assim, a produção de conteúdos sobre Suricate Seboso passou a ser um negócio rentável para Diego Jovino, para os dois sócios e para diversos colaboradores e parceiros. Em 2013, foi estabelecido um contrato com a empresa Eita Mah!, de José Viana, para promover a profissionalização das ações de *marketing*. Por conta do sucesso da página, ainda hoje, Diego Jovino é convidado para ministrar palestras sobre o *case* Suricate Seboso, como no evento *Sana Fest*, em Fortaleza, em que a marca já contou também com um *stand* próprio.

Um dos resultados dessa profissionalização foi o estabelecimento de parcerias com outras instituições. Alguns grupos de comunicação cearenses, por exemplo, passaram a divulgar a marca Suricate Seboso em suas mídias. A equipe de produção contou, em 2014, com o *Blog do Suricate Seboso*, incorporado ao portal Tribuna do Ceará, do Sistema Jangadeiro de Comunicação, e com um espaço para veiculação das esquetes da *Rapidinha do Suricate* nos intervalos da TV Jangadeiro. Em 2013, foi lançada a seção *Suricate na Copa*, inserida nas mídias do grupo de comunicação O Povo (jornal impresso, portal *online*, televisão e rádio), com tirinhas e comentários sobre a Copa das Confederações realizada no Brasil. A equipe de produção atraiu ainda a atenção de empresas de comunicação cearenses para tornar-se também objeto da cobertura jornalística local como um fenômeno peculiar da internet.

Já em 2016, uma parceria institucional – a primeira com um órgão público – foi estabelecida com o Governo do Estado do Ceará. Diego, Dudu e Léo foram contratados com o objetivo de ministrarem palestras sobre as oportunidades de empreendedorismo no contexto da internet para jovens estudantes de escolas públicas em diversos municípios cearenses.

É preciso ressaltar ainda que uma das primeiras práticas que se tornaram diretamente rentáveis para a equipe foi a divulgação de marcas de anunciantes em tirinhas. Desde o início, os anúncios já consistiam não no simples compartilhamento de peças de campanhas publicitárias oficiais das instituições, mas em uma forma peculiar de incorporação das suas marcas ao estilo da página. Para isso, passaram a ser produzidas, pela própria equipe, tirinhas estruturadas de acordo com os padrões de identidade visual, personagens, enredos e linguagem da marca Suricate Seboso. Muitas delas, por exemplo, são compostas por formas simbólicas relativas à infância, como o próprio personagem Sebosinho.

Até hoje, os elementos do estilo da página são incorporados à narrativa das peças publicitárias, minimizando os efeitos de uma possível ruptura no conteúdo próprio de Suricate Seboso para a inserção de anúncios. A mesma estratégia passou a ser utilizada também em conteúdos publicados em outras plataformas, com as respectivas adaptações para esses meios. Essa estratégia, no entanto, implica em certos desafios à publicação de anúncios, sobretudo quando os produtos divulgados não apresentam relação tão direta com as temáticas comumente abordadas na página:

Eu crio o anúncio e tudo, mas eu falo um negócio: “Pô, se eu for vender anúncio, eu tenho que conseguir fazer uma montagem que tenha alguma coisa relacionada com o Suricate, porque fica bem complicado...” Pra mim, foi bem complicado, eu nem... Agora, como é as tirinhas que eu fazia? Era ele [suricate] perguntando se a menina ia pra *rave*. Aí nem dá pra fazer muito aí a divulgação. É mais na descrição da

imagem. Nem é na imagem, *tipo*: “Vamos pra *rave* da praia”, porque fica com muita cara de propaganda, aí a galera não gosta de compartilhar. E desse jeito que a gente faz, a galera compartilha e, às vezes, nem percebe que tem propaganda. Mas alguns percebem que é propaganda, mas acham engraçado e compartilham. E *tá* lá na descrição: “Tal dia, festa não sei o quê”. Mas aí a gente não faz um anúncio limpo e seco, até porque fica chato pra quem curte a página. E se fizesse em outra página que eu gosto, eu ia achar chato também (informação verbal).

No período em que foi realizada a entrevista na qual Diego deu o depoimento acima, a página contava com uma frequência aproximadamente diária de publicação de anúncios. Até o primeiro semestre de 2014, aproximadamente, observamos uma tendência de crescimento no número de *posts* publicitários, o que pode indicar uma estratégia editorial aberta a esse tipo de publicações, embora, em 2013, o discurso de Jovino ainda ressaltasse que a finalidade principal da página não era comercial:

[...] Eu acho chato ter anúncio todo dia na página. Fica poluída, mesmo que seja descontraído o anúncio. Às vezes, eu me incomodo, mas tem que fazer o anúncio também [...] Claro que tem a questão do profissional, do financeiro, eu [estou] sempre preocupado porque eu preciso do dinheiro. Mas quando é direto assim, às vezes, me incomoda, até porque quanto mais anúncio aparece, mais eu tenho que criar, que não é pra ficar chato pra galera (informação verbal).

A partir do segundo semestre de 2014, no entanto, observamos uma diminuição significativa no volume de *posts* publicitários, o que nos parece ter ocorrido mais devido à redução na demanda de anunciantes do que a uma estratégia intencionada dos produtores, de acordo com um depoimento de Jovino:

Ainda encontramos muitas dificuldades para conseguirmos empresas que queiram anunciar com a gente. No caso do Suricate, no início era bem maior a quantidade de anunciantes, mas ainda nós temos grandes empresas que já anunciam conosco há 1 ano e meio [...] (JOVINO, 2014).

Além do cuidado na divulgação dos anunciantes, outra preocupação de Diego é na publicação eventual de outras marcas não-autorizadas em meio às imagens do conteúdo. Ele afirma que já recebeu reclamações de algumas empresas – cujos nomes não estamos autorizados a divulgar – por haver inserido as marcas nas tirinhas junto a objetos próprios do cotidiano:

Eu tenho tomado mais cuidado com isso. Eu tenho começado a pensar melhor nisso porque a página cresceu muito. Aparece muita gente querendo processar, às vezes, pra ganhar dinheirinho por fora, ganhar alguma coisinha. A da [aqui ele cita o nome de uma fábrica cearense], agora, eu *tô* começando a tirar a questão da logo [que constava na imagem de um produto dessa fábrica] [...]. Já teve problema da questão da farda, da farda de escola. Teve uma dessas imagens que deu polêmica, foi a do [aqui ele cita uma escola particular cearense, com cujo nome a página fez um trocadilho. Por isso, a empresa publicou:] [...] “Tira esse *post*, não sei o quê, esta escola, *blá blá blá...*” Fez um texto lá, eu nem li nem tirei o *post*, era no comecinho da página, eu não tinha medo nenhum não (informação verbal).

O criador da página também afirma estar atento à sua relação com os agentes públicos. Alguns casos já foram até citados por reportagens que tratavam sobre a página, em veículos de comunicação locais. Em 2013, por exemplo, durante uma polêmica em Fortaleza sobre a derrubada de árvores no Parque do Cocó para a construção de um viaduto, houve uma manifestação oficial da página com a insinuação de um posicionamento contrário à postura que a Prefeitura estava adotando no caso. Esse fato resultou inclusive na solicitação desse órgão público para obter direito de resposta na página, por meio de uma nota enviada aos produtores. Em outro momento, o Governo do Estado do Ceará também enviou uma resposta relativa a uma publicação (informação verbal). A partir de então, observamos uma postura mais cautelosa de Diego em relação a questões políticas, em um esforço de não manifestar posicionamentos tão explícitos sobre temas controversos, como aconteceu durante as eleições presidenciais de 2014.

Aí teve a questão [de um órgão público que ele cita o nome], que [o órgão] procurou a gente pra fazer anúncio [...] A gente ainda *tá* vendo isso aí. Só que o problema de, às vezes, fazer parceria com [órgãos públicos] é que eles querem limitar a gente, e, às vezes, a gente deixa bem claro isso aí... Que eu fiz a postagem do Cocó, que eu botei, mas eu botei, na postagem, o suricatezinho com a farda da escola pública de Fortaleza, no fundo, o Cocó com as árvores cortadas, e escrevi “Eu sempre aprendi que, na escola, é errado cortar as árvores”. Eu menti em alguma hora? Não menti, entendeu? Eu sempre aprendi na escola que... Eu não escrevi nada que apoiava ou que era contra. Eu botei porque faz parte da realidade. Aí apareceu, fizeram uma nota querendo esclarecimento, o direito de resposta, querendo que a gente fizesse uma nota lá no Suricate, [cita uma instância governamental]. [Outra instância de governo] também procurou. Acho que foi sobre a saúde, sobre a saúde de Fortaleza, alguma coisa assim sobre uma postagem (informação verbal).

Apesar da preocupação com a interferência das instituições públicas sobre as decisões editoriais em relação aos conteúdos publicados, os produtores estabeleceram – como citamos anteriormente – a primeira parceria oficial com o Governo do Estado em 2016, que foi divulgada inclusive nas próprias páginas de Suricate Seboso. Ademais, quando perguntado sobre a possibilidade de empresas privadas interferirem sobre os conteúdos, Jovino declara sentir uma relativa margem de liberdade nesse sentido. A preocupação da equipe seria principalmente com possíveis problemas judiciais relativos à divulgação das marcas:

Eu acho que é mais a questão judicial [que me preocupa], não é questão de anunciante não. Anunciante aparece de tudo que é lado. Tem anunciante que é a favor da ponte lá no Cocó, mas tem anunciante que é contra. Então eu não me preocupo muito... Eu me preocupo mais com a questão de processo, *né*, dessas coisas, até porque eu não sou muito entendido dessas coisas não (informação verbal).

Além da divulgação de outras marcas na página, ressaltamos que os personagens das narrativas tornaram-se “garotos-propaganda” de três campanhas publicitárias da empresa de óculos cearense *Ferrovía Eyewear*, todas em 2013, alusivas ao Dia dos Namorados, às Férias e ao Dia dos Pais. Essas campanhas incorporaram o estilo da marca Suricate Seboso nos anúncios por meio da inclusão não apenas dos personagens, mas também da sua linguagem e de seus enredos.

Outra ação empreendida pela equipe em 2013 foi a criação e administração de um *site* de compras coletivas, o *Suricate Ofertas*, que, no ano seguinte, passou a ser chamado *Suricates*³. Em paralelo ao *site*, foi confeccionada também uma linha oficial de produtos da marca Suricate Seboso, como camisetas, canecas, bonés, chinelos e cadernos⁴.

Hoje algumas dessas atividades, como a inserção de anúncios e a confecção de produtos, estão sendo executadas menos frequentemente pela equipe da página. No entanto, em 2015, Diego Jovino, Leo Gannbiarra e Dudu Souza passaram a investir na promoção de espetáculos de *stand-up comedy* estrelados por eles e apresentados em teatros de alguns municípios cearenses, como Fortaleza, Sobral, Itapipoca e Iguatu.

Em alguns períodos, dentre os quais destacamos o segundo semestre de 2013 e o primeiro de 2014, observamos ter havido uma intensificação no volume das ações mais diretamente lucrativas para os produtores da página, como os contratos com anunciantes, o licenciamento da marca e as parcerias com os veículos de comunicação locais. Desde 2015, no entanto, há menos indícios de que o volume desses negócios tenha aumentado. Apesar disso, o público tem crescido constantemente até hoje, a equipe ainda permanece desenvolvendo o gerenciamento das páginas nas redes sociais de forma intensa, e ainda há outras ações pontuais que beneficiam financeiramente os produtores. Entretanto não identificamos, nas informações a que tivemos acesso sobre Diego, Dudu e Léo, que eles contem hoje com fontes de renda que não estejam diretamente relacionadas à marca Suricate Seboso, o que indica que ainda dependem dela em alguma medida. Inclusive, nas informações disponíveis em suas próprias páginas pessoais do *Facebook*, observamos que Suricate Seboso é uma referência central para a compreensão dos *ethé* que estão embutidos nas mensagens nas quais eles se referem a si próprios.

³ www.suricates.com.br.

⁴ Hoje em dia, os produtos são vendidos em uma loja virtual: www.vitrinepix.com.br/suricateseboso.

Figura 5 – Perfil de Diego Jovino no Facebook



Fonte: Facebook (31 mar. 2016)

Como é possível observar na figura acima, identificamos que um *ethos* ressaltado nos *posts* dos produtores em suas páginas pessoais é o de que eles próprios são os responsáveis pela marca Suricate Seboso. Esse aspecto é interessante porque, no início, a exposição da imagem pessoal de Diego, com a valorização do fato de ele ser o criador da página, não foi uma estratégia privilegiada, ao menos por ele, que se portava com maior resguardo em relação aos outros:

Eu não trabalho com minha imagem. Eu trabalho com a imagem do Suricate, diferente de umas pessoas que trabalham no *YouTube* e trabalham com a imagem deles, aí o pessoal vê. É difícil alguém me [re]conhecer. Eu prefiro, eu prefiro assim, é melhor (informação verbal).

A princípio, juntamente ao discurso de amadorismo, os produtores seguiam um lógica um pouco diferente daquela comum às “personalidades” das comunicações de massa, ou seja, não exibiam muito as suas próprias imagens e, quando o faziam, apareciam como “meros cidadãos comuns”. Hoje eles já assumem mais o *ethos* de que são figuras públicas. Isso se deu não somente por conta do próprio sucesso da página como também porque passaram a divulgar mais suas imagens por meio dos vídeos no *YouTube*, dos espetáculos de *stand-up comedy*, das palestras e entrevistas concedidas por eles e das suas fotos, que são frequentemente publicadas no *Snapchat* e, em ocasiões pontuais, também nas outras plataformas⁵.

Por isso, consideramos que as motivações para que eles continuem investindo na promoção do sucesso da página estão relacionadas não apenas a um retorno financeiro, mas também à constituição do capital social desses atores, ou seja, do conjunto dos recursos com os quais podem negociar as relações de poder com outros indivíduos na rede. De acordo com Raquel Recuero (2009), os principais valores observados nas redes sociais da internet (visibilidade, reputação, popularidade e autoridade) estão ligados a essas relações de poder estabelecidas entre os indivíduos. Para Andrew Keen (2009), inclusive, a importância conferida à construção da imagem de si perante os demais pode ser constatada com bastante evidência nas ações de internautas amadores que adquirem sucesso na rede, como é o caso dos produtores de Suricate Seboso. Esses nobres amadores tendem a investir bastante nos *ethé* que buscam propagar por meio de suas mensagens. Diego, Dudu e Léo apresentam-se agora, publicamente, não apenas como pessoas que alcançaram sucesso e visibilidade pública por conta da página mas também como jovens engraçados, cearenses “autênticos” e, curiosamente, em alguma medida, ainda como “meros cidadãos comuns”. Esses três *ethé* poderão ser observados com maior clareza ao ressaltarmos, em outra seção deste capítulo, os aspectos do humor, do regionalismo e dos discursos de amadorismo e colaboração que eles mesmos trabalham na constituição do estilo que caracteriza os *posts* da página. Afinal, esses conteúdos também contêm elementos que indicam como os produtores pretendem construir suas imagens públicas perante os internautas.

Tentamos mostrar aqui que a construção das imagens públicas da marca e dos produtores dá-se, sobretudo, por meio do desenvolvimento das atividades produtivas elencadas. Além disso, discutimos como esses processos visam não somente ao lucro, mas também à reputação positiva dessas imagens perante os internautas. Consideradas essas

⁵ Um fato significativo aconteceu em 2016, quando, pela primeira vez, os produtores inseriram suas fotos pessoais na montagem que serve de imagem de capa da página Suricate Seboso no Facebook.

reflexões, destacamos e discutimos abaixo certos aspectos levados em conta na produção do conteúdo da página, para, em seguida, tratar do estilo, que também consiste em um fator para o seu sucesso.

3.2 Estratégias de edição do conteúdo

Ao longo desta seção, explicitamos alguns aspectos gerais que estão presentes nas formas como o conteúdo da página é editado, seja em elementos recorrentes nos *posts*, seja em princípios levados em conta pelos produtores no processo de edição, para além das questões mais institucionais discutidas na seção anterior. Iniciamos com a apresentação dos principais aspectos observados por nós nas tirinhas e nos *memes*. Em seguida, discutimos algumas questões levantadas pelo próprio Diego Jovino sobre suas escolhas em relação à inclusão ou exclusão de certas temáticas.

Afinal, como postulado anteriormente, é preciso ressaltar que a edição do conteúdo também é definida por uma série de estratégias dos produtores que interferem sobre a constituição da imagem pública da marca e, conseqüentemente, ajudam a explicar o sucesso de público alcançado por eles. Em suas falas, o criador da página revela que, embora, no início, contasse basicamente com a própria intuição e a colaboração dos internautas, depois ele passou a ter uma preocupação maior com a execução de procedimentos estratégicos na produção dos *posts*, como: a manutenção de certo volume de publicações diárias; a inovação na criação de personagens, expressões e enredos; a opção por abordar temas pouco controversos no conteúdo; a fidelidade ao estilo que foi consolidado na página e que será abordado na próxima seção.

Os *posts* da página do *Facebook* são publicados em formas variadas, como fotos, textos curtos, vídeos e *links* para outras páginas. No entanto, o maior alcance de público é atingido sobretudo com a publicação de figuras identificadas por nós como tirinhas e *memes*, que consistem na maior parte do conteúdo. Em geral, elas apresentam suricates como personagens e são montadas insinuando uma estética de colagem amadora de imagens.

Nos primeiros meses de atividade da página, quando ainda não havia um objetivo comercial tão explícito no conteúdo, Diego Jovino chegava a publicar sistematicamente montagens feitas pelos próprios internautas, expressando assim um discurso de abertura e colaboração. No entanto, meses depois, com a profissionalização das atividades, ele e sua equipe passaram a produzir todas as peças com uma identidade visual mais padronizada, inclusive junto a alguns profissionais contratados para trabalhar no gerenciamento da marca.

De acordo com ele, muitas expressões e enredos narrados nas tirinhas são baseados nas suas experiências pessoais, especialmente durante a infância. No entanto, como dissemos, o criador pondera que, no início, não tinha uma noção clara de que um público tão vasto passaria por um processo de identificação com esses elementos presentes nos *posts* (informação verbal). Tanto os produtores quanto os internautas passaram então a reconhecer esses elementos como integrantes de suas culturas vividas, como será discutido melhor no quinto capítulo.

As tirinhas, em geral, narram os personagens em situações do cotidiano regional, em ambientes como a casa, o ônibus, a escola e a bodega. Desde o início, estes são recorrentes nos enredos das publicações nos diversos períodos. Além disso, a página costuma abordar temas factuais, como aconteceu com a Copa do Mundo e a campanha eleitoral no Brasil em 2014, mantendo seu estilo próprio.

Nessas tirinhas, são apresentados personagens, que, ao longo do percurso de crescimento da página, constituíram-se com caracterizações específicas na representação visual, nos diálogos e nos enredos. Alguns deles são: *Sebosinho*, a criança que protagoniza a maior parte das narrativas; *Toinha Cacimbão*, irmã adolescente de Sebosinho; *Dona Sebosa*, mãe dos dois personagens citados acima; *Chiquim Lambe Sal*, ex-marido de Dona Sebosa e pai de Sebosinho e Toinha; *Vó Chixica*, avó do protagonista; *Xêra Modes*, o político; *Chico Toicim* e *Paulim das Catiroba*, os assaltantes; *Seu Pulça*, o policial; *Tia da Escola*, a professora de Sebosinho; *Seu Untôin da Bodega*, o comerciante; *Bonitão das Tapiocas*, figura de um jovem vaidoso e esperto, que geralmente flerta com mulheres; *Toin dos Rock Avuado* e *Jubileu*, jovens que gostam de *rock*; *Seu Lunga*, baseado na figura de um comerciante cearense já falecido, mas popularizado pelas respostas irônicas que dava aos clientes; *Sebosinho Lispector*, que propõe supostas mensagens para reflexão; entre outros. Deixaremos para o próximo capítulo uma discussão mais aprofundada sobre a representação desses personagens, tendo como foco Sebosinho e os que estabelecem relações com ele.

Figura 6 – Personagens

 Toinha Cacimbão - estudante - irmã do sebosinho	 CHIQUIM LAMBE SAL - EX DA DONA SEBOSA - PAI DO SEBOSINHO E DA TOINHA - PAPUDIM
 Dona Sebosa - DONA DE CASA, GASQUITA - MÃE DO SEBOSINHO E DA TOINHA!	 VÓ CHIXICA! - MÃE DO CHIQUIM LAMBE SAL - VÓ DO SEBOSINHO E TOINHA!
 SEBOSINHO - ESTUDANTE, CHORÃO, ARENGUEIRO, ETC!	 BONITÃO DAS TAPIOCAS SÓ QUER SER O BONITÃO DA CIDADE!
 ROBERVILDO - MARIDO DA DONA SEBOSA - PADRASTO DA TOINHA E DO SEBOSINHO!	 FRANCISCA RAIOLEIZER - CURIOSA, FALADEIRA, INTROMETIDA E CONHECIDA NO BAIRRO
 XÊRA MODES SEMPRE SE CANDIDATA A ALGO NAS ELEIÇÕES	 SEU LUNGA - VÊ IGNORANTE
 CHICO TOICIM - UBIKO É DAS BANDIDAGEM	 TIA DA ESCOLA - PUFESSÔRA DOS BIXIM!
 PAULIM DAS CATIROBA - PARCEIRO DE CHICO TOICIM NAS BANDIDAGEM!	 CHICA DO POTE AMIGA DE INFÂNCIA DA TOINHA!
 SEU PULICA - POLICIAL!	 SEU UNTÔIN DA BUDEGA - TEM UMA BUDEGA
 JUBILEU DOS ROCK!!	 TOIN DOS ROCK AVUADO É AMIGO DO JUBILEU

Fonte: Facebook (30 jul. 2014)

É importante ressaltar ainda que há uma padronização não apenas na caracterização dos personagens, mas também em outros elementos gráficos que indicam determinados aspectos narrativos. Por exemplo, para indicar momentos de tensão, que geralmente encerram as narrativas, é comumente inserida a mesma imagem de fundo que ficou famosa ao ser utilizada no fim de cada capítulo da novela Avenida Brasil, da Rede Globo, como é possível conferir no último quadro da tirinha abaixo:

Figura 7 – Tirinha com um anúncio da loja Zenir Móveis



Fonte: Facebook (9 dez. 2014)

Outro elemento gráfico bastante recorrente nas tirinhas que também tem uma importante significação nas narrativas é a imagem da chinela voando, que está no último quadro do *post* acima. Ela costuma representar, de uma forma geral, as repreensões da mãe, principalmente em relação ao filho.

Além disso, fazem parte dos processos de padronização das narrativas alguns enredos que se tornaram bastante característicos da marca Suricate Seboso, também em virtude de sua recorrência no conteúdo da página. Em vários *posts*, por exemplo, o personagem Sebosinho é representado nas seguintes situações: ele ficar em casa durante períodos de fins de semana, feriados ou férias; comer leite em pó sem que a mãe o veja; urinar enquanto dorme e a mãe colocar o colchão para secar na rua, à vista de todos. Analisaremos mais especificamente esses e outros aspectos no próximo capítulo.

Em relação aos *memes* que são publicados na página, em geral, eles costumam ser produzidos com base em algumas estruturas mais ou menos fixas, como espécies de “seções”,

cuja recorrência varia conforme o período. Uma delas, que escolhemos para nosso *corpus* de análise e que foi recorrente sobretudo no segundo semestre de 2015 e começo de 2016, é iniciada pela frase “Tem gente que nunca *rái* saber...”. Optamos por essa categoria de *posts* devido ao fato de referir-se a diversos elementos que elucidam a representação da infância construída na página, embora, como dissemos no capítulo anterior, a seção não trate exclusivamente dessa temática.

Outra categoria de *memes*, publicada principalmente no início, era formada apenas por fotos de suricates acompanhados simplesmente de expressões regionais típicas, de modo a dar destaque para elas – como o famoso bordão “*Armaria, nam!*”, que foi popularizado pela página. Outra “seção” consiste em montagens com letras de músicas, associadas a imagens de suricates caracterizados de acordo com a canção. Alguns *memes* recorrentes ainda hoje são compostos por frases atribuídas a personagens fictícios – entre eles, Sebosinho Lispector – como formas satíricas de “reflexões”, “mensagens” ou “pensamentos”:

Figura 8 – Exemplo de uma “reflexão” de Sebosinho Lispector



Fonte: Facebook (4 dez. 2014)

Por fim, outro aspecto que gostaríamos de ressaltar na discussão a respeito das estratégias de edição do conteúdo da página é a escolha pela exclusão de certas temáticas e enredos, com base nas percepções que os produtores tiveram sobre as rejeições do público. Um dos tipos de elementos excluídos, já citado anteriormente, refere-se às marcas de instituições públicas e de organizações privadas que não sejam anunciantes, a fim de evitar a demonstração de supostos vínculos que aparentem comprometimentos não assumidos pelos produtores junto a essas instituições.

Além disso, política, religião⁶ e futebol são temáticas com as quais a página demonstra um cuidado em tratar de forma que não gere controvérsias. No período das eleições presidenciais no Brasil, em 2014, por exemplo, marcado pelo acirramento entre os candidatos, a página não deixou de abordar o tema, mas não demonstrou um posicionamento explícito de preferência, como fez, por exemplo, o criador de Bode Gaiato. Em relação ao futebol, Diego Jovino declarou que, desde o início, conta com a estratégia de não publicar conteúdos que incitem o acirramento de times locais, como entre o Ceará Sporting Club e o Fortaleza Esporte Clube (informação verbal)⁷.

Outra preocupação dos produtores refere-se à publicação de mensagens que possam conter vieses preconceituosos. Um exemplo destacado pelo próprio Diego relaciona-se à postura de evitar referências pejorativas a homossexuais. A estratégia de prevenir tais discriminações passou a ser adotada após ele ter recebido comentários de reprovação feitos pelos internautas:

Eu não posto coisas que sejam relacionadas a texto homofóbico, à questão homofóbica. No começo, tinha algumas coisas, mas, *tipo*, não era a minha intenção. A intenção era postar coisas que faziam parte do cotidiano do cearense, e algumas palavras acabaram que *tavam* no cotidiano. Só que depois eu comecei a postar, e a galera [comentou:] “Não, *num* sei o quê, é muito homofóbico, *blá, blá, blá* e tal” (informação verbal).

Em relação a mensagens com teor preconceituoso, o criador da página também demonstra uma preocupação em não se referir de forma pejorativa às culturas de outras regiões. Afinal, o fato de o estilo da página ser marcado por um caráter regionalista, como discutiremos na próxima seção, poderia implicar no risco de desconsiderar outras culturas, no afã de contrapor-se a elas. Possivelmente em razão desse cuidado, observamos, poucas vezes, no conteúdo de algumas tirinhas, a presença de traços do sotaque de outras regiões sob um tom humorístico. Nestes casos, os *posts* não tratavam tais elementos com base em uma lógica hierárquica e desqualificatória que os colocasse em posição inferior ao sotaque cearense.

Quanto aos comentários dos internautas na página, o criador admite que já identificou algumas poucas manifestações preconceituosas em relação aos nordestinos e à sua cultura. Nesses casos, ele declara que assume a postura de evitar respondê-los para não lhes dar visibilidade:

⁶ Em geral, as referências à religião são poucas e não entram em questões polêmicas. O personagem infantil Sebosinho aparece em enredos relacionados, por exemplo, a práticas católicas, como a confissão dos pecados, a oração antes de dormir e as aulas de catequese, além de algumas superstições populares.

⁷ Em 2014, ano da Copa do Mundo realizada no Brasil, o evento era bastante abordado no conteúdo, inclusive com referência aos resultados da seleção brasileira, tema que não causava tanto acirramento entre o público como o dos times locais.

Aparecia muito [esse tipo de mensagens preconceituosas], só que eu adoto uma política de não responder. Eu simplesmente ignoro essas pessoas. *Tipo*, eu costumo valorizar quem *tá* valorizando o [nosso] trabalho [...] Hoje em dia, eu não vejo, faz cinco meses que eu não vejo o pessoal falando mal de nordestino lá [na página] (informação verbal).

Graças a essas estratégias, no que concerne à edição do conteúdo, de não tomar posições tão claras em assuntos controversos, a página consegue alcançar um público bastante diversificado. Isso não significa que ela não manifesta, com sutileza, suas opiniões em algumas ocasiões, como no caso – citado anteriormente – da polêmica envolvendo a Prefeitura de Fortaleza. Já em relação aos fatos que se referem aos rumos da política partidária nacional, como nas eleições presidenciais de 2014, os produtores evitam deliberadamente manifestar seus posicionamentos pessoais, ao menos na página Suricate Seboso. Essa postura de evitar incitar divergências entre o público e promover certa postura conciliadora será explorado, ao longo do quinto capítulo, em que analisaremos mais especificamente os efeitos de sentido identificados por nós.

3.3 A consolidação de um estilo

Ao longo dos anos em que vêm desenvolvendo a produção de conteúdo, observamos claramente que os produtores têm constituído também um estilo próprio para a maior parte das publicações da página e dos produtos da marca Suricate Seboso, a ponto de esse estilo poder ser facilmente reconhecido pelo público e distinguido inclusive das páginas com formatos semelhantes, como Bode Gaiato. Portanto, os efeitos de sentido buscados na construção da representação da infância devem pautar-se por estes elementos gerais que perpassam todo o conteúdo e que discutiremos, a seguir, com mais detalhes.

A constituição desse estilo por meio das linguagens visual e verbal das narrativas também é definida por estratégias dos produtores que nos ajudam a compreender o sucesso da página. Dentre os aspectos estratégicos que orientam boa parte dos elementos constituintes desse estilo, optamos por destacar, nesta seção: a *colaboração*, o *amadorismo*, o *humor* e o *regionalismo*, que se mostram bastante presentes nos *ethé* que observamos nos discursos dos produtores por meio dos próprios conteúdos publicados na página.

Apesar de hoje a equipe raramente publicar imagens enviadas diretamente pelo público, ela atende a algumas sugestões de enredos por parte dos internautas na produção das peças, mantendo, em certa medida, um discurso de *colaboração*, que é um aspecto muito importante para os contextos comunicativos nas plataformas digitais, como abordamos no

capítulo anterior. Um dos modos pelos quais esse discurso é ressaltado, por exemplo, ocorre quando os produtores publicam uma imagem baseada em uma sugestão do público, com o registro do nome do internauta que a sugeriu. É interessante notar inclusive que, em muitas sugestões, a temática da infância está presente.

Então, a galera também que é fã interage muito. Tanto que na internet... Essa é a diferença da internet pra televisão, pro rádio. Apareceu, postou qualquer coisa ali na internet, a galera já *tá* interagindo. É rápido, é imediato demais. E é um monte de gente, não é só uma pessoa, não é só duas, é muitas pessoas ao mesmo tempo. E a internet tem isso. Quem é fã do Suricate Seboso tem uma proximidade muito grande do personagem. A internet tem essa proximidade muito grande do fã com a pessoa que ela gosta, o personagem, no caso, o Suricate Seboso (JOVINO, 2015c).

Como o próprio Diego Jovino indica no depoimento acima, as práticas colaborativas tendem a favorecer um sentido de identificação por parte do público, que pode se sentir também parte dos processos produtivos, embora estes sejam majoritariamente controlados por outros. Há ainda outras práticas desenvolvidas pelos produtores que favorecem esse sentido de aproximação com o público, como a elaboração dos textos de alguns *posts* com perguntas ou provocações para que os internautas as respondam e interajam com elas, e o envio de respostas, em nome da página, para alguns comentários como forma de manter essa interação e estreitar o vínculo com os internautas.

Esse aspecto da colaboração também está relacionado ao discurso de *amadorismo*, identificado no estilo. O *ethos* dos produtores como nobres amadores costuma estar inserido no conteúdo da página e nos próprios depoimentos deles, que reforçam o discurso de serem “cidadãos comuns”, a despeito do sucesso que lhes conferiu o lugar de pessoas públicas e até mesmo das situações em que eles agem como “personalidades”.

No conteúdo da página, essa mesma característica tende a ser reforçada. Apesar dos processos de profissionalização pelos quais passou, a estética das montagens remete ao amadorismo, expresso no modo como as imagens são recortadas e dispostas no quadro. Nessa estratégia discursiva, valoriza-se o sentido de que muitos internautas desprovidos de profundos conhecimentos técnicos em *design*, como seriam os próprios produtores, podem ser capazes de reproduzir esse estilo. Por isso, no início, o aspecto amador das colagens era um estímulo para que o público produzisse suas próprias tirinhas e *memes*, que eram, de fato, publicados na página. Mesmo que, atualmente, não haja mais a publicação de tantas imagens enviadas diretamente pelos internautas, identificamos que a manutenção do estilo amador até hoje pode ser vista então como uma estratégia de aproximação com o público, e, por isso, está relacionada também ao aspecto da colaboração. Dentre os principais elementos utilizados nessa identidade visual amadora das montagens, destacam-se fotos de suricates em posturas

variadas que caracterizam os personagens⁸, de objetos do cotidiano que compõem os enredos e da galáxia como imagem de fundo.

Outro aspecto presente de forma bastante explícita no estilo de Suricate Seboso é o *humor*, que é hoje, para Gilles Lipovestky (2005), um imperativo social generalizado sobre todas as esferas da vida social. Na contemporaneidade, diferentemente de outros períodos históricos, os mais diversos tipos de discursos teriam passado a adotar o tom lúdico, próprio do código humorístico, ao mesmo tempo em que haveriam desclassificado as formas cerimoniosas de comunicação:

A sociedade, cujo valor cardeal passou a ser a felicidade de massa, é inexoravelmente arrastada a produzir e consumir em grande escala os signos adaptados a esse novo *éthos*, ou seja, mensagens alegres, felizes, aptas a proporcionar a todo momento, em sua maioria, um prêmio de satisfação direta (LIPOVESTKY, 2005, p. 130, grifo do autor).

O tom cômico do conteúdo da página é expresso, por exemplo, nos modos de expressão caricaturais, ou seja, com um “excesso lúdico de signos” (LIPOVESTKY, 2005). Isso se dá nas imagens que compõem as montagens, nos textos e nos elementos da narrativa propriamente dita, como os enredos das tirinhas e a caracterização dos personagens. De acordo com o discurso do próprio criador da página, essa escolha consiste em uma estratégia de atração do público:

É porque, às vezes, só o detalhe da imagem gera o compartilhamento. Tem gente que nem achou a imagem engraçada, mas achou engraçado [o fato de] ele *tá* com aquele celular daquele tamanho todo na mão. A galera [comenta:] “Olha o celular, kkkkk”. Às vezes, acha engraçado a tirinha, a carinha do suricate. Tem gente que acha a imagem engraçada num todo, o cabelo do suricate, [ou quando, por exemplo, a gente] bota algum docinho, um bombom antigo na postagem, bota só uma frase e algum bombom antigo (informação verbal).

Outro aspecto central para compreender o estilo da página, que é destacado nas declarações dos próprios produtores e nas referências a Suricate Seboso que observamos em diversas mídias, é o *regionalismo*. De acordo com Ruben Oliven (1992), o regionalismo é significativamente marcado, em muitas de suas manifestações, por um discurso que pressupõe as regiões como internamente homogêneas, escondendo assim suas clivagens de naturezas diversas, e que opõe uma região a outra. Essas manifestações podem assumir caracteres diversos, como políticos, econômicos ou culturais.

⁸ A utilização de fotos de animais para representar os personagens é estratégica não só por conta da variedade de imagens deles em posturas diversas disponíveis na internet, como indica Jovino, mas também devido ao fato de substituir a utilização de fotos do rosto de pessoas, o que poderia causar problemas éticos e judiciais, apesar de os produtores inspirarem-se em vivências cotidianas para a produção dos posts, como indicamos ao longo da dissertação.

Durval Muniz de Albuquerque Jr. (2006) atenta para o fato de que o entrecruzamento de práticas e discursos regionalistas proporciona a constituição do sentido de uma região. Esta não deve ser compreendida então como um dado natural mas como uma identidade espacial, construída em determinado contexto, com base na evocação de memórias. Por isso, as próprias representações sobre elas não são homogêneas e fixas, visto seu caráter contingente.

Para o autor citado acima, a ideia de Nordeste e do tipo nordestino surgiram no Brasil a partir do final do século XIX, por meio de discursos e práticas regionalistas, sobretudo entre a elite pernambucana, como forma de reação ao declínio econômico da região nesse período:

O Nordeste não é recortado só como unidade econômica, política ou geográfica, mas, primordialmente, como um campo de estudos e produção cultural, baseado numa pseudo-unidade cultural, geográfica e étnica. O Nordeste nasce onde se encontram poder e linguagem, onde se dá a produção imagética e textual da espacialização das relações de poder (ALBUQUERQUE JR, 2006, p. 23).

É preciso ressaltar, no entanto, que o recorte regional a que nos referimos algumas vezes, em nossa pesquisa, é o Estado do Ceará, que está incluído na região Nordeste. De acordo com nossas observações, a página não necessariamente privilegia este ou aquele. Por isso, preferimos considerar os dois, visto que se apresentam intrinsecamente relacionados. Alguns elementos do conteúdo podem ser vinculados ao Nordeste, de forma mais geral, e outros, especificamente ao Ceará, visto que se diferenciam de aspectos culturais presentes em outros Estados da região.

De acordo com Gilmar de Carvalho (1994, p. 43), o surgimento e a consolidação da concepção de “cearensidade” dão-se por meio de uma “operação ideológica de esvaziamento dos elementos contraditórios e de construção de uma mitologia”. É possível observar esses processos nos discursos regionalistas, que, muitas vezes, constroem representações sobre os sujeitos de certa região com base em estereótipos e sobre seus elementos culturais como folclóricos.

O estilo regionalista de Suricate Seboso é marcado pela utilização de estereótipos, como os próprios personagens (o tipo de criança, de mãe, de pai...) e os diversos elementos do cotidiano (as brincadeiras típicas, as crenças populares, as situações cômicas...). No entanto, é necessário reforçar que todos esses estereótipos são construídos pelos produtores com base em determinadas convicções sobre o que caracteriza a cultura regional e também em estratégias para atrair o público. Por isso, não podem ser considerados como meros reflexos da sociedade nordestina ou cearense, mas como representações, que

convencionalizam os objetos, pessoas ou acontecimentos que encontram. Elas lhes dão uma forma definitiva, as localizam em uma determinada categoria e gradualmente as colocam como um modelo de determinado tipo, distinto e partilhado por um grupo de pessoas (MOSCOVICI, 2004, p. 34).

Um dos elementos representados com maior recorrência em relação à cultura regional cearense é o humor. A linguagem humorística é, inclusive, incorporada em muitos discursos regionalistas, como o da página. Por isso, em nossa pesquisa, os aspectos do humor e do regionalismo devem ser compreendidos de forma articulada.

E o que dizer do Ceará que acrescente alguma coisa, que não seja óbvio ou redundante? Talvez o humor seja um viés interessante, uma porta de entrada para um universo rico e multifacetado que se chama Ceará. A irreverência, a verve do cearense é a capacidade que o cearense tem de rir de si mesmo. Talvez este riso não seja apenas o reforço de um estereótipo, mas uma construção histórica [...] Não se trata de listar situações risíveis, mostrar o escárnio ou o constrangimento que a vaia provoca, mas de compreender o humor como estratégia não apenas discursiva, mas como vivência, como atitude e como marca identitária forte de um povo [...] (CARVALHO, 2014, p. 272).

Embora o humor seja um aspecto constantemente reforçado em relação à cultura cearense, consideramos que, até a criação de Suricate Seboso, a internet não havia ainda manifestado nenhum produto humorístico próprio do Estado que tivesse alcançado tamanho sucesso de público com base em um discurso regionalista. Aliado às estratégias inovadoras na produção das publicações e na construção do estilo como um todo, que se diferencia até mesmo das páginas semelhantes, como Bode Gaiato, esse pioneirismo é um dos fatores que, para nós, ajuda a explicar o sucesso de Suricate Seboso. Afinal, tal “novidade” nos parece ter provocado certo efeito de entusiasmo no público, como temos observado.

Realmente é difícil encontrar em Fortaleza alguém que tenha acesso à internet e não conheça o Suricate Seboso. Ele está na boca do povo, e nas roupas, canecas, máscaras de carnaval e site de compras coletivas. Ah, o bichinho ganhou até uma música de funk, imagine só (TAVARES, 2013).

O aspecto do regionalismo manifesta-se ainda nos textos, que são expressos de acordo com elementos característicos da oralidade e do vocabulário locais e não são redigidos com base na norma culta. Expressões já utilizadas tradicionalmente pela cultura oral no cotidiano da região foram apropriadas por Suricate Seboso, que constituiu algumas delas como bordões. Estes podem também ser observados nos comentários do público sobre as publicações. Além de identificarem-se com essas expressões, que nos parecem ser familiares a eles, os internautas apropriam-se delas, inclusive na forma como são escritas recorrentemente na página. Entre esses bordões, estão: “*Armaria, nam!*”, “*Valha, como tu*

sofre!”, “Ah, uma jaula!”, “É mermu ó!”, “Deurmilivre!”, “Ei mah”, “Meu fi”, “Uricumpadi!”, “Marróia” e “Dou mó valor ó!”.

Não dá pra fugir da regionalidade, porque esse tema regional a galera gosta e isso nunca vai morrer, esse tema regional, [o público] nunca vai deixar de ter orgulho da sua região, do seu modo de falar, das suas comidas típicas, das coisas que viveu, vivenciou quando era criança (informação verbal).

Como Diego indica no depoimento acima, o aspecto regionalista é ressaltado não apenas por parte dos produtores, que estrategicamente produzem os textos e selecionam certos elementos, como objetos, ambientes e situações, que consideram característicos das culturas vividas na região. Também o público apropria-se deles de forma a legitimá-los como representativos da região. Esse processo de apropriação é tão marcante que alguns elementos do cotidiano, que já eram comuns antes de a página existir, passaram a ser fortemente relacionados a Suricate Seboso, como o famoso bordão “*Armaria, nam!*”:

E o negócio foi tão grande que hoje, às vezes, a gente tá no *Facebook* e a galera fala: “Hoje eu falei ‘Armaria, nam’, tô muito ‘Suricate Seboso!’” E a galera pensa que o Suricate Seboso que criou [a expressão], mas não, a gente só [se apropriou]... [...] É da nossa linguagem. Todo mundo falava, mas hoje foi tão forte a influência do Suricate que todo mundo fala e a primeira coisa que lembra é o Suricate (SOUZA, 2013).

Um dos motivos pelos quais acontece o fato citado acima por Dudu Souza, de o bordão ser relacionado a Suricate Seboso embora estivesse presente no cotidiano antes da página, é o fato de alguns desses elementos culturais estarem, em certa medida, silenciados antes de Suricate Seboso. Essa afirmação é válida, em especial, se aplicada aos discursos midiáticos regionais. Nos depoimentos de produtores e internautas que observamos, é comum a consideração de que a página passou a publicar expressões faladas e situações vividas pelos cearenses e nordestinos que até então não eram tão divulgadas na mídia⁹.

De acordo com o modelo de Richard Johnson (2010), diríamos que os produtores tornaram públicas diversas formas privadas das culturas vividas. Trabalhamos como hipótese que muitos desses elementos apresentados no conteúdo da página eram vividos e que se tinha certa consciência sobre eles. Contudo, para nós, o diferencial de Suricate Seboso seria ter dado visibilidade pública a eles. Passou-se então a falar desses elementos, seja na mídia, seja

⁹ Certamente, antes já era possível encontrar, na mídia local, algumas referências pontuais a expressões e situações do cotidiano da cultura regional. Um exemplo, que o próprio Diego Jovino cita, é o das performances de humoristas cearenses – seja em espetáculos em locais públicos seja nos meios de comunicação –, que ressaltam diversos desses elementos das culturas vividas, como é o caso do programa *Nas Garras da Patrulha* (informação verbal). No entanto, parece-nos peculiar a forma sistematizada com que se dá a representação desses elementos regionais na página, além do vasto alcance de público e do sucesso conquistado por ela.

nas próprias conversas informais do cotidiano, relacionando-os à página, como indicou Dudu Souza.

Dentre os possíveis motivos elencados para esse “silêncio” que prevalecia até então, Diego Jovino considera que teria havido um sentimento de vergonha de muitos cearenses e nordestinos em relação aos elementos das culturas vividas na região, como é o caso do sotaque:

Eu acho que [Suricate Seboso] contribui muito pra autoestima [dos nordestinos]. O pessoal achava muito que eles falavam errado, que eles estão errados, porque o pessoal da Malhação [programa televisivo] fala de um jeito, o pessoal comenta futebol meio “chiando”, meio carioca... Então eles estão acostumados a ver o nordestino, como na Malhação, como o porteiro, nunca é um professor. Dificilmente tem um aluno e [se tiver] vai morrer, e é o pobre coitado. Então ele [Suricate Seboso] contribui muito pra autoestima. A galera valoriza mesmo o jeito que fala, não tem vergonha (informação verbal).

Concordamos com Jovino a respeito da hipótese sobre a existência dessa prevalência de um sentimento velado de vergonha em relação à cultura nordestina e cearense. Além disso, de acordo com os indícios dele próprio no depoimento acima, consideramos que essa vergonha pode se relacionar aos elementos presentes na página que se referem às classes populares, como analisaremos melhor no quinto capítulo. Afinal, a maior parte das representações construídas em Suricate Seboso, como a de infância, não se referem a vivências de pessoas com muitos recursos financeiros. Por isso, podia haver, até então, uma tendência de resistir em publicizar aspectos das condições de vida consideradas, muitas vezes, desfavoráveis.

Por sua vez, consideramos que a ruptura desse “silêncio” em relação a aspectos da cultura regional por parte de Suricate Seboso é favorecida pelo caráter cômico do conteúdo. Afinal, segundo Lipovestky (2005), o humor contemporâneo proporciona ao indivíduo expressar condições dele próprio que antes eram consideradas inconvenientes. No entanto, isso se dá em um processo de “segundo grau”, em que os aspectos divulgados são amplificados por meio de hipérboles, em mensagens que visam deliberadamente a alcançar determinados públicos. Nessas representações cômicas, de acordo com o autor, o *eu* teria-se tornado o alvo privilegiado de zombaria, e não mais o *outro*, como haveria prevalecido em épocas anteriores. Nesse sentido, as formas simbólicas de Suricate Seboso consistem, em alguma medida, em meios de o cearense ou o nordestino “rir de si mesmo”, em um processo de “autodepreciação”, embora haja aí também um discurso afirmativo de sua cultura.

Especialmente no que se refere à representação da infância, a divulgação desses elementos privados das culturas vividas anteriormente silenciados parece sugerir-nos que a

página proporcionou, nos internautas, certo efeito de nostalgia em relação ao período da infância que vivenciaram. Esse sentido será melhor discutido no quinto capítulo, junto à análise do material que coletamos.

Já outro aspecto próprio do humor que apresenta relação com o regionalismo é destacado por George Minois (2003). O autor indica que ele é utilizado por diversos grupos sociais como “estratégia de sobrevivência”, “reação instintiva de autodefesa” diante de “ameaças potenciais da cultura”. Se considerarmos que os processos globalizantes podem desestabilizar as estruturas tradicionais sobre as quais assentavam-se as culturas regionais, poderíamos então concluir que a apropriação cômica dos discursos regionalistas, dentro do contexto atual, pode ser vista também como uma forma de resistência à globalização. Stuart Hall (2005) e Rogério Haesbaert (1999), inclusive, identificam sinais de reativação de identidades culturais mais tradicionais nos movimentos contemporâneos de reafirmação de diferenças. No entanto, muitos dos movimentos citados pelos autores acima são considerados como “fundamentalistas” ou “separatistas”, de acordo com Néstor García Canclini (2008).

Certamente não consideramos o caso de Suricate Seboso com base nessas características, visto que não identificamos, no seu estilo regionalista, discursos nem de afirmação absoluta da cultura celebrada na página nem de separação em relação aos indivíduos e grupos que não compartilham dos mesmos sentimentos quanto a essa cultura. A referência aos “outros”, por exemplo, os que não são nordestinos ou cearenses, é feita raramente e de forma bastante sutil. O discurso da página não deixa de ser regionalista, afirmativo, contudo atua de modo diferente de manifestações fundamentalistas, visto que não se contrapõe ao movimento globalizante (CANCLINI, 2008)¹⁰.

Relacionamos esse novo modo de expressão do discurso regionalista com a tendência contemporânea observada por Don Tapscott e Anthony D. Williams (2007), segundo a qual a nova cultura de produção colaborativa na internet, com seu potencial de inovação e de diálogo, está proporcionando a ruptura de antigos modos hierárquicos. Embora os autores privilegiem a discussão desse processo no âmbito da produção econômica, que, em

¹⁰Como discutimos em outra pesquisa, um estudo de caso sobre um fenômeno regionalista distinto (SALES, 2014), nossas considerações foram, em alguma medida, próximas ao contexto em que atua a página Suricate Seboso: para nós, o caráter do conteúdo desta não é fundamentalista também porque não se opõe de forma dicotômica em relação às formas simbólicas globalizadas, mas, ao contrário, apresenta um processo de “negociação” com elas. Afinal, a própria plataforma do Facebook é internacionalizada. Além disso, em algumas tirinhas, há referências a personagens e fatos internacionais da atualidade, que não são apropriados, em geral, com o discurso de uma suposta “inferioridade” em relação aos elementos locais. Isso parece inovador, pois, de acordo com Renato Ortiz (1994), as formas simbólicas globalizadas demonstram uma força notável na definição dos hábitos, valores e objetos culturais de diversas sociedades, sobretudo entre os mais jovens, em que o autor identificou uma tendência de avaliação mais favorável às referências culturais mundializadas, em detrimento dos elementos tradicionais das regiões.

alguma medida, também está relacionada à página estudada por nós, observamos ainda essa tendência em relação a certos movimentos culturais regionalistas, que hoje são baseados menos em afirmações fundamentalistas do que em negociações com outras formas de cultura. Além disso, esse processo é acentuado a partir do momento em que esses movimentos se dão sob o viés humorístico, visto que, segundo Lipovestky (2005), o contexto do humor contemporâneo é marcado por uma tendência de negação das oposições ideológicas rígidas.

É necessário ainda destacar que a marca Suricate Seboso, assim como outros fenômenos, é responsável pela criação de produtos que são consumidos por um nicho de mercado, composto sobretudo por cearenses e nordestinos, que habitam dentro ou fora da região, e por diversas pessoas interessadas nos elementos regionais apropriados no conteúdo. Por isso, um aspecto que está presente em diversas manifestações regionalistas contemporâneas e que atua no interior da lógica da globalização é uma “mercantilização da alteridade”: a valorização de hábitos locais pela produção mercadológica – inclusive das formas simbólicas divulgadas pela mídia – na criação de nichos de consumidores interessados nos signos regionais (HAESBAERT, 1999; HALL, 2005).

Relacionada a isso está a consideração de que a cultura regional passa hoje por um processo de “espetacularização”, ou seja, “o processamento de outras estéticas, de outras ideias de gosto e um diálogo com o que mostra a cultura de massas [...]”. Esse processo, que acontece sobretudo nos meios de comunicação, funciona como uma catalisação de manifestações que, segundo Gilmar de Carvalho (2014, p. 271), “estariam fadadas ao esquecimento” caso não fossem construídas em diálogo com os elementos culturais globalizados e com seus modos de expressão.

Para Canclini (2008), as mídias atuam hoje para reconstruir nexos entre os indivíduos de modo a “compensar” o isolamento que, muitas vezes, é característico dos contextos globalizados. Como esses meios tendem a nos conectar às referências internacionalizadas, a promoção das culturas tradicionais só se torna eficaz, portanto, quando é vinculada às condições da globalização.

Um processo de comercialização também pode ser observado nas manifestações humorísticas contemporâneas. Some-se a isso uma tendência de midiatização do humor, por meio da qual ele é submetido às lógicas de conquista de audiência (MINOIS, 2003)¹¹. Com base nas observações que fizemos, no entanto, a maior parte do público da página não parece

¹¹ Apesar de, assim como Lipovestky (2005), Minois (2003) considerar haver uma generalização do cômico para as mais diversas esferas da vida social, este defende que a comercialização do humor pode representar um perigo para a sobrevivência e a autenticidade do riso.

interessado em consumir produtos que lhes proporcionem simplesmente o riso por si só, mas também elementos regionais que são apresentados no conteúdo de forma intrínseca ao humor. Isso se manifesta, por exemplo, na recorrência com que os nomes de regiões costumam aparecer nos comentários, em que os internautas relacionam os elementos apresentados nos *posts* ao cotidiano dos locais onde vivem ou onde nasceram.

Apresentadas algumas das principais estratégias que observamos na construção das imagens públicas da marca Suricate Seboso e das pessoas dos produtores por meio do desenvolvimento de atividades produtivas, da edição do conteúdo ou da constituição de um estilo característico, passamos, no próximo capítulo, para a análise das estratégias específicas de representação da infância na página. Assim poderemos identificar os principais efeitos de sentido que pretendem produzir no público, principalmente com base no material observado e coletado por nós.

4 A ESTRATÉGICA REPRESENTAÇÃO DA INFÂNCIA

Antes de apresentarmos nossa análise sobre a busca de produção de efeitos de sentido no processo de representação da infância na página, consideramos importante problematizar algumas considerações teóricas sobre a infância que nos ajudam a analisar nosso objeto de estudo. Analisamos, também, o lugar que essa categoria geracional desempenha nos processos comunicativos da página. Por fim, fazemos uma análise dos principais elementos observados por nós na constituição do personagem Sebosinho, sobretudo nas tirinhas. Dessa forma, no próximo capítulo, poderemos elucidar mais especificamente os aspectos presentes nos 50 *posts* pertencentes à seção “Tem gente que nunca *rái* saber...”, que selecionamos como nosso *corpus* principal de análise.

Destacamos, de início, que a infância é um aspecto central para compreender as características da página e da marca Suricate Seboso e o sucesso alcançado por elas. Podemos observar referências à importância da infância no conteúdo em diversos discursos sobre a página: nos textos jornalísticos; nos comentários dos internautas nos *posts*; nas sugestões de enredo publicadas; nos comentários informais que ouvimos diretamente do público; e nas falas dos produtores em ocasiões diversas, como em entrevistas e palestras. Durante o momento em que foi entrevistado pelos integrantes do GRIM¹, por exemplo, Diego Jovino ressaltou a importância da infância para o conteúdo que ele produz:

Acho que [n]o Suricate, eu apelei muito *pra* coisas de brincadeiras de infância – não só *pra* questão de mãe e filho – brincadeiras de infância, brincadeiras da escola, merenda da escola, dentro de ônibus... (informação verbal).

A infância tem uma presença recorrente na maior parte do conteúdo da página, sobretudo por meio do personagem Sebosinho. Mesmo em certos *posts* em que a imagem do protagonista não é apresentada de forma explícita, observamos referências diretas ou indiretas à infância, como no exemplo abaixo:

¹ Como citamos na seção do segundo capítulo que trata dos aspectos metodológicos da pesquisa, essa entrevista foi realizada pelos membros do Grupo de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia (GRIM), na Universidade Federal do Ceará, no dia 12 de setembro de 2013.

Figura 9 – Exemplo de *post* com referência à infância



Fonte: Suricate Seboso (8 mai. 2014)

As referências mais indiretas à infância são observadas em diversas publicações graças a algumas estratégias utilizadas pelos produtores, entre elas: a inclusão de elementos relativos às culturas infantis nos enredos – como a merenda escolar, na imagem acima; a assinatura de legendas com o nome de Sebosinho, embora essa não seja uma prática padronizada em todas as publicações; e a escrita de algumas legendas como se fosse o personagem na primeira pessoa, o que tende a passar a ideia de que o conteúdo da página como um todo é narrado pelo protagonista, como também pode ser identificado no exemplo acima. Essas estratégias podem ainda ser constatadas em diversos *memes* que compõem a seção “Tem gente que nunca *rái* saber...”, cujos aspectos mais específicos serão discutidos no próximo capítulo.

No que concerne ao conceito de infância, Jens Qvortup (2010) diferencia duas noções principais com relação às quais ele é tratado: na primeira, infância é entendida como o *período da vida* individual de uma pessoa enquanto é criança; na segunda, ela é pensada como uma *categoria estrutural* de uma sociedade, constituída por indivíduos (crianças) que pertencem a uma mesma geração e, por isso, diferenciam-se dos mais velhos (adolescentes, jovens, adultos, idosos). Ao considerar melhor os diversos contextos sociais em que está inserida, a concepção de infância como categoria estrutural permite o entendimento de quais elementos são compartilhados por diversas crianças de uma mesma sociedade e quais deles

tendem a variar cultural e historicamente. Desse modo, essa noção observa, de forma mais ampla, parâmetros estruturais (econômicos, políticos, sociais, culturais, tecnológicos) nas definições específicas que a infância vai apresentar em cada contexto.

Para nossa pesquisa, ambas as noções apresentadas acima são importantes. A importância da concepção estrutural reside no nosso interesse em discutir esse conceito sob um ponto de vista cultural – considerando, de modo especial, elementos das culturas regionais –, e também, em alguma medida, sob perspectivas sociais e históricas. Afinal, a representação observada na página remete a vivências de um grupo de crianças social e historicamente localizadas. Além disso, a concepção da infância como período da vida é importante porque os processos de apropriação na página nos parecem, a princípio, pautados sobremaneira por um sentido de nostalgia em relação à época em que cada produtor ou internauta era criança, como analisaremos melhor no próximo capítulo.

Nas abordagens sobre a infância como categoria estrutural, um conceito importante é o de *culturas infantis*, as quais consistem em sistemas simbólicos relativamente padronizados – embora dinâmicos e heterogêneos – formados pelas significações construídas sobretudo pelas crianças, em negociação com seus pares e com os mais velhos. Tal categoria é importante para elucidar a inter-relação existente entre as concepções de infância como categoria estrutural e período de vida. Afinal, as culturas infantis contribuem não apenas para as experiências do período da infância de uma pessoa, mas também para o resto da vida de um indivíduo. Além disso, elas não são importantes apenas para as crianças que compõem uma geração específica, mas para toda a sociedade (SARMENTO, 2004; CORSARO, 2011).

As culturas de pares não são fases que cada criança vive. As crianças produzem e participam de suas culturas de pares, e essas produções são incorporadas na teia de experiências que elas crianças tecem com outras pessoas por toda a sua vida. Portanto, as experiências infantis nas culturas de pares não são abandonadas com a maturidade ou o desenvolvimento individual; em vez disso, elas permanecem parte de suas histórias vivas como membros ativos de uma determinada cultura. Assim, o desenvolvimento individual é incorporado na produção coletiva de uma série de culturas de pares que, por sua vez, contribuem para a reprodução e alteração na sociedade ou na cultura mais ampla dos adultos (CORSARO, 2011, p. 39).

Ao analisarem as contingências observadas nas vivências infantis de crianças localizadas, por exemplo, em diversas regiões geográficas, épocas e classes sociais, muitos autores contemporâneos – como os que são ligados aos campos da História, da Sociologia e da Antropologia da Infância – ressaltam o aspecto da infância como uma *construção social*²:

² Essa visão da infância como construção social foi inaugurada por Phillippe Ariès (1981), em contraposição à abordagem anteriormente hegemônica que a via como mero fenômeno natural, e passou a influenciar diversas correntes de estudos sobre crianças. O autor afirmou ter surgido uma consciência mais clara das

A infância universalizada nas práticas socioculturais que lhe deram um estatuto de inocência e fragilidade não seria, então, a meu ver, nada mais que uma narrativa, uma ficção por onde a racionalidade ocidental moderna construiu, através de marcos etários rígidos e universais, o acesso à “idade da razão”, ou ainda, à plena cidadania, dentro de uma sociedade que se quis igualitária e livre (CASTRO, 2002, p. 51).

Apesar de ressaltar que há variações históricas e culturais na infância, Manuel Jacinto Sarmiento (2004, p. 12) afirma que as culturas infantis possuem uma universalidade, “que ultrapassa consideravelmente os limites da inserção cultural local de cada criança”. Mesmo assim, sua perspectiva não atua no sentido de simplesmente “naturalizar” a infância.

As culturas da infância exprimem a cultura societal em que se inserem, mas fazem-no de modo distinto das culturas adultas, ao mesmo tempo que veiculam formas especificamente infantis de inteligibilidade, representação e simbolização do mundo (SARMENTO, 2004, p. 12).

De acordo com o autor, essas culturas infantis contam com *gramáticas* próprias, ou seja, princípios de estruturação de sentido, que integram não apenas elementos linguísticos mas também objetos, ritos, normas e valores característicos. Elas teriam sido consolidadas com base em práticas histórica e culturalmente situadas acerca do que caracterizaria o “ser criança”, como ir à escola, brincar, receber cuidados dos pais, não trabalhar, não ter responsabilidades, entre outras (SARMENTO, 2004; CASTRO, 2002).

As representações sociais relativas à infância discutidas por boa parte dos autores aos quais tivemos acesso são aquelas desenvolvidas durante a modernidade europeia³, que tiveram e ainda têm diversas implicações sobre nossas concepções do que caracteriza o “ser criança”, inclusive no Brasil (CASTRO, 2002).

Na formação das principais representações sobre a infância vigentes nas mais diversas sociedades contemporâneas, as gramáticas das culturas infantis compartilham diversos elementos que compõem as chamadas *culturas lúdicas*. De acordo com Gilles Brougère (2006), as culturas lúdicas consistem em estruturas complexas e hierarquizadas,

particularidades infantis na sociedade europeia a partir da passagem da Idade Média para a Modernidade. Além disso, estudos mais recentes, como de Neil Postman (1999) e Joshua Meyrowitz (1985), afirmam ter havido a eliminação ou a flexibilização das fronteiras entre crianças e adultos a partir da segunda metade do século XX. Apesar de receberem críticas por limitarem a visão da existência de conceitos próprios para a infância apenas a certos períodos históricos, tais teses foram importantes por elucidarem a variabilidade de formas com que essa categoria se pode apresentar em contextos diversos, nos quais as distâncias entre os comportamentos de crianças e adultos podem ser mais ou menos evidentes (HEYWOOD, 2004).

³ Para Sarmiento (2004), teria havido, nesse contexto, um processo de “institucionalização” da infância. Alguns fatores que teriam definido esse processo seriam a instituição da educação escolar e o recentramento do núcleo familiar em torno do cuidado dos filhos – ambos já elucidados por Ariès (1981) –, além da produção de saberes especializados sobre a infância e sua administração simbólica, ou seja, a definição de normas que passaram a prescrever a vida e o comportamento das crianças na sociedade. Postman (1999) privilegia ainda o aspecto da “lacuna de conhecimento” entre faixas etárias que teria sido criada após a disseminação da leitura a partir da invenção da prensa móvel, com a necessidade de alfabetizar as crianças para que se tornassem adultos.

constituídas de práticas e objetos lúdicos em geral, como brincadeiras e brinquedos, além dos elementos simbólicos que remetem a eles. Embora contem com formas próprias de estruturação de sentido, as culturas lúdicas estão em constante negociação com os elementos das diversas manifestações culturais, sobretudo com aqueles que são concebidos como próprios à infância e que variam entre os diversos períodos históricos, regiões geográficas e classes sociais. Além disso, os contextos midiáticos atuam sobre os modos como a sociedade se relaciona com os objetos e as práticas lúdicas. A página Suricate Seboso, por exemplo, apresenta indícios desses processos, ao dar visibilidade para muitos elementos lúdicos, como brincadeiras e brinquedos, que são representados de forma estratégica nos *posts* visando a construir uma aproximação com o público da página, como discutiremos mais adiante.

Destacamos ainda que, de forma geral, os autores com os quais dialogamos sobre culturas infantis privilegiam perspectivas que definem a infância com base nas relações que as crianças estabelecem com outros indivíduos, seja os seus pares, seja os adultos⁴. Por isso, entre as estratégias analisadas na construção da representação da infância, discutiremos também algumas relações estabelecidas por Sebosinho com os demais personagens das tirinhas.

Em muitas representações da infância na sociedade, verificamos ainda que um recurso frequentemente utilizado para defini-la é o da *exclusão* em relação aos adultos. Ou seja, as crianças costumam ser concebidas predominantemente em termos do que não são, não sabem, não fazem ou não podem (BUCKINGHAM, 2000). A própria etimologia da palavra “infância”, inclusive, significa “aquele que não fala” (SARMENTO, 2005). Afinal, nas relações estabelecidas entre gerações, a infância está socialmente subordinada a outros grupos etários, principalmente o dos adultos, embora, como dito anteriormente, as crianças sejam agentes ativos na constituição das suas próprias culturas e na contribuição para mudanças nas culturas de outras gerações (CORSARO, 2011).

Há uma negatividade constituinte da infância [...] Infância é a idade do não-falante, o que transporta simbolicamente o lugar do detentor do discurso inarticulado, desarranjado ou ilegítimo; o aluno é o sem-luz; criança é quem está em processo de criação, de dependência, de trânsito para um outro. Como consequência, as crianças têm sido sobretudo linguística e juridicamente sinalizadas pelo prefixo de negação (são inimputáveis; juridicamente incompetentes) e pelas interdições sociais (não votar, não eleger nem ser eleitos, não se casar nem constituir família, não trabalhar

⁴ Consideramos aqui uma importante representação cultural sobre os adultos vigente a partir da sociedade europeia moderna. Neil Postman (1999, p. 113) destaca alguns traços atribuídos a eles por essa representação, que têm relação com as capacidades próprias dos indivíduos letrados: “a capacidade de auto-controle, uma tolerância para com o adiamento da satisfação, uma refinada capacidade de pensar conceitualmente e em sequência, uma preocupação com a continuidade histórica e com o futuro, uma alta valorização da razão e da ordem hierárquica”.

nem exercer uma actividade económica, não conduzir, não consumir bebidas alcoólicas etc.) (SARMENTO, 2005, p. 368).

A representação de infância nos enredos de Suricate Seboso é construída com base em diversas referências a esse aspecto da exclusão, observável, por exemplo, nas diversas interdições impostas a Sebosinho pelos adultos, sobretudo a personagem materna:

Figura 10 – Interdição de Dona Sebosa sobre Sebosinho



Fonte: Suricate Seboso (21 jan. 2014)

Essas interdições, no entanto, podem ser observadas de forma menos frequente nos 50 *posts* da seção “Tem gente que nunca *rái* saber...”, analisados no próximo capítulo, pois não apresentam conflitos entre personagens de forma tão explícita quanto as tirinhas.

A concepção da infância por exclusão apresenta ainda uma outra “face”, que se dá a partir do momento em que as próprias crianças atuam no sentido de “excluir” os adultos daquilo que elas consideram pertencentes ao domínio delas, ou seja, dos elementos das culturas infantis (BUCKINGHAM, 2000). Levamos em conta essa perspectiva ao analisarmos os aspectos presentes nos *posts* selecionados que podem ser apropriados como relativos mais à infância do que a outras categorias etárias, que, em tais casos, terminam por serem “excluídas”.

Feitas essas considerações teóricas iniciais, importantes por lançarem uma luz sobre a construção da representação da infância em Suricate Seboso, desenvolvemos, a seguir,

algumas reflexões sobre o lugar que essa categoria ocupa nos processos comunicativos da página.

4.1 A infância em comunicação

Para compreender a infância na contemporaneidade, com base em uma abordagem sociocultural, entendemos que é indispensável considerar, além dos aspectos destacados no início deste capítulo, a relação entre as experiências infantis e o ambiente midiático (SAMPAIO, 2000). Essa perspectiva é importante para apreciarmos nosso objeto de estudo, desenvolvido especificamente no contexto do ciberespaço, que traz novos desafios ao processo de viver e representar a infância.

Visto que Suricate Seboso se configura como uma marca comercial, não podemos tratar da estratégica representação da infância na página sem considerar o papel que a comunicação mercadológica tem desempenhado sobre as culturas infantis na atualidade. A página, nesse sentido, está inserida em um contexto globalizado, que se tem caracterizado também pelo destaque conferido às crianças na esfera econômica:

Um aspecto nuclear na reinstitucionalização da infância é a reentrada (ou, pelo menos, a visibilização de algo que nunca deixou de acontecer, mas estava escondido) da infância na esfera econômica. As crianças participam da economia pelo lado da produção, especialmente com o incremento do trabalho infantil [...] Mas também entraram pelo lado do marketing, com a utilização das crianças na promoção da moda ou na publicidade e ainda pelo lado do consumo, como segmento específico, extenso e incrementalmente importante de um mercado de produtos para a criança (SARMENTO, 2004, p. 7).

O lugar desempenhado pela representação da infância na página nos parece peculiar, diante do que observamos em outros processos comunicativos contemporâneos em que as representações infantis se fazem presentes. Apesar da recorrência com que essa categoria etária é abordada na página Suricate Seboso, ressaltamos o fato de que seus conteúdos não são acessados prioritariamente por crianças, já que os dados sobre o público da página indicam a predominância de adolescentes e jovens entre os internautas⁵. O lugar

⁵ É necessário levar em conta que as normas do Facebook não permitem o cadastramento de pessoas com menos de 13 anos de idade. No entanto, não existe um mecanismo de impedimento direto do acesso de crianças à plataforma, além da supervisão paterna. Por isso, de acordo com a pesquisa TIC Kids Online 2014, dos usuários de internet no Nordeste brasileiro que possuíam perfil em redes sociais, os números dos que afirmaram ter perfil no Facebook foram de: 42%, na faixa etária entre 9 e 10 anos, e 66%, dos que tinham entre 11 e 12 anos (CETIC.BR, 2015). Mesmo assim, ao observarmos as fotos da maior parte dos internautas que comentam nas publicações, assim como pelas características dos comentários, identificamos indícios de uma pequena participação de crianças na página, diferentemente de outras páginas a que tivemos acesso, com conteúdos propriamente infantis.

prioritário que a infância ocupa nos processos comunicativos da página, para nós, é na presença do personagem Sebosinho e no destaque conferido para esse tipo de representação infantil no conteúdo de forma geral, por meio das interações entre os produtores e o público.

Por conta do sentido estruturado que observamos haver na representação da infância construída no conteúdo da página, ressaltamos nossa preferência pela utilização dos termos “representação” e “infância” no singular, embora reconheçamos o caráter plural implicado nos modos de viver e conceber a infância. No caso específico da página Suricate Sebosinho, não observamos, nas estratégias dos seus produtores, a busca por construir múltiplas representações de infância, mas a de privilegiar uma representação principal, cuja composição remonta a elementos culturais específicos, que serão analisados neste e no próximo capítulo. Compreendemos que a representação aqui analisada passou a constituir uma realidade social *sui generis*, ou seja, com “vida própria” – nas palavras Serge Moscovici (2004) –, a partir do momento em que foi apropriada por uma coletividade de internautas.

Quanto à utilização da noção de “infância” no singular, seguimos a preferência de Jens Qvortrup (2010) ao registrá-la assim para tratar de sua concepção como categoria estrutural e utilizar o plural principalmente para designar sua concepção como período de vida. Desse modo, não estamos deixando de considerar o fato de a infância envolver uma multiplicidade de formas, que variam de acordo com as diferentes vivências históricas, culturais e individuais de cada criança (PROUT, 2010; QVORTRUP, 2010). O que enfatizamos é que a nossa abordagem repousa sobre um “universo infantil” e as estruturas referentes às experiências das crianças⁶.

Podemos concluir ainda que essa representação de infância está, de alguma forma, “subordinada” à agência de adultos e jovens, visto que a criança não aparece como sujeito privilegiado nem na produção nem na recepção da comunicação da página, embora seja apresentada com relevância no seu conteúdo, como discutimos até aqui. Ressaltamos também que algumas características do estilo – como o humor, a linguagem coloquial, os elementos gráficos caricaturais e a personificação de animais – podem favorecer a aproximação com o público infantil, ainda que ele não seja o foco de suas comunicações, inserindo assim a página na cultura lúdica dessas crianças, como constata Diego Jovino:

Já ouvi muita gente mandando os comentários que [contêm] *tipo*: “Eu fico vendo o Suricate com minha avó, eu e meu filhinho aqui, a gente bola de rir”. É que, às

⁶ Também consideramos importante a utilização de “infâncias”, no plural, quando se tem o objetivo de ressaltar as diferenças entre determinados segmentos de crianças, pertencentes, por exemplo, a classes sociais distintas, o que não consiste no nosso foco.

vezes, a criancinha ri mesmo só do suricate. Às vezes, ela nem entende direito o que o suricate falou (informação verbal).

Outro aspecto que deve nos levar a refletir sobre um produto midiático que se refere a crianças é a posição dos produtores em relação à infância, o que também está relacionado diretamente à questão dos efeitos de sentido, que buscaremos identificar no próximo capítulo. Um conteúdo sobre a infância pode ser produzido pelas próprias crianças ou por pessoas de outras classes etárias, que mantêm diferentes níveis de contato com elas. Pais, professores ou profissionais especialistas, como pediatras e psicólogos infantis, ao elaborarem discursos sobre a infância, certamente tendem a apresentar alguma proximidade em relação a ela, dada a natureza mesma de suas relações profissionais ou familiares.

No caso dos produtores da página Suricate Seboso, essa relação de proximidade direta com as crianças não é evidente no conteúdo. Com base no que foi possível colher dos discursos dos produtores, eles tendem a referir-se à infância mais de acordo com a memória do período em que eles próprios eram crianças do que com base na observação das vivências de crianças de seu convívio. Outro aspecto que chama atenção nesse processo representacional é o caráter regional que as referências à infância assumem nos conteúdos da página. Ela é tratada não apenas como um período da vida dos produtores, mas também como categoria estrutural, visto haver uma identificação de outras categorias de indivíduos adolescentes e adultos – sobretudo nordestinos e cearenses – com os elementos infantis apresentados em Suricate Seboso.

Em relação ao aspecto indicado acima, questionamo-nos também sobre qual o objetivo da presença estratégica da infância nos discursos da página. Como sabemos, referências à infância não estão presentes apenas nos conteúdos acessados por crianças ou destinados a elas, mas estão disseminadas em mensagens produzidas por e para outras categorias etárias com objetivos jornalísticos, educacionais, acadêmicos, artísticos, comerciais, jurídicos, políticos, entre outros. No caso da página, a abordagem da infância como elemento comunicacional recorrente atende a que propósito?

Patrícia Holland (*apud* BUCKINGHAM, 2000) afirma que os diversos discursos de adultos sobre a infância sinalizam um contínuo esforço social e psíquico, da parte daqueles, de terem controle sobre esta. Esse controle é buscado não apenas sobre a infância como categoria estrutural – ou seja, sobre as crianças que compõem a estrutura geracional da sociedade –, mas também sobre a infância como período da vida dos próprios adultos que produzem esses discursos. Por isso, a nostalgia aparece como um elemento recorrente em alguns conteúdos, como analisaremos mais especificamente no último capítulo.

Em relação à produção de efeitos de sentido sobre o público, apresentamos algumas hipóteses relativas às funções desempenhadas pelas estratégias de representação da infância no conteúdo da página. Para nós, há um forte apelo à memória da infância como período da vida. Além disso, o conteúdo tende a dar visibilidade a elementos das culturas vividas que antes não ganhavam tanto destaque nas esferas públicas. Para tirar essas formas privadas de certo estado anterior de silenciamento, alguns recursos têm sido mais usados, como o humor.

Por fim, destacamos o pioneirismo assumido pela página ao conseguir tamanho alcance para uma comunicação que enfatiza a infância por meio de uma abordagem regionalista. Afinal, nas diversas manifestações produzidas no Ceará que se referem à criança na internet, identificamos que havia, antes de Suricate Seboso, pouca presença de referências culturais próprias da região e do Estado. Os conteúdos publicados em *sites* e em redes sociais que se destinavam ao público infantil ou que faziam referência às crianças – ao menos os de maior alcance – não conferiam destaque a tantos elementos marcantes da cultura regional infantil. Esse aspecto regionalista era ressaltado também de forma pouco frequente em outras produções midiáticas locais que se referiam à infância, fator que ressalta mais ainda nossa hipótese sobre a importância que teve, para o sucesso da página, o pioneirismo da sua abordagem da infância, marcada pela ênfase em elementos regionais⁷.

Antes de analisarmos os efeitos de sentido propriamente ditos, discutimos, na próxima seção, algumas estratégias utilizadas pelos produtores, na edição do conteúdo, para a caracterização do personagem Sebosinho, que apresenta um papel central na compreensão da representação sobre a qual tratamos aqui.

⁷ Em uma pesquisa exploratória feita por nós sobre abordagens regionais da infância em produtos culturais cearenses, elas foram identificadas apenas em algumas obras literárias locais de autores clássicos, como Rachel de Queiroz, Moreira Campos, Ângela Gutierrez e Caio Porfírio Carneiro, de autores de literatura infantil, como Almir Mota, Flávio Paiva, Fabiano dos Santos, Tércia Montenegro e Socorro Accioli, além do cordelista Klévisson Viana, que também escreveu histórias para crianças. Embora observemos a existência de outras produções midiáticas para crianças no Ceará – por exemplo, em suplementos de jornais, programas televisivos e propagandas –, consideramos que os elementos regionais não apareciam ainda em destaque. Uma das poucas atrações televisivas que observamos apresentar maior proximidade com essa relação entre infância e cultura regional é o programa de humor Nas Garras da Patrulha, da TV Diário, embora não seja produzido especificamente para crianças. Os criadores da página inclusive citam-no como uma das referências que lhes servem de inspiração. Não realizamos, no entanto, pesquisas sobre produções em outras mídias, como rádio e cinema.

4.2 O menino Sebosinho

Dentre as estratégias de que os produtores lançam mão para construir a representação da infância durante os processos de edição do conteúdo da página, destacamos a apropriação de certos elementos das culturas vividas e seu enquadramento nas formas simbólicas que compõem as mensagens comunicativas. Como dissemos, consideramos que a página ganhou repercussão ao dar destaque para esses aspectos das culturas vividas que, até então, eram predominantemente mantidos em nível privado, visto que eles não haviam ganhado publicidade tão expressiva nas diversas produções sobre crianças no Ceará. Isso será tratado mais especificamente durante as análises do próximo capítulo.

Por ora, interessa-nos destacar quais elementos vêm sendo estrategicamente selecionados para compor essa representação, de modo a produzir certos efeitos de sentido sobre o público. Além disso, devemos levar em conta que, nesse processo de seleção, certos elementos são “ativamente privatizados”, ou seja, não ganham tanta visibilidade quanto outros, chegando até a ser descartados do conteúdo (JOHNSON, 2010).

Nesta seção, analisamos mais especificamente as principais estratégias selecionadas, durante a edição do conteúdo, para a representação do personagem Sebosinho, que é central para compreender como a infância está presente na página. Na apresentação dessas estratégias narrativas, dividimos a seção em três tópicos principais: a caracterização do personagem, os ambientes e os enredos principais em que são narradas suas ações.

Esta análise inicial não se propõe a ser exaustiva e pretende apenas apresentar uma visão geral sobre como as narrativas costumam representar a infância, principalmente por meio das ações atribuídas ao protagonista. Com essa perspectiva, consideramos os dados coletados ao longo de nossas observações netnográficas, principalmente sobre as tirinhas publicadas no *Facebook*, que foram utilizadas de modo complementar ao nosso *corpus* principal de análise. De forma geral, muitos elementos apresentados a seguir compõem o conteúdo de uma forma bastante padronizada, podendo ser identificados não apenas em tirinhas específicas, mas ao longo de diversos *posts*, inclusive em outras mídias que divulgam a marca Suricate Seboso.

4.2.1 Caracterização do personagem

O primeiro aspecto que ressaltamos é a caracterização do personagem Sebosinho, ou seja, os traços que compõem a imagem pública dessa criança representada. Inicialmente já

podemos identificar, nas narrativas, certas ações do protagonista que indicam, por um lado, ingenuidade e, por outro lado, esperteza. É realizado então um paradoxo entre duas ideias conflituais que, segundo Sarmiento (2004, p. 5), acompanham diversas representações sociais sobre a infância: a ideia de “*criança-anjo*”, “natural, inocente e bela” e a de “*criança-demônio*”, “rebelde, caprichosa e disparatada”.

Figura 11 – Sebosinho levado e ingênuo



Fonte: Suricate Sebososo (23 mar. 2014)

Como na tirinha acima, ele é caracterizado, em geral, como uma criança levada, por isso é alvo de diversas repreensões da mãe. Esse traço está mais relacionado à imagem de “criança-demônio”. Por outro lado, na mesma tirinha da Figura 11, Sebosinho é caracterizado como uma criança ingênua, quando a mãe precisa lhe ensinar algumas lições oriundas da sabedoria popular.

Em sua característica de esperteza, o personagem também costuma dar algumas respostas inteligentes para os personagens mais velhos, sendo considerado, por isso, atrevido. Esse aspecto se manifesta, por exemplo, na tirinha abaixo, em que ele responde à mãe de forma irônica:

Figura 12 – Esperteza de Sebosinho



Fonte: Suricate Seboso (12 mar. 2014)

As referências às imagens de “criança-anjo” e “criança demônio”, como vimos, estão bastante inter-relacionadas. Algumas tirinhas o apresentam ainda como uma criança brincalhona, que gosta de fazer graça, sobretudo por meio de chacotas em relação às outras pessoas. Ele também demonstra certa precocidade quando apresenta ter conhecimento sobre questões que os adultos consideram excluídas do universo infantil, como sobre namoro, embora, outras vezes, manifeste também imaturidade e inexperiência nesses assuntos. Além disso, Sebosinho pode ser considerado uma criança ignorante quando se trata de algumas questões intelectuais, visto que erra as perguntas da professora e não compreende o que outros personagens dizem em diversas tirinhas.

Além das características apresentadas acima, podemos elencar outros atributos do personagem, com base nas ações narradas nas tirinhas. Em diversos enredos, por exemplo, ele demonstra timidez, sobretudo quando é alvo de brincadeiras. É apresentado também como uma criança criativa, principalmente quando inventa formas variadas de brincar.

De uma forma geral, assim como em várias representações de infância, a criança aparece como um ser frágil e sensível. Em muitas ocasiões, por exemplo, Sebosinho demonstra sentir mágoa em relação a outros personagens e chega a chorar, como nas Figuras 11 e 12, em que é repreendido pela mãe.

A sensibilidade aguçada do personagem também se manifesta nos seus afetos em relação aos outros. Há um destaque recorrente, por exemplo, para a afeição que ele sente pela mãe, Dona Sebosa, a despeito da maneira ríspida com a qual ela frequentemente o trata. Ele

também é representado como alguém que tem facilidade em iniciar e manter amizades com outras crianças. Além disso, identificamos, em diversos *posts*, a manifestação de um grande apreço de Sebosinho por animais de estimação.

Diante da importância dos afetos para as ações das crianças em geral, elas passaram a ser comumente representadas na modernidade como seres que, para se tornarem adultos, precisariam aprender o disciplinamento dos impulsos e o comedimento dos excessos. Esse processo de controle social seria orientado sobretudo pelos adultos responsáveis pela educação dos mais jovens.

A infância moderna, figurada como inocente, frágil, imatura e dependente, alavancou as práticas de proteção e controle, por parte da família e do Estado modernos. Dessa forma, a relação de tutela e dependência a que foi submetida tornou-se um índice do percurso civilizatório universal a ser apoteoticamente realizada no adulto, branco, independente, individualizado, senhor da vontade e da razão. A figuração de fragilidade e inocência da infância só se realizou em conjunção com esta outra figuração, a do adulto, racional e autônomo (CASTRO, 2002, p. 50).

No conteúdo da página, a mãe é a que melhor representa esse papel de ensinar e disciplinar Sebosinho, exemplificado de modo bastante claro nas ocasiões em que ela lhe ordena que “engula” o choro, reprimindo assim um afeto da criança. Os *posts* explicitam esse aspecto dos controles sociais impostos sobre a criança quando narram as repreensões da mãe sobre o filho devido a diversos fatores, como: a bagunça do seu quarto; sua preguiça, que é manifestada, por exemplo, na resistência dele em ajudar nos afazeres domésticos, e que é um aspecto ligado ao ócio e ao sono, elementos também recorrentes no conteúdo; sua despreocupação em relação à limpeza, por isso também é denominado com o adjetivo “seboso”; sua gula, manifestada inclusive na recorrência com que a alimentação é destacada nos *posts*; e a importunação que ele costuma fazer, por exemplo, sobre os pais, pedindo que lhe comprem produtos, ou sobre os amigos, pedindo que repartam alimentos com ele.

Apesar de o conteúdo indicar certo esforço dos adultos – principalmente a mãe – no disciplinamento dos impulsos infantis, Sebosinho não é representado como uma criança tão obediente a certas regras de conduta, visto que apresenta suas próprias táticas de burlar as normas impostas a ele. Por isso, sob determinado ponto de vista, ele poderia ser apresentado como uma criança “mal-educada”, que ainda não aprendeu ou não quis internalizar certos controles sociais. Esse aspecto é muito bem apropriado pelo estilo humorístico da página, que ressalta o aspecto da espontaneidade e das travessuras infantis.

com a questão dos recortes geográficos representados. Com uma frequência menor, são apresentados ainda cenários *litorâneos*, sobretudo no período das férias escolares. Estes também se relacionam fortemente ao discurso regionalista, visto que o Nordeste é bastante reconhecido por suas praias.

Dentre os cenários tipicamente urbanos observados nas ações dos personagens, destacamos, por exemplo, as ruas e os ônibus, representados principalmente por fotos da cidade de Fortaleza, onde habitam os produtores e a maior parte do público. Já os cenários rurais são representados, por exemplo, por imagens em que se destacam mais elementos da natureza, como árvores e animais (FIGURA 13), além de casas cuja estrutura são mais caracteristicamente interioranas:

Figura 14 – Cenário de uma casa da zona rural



Fonte: Suricate Seboso (18 nov. 2014)

O cenário da tirinha acima aproxima-se mais de características da zona rural sertaneja, como indica a estrutura das paredes e do teto representados na imagem, típicos das habitações do sertão nordestino conhecidas como “casas de taipa”.

Além disso, destacamos o fato de o cenário consistir em um ambiente *doméstico*, que é uma das categorias mais retratadas nos *posts*. Afinal, esse é um espaço que historicamente tem sido representado como próprio das vivências infantis, como indica

Philippe Ariès (1981), ao afirmar que o surgimento da preocupação das famílias em relação aos cuidados com as crianças foi um dos principais fatores para o desenvolvimento de uma concepção sobre infância na sociedade moderna europeia.

Dentre os ambientes domésticos apresentados, destaca-se a casa do próprio Sebosinho, em cujo cenário se desenvolvem principalmente os diversos conflitos estabelecidos pelo menino com a mãe, Dona Sebosa, que é uma dona de casa, e a irmã, Toinha Cacimbão. Outro lar que também é apresentado nas tirinhas, embora com menor frequência, é a casa dos avós de Sebosinho.

Na maior parte das vezes, o pai não aparece nos enredos domésticos porque é representado como divorciado da mãe. Muitas ações atribuídas ao personagem paterno são narradas tendo um bar como cenário. Esse e outros ambientes caracteristicamente *comerciais* também são recorrentemente retratados, como a bodega do Seu Untôin e os estabelecimentos que são anunciantes da página, sobretudo lojas e restaurantes. Nesses casos, podemos observar a prevalência da representação de formas das culturas vividas nas classes sociais menos favorecidas, visto que se aproximam das vivências dos próprios criadores do conteúdo.

A última categoria que observamos com maior recorrência é a do ambiente *escolar*: um estabelecimento de ensino público. Nesse caso, são narradas principalmente as relações que Sebosinho estabelece com os professores e com os colegas, nos momentos de aula ou de intervalo. O destaque para o ambiente escolar é importante também por ser este outro espaço representado recorrentemente de modo relacionado às vivências infantis. Afinal, para Ariès (1981), outro fator decisivo para a consolidação da infância na Europa moderna foi a instituição do processo de educação formal como um meio de ensinar a criança a tornar-se um adulto.

Principalmente com base nesses cenários citados, são narradas determinadas ações dos personagens, que, ao longo do percurso de desenvolvimento da página, tornaram-se enredos característicos de Suricate Seboso. Por isso, elencamos abaixo algumas dessas situações mais recorrentes, que nos ajudam a compreender a representação da infância com base nas relações estabelecidas pela criança com os outros personagens.

4.2.3 Enredos

Em relação aos ambientes domésticos, alguns enredos se referem a temáticas já citadas anteriormente, como o sono, o ócio, a gula e os diversos conflitos que envolvem Sebosinho, a mãe e a irmã. Dona Sebosa, por exemplo, costuma repreendê-lo, entre outros

motivos, por conta da resistência do filho em ajudá-la na execução das tarefas domésticas, e porque ela considera erradas algumas ações dele. Desse modo, a mãe assume, em relação a ele, um tom professoral – quando o ensina – e disciplinador – quando lhe impõe regras de comportamento, controles sobre sua conduta, limites à sua liberdade e castigos diante de seus erros. Essas repreensões são geralmente marcadas pela imagem de Dona Sebosa com a boca aberta, como se gritasse, e de uma chinela voando, como se fosse atingir Sebosinho (FIGURA 12).

Como as tirinhas são produzidas com múltiplos enredos, elencamos, abaixo, alguns que observamos com maior recorrência nos conteúdos da página, geralmente relacionados aos ambientes domésticos:

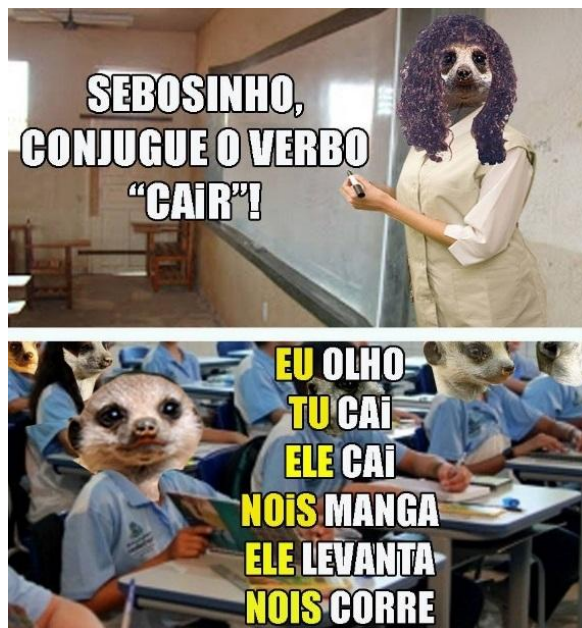
- a) quando Dona Sebosa pede que Sebosinho procure algum objeto e ele insinua não ter encontrado, ela costuma ameaçá-lo com um castigo, por meio da expressão “Se eu for aí e achar...”;
- b) uma queixa comum de Sebosinho em relação à mãe é que ela gostaria de “humilhá-lo”, nos casos em que, por exemplo, ela faz piadas sobre ele;
- c) a mãe costuma impor resistências ao filho quando ele lhe pede para sair com os amigos (FIGURA 10);
- d) uma prática bastante reiterada na página é o costume de Sebosinho de comer leite em pó puro sem que a mãe o veja, o que consiste em uma de suas táticas de fuga em relação ao controle materno;
- e) o acesso à internet também é uma temática recorrente no conteúdo, a ponto de Dona Sebosa, muitas vezes, reclamar do uso excessivo do celular e do computador por parte do filho;
- f) não apenas em tirinhas, mas também em *memes*, o clima quente da região é bastante citado, por meio de queixas frequentes de Sebosinho quanto ao calor;
- g) um enredo que tem uma grande repercussão, também pelo seu caráter humorístico, é o que narra casos em que Sebosinho chega a urinar enquanto dorme, e sua mãe coloca o colchão “mijado” para secar na calçada, à vista de todos que passam na rua;
- h) nos períodos de fins de semana, feriados ou férias escolares, o protagonista costuma afirmar que permanece em casa, ocioso;
- i) há ainda o costume religioso de as crianças pedirem a bênção aos familiares mais velhos, situação que é narrada sobretudo na casa dos avós;

- j) em diversas ocasiões, são narradas estórias relativas a aspectos próprios do período da infância, como a perda dos dentes de leite e a necessidade de tirar piolhos dos cabelos.

As estórias que se desenvolvem nos cenários domésticos são também permeadas de certos conhecimentos oriundos da sabedoria popular regional. Citamos aqui dois exemplos desse tipo de saberes do senso comum, relacionados a um mesmo objeto, que é bastante recorrente no conteúdo da página: a chinela. No Brasil e em especial na região Nordeste, é comum a crença de que deixar as chinelas “emborcadas”, ou seja, viradas com a sola para cima, pode causar a morte da mãe da pessoa que as possui. Além disso, o conteúdo da página também retrata, diversas vezes, uma tática popular de utilizar um prego para prender a tira da chinela na sola quando aquela se quebra, em vez de gastar dinheiro para comprar um calçado novo. Ambas as situações são inseridas em inúmeras tirinhas e *memes*, bem como outras práticas, oriundas de diversos saberes populares.

Já no ambiente escolar, os enredos narrados são mais específicos às situações em sala de aula e ao recreio. No primeiro caso, destaca-se uma seção de *posts* em que o protagonista responde às perguntas da professora, geralmente de forma errada, como consta na tirinha abaixo⁸.

Figura 15 – Sebosinho responde à professora



Fonte: Suricate Sebosino (14 mai. 2014)

⁸ Reconhecidas as diferenças, esse tipo de narrativa remete ao formato consagrado pelo clássico programa *Escolinha do Professor Raimundo*, idealizado e protagonizado pelo humorista cearense Chico Anísio, na TV Globo. Esse formato passou a ser apropriado por outros programas de comédia, em diversas emissoras.

Nos tipos de enredo referentes ao momento do recreio, por sua vez, é bastante recorrente a temática da merenda escolar, que se apresenta com uma importância destacada para as culturas infantis (FIGURA 9) e para a caracterização do personagem, representado como uma criança “gulosa”, como citamos anteriormente. Um exemplo de enredo que aborda a questão da merenda escolar é quando Sebosinho insiste para que os colegas dividam o lanche com ele.

Nos ambientes comerciais, destacam-se alguns enredos principais: ao encontrar-se com o pai, que está bebendo no bar, Sebosinho costuma pedir-lhe dinheiro, e aquele queixar-se da falta de recursos; na bodega, a criança é representada fazendo compras a pedido da mãe. Dentre os enredos que se passam em lojas, Dona Sebosa costuma repreender o filho quando ele lhe pede para adquirir algum produto, além dos casos em que ele se perde da mãe.

De uma forma geral, alguns dos enredos acima reforçam uma representação de infância relativa aos segmentos da sociedade composto pelas classes populares, como discutiremos mais a fundo no próximo capítulo. Ressaltamos esse aspecto por conta da ênfase conferida, muitas vezes, à falta de recursos materiais da parte de Sebosinho e de sua família. Por isso, em muitos enredos, o personagem é narrado importunando os pais para que lhe deem dinheiro ou lhe comprem algo.

Ademais, como havíamos destacado em outra pesquisa⁹, a recorrência sobre as repreensões da mãe no conteúdo da página, para nós, está relacionada a um aspecto importante da abordagem regionalista: a imagem nordestina da “mulher-macho”¹⁰, que enfrenta, com coragem, os desafios da vida, como a recorrente falta dos maridos na criação dos filhos.

A “macheza”, nesse caso, não significa homossexualidade ou aversão à figura masculina. Diz respeito a características atribuídas aquelas que têm, no sertão, seu lugar de origem e morada. Dessas mulheres se espera que demonstrem força, coragem e destemor para viver nesse lugar cheio de agruras e sofrimentos (DUARTE, 2003, p. 236)

Por isso, nas tirinhas, Dona Sebosa chega a assumir, por diversas vezes, o papel da lei e da interdição, que é atribuído por psicanalistas como próprio da imagem simbólica

⁹ Realizamos uma pesquisa específica sobre as funções desempenhadas pela personagem materna nas narrativas da página Suricate Seboso (cf. SALES, 2015).

¹⁰ Esse termo, que atuou na construção da identidade da mulher nordestina, foi popularizado nacionalmente a partir da música “Paraíba”, composta pelo pernambucano Luiz Gonzaga. No Ceará, essa imagem também está representada em figuras históricas de matriarcas, reconhecidas pelo poder exercido na família, nos negócios e na política, como Bárbara de Alencar, e em personagens típicas da literatura, como Luzia Homem e Maria Moura, das obras de Domingos Olímpio e Rachel de Queiroz, respectivamente (DUARTE, 2003).

paterna, ao mesmo tempo em que, sobre a imagem materna, prevaleceria os aspectos do afeto e da formação intelectual e moral dos filhos (BADINTER, 1985).

[No conteúdo da página,] as ações [...] que a mãe desempenha [...] parecem representar também, em alguma medida, funções paternas, principalmente quando se considera haver a representação de um pai ausente, ocioso e insuficiente para desempenhar esse papel. A própria falta da figura dessa personagem masculina na maioria das tirinhas pode ser um indício dessa [ausência do pai] [...], compensada pelas ações da mãe (SALES, 2015, p. 13).

Por fim, destacamos alguns enredos recorrentes, que são mais relativos a ambientes urbanos. Nestes observamos uma prevalência de elementos das culturas lúdicas, como práticas vividas pelas crianças nas ruas e compartilhadas com seus pares: as brincadeiras com os amigos, com destaque para o futebol, em que, muitas vezes, ao jogar, Sebosinho “arranca o *chaboque* do dedo”, ou seja, adquire um corte profundo nos dedos do pé; o costume de tomar banho de chuva; e algumas travessuras, como a prática de tocar campainha de casas alheias e correr em seguida, para fazer os moradores atenderem sem necessidade. Essas travessuras, por sua vez, consistem também em formas de a criança burlar as normas de controle social impostas a ela pelos adultos.

O objetivo deste capítulo não foi realizar uma análise exaustiva dos *posts*, mas uma descrição densa, como fruto de um trabalho de observação netnográfica de um campo localizado no *Facebook*, ou seja, da página Suricate Seboso. Esse processo foi desenvolvido com o propósito de termos uma visão geral de como é construída a representação da infância na página, especialmente nas tirinhas cujo protagonista é Sebosinho. Dessa forma, nosso objetivo geral, de identificar os principais efeitos de sentido embutidos nas estratégias dessa construção, pode ser assim alcançado de forma mais eficaz no próximo capítulo, por meio da articulação das discussões feitas até aqui com os dados analisados nos 50 *posts* que compõem a seção “Tem gente que nunca *rái* saber...”.

5 A CONSTRUÇÃO DOS EFEITOS DE SENTIDO NAS “SEBOSIDADES”

Como discutimos ao longo desta dissertação, as ações dos produtores são orientadas por expectativas quanto às respostas que esperam receber do público. Por isso, é possível identificar certos efeitos de sentido buscados na produção do conteúdo da página Suricate Seboso como estratégias de comunicação com o público pretendido, muitas das quais já foram analisadas anteriormente. Sobretudo no capítulo anterior, dedicamos mais atenção ao propósito de elucidar os elementos que compõem estrategicamente a representação da infância na página.

As análises deste capítulo, por sua vez, concentrar-se-ão principalmente em torno de um *corpus* específico, composto por 50 *posts* da seção “Tem gente que nunca *rái* saber...”, publicados na página Suricate Seboso no *Facebook*, entre julho de 2015 e fevereiro de 2016. Os aspectos elucidados nessas análises serão articulados com os que foram tratados nos outros capítulos – com base no aporte teórico e na abordagem netnográfica assinalados anteriormente –, a fim de identificarmos os principais efeitos de sentido buscados nas estratégias de construção da representação da infância.

Antes de abordarmos os efeitos de sentido propriamente ditos, é importante que destaquemos as principais categorias levadas em conta na análise do *corpus*, as quais discutiremos melhor na próxima seção.

5.1 Elementos da análise

Com base nas estratégias utilizadas pelos produtores na construção da representação da infância na página, constatamos referências a alguns elementos do cotidiano que interferem mais significativamente na estruturação das formas simbólicas que compõem o conteúdo. Muitos deles compõem as *gramáticas das culturas infantis vividas sobretudo nos cotidianos regionais* do Nordeste e do Ceará, que foram contemplados no processo de construção da representação da infância na página.

Diversos desses elementos podem ser observados tanto nas tirinhas, que foram analisadas de modo mais específico no capítulo anterior, como também nos *memes* selecionados para o *corpus* analisado neste capítulo. Por isso, muitas das formas simbólicas que representam esses elementos já foram elucidadas ao longo das discussões, embora não os tenhamos ainda apresentado como categorias formais.

Pontuaremos abaixo algumas das principais categorias em torno das quais classificamos esses elementos constituintes das gramáticas das culturas infantis, que se

encontram todos inter-relacionados nos processos de edição dos conteúdos da página. Ressaltamos que os diversos aspectos culturais representados no conteúdo não se resumem apenas às categorias a seguir, embora elas sejam as que melhor iluminaram, para nós, as questões da pesquisa. Além disso, alguns elementos podem eventualmente ser identificados como pertencentes a mais de uma delas, visto que as categorias não são autoexcludentes, mas ajudam a identificar as principais recorrências ao longo do conteúdo.

Diversos elementos das gramáticas das culturas infantis que nos ajudam a identificar a busca por certos efeitos de sentido nos conteúdos da página remetem a *objetos do cotidiano*. Dentre as categorias de objetos observadas que mais colaboram para promover uma determinada representação da infância, visto que circunscrevem e demarcam o que é projetado como próprio ao mundo infantil, destacamos as que dizem respeito às funções contextuais dos espaços *domésticos* (utensílios de cozinha, móveis, eletrodomésticos) e *escolares* (materiais escolares, farda, utensílios da merenda escolar).

Há ainda um destaque especial não apenas para objetos, mas também para diversos elementos das culturas lúdicas, como *brinquedos* e *brincadeiras*, que estão bastante associados às culturas infantis:

Figura 16 – Teclado de brinquedo



Fonte: Suricate Seboso (4 jan. 2016)

Algumas formas simbólicas publicadas na página referem-se diretamente a objetos com funções lúdicas definidas, como o exemplo acima, que retrata um brinquedo

industrializado. No entanto, ressaltamos que são representados diversos outros elementos do cotidiano, apropriados de modos criativos pelas crianças, as quais atribuem sentidos lúdicos a eles:

Figura 17 – Sebosinho brinca de carrinho em uma máquina de costura



Fonte: Suricate Sebosos (27 jul. 2015)

Na imagem acima, bem como em muitas outras, observamos um destaque para a apropriação criativa de um objeto do cotidiano com uma função específica definida (uma máquina de costura), de modo a utilizá-lo como brinquedo (“carro”).

Outros elementos das gramáticas das culturas infantis cujas referências nós observamos na página, por sua vez, estão relacionados a certas *práticas cotidianas*. Assim como elucidamos com o caso dos objetos que são apropriados como brinquedos, também certas práticas são representadas como lúdicas graças aos modos como são vividas pelas crianças:

Figura 18 – Sebosinho debulhando feijão



Fonte: Suricate Sebososo (30 out. 2015)

Embora debulhar feijão seja uma prática à qual são atribuídas outras funções, como a de alimentação ou mesmo de trabalho, um internauta indicou, em um comentário, que a prática se associava também a um sentido lúdico quando ele era criança. No próprio texto, inclusive, ele faz referência a nomes de brinquedos (pião, “bila” ou bola de gude e “arraia” ou pipa): “Quando *tava* fora do tempo do pião, das *bila* e *dazarraia*, [debulhar feijão] era a diversão total *man* kkkkk [sic]”. Ou seja, para ele, debulhar feijão podia consistir em um modo de brincar.

Esse deslocamento é possível porque um objeto ou uma prática não são considerados lúdicos apenas quando são criados como tais, mas sobretudo quando o indivíduo que brinca confere uma significação imaginária a esses elementos. Afinal, a brincadeira é caracterizada sobretudo por conferir liberdade à criança para extrapolar os limites do real, dentro de um conjunto de regras que, ainda que sejam minimamente estruturadas, levem em conta essa liberdade dos agentes (BROUGÈRE, 1997). Por esse motivo, o ato de debulhar feijão e uma máquina de costura podem assumir uma conotação como prática e objeto lúdicos, respectivamente, em determinados contextos.

Dentre a imensa variedade de práticas presentes nessas narrativas e dada a impossibilidade de explorar esse vasto universo integralmente, observamos referências mais recorrentes, associadas a algumas categorias específicas, como à das *práticas de descanso*: dormir de rede, ter dificuldade em acordar cedo, passar o fim de semana ocioso em casa...

Algumas práticas representadas no conteúdo consistem ainda, para nós, em *táticas*, um conceito proposto por Michel de Certeau (1996) em contraposição ao de estratégia.

Enquanto estas orientam as ações dos sujeitos dotados de poder com vistas a alcançar seus objetivos, aquelas consistem sobretudo nas ações por meio das quais os consumidores ou usuários produzem sentido, com base nos produtos da ordem dominante.

Denomino, ao contrário, “tática” um cálculo que não pode contar com um próprio, nem portanto com uma fronteira que distingue o outro como totalidade visível [...] Ela não dispõe de base onde capitalizar os seus proveitos, preparar suas expansões e assegurar uma independência em face das circunstâncias [...] Tem constantemente que jogar com os acontecimentos para os transformar em “ocasiões”. Sem cessar, o fraco deve tirar partido de forças que lhe são estranhas (CERTEAU, 1996, p. 46-47).

É característico de diversos *posts*, inclusive, os personagens serem representados nos enredos recorrendo às táticas conhecidas popularmente como “gambiarras”, ou seja, certos conhecimentos do senso comum que ajudam a solucionar problemas práticos do dia-a-dia. A utilização de objetos do cotidiano como “brinquedos”, por exemplo, como consta na Figura 17, pode ser considerada uma dessas táticas infantis, que se dá, muitas vezes, por conta da falta de brinquedos propriamente ditos.

Figura 19 – “Tanga” de rede



Fonte: Suricate Seboso (29 set. 2015)

A imagem acima representa uma dessas táticas, popularmente conhecida como “tanga”, como indicam os comentários. Ela consiste em aproveitar o tecido de uma rede rasgada para utilizá-lo como lençol. Essa e diversas outras “gambiarras” são motivadas sobretudo pela criatividade das pessoas diante das dificuldades impostas a elas pela falta de recursos materiais.

Outras práticas representadas na página são relativas à categoria das *tradições*, que também consistem em um tipo de elemento bastante recorrente no conteúdo. Esse conceito engloba

um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado (HOBSBAWN, 2008, p. 9).

Por meio de nossas observações sobre o conteúdo da página, identificamos destaque para algumas *tradições religiosas* e para outras, mais características da *arte* e do *folclore* nordestinos. Nos 50 *posts* analisados de forma mais específica para esta pesquisa, identificamos apenas um exemplo de cada uma das duas categorias propostas acima: a prática de pedir a bênção aos familiares mais velhos (FIGURA 31) como uma tradição religiosa, e o reisado¹ como tradição artística (FIGURA 20)².

Figura 20 – Reisado



Fonte: Suricate Seboso (5 jan. 2015)

¹ O reisado é uma manifestação popular nordestina vivida sobretudo no Dia de Reis (6 de janeiro) e marcada por encenações teatrais, coreografias, músicas e figurinos coloridos. No interior, os artistas costumam passar de casa em casa durante a noite, cantando aos moradores para que abram as portas a fim de estes assistirem o espetáculo e darem uma contribuição ao grupo. Caso as portas não se abram, os artistas se despedem por meio de uma canção, em que lamentam o fato (ROMEY, 2015).

² Nos outros posts que observamos ao longo do conteúdo, identificamos também outras tradições religiosas, como a prática da confissão dos pecados junto a um padre e as orações feitas por “rezadeiras”, e outras tradições artísticas da região Nordeste, como as festas juninas.

Outra categoria de elementos que observamos serem frequentemente representados no conteúdo é a das *superstições*, que remetem também a certos conhecidos populares mais tradicionais. Essas formas de crença são criticadas por Baruch Spinoza (1997), que afirma que todos os homens estariam propensos a tornarem-se “vítimas” delas, visto que eles se agarrariam a elas sobretudo por conta do medo diante das dificuldades e infortúnios da vida. Para o autor, os homens supersticiosos “forjam ficções sem fim e interpretam a Natureza de formas surpreendentes, como se toda ela fosse cúmplice de seus delírios” (SPINOZA, 1997, p. 62, tradução nossa).

Em especial no que se refere à cultura regional, as crenças em acontecimentos sobrenaturais são aspectos bastante reforçados na construção do estereótipo do homem nordestino pelos discursos regionalistas em geral, como destaca Durval Muniz de Albuquerque Jr. (2003, p. 234): “Calcado na figura do sertanejo, o nordestino é descrito como um homem [...] inculto e supersticioso, capaz de acreditar em assombrações e manifestações do sobrenatural [...]”.

Figura 21 – Superstição de que espelhos atraem raios



Fonte: Suricate Sebosos (24 jan. 2016)

Na publicação acima, é representado um exemplo de superstição, segundo a qual espelhos descobertos promoveriam a atração de raios, o que justificaria então a prática de cobri-

los em dias chuvosos³. Esse e outros elementos dessa categoria são apresentados de modo diretamente relacionados às vivências cotidianas domésticas e, portanto, às culturas vividas pelos internautas.

Além disso, percebemos como o elemento representado no *post* é associado às gramáticas das culturas infantis. Em dois comentários, por exemplo, é possível observar a referência a familiares mais velhos dos internautas (o avô e a bisavó) que acreditavam nessa ideia, relacionando-a então ao passado vivido por eles. Além disso, o primeiro comentário ressalta como essa superstição chegava a interferir sobre a rotina doméstica da internauta e a provocar medo nela quando era criança:

Só o espelho??? Kkk Aqui em casa a gente tinha que se fingir de morto... Nem respirava direito, meu avô dizia que tudo atraía raio... Faca, garfo, panela, tesoura, tv, espelho... A lista é longa, só nos restava deitar e ficar bem escondido nas *coberta*!!! Kkk Terror da infância!!!

Alguns elementos observados por nós com destaque no conteúdo, que são um pouco mais difíceis de serem analisados porque têm um caráter mais subjetivo, foram classificados em torno de uma categoria analítica que denominamos como a das *sensações*. Encontramos muitas referências sobre esse tipo de elemento nos textos e imagens, como uma estratégia peculiar de comunicação entre os produtores e o público. O próprio *post* da Figura 16, por exemplo, ao utilizar a expressão “Tem gente que nunca *rái* saber *como* é...”, pode indicar que os produtores não estão interessados apenas em representar a brincadeira, mas em fazer referência às sensações experimentadas por quem a vivenciou, favorecendo assim a produção de certos efeitos de sentido, que discutiremos melhor ao longo do capítulo.

O desafio de trabalhar com tal categoria deve-se, sobretudo, ao fato de essas experiências sensoriais darem-se prioritariamente “dentro de nós”, e não tanto “fora”, como se estivessem restritas a determinadas regras e existências lógicas. Mesmo assim, Julio Pinto (2010) observa haver, hoje em dia, uma tendência geral de priorizar a manifestação de sensações por parte dos comportamentos e das experiências contemporâneas que produzem significações próprias. Por esse motivo, observamos que o destaque para essa categoria de elementos na produção das formas simbólicas da página pode ser um fator importante do sucesso alcançado por Suricate Seboso. Afinal, isso vai ao encontro de um “dispositivo

³ “Essa associação não tem fundamento científico. Trata-se de um mito antigo, que tem origem no fato de o raio produzir uma luz forte que, refletindo-se no espelho, parece ter vindo dele. Mas existem outras explicações para essa crença popular. Uma delas se deve à observação de que, no Brasil Colonial, os grandes espelhos, com estruturas metálicas, favoreciam a incidência de raios dentro das casas. Embora isso tenha ajudado a difundir o mito, o motivo seria a estrutura metálica e não a superfície do espelho” (GALILEU, 2007).

civilizatório” centrado nas sensações, que é identificado pelo autor como próprio da contemporaneidade.

Importa ainda ressaltar que, assim como os demais elementos propostos para levarmos em conta na análise, não tratamos aqui de sensações propriamente ditas, mas das referências a elas observadas no conteúdo da página. Esse aspecto é importante porque o autor resalta que essa categoria geralmente se apresenta a nós de forma mediada. Por isso, trata-se, na verdade, de “sensações significadas” (PINTO, 2010). Essa mediação se dá não apenas quando certas mensagens comunicativas constroem referências sobre elas, como é o caso do conteúdo de Suricate Seboso, mas também quando cada indivíduo tem consciência dessa sensação, significando-a com base em determinados conceitos pré-concebidos – por exemplo, os conceitos de “dor”, “cansaço”, “prazer”, “frio”, entre outros.

Essa categoria proposta por nós envolve uma ampla variedade de elementos identificados no conteúdo: desde alguns relativos mais aos sentidos físicos, como gostos e cheiros, até elementos mais subjetivos, como medo, dor e prazer, experimentados sobretudo em certas situações do cotidiano.

Embora seja mais desafiadora para nós, do ponto de vista da análise, essa categoria é importante por seu papel relevante na construção de efeitos de sentido. Afinal, a partir do momento em que sensações experimentadas no contexto das culturas vividas são representadas no conteúdo da página, elas apresentam a capacidade de evocar sensações no público durante o momento da leitura. É possível identificar indícios desse fato, por exemplo, nos comentários sobre as publicações.

Abaixo, destacamos um exemplo de *post* que destaca esse aspecto da sensações, inclusive por meio da utilização da palavra “sentir” no texto:

Figura 22 – Pente para tirar piolhos



Fonte: Suricate Seboso (3 dez. 2015)

É interessante notar que os próprios internautas indicam, de modos bastante enfáticos, a lembrança das sensações experimentadas durante a utilização do pente representado na imagem: “Até coçou minha cabeça aqui *oh kkkk*”; “Suavidade?? A mãe só faltava arrancar *meu [sic]* cabelos *kkkk*”. Nesses casos, há o destaque para a coceira sentida por conta dos piolhos e para a dor causada pelo modo como a mãe penteava os cabelos.

Apesar de propormos as diversas categorias acima, registramos aqui a ressalva de que não foi possível classificar e agrupar todos os elementos que observamos serem representados no conteúdo da página. Mesmo assim, também identificamos uma recorrência nas referências a elementos que identificamos como pertencentes a outras categoriais gerais, mas que também se apresentam de forma inter-relacionada com as anteriores.

São representados, por exemplo, diversos *alimentos*, desde comidas típicas nordestinas até doces apreciados por crianças, estando, por isso, inseridos nas gramáticas das culturas infantis e regionais. A categoria dos alimentos está relacionada também ao aspecto da gula, que faz parte da caracterização do personagem Sebosinho, como analisamos no capítulo anterior.

Há ainda a representação recorrente de *animais*, pelos quais Sebosinho geralmente demonstra ter um grande apreço. São destacados não apenas animais domésticos, como cachorros e gatos, mas também algumas espécies características da região, sobretudo dos ambientes rurais.

Por fim, observamos também referências a *elementos mercadológicos*, como *marcas* e *produtos industrializados*. Principalmente nas tirinhas, muitos desses elementos apresentados são relativos às instituições que pagam anúncios na página. Apesar do cuidado relatado pelos produtores em relação à divulgação de marcas, como discutimos no terceiro capítulo, a maioria das que observamos nos *posts* analisados são mais relativas ao período da infância dos produtores, compondo assim a gramática das culturas infantis, como no exemplo abaixo:

Figura 23 – Merthiolate



Fonte: Suricate Sebosos (31 out. 2015)

A marca de medicamentos Merthiolate não nos parece constar na publicação acima prioritariamente por conta de objetivos comerciais da empresa que a produz, mas sobretudo como um elemento das culturas vividas nos cotidianos infantis.

Apresentadas então as principais categorias que levamos em conta ao longo do capítulo, pontuamos nossa escolha por não estruturar o texto da análise com base na divisão desses elementos. Preferimos, a seguir, elencar as estratégias de produção dos efeitos de sentido identificados por nós, para, nas seções seguintes, discutir especificamente sobre cada um deles. Isso se dará de forma articulada com a reflexão sobre os principais papéis assumidos pelos elementos das gramáticas das culturas infantis representados na página.

5.2 A produção de efeitos de sentido

De acordo com a análise das estratégias de construção da representação da infância na página, podemos identificar três efeitos de sentido principais buscados na construção dessas representações, sobre os quais discutiremos mais a fundo ao longo deste capítulo:

- a) *a produção de processos de identificação*: trata-se de promover a identificação dos indivíduos com as narrativas por meio de elementos presentes na representação da infância, seja porque aqueles já os vivenciaram, ou observaram-nos nas vivências de outras pessoas, ou interessam-se pelas formas como eles são expressos no conteúdo, como seu estilo humorístico ou regionalista;
- b) *a evocação do sentimento de nostalgia*: os elementos que compõem as formas simbólicas da página são estrategicamente editados para que os indivíduos os relacionem com os de suas próprias vivências no passado, sobretudo no período da infância;
- c) *a publicização do privado*: boa parte dos elementos presentes no conteúdo da página consistem em formas privadas das culturas vividas que passaram a ser objeto de maior visibilidade na esfera pública, seja por meio da sua divulgação na mídia seja por meio da popularização maior que suas expressões adquiriram no cotidiano de cearenses e nordestinos.

Para nós, a produção desses efeitos é possibilitada principalmente pelos modos peculiares com que a página recorre a determinados elementos – identificados pelas categorias apresentadas na seção anterior – de forma a evocar referências a certas vivências específicas que antes não encontravam tanta visibilidade na esfera pública. Por remeterem a aspectos das culturas vividas no cotidiano – sobretudo durante a infância, que é resgatada pela memória –, esses elementos proporcionam, nos indivíduos, um sentido de identificação, bem como o de nostalgia.

Figura 24 – Dormir com uma bacia embaixo da rede



Fonte: Suricate Seboso (14 nov. 2015)

Na imagem acima, observamos, com destaque, a representação de características peculiares dos objetos, principalmente: a bacia feita de alumínio, a estante de madeira e a televisão antiga. No *post*, são ressaltadas duas práticas cotidianas peculiares, relacionadas ao ato de dormir: a de descansar em redes, que é bastante específica da região Nordeste, e a prática involuntária de urinar enquanto se dorme, comum durante a primeira infância.

A peculiaridade dos modos como esses elementos são apresentados na imagem são tão importantes que os próprios comentários, por exemplo, destacam as características dos objetos representados: “Gostei mais do detalhe da estante com essa TV [...]”. Interessante, nesse caso, observar que o internauta destaca seu interesse pelos objetos, embora o foco principal do *post* não esteja sobre eles, mas sobre a prática de dormir com uma bacia sob a rede.

Por fim, antes de discutirmos mais especificamente sobre os processos de identificação, é importante destacar que, para nós, a evocação de sensações é um dos elementos mais importantes para a produção dos efeitos de sentido, afinal elas estimulam fortemente as lembranças e as emoções dos internautas. Muitos *posts* contêm formas simbólicas que remetem explicitamente a sensações, experimentadas sobretudo durante o período da infância, mas os próprios comentários do público indicam-nos que outros elementos (como os objetos, as práticas cotidianas, as tradições, as superstições) contribuem para a evocação delas. Por isso, para nós, esse se configura em um dos aspectos mais relevantes para explicar o sucesso da página e o baixo nível de rejeição que tem o seu conteúdo, graças às estratégias de produção dos efeitos de sentido que analisaremos a seguir.

5.2.1 *Produção de processos de identificação*

Podemos afirmar que hoje a representação da infância em Suricate Seboso é construída estrategicamente para estimular que os internautas se identifiquem com os elementos que compõem as formas simbólicas publicadas na página. Para nós, esse é o principal efeito de sentido buscado e alcançado pelos produtores, graças às estratégias que destacamos ao longo deste capítulo. Os outros dois efeitos, embora apresentem peculiaridades que serão analisadas adiante, atuam também sobre a produção dos processos de identificação.

Os produtores demonstram ter clareza em relação a esse efeito e constroem suas estratégias levando-o em consideração. Diego Jovino, por exemplo, ao ser indagado sobre qual o motivo que ele atribuía ao fato de elementos tão próximos do cotidiano fazerem tamanho sucesso, respondeu que seriam os processos de identificação, visto que antes esses elementos não eram tão publicizados e, desse modo, permaneciam carentes de reconhecimento social, principalmente as expressões da linguagem regional que compõem as falas dos personagens. Afinal, para ele, “na internet é assim, você compartilha aquilo que você se identifica naquele momento” (informação verbal).

[A página] faz tanto sucesso porque antes não havia algo que o pessoal se identificasse. O que se via eram expressões de fora. O Suricate traz o jeito do cearense falar, as coisas que vivemos, a realidade das escolas. O pessoal tem orgulho do nosso jeito. Eu não via isso muito na internet (JOVINO *apud* G1 CEARÁ, 2013).

Nas motivações que o levaram a criar Suricate Seboso, já é possível encontrar indícios desse efeito de sentido, visto que Diego já se identificava com o conteúdo das páginas paraibanas Esquilo Lombroso e Calango Mancoso, que lhe serviram de inspiração. Foi exatamente com o desejo de aproximar os conteúdos comunicacionais da rede às suas próprias vivências que ele decidiu criar a página:

[...] Resolvi criar o Suricate Seboso com as coisas daqui, das coisas que eu tenho conhecimento. Até porque o que ele [Esquilo Lombroso] postava lá tinha coisas parecidas daqui de Fortaleza, daqui do Ceará, mas não era a mesma coisa, era uma linguagem diferente, eles falam “*visse*”, “*ligasse*” [...] (informação verbal)

Embora já houvesse, em alguma medida, a busca por produzir um efeito de identificação coletiva, Diego afirma que os elementos que serviram de inspiração inicial para a construção das formas simbólicas presentes na página foram basicamente os que faziam parte de suas vivências pessoais. Por isso mesmo, ele sempre ressalta que, no início, não tinha a

consciência de que milhões de pessoas pudessem se identificar com a página, como acontece hoje:

Eu fazia uma imagem a partir de fatos que aconteciam no meu dia a dia, compartilhava e marcava alguém. Pensava que muita coisa que eu postava lá era algo mais específico do meu bairro, aí comecei a ver que era um costume de todos os fortalezenses (JOVINO *apud* TAVARES, 2013).

Visto essa relação entre o conteúdo e as vivências pessoais dos produtores, podemos afirmar que os elementos representados na página têm relação não apenas com a constituição de um personagem fictício mas também com a construção dos *ethé* dos próprios produtores, que buscam construir suas imagens públicas associadas à de Sebosinho. Não é à toa que, diferentemente do que ocorria em outros períodos, hoje as imagens deles são divulgadas com muito mais frequência na página, como citamos no terceiro capítulo. Além disso, o próprio Diego, que é o responsável direto pelo gerenciamento no *Facebook*, assina diversos *posts* com seu próprio nome.

Figura 25 – Foto de escola



Fonte: Suricate Sebos (6 out. 2015)

O *post* acima contém diversas formas simbólicas que indicam a importância da representação da infância para a construção do *ethos* dos produtores da página. Afinal, é apresentada uma foto de quando Diego Jovino era criança, além da sua assinatura na legenda. Destacamos ainda o comentário de um internauta, que o compara ao personagem: “Diego *tá* parecendo o *sebozim* nessa foto”. Em diversos outros *posts* analisados, embora não apresente

diretamente a sua imagem, Diego também expressa, nos textos, alguns de seus sentimentos, gostos, opiniões e experiências pessoais, vividas sobretudo no período da infância.

Diante dos aspectos discutidos acima, podemos concluir que tanto os processos de identificação quanto os outros efeitos de sentido são produzidos com base não só no público, mas também nas relações que os próprios produtores estabelecem com o conteúdo. Afinal, estes também se identificam com a representação de infância que constroem e que, por sua vez, evoca o sentimento de nostalgia, conferindo autenticidade aos *posts* que representam situações privadas tornadas públicas por meio da página.

Diego, na verdade, reconhece adotar essa estratégia de promover a identificação do público por meio da construção da representação do que seria o cotidiano e as vivências da infância dos internautas. Afinal, ele recolhe as suas observações sobre as experiências de outras pessoas a fim de utilizá-las também como inspiração para a produção das formas simbólicas na página.

Eu sempre fui uma pessoa que convivi no meio do povo: escola pública, brincar no meio da rua... Se as coisas [retratadas na página] não aconteceram comigo – algumas coisas –, mas eu via acontecer. Eu via a vizinha gritando com o filho, chamando no meio da rua com o cipó na mão... Então a gente presencia, dentro do ônibus, alguém falando alguma coisa, ou até o próprio humor cearense, os humoristas contando piada... Eles usam uma palavra ou situações do dia-a-dia que, às vezes, me fazem lembrar outras coisas também (informação verbal).

Essa estratégia de apropriação das observações cotidianas para a edição dos elementos que compõem os *posts* é bastante significativa para produzir, junto ao público, o efeito de identificação em relação à representação da infância na página. Nesse sentido, é elucidativa a expressão utilizada por um internauta no comentário sobre a publicação da Figura 17: “Esse *sebosim* viveu a *merma* vida que eu... [*sic*]”.

Como já foi possível observar em vários exemplos, especialmente no que se refere à representação da infância, a produção dos processos de identificação está diretamente relacionada ao efeito da evocação do sentimento de nostalgia. As relações de identificação com o conteúdo, por parte do público ou dos produtores, são estabelecidas em relação às vivências cotidianas do passado, principalmente do período da infância desses indivíduos.

Em boa parte dos textos que acompanham as publicações analisadas, inclusive, os produtores incluem expressões para estimular a interatividade com os internautas, como: “Quem aí é desse tempo?”, “Já *passaru* por isso [*sic*]?”, “Curte se você já ouviu essa!!”, entre outras. Essa estratégia é adotada para que o público curta o *post* e também escreva comentando sobre suas próprias vivências. Por isso, na maior parte dos comentários, os internautas

costumam referir-se a experiências pessoais, contando histórias que se passaram com eles e relacionando-as aos elementos representados no conteúdo.

Figura 26 – Moto de criança



Fonte: Suricate Seboso (20 out. 2015)

A Figura 26 mostra um caso interessante em que observamos, com bastante ênfase, um processo de estímulo à identificação do público com um resultado positivo, pelo que se desprende de algumas respostas publicadas: por exemplo, ao acessar o *post* que tratava do brinquedo apresentado acima, uma internauta interagiu com a página, enviando, por meio do espaço dos comentários, uma foto dela quando criança, brincando com um objeto do mesmo tipo⁴. Um caso semelhante aconteceu na Figura 16, em que um internauta também divulgou a foto de um brinquedo semelhante ao que constava no *post*. Desse modo, identificamos como as formas simbólicas produzidas na página, em proximidade com as vivências do público, proporcionam a identificação deste com os conteúdos.

Dentre as estratégias de que a equipe de produção lança mão para promover os processos de identificação e os demais efeitos de sentido, destacamos a insinuação de relações implícitas entre alguns aspectos presentes nos elementos de alguns *posts* analisados por nós:

⁴ Não divulgamos a foto apresentada no comentário em respeito ao direito de imagem da internauta.

Figura 27 – Superstição da chinela “emborcada”



Fonte: Suricate Seboso (3 nov. 2015)

No *post* acima, não é explicitada uma relação direta entre os atos de “desemborcar” uma chinela e salvar a vida de uma mãe. Para alguns, talvez não fique claro que a publicação se refere a uma superstição popular segundo a qual a pessoa que deixar uma chinela com a sola virada para cima pode perder a própria mãe. A possibilidade de que se estabeleçam processos de identificação aí ocorre porque o vínculo implícito entre produtores e internautas remete aos conhecimentos compartilhados com aqueles que têm ou tiveram uma maior proximidade com essa superstição em suas próprias vivências. Nesse e em diversos outros *posts* da seção analisada, observamos a utilização dessa estratégia de não explicitar as relações entre certos elementos para possibilitar uma identificação maior entre os que vivenciaram os aspectos representados. Nesse mesmo sentido, o *post* da Figura 21 também resgata uma crença que atribui a atração de raios durante tempestades à existência de espelhos descobertos em casa. Essa relação também pode ser mais facilmente identificada por aqueles que tiveram acesso a esse conhecimento em suas experiências pessoais.

Consideramos ainda que outro fator que favorece a produção desses processos de identificação é o fato de o conteúdo ser construído com base em estratégias humorísticas. Como discutimos no terceiro capítulo, de acordo com Gilles Lipovetsky (2004), haveria uma tendência de generalização do tom cômico para o cotidiano dos diversos contextos atuais. Em meio a esse processo, o autor observa o desenvolvimento de um tipo de humor “narcísico” e “hiperindividualizado”, que privilegia um sentido de autodepreciação. Com isso, o eu – e não mais apenas o outro – torna-se um alvo privilegiado de zombaria. Por isso, para nós, embora

haja referências a coletividades de indivíduos, na página, o riso é favorecido também quando os próprios internautas se identificam, de modo pessoal, com os elementos representados.

Como já assinalamos, em grande parte das tirinhas e *memes* que observamos na página, os produtores constroem estratégias de identificação com o público associadas às representações da infância. Estas são construídas considerando aspectos próprios das culturas infantis que são vividas principalmente no cotidiano e que se conformam também em relação a fatores, como *região*, *classe social*, *geração* e *gênero*. Estes são alguns dos vetores que utilizamos para estruturar as análises específicas das próximas seções:

- a) *região*: a representação da infância contempla sobretudo vivências próximas ao cotidiano da região Nordeste e do Estado do Ceará;
- b) *classe social*: as formas simbólicas remetem a elementos vividos principalmente pelas classes populares;
- c) *geração*: observamos uma tendência de identificação maior entre internautas jovens e adultos, que foram crianças entre as décadas de 1980 e 1990, aproximadamente;
- d) *gênero*: na representação da infância, os produtores privilegiam aspectos comumente relacionados ao universo masculino, dos meninos.

Isso não significa que todos os indivíduos envolvidos com a página pertençam apenas a esses segmentos sociais, como discutiremos ao longo das próximas seções, mas consideramos que a representação da infância é construída estrategicamente por meio de referências explícitas às categorias acima. Por isso, é possível observar, nas formas simbólicas em geral, as estratégias dos produtores de estabelecer processos identificatórios junto ao público.

Antes de passarmos, nas próximas seções, para a análise específica da produção desse efeito de sentido em relação a cada uma das categorias destacadas, discutimos ainda alguns aspectos importantes sobre os processos de identificação em geral. Primeiramente, é importante considerar que a construção de identidades é realizada sobretudo por meio de dois movimentos simultâneos: o destaque conferido às diferenças existentes entre aqueles que integram as diversas categorias sociais – região, classe, geração e gênero - e a desconsideração das diferenças internas entre os indivíduos que compõem um mesmo agrupamento:

Um dos usos que pode ser feito da reivindicação regionalista é o de procurar opor regiões entre si, pressupondo que cada uma delas é internamente homogênea e, portanto, portadora de interesses comuns, e escamoteando assim suas clivagens de natureza social, econômica e cultural. O regionalismo aponta para as diferenças que

existem entre regiões e utiliza estas diferenças na construção de identidades próprias (OLIVEN, 1992, p. 16).

Embora o autor acima destaque a produção desses discursos de diferenciação e homogeneização quanto ao aspecto regional, também é possível observá-los em relação às categorias de classe social, geração e gênero, além de outras mais. Encontramos, nessas categorias, “um dispositivo discursivo que representa a diferença como unidade ou identidade” (HALL, 2005, p. 62)⁵. Ou seja, os indivíduos identificam-se com a representação da infância porque ela conta com elementos que remontam às vivências das categorias sociais que lhe são mais próximas, e não a outras, com as quais não se identificam. A própria expressão “Tem gente que nunca *rái* saber...” indica que essa representação pretende ser compartilhada por certos grupos sociais, ao mesmo tempo que não seria compartilhada por outros, os quais, de acordo com o enunciado, “nunca iriam saber” quais elementos são esses, porque não os identificariam em suas próprias vivências.

Dessa forma, o processo de edição do conteúdo pelos produtores da página, ao valorizar certos enfoques, deixa, evidentemente, de privilegiar outros elementos que podem ser próprios da vivência de outras “infâncias” não demarcadas por essas categorias sociais. Destacamos, no entanto, que a “exclusão” de elementos culturais mais afeitos a outras categorias sociais não se manifesta prioritariamente por meio de estratégias fundamentalistas, que são marcadas, por exemplo, por discursos discriminatórios, como já destacamos no terceiro capítulo.

Apesar de identificarmos certa tendência de privilegiar alguns recortes sociais na construção da representação da infância e de observarmos a prevalência de alguns deles na composição do público⁶, os produtores afirmam, em seus discursos, que não buscam deliberadamente atingir um público-alvo específico. Dentro da própria perspectiva de classe social, por exemplo, a opinião de Diego Jovino é de que a página alcança todos os segmentos (informação verbal).

Diante da multiplicidade de categorias sociais que a página alcança, graças à estratégia de evitar construir discursos fundamentalistas, observamos haver, no conteúdo como um todo, a produção de um aspecto integrador entre esses diversos segmentos da sociedade, que favorece um sentimento de adesão por parte do público. As estratégias não buscam tanto destacar, por exemplo, os segmentos cujos elementos não são privilegiados na representação.

⁵ As principais considerações de Stuart Hall (2005) referem-se mais especificamente às culturais nacionais, cujos elementos também atuam em processos de identificação entre os indivíduos.

⁶ Para conhecer alguns dados divulgados na página sobre a composição do público, cf. Figura 1, no segundo capítulo.

Não são ressaltadas, de forma explícita, dicotomias entre: nordestinos e moradores de outras regiões; ricos e pobres; crianças e adultos; meninos e meninas. Mesmo quando há a referência a alguns desses parâmetros, isso é feito, quase sempre, de forma sutil e com destaque para o tom cômico, que tem o “eu” como alvo principal de brincadeiras, em vez do “outro”:

Enquanto se espiritualiza, o cômico poupa prudentemente o outro: deve-se fazer notar essa atitude socialmente nova que consiste em reprovar o riso à custa dos outros. O outro deixa de ser o alvo privilegiado dos sarcasmos, a gente ri muito menos dos vícios e defeitos alheios [em relação às práticas dos séculos anteriores] [...] (LIPOVESTKY, 2005, p. 119).

Para o autor acima, esse processo se dá em meio a outra tendência do humor contemporâneo: a de apagar as oposições ideológicas rígidas. De acordo com ele, a partir do momento em que as sinalizações identitárias são construídas sobretudo por meio de caricaturas, elas perdem, em alguma medida, sua força política (LIPOVESTKY, 2005). Por sua vez, o que vai substituir esse aspecto político do humor, principalmente na mídia, é o imperativo de agradar a audiência, visto que, para Georges Minois (2003, p. 622), “o cômico que vende bem é aquele que o público exige”.

O constante aumento observado por nós na visibilidade e na aceitação do conteúdo da página junto ao público mostra que as estratégias dos produtores nesse sentido têm sido bastante eficazes. Estes demonstram, portanto, uma preocupação não apenas em alcançar mais pessoas e agradar ao público já constituído, como também em não desagradar parcelas significativas de indivíduos que não se sintam identificados com as representações presentes nos conteúdos da página.

Por esse motivo, Suricate Seboso conta com uma repercussão positiva entre muitas pessoas que não pertencem aos segmentos sociais citados por nós anteriormente, como discutiremos nas próximas seções. Isso ocorre, principalmente, em função da multiplicidade e flexibilidade observada nos processos contemporâneos de identificação:

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas (HALL, 2005, p. 13).

Além de evitar dar destaque para as dicotomias sociais supracitadas e de utilizar o tom humorístico, a equipe de produção conta com outras estratégias que evitam que seja comprometida a imagem pública da marca Suricate Seboso perante o público. Basta citarmos, por exemplo, a orientação editorial de evitar abordar assuntos polêmicos no conteúdo, como citamos no terceiro capítulo. Essa é, possivelmente, uma segunda razão que nos ajuda a

entender o privilégio da temática da infância na página, já que os elementos das culturas infantis representados não instigam tantas controvérsias entre o público, sobretudo quando abordadas de modo cômico.

Tendo considerado, então, as questões que nos chamaram a atenção em relação aos processos de identificação de forma mais ampla, desenvolvemos, a seguir, a análise específica de alguns aspectos observados por nós, relativos a cada uma das categorias sociais destacadas anteriormente.

5.2.1.1 Região

Como já foi pontuado em diversos momentos do texto, consideramos que a maior parte das formas simbólicas construídas na página fazem referência a aspectos regionais. Os principais recortes geográficos nela representados são a região Nordeste e o Estado do Ceará e, em alguns casos mais específicos, a cidade de Fortaleza⁷. Essas referências se dão pela apropriação de diversos elementos das culturas vividas que são enfatizados no discurso regionalista da página, como destaca Jovino, ao reconhecer que busca representar

a cultura do nosso linguajar, as coisas que a gente vivencia no cotidiano *né* – dos nordestinos –, a própria culinária, às vezes, as frutas... Até isso também entra no meio, entendeu? Na questão do Suricate, eu tento envolver tudo na página, costumes, as lendas, *né*, teve o carro preto, a *lôra* do banheiro, tem a questão da relação da mãe com o filho, que a mãe tá sempre brigando com o filho, que o menino é danado (informação verbal).

Embora o regionalismo seja um aspecto que perpassa as estratégias de produção da página desde o início, Diego comenta que ainda chegou a publicar conteúdos, no início, que não tinham tanto esse apelo. No entanto, ao perceber as respostas positivas que revelavam a aceitação do público em relação a esse tipo de abordagem, ele passou a investir ainda mais no regionalismo:

Então, quando eu criei, foi mais na brincadeira. Eu postava até coisas que não tinham nada a ver com a questão do regional, às vezes, no começo e tal... Aí eu resolvi adotar só a parte do regional, coisa do cotidiano (informação verbal).

Também de acordo com o criador da página, as referências regionais são estrategicamente incorporadas aos conteúdos postados, remetendo aos espaços urbanos e rurais.

⁷ Algumas formas simbólicas do conteúdo que se relacionam às culturas vividas mais especificamente em Fortaleza são, por exemplo, as referências às escolas públicas municipais e aos ônibus que integram o transporte público da cidade.

Os principais elementos por meio dos quais ambos são representados, por exemplo, são os cenários das tirinhas, citados no capítulo anterior.

O Suricate é bem a mistura da cultura nordestina, mas é aquela coisa da mistura do interior com o urbano *né?* Até porque o pessoal da capital é o pessoal do interior, até porque seus pais vieram do interior (informação verbal).

Registramos aqui a ressalva, já discutida no terceiro capítulo, de que, como em toda representação presente nos discursos regionalistas, os elementos observados na página não abrangem toda a multiplicidade de vivências dos indivíduos localizados nos espaços regionais contemplados no conteúdo. Usualmente, essas formas simbólicas são construídas com base em representações bastante difundidas na sociedade, como a do “ser criança” e do “ser nordestino”. O modo caricatural como são representados vários elementos, que é característico do estilo da página, tende a favorecer esse tipo de abordagem.

De forma geral, observamos ainda que os conteúdos de Suricate Seboso, em alguma medida, reforçam certos elementos que já eram tidos como representativos da cultura regional antes mesmo da criação da página: alimentos, como frutas típicas da região (siriguela, caju, etc.); animais, sobretudo referentes à zona rural, como jumento, “calango” e o “besouro do cão” (FIGURA 4); algumas expressões do vocabulário, como “*Arre égua!*”; certas tradições, como a do reisado; conhecimentos populares, como as superstições já citadas; e a própria imagem do “humor cearense”, o qual é marcado por elementos caricaturais, presentes em apresentações de artistas da terra, reconhecidos nacionalmente⁸:

O Suricate Seboso, ele representa bem assim o lance do humor cearense, só que é um pouco mais leve. Ou seja, ele não usa muito palavrão. Ele não usa, aliás, palavrão. Não tem palavras de baixo calão. Então ele é mais saudável. Eu costumo dizer que é um humor cearense mais saudável. É aquele humor que *tá* nos palcos, que já é conhecido nos palcos, o humor cearense que já é conhecido na televisão, mas que faltava na internet. Só que um pouco mais leve, que é pra alcançar todo mundo (JOVINO, 2015).

Em nossas análises, não conseguimos ainda identificar nenhum discurso da página que se contrapusesse explicitamente às representações regionais mais tradicionalmente estabelecidas. Talvez isso esteja relacionado à orientação editorial, por parte dos produtores, de evitar conflitos que possam advir da abordagem de temas polêmicos, como já tratamos no segundo capítulo. Em vez de apresentarem contrapontos explícitos a essas referências tidas

⁸ O Ceará é tradicionalmente reconhecido como uma terra que possui uma gente bem-humorada e que é o berço de humoristas famosos. Dentre os que são reconhecidos nacionalmente, destacamos: Chico Anysio, Renato Aragão, Tom Cavalcante, Falcão, Rossicléia e Adamastor Pitaco (MARREIRO, 2003).

como regionais, eles preferem incorporar algumas delas no próprio conteúdo da página, embora o façam em momentos pontuais, como nos *posts* em que já citaram certos humoristas⁹.

Para nós, um dos diferenciais da página que proporciona tanta aceitação por parte do público é, na verdade, a construção de novas representações regionais, embora estas não se contraponham explicitamente às anteriormente estabelecidas. Discutiremos um pouco mais sobre isso no último tópico deste capítulo, em que analisaremos como muitos aspectos da vida cotidiana passam a ganhar visibilidade com a criação da página e, dessa forma, recaem na projeção de novas representações no que concerne aos discursos regionalistas.

Especificamente em relação aos processos de identificação produzidos graças às estratégias aqui analisadas, consideramos que a página contribui para a constituição e a popularização de uma representação de infância mais estruturada no que se refere aos elementos regionais. Afinal, como afirmamos em outro momento, ainda não havíamos identificado, nos discursos midiáticos do Ceará, em especial na internet, um volume significativo de conteúdos que abordassem a infância considerando as questões da regionalidade. Mesmo nos poucos exemplos que encontramos, como algumas obras literárias infantis escritas por autores cearenses, não identificamos um alcance tão grande dessas representações na esfera pública como o conquistado por *Suricate Seboso*.

Além disso, também foram poucos os estudos acadêmicos que encontramos com abordagens sobre crianças nessa perspectiva, principalmente em nosso Estado¹⁰. Para nossa pesquisa, então, a popularização de uma representação estruturada de infância com ênfase regional, como viemos apresentando ao longo de todo este trabalho, é o principal aspecto que define o caráter inovador da página, no que concerne à busca por promover processos de identificação. Ou seja, o público e os próprios produtores passaram a deparar-se com uma situação nova de projeção dessas representações infantis, que alcançaram visibilidade na esfera pública.

⁹ Não mergulhamos em uma reflexão mais profunda sobre o aspecto da problematização dessas representações porque ela exigiria de nós análises mais específicas sobre cultura regional, que extrapolam o nosso objetivo.

¹⁰Embora não tenhamos ainda encontrado referências que abordassem questões sobre regionalidade e infância, integrando as diversas obras que apontam nesse sentido no Ceará e no Nordeste, destacamos aqui algumas que se aproximam dessa perspectiva, presentes na lista de referências: PIRES, 2007; SILVA, 2008; LEITE, 2010; MAYBLIN apud PIRES, 2012; OLIVEIRA, 2013; ARAÚJO, 2014; SOUSA, 2014. Esses pesquisadores, no entanto, traçaram trajetórias próprias ao privilegiarem questões em torno de temáticas, como religiosidade, família, corpo, violência e trabalho infantil, e suas reflexões foram voltadas mais especificamente para os universos pesquisados, principalmente em algumas comunidades nordestinas. Em relação às pesquisas em geral sobre a infância no Brasil, observamos o predomínio, no discurso acadêmico, de discussões a respeito das condições de desigualdade social que afetam diretamente as vidas e experiências das crianças – sobretudo as mais pobres (PINHEIRO, 2001; QUINTEIRO, 2009; CASTRO; KOSMINSKY, 2010; PRIORE, 2010).

Outra questão importante para levarmos em conta nessa discussão sobre os processos de identificação do ponto de vista regional é referente ao fato de que eles se dão em um contexto globalizado. A própria página Suricate Seboso surgiu em uma plataforma acessível em quase todo o planeta, por isso suas formas simbólicas regionais podem ser “globalizadas”, chegando a outros lugares por meio da internet. Além disso, seus conteúdos, apesar de privilegiarem aspectos locais, não deixam de contemplar elementos globalizados, que interferem na apropriação das culturas regionais. Por isso, desde já, não devemos incorrer no erro de atribuir aos processos de globalização um suposto fim das identificações territorialmente localizadas. O “global” e o “local” não consistem necessariamente em duas forças dicotômicas. Para Stuart Hall (2005), na verdade, é mais provável que a globalização, em vez de destruir identidades locais, produza simultaneamente novas identificações tanto globais quanto locais.

Muitos autores vêem, de forma simplista, o global associado com processos de totalização, de generalização/universalização, e o local com processos de fragmentação, de particularização/singularização, como se o global fosse o locus da homogeneização e o local o da heterogeneização. [...] A luta entre uma face homogeneizadora e uma face heterogeneizadora demonstra que processos globais “implantam-se” no local, adaptando-se a ele, ao mesmo tempo em que o local pode globalizar-se na medida em que expande pelo mundo determinadas características locais (HAESBAERT, 1999, p. 25).

Em relação especificamente às culturas infantis, Manuel Jacinto Sarmiento (2004) considera haver certa universalidade nos elementos básicos que as constituem nos mais diversos espaços geográficos. Além disso, ele também aponta para o processo de globalização da infância, que se deu a partir da constituição de muitos aspectos, como marcas de produtos, tornadas referências mercadológicas importantes para crianças de diversas partes do mundo. Nesse sentido, dentre os elementos que compõem a representação da infância na página, observamos que há referências a elementos que não se restringem às culturas vividas na região Nordeste. O brinquedo representado na Figura 26 (moto), por exemplo, certamente pode ser identificado no cotidiano de crianças de muitos outros lugares do Brasil e do mundo.

Mesmo assim, Sarmiento (2004) lembra que todos esses elementos infantis universalizados são apropriados pelas crianças com base em referências locais e que, por meio desse e de outros processos diversos, os mais novos também contribuem para a constituição das culturas regionais.

Um último aspecto relativo à globalização a ser destacado é o fato de o conteúdo poder ser acessado para além dos moradores da região. Isso possibilita que cearenses e nordestinos que moram em outros lugares apropriem-se do discurso regionalista da página¹¹ e

¹¹Esse é um aspecto constatado por Diego Jovino e identificado sobretudo por meio do feedback que ele recebe

que possam ser feitas comparações entre pessoas de diferentes regiões do país, sobre elementos diversos, como o vocabulário, as tradições, as superstições, as piadas, entre outros.

É possível observar, por exemplo, em comentários de internautas de outras regiões, o interesse pelas diferenças de vocabulário em âmbito nacional:

Deu *mó* polêmica a [publicação] da azeitona. Foi porque a galera não sabia... E em cada região, é um nome diferente. Azeitona, pra mim, é a azeitona roxa, que outros chamavam a azeitona preta, outros, jamelão, alguma coisa assim. A mulher escreveu um texto enorme: “Explique isso aí, é jamelão, *blá blá blá...*”. Aí eu fui pesquisar, *né*, tipos de azeitona. Aí tinha um monte de tipo de azeitona. [Então eu pensei:] “Deve ser essa azeitona roxa ou então essa azeitona preta”. Aí eu fui pesquisar mais por curiosidade, *né?* Nem fui explicar o que era, não. Cada região deve chamar de um nome diferente (informação verbal).

5.2.1.2 Classe social

Na representação de infância que é construída pelos produtores e apropriada pelo público, observamos também a estratégia de destacar elementos que remetem às vivências das classes populares. O próprio Sebosinho, por exemplo, é apresentado como uma criança que utiliza serviços de educação, transporte e saúde pública. Além disso, os enredos de várias tirinhas referem-se à falta de recursos financeiros por parte do personagem, condição que o faz recorrer, muitas vezes, a certas táticas, como brincar de carrinho com o pedal de uma máquina de costura, na falta de um brinquedo (FIGURA 17).

A ausência de recursos para comprar brinquedos, inclusive, é um aspecto recorrente nos *posts* analisados. Na legenda da publicação sobre a moto infantil, por exemplo, Diego Jovino escreveu sobre o fato de que, na infância, ele utilizava brinquedos que pertenciam a outras crianças: “Eu só andava na *du zôto pq num* tinha, *mar* andava! [*sic*]” (FIGURA 26).

Nesses processos de identificação que ocorrem com o conteúdo da página, também da parte dos produtores, é importante destacar a que classe social eles pertencem. São moradores de um bairro da periferia de Fortaleza, estudaram em escolas públicas e passaram por dificuldades financeiras na família, de acordo com seus relatos: “Minha família não tinha dinheiro. Alguns dias eu só merendava farinha e café” (JOVINO *apud* TAVARES, 2013).

Em relação aos efeitos de sentido buscados nesse esforço de comunicação com o público, a projeção de um vínculo com uma determinada classe social atende ao propósito de

desse segmento de público. Além disso, os dados sobre a composição dos internautas indicam que cidades de fora do Nordeste, como São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, possuem um volume de fãs mais significativo do que muitas cidades da própria região. Tamanho sucesso nesses lugares pode ser explicado, para o criador, devido à grande presença de nordestinos que habitam nessas capitais (informação verbal).

alcançar um grande número de internautas que podem se identificar com os modos peculiares e originais com que a página representa elementos de suas vivências, visto que se aproximam das experiências de vida dos próprios produtores. Essa estratégia, a julgar pelos depoimentos da maior parte dos internautas e do crescimento da popularidade da página, tem sido bem sucedida. Muitos demonstram identificar-se com os marcadores de classe presentes na página, ao se referirem, por exemplo, às dificuldades que eles mesmos teriam enfrentado durante o período da infância. Alguns comparam também esses desafios do passado com o momento atual, reconhecendo que hoje eles têm condições financeiras mais favoráveis. Diante de alguns elementos dos *posts*, certos internautas afirmam, inclusive, que já passaram por condições mais precárias do que as representadas nesse tipo de publicação.

Figura 28 – Arroz com ovo



Fonte: Suricate Seboso (15 jan. 2016)

O sentido principal da presença dos alimentos como elementos de destaque no *post* acima é, por meio de uma brincadeira, lançar luz para a situação de pessoas que não dispõem de recursos para comprar carne todos os dias para o almoço. O próprio autor declara, na legenda, que ainda vive essa situação, ressaltando como um aspecto positivo dessa dificuldade o fato de gostar de ovo. Também nos depoimentos dos internautas, podemos observar a ênfase sobre as condições de pobreza em que viviam, principalmente durante a infância.

Interessante notar, no caso das manifestações do público na Figura 28, o destaque dado para o fato de que alguns deles não teriam tido nem mesmo ovo para comer todos os dias.

No entanto, essas referências, nesse e em outros *posts*, são feitas por pessoas que indicam estarem atualmente em melhores condições financeiras, em comparação com as dificuldades que teriam enfrentado no passado: “Meu *fi*, pois se *so* tivesse isso todo dia... Eu agradeceria de pés juntos todos os dias. *Pq* quando eu era criança, muitas vezes, nem isso tinha!!! [*sic*]”. O fato de as situações terem sido superadas tende a deixar a todos em uma zona de conforto que permite brincar com maior leveza a respeito de algumas dessas vivências.

Em uma perspectiva mais ampla, ressaltamos que as condições de pobreza têm uma relação histórica com a constituição das principais representações sobre a infância no Brasil. Para Mary Del Priore (2010), o destaque conferido à questão da precariedade das condições de vida das crianças brasileiras, inclusive pelos estudos acadêmicos, é importante porque explica as próprias especificidades da constituição histórica da infância no País¹². Vale ressaltar que, apesar de reconhecer as dificuldades inerentes às desigualdades sociais, a autora faz uma ressalva de que a história das crianças no País não é composta apenas de sofrimento e violência, mas também de afetos entre elas e os adultos:

[...] Diferentemente da história da criança feita no estrangeiro, a nossa não se distingue daquela dos adultos. Ela é feita, ao contrário, à sua sombra. No Brasil, foi entre pais, mestres, senhores e patrões, que pequenos corpos tanto dobraram-se à violência, às humilhações, à força, quanto foram amparados pela ternura dos sentimentos familiares mais afetuosos (PRIORE, 2010, p. 14).

Isso ajuda a explicar, então, por que, embora a representação da infância na página seja constituída de elementos referentes às classes populares, os produtores ressaltam sobremaneira os aspectos positivos dessa condição em suas estratégias. Além disso, quando certos elementos negativos referentes às condições de pobreza se fazem presentes nos *posts*, são utilizadas algumas estratégias para “amenizá-los”, como a ênfase na abordagem lúdica e no estilo humorístico. Na nossa compreensão, tais fatores tendem a favorecer a identificação por parte de um público mais amplo, mesmo entre aqueles que não fazem parte do segmento social representado nesse recorte de classe.

Nos comentários, os próprios internautas também costumam ressaltar os aspectos positivos que consideram haver em meio a essas condições desfavoráveis. Em mais de uma publicação, por exemplo, pudemos observar a ênfase sobre a criatividade que as pessoas

¹²Para as crianças brasileiras em situações financeiras mais precárias, o trabalho costumou ser priorizado em detrimento da formação escolar, cujos altos custos dificultavam e, em muitos casos, até mesmo impediam o acesso delas à escola. Além disso, a pobreza das condições materiais dos próprios lares – exemplificada nos cortiços e nas favelas – dificultou o desenvolvimento de uma vida familiar privada, em comparação com as elites. Esse contexto não teria propiciado, portanto, o estabelecimento de fronteiras entre crianças e adultos de forma tão forte como já havia ocorrido na Europa, ou mesmo nas famílias ricas brasileiras (PRIORE, 2010).

desenvolvem para solucionar os problemas que surgem diante das dificuldades financeiras: “Meu tempo era de improviso não tinha dinheiro *mais* tinha imaginação [sic]”, comentou um internauta sobre o *post* abaixo:

Figura 29 – Carro de lata



Fonte: Suricate Seboso (13 nov. 2015)

Graças à criatividade desenvolvida frente às dificuldades, surgem então as táticas, que são elementos bastante destacados nos conteúdos, como viemos analisando. Para as crianças, esse aspecto se manifesta, por exemplo, ao “transformarem” diversos objetos do cotidiano em brinquedos, incorporando-os, então, às suas culturas lúdicas. Na imagem acima, por exemplo, uma lata de sardinha é transformada em um carrinho.

Outro aspecto positivo destacado pelos internautas nessas situações é a felicidade experimentada por eles quando eram crianças, mesmo diante das dificuldades enfrentadas no passado. Essa felicidade é expressa, nos conteúdos da página, principalmente em relação às práticas lúdicas. Isso se explica sobretudo devido a uma característica comum às brincadeiras, que é a capacidade de levar os indivíduos a transcenderem a realidade e, assim, os problemas que enfrentam no dia-a-dia. Mesmo entre os internautas que relatam viver atualmente em condições financeiras melhores, enfatiza-se, de modo recorrente, a alegria experimentada na infância, como na Figura 29: “Tempo bom,, *hj* tenho carro *top*, *mais* sempre imagino como foi na infância, graças a Deus o mundo gira, *mais* se fosse preciso, viveria tudo [novamente] [...] [sic]”.

Em relação aos processos de identificação relativos ao recorte de classe social, gostaríamos de discutir apenas mais um aspecto, que está relacionado ao sentimento de “vergonha” que Diego Jovino considera ter havido nos nordestinos em relação aos elementos vividos no cotidiano das cultura regionais antes da criação da página. Para ele, os habitantes da região tinham certa dificuldade em manifestar o orgulho por esses elementos culturais porque estes não tinham tanta visibilidade e reconhecimento na esfera pública (informação verbal).

Para nós, as estratégias utilizadas na construção da representação da infância em relação ao recorte de classe social podem ser vistas como fatores que ajudam a explicar o porquê da mudança desse sentimento. É possível que esses elementos possam não ter sido tão destacados antes porque as classes populares, raramente representadas de forma positiva em outros conteúdos na radiodifusão ou no ciberespaço, não se configuram como segmento de maior poder político e econômico na sociedade.

5.2.1.3 Geração

Identificamos ainda que os processos de identificação, com base na representação da infância na página, atendem também a uma abordagem geracional. Afinal, diversos *posts* referem-se a elementos das culturas infantis de décadas passadas, sobretudo 1980 e 1990. O próprio Diego Jovino, que é o principal responsável pela produção do conteúdo para o *Facebook*, viveu sua infância nesse período.

Os primeiros meses de atividade da página consistiram no período em que observamos uma recorrência maior desses elementos mais relacionados a certas gerações, principalmente produtos da indústria cultural, como jogos eletrônicos e programas televisivos.

Figura 30 – Sucos artificiais em pó



Fonte: Suricate Seboso (16 nov. 2015)

Dentre os *posts* analisados, identificamos, na Figura 30, algumas marcas de sucos artificiais em pó que eram produzidos principalmente durante as décadas de 1980 e 1990 e cujo público-alvo era composto principalmente por crianças. Além disso, tanto nas fotos dispostas na montagem quanto nos comentários, há referências à apresentadora Angélica, que alcançou sucesso nos períodos citados acima, com seus programas televisivos infantis.

Diferentemente dos produtos citados, que circularam apenas durante certo período, não conseguimos identificar indícios tão explícitos dessa perspectiva geracional em relação a outros elementos que também foram representados nas publicações analisadas, como certos objetos e práticas cotidianas. Por isso, é possível que internautas de diversas gerações se identifiquem, por exemplo, com as brincadeiras e outros elementos das culturas lúdicas representados no conteúdo da página. Afinal, apesar de reconhecer as diferenças entre as vivências de crianças em contextos diversos, Sarmiento (2004) afirma que existem aspectos “universais” na estruturação das gramáticas das culturas infantis em geral, especialmente nos princípios que orientam as práticas lúdicas.

Com base em alguns aspectos da página e nos próprios depoimentos dos produtores, no entanto, podemos considerar haver a prevalência de referências mais afeitas às culturas infantis vividas no passado do que às experiências da atual geração de crianças. Nos textos de legendas que acompanham diversos *posts* e também em alguns comentários, há expressões que

classificam os elementos das formas simbólicas como antigos: “*Minino*, isso aqui é *dazanta!!!* [sic]” (FIGURA 29)¹³.

Além disso, é preciso lembrar que a maior parcela do público da página no *Facebook* ainda é composto por jovens e adultos, e não por crianças, como citamos anteriormente. Esse também é um fator que se relaciona com os processos de identificação na perspectiva geracional.

Por outro lado, um fator levado em consideração pela equipe de produção é a afirmação de Diego Jovino de que há crianças que, atualmente, acessam os conteúdos publicados. Em parte, ele atribui o alcance da página sobre esse segmento do público à possibilidade de elas identificarem-se com os elementos representados porque viveriam, em seus próprios cotidianos, experiências similares às que estão representadas nos *posts*. Nesse caso, atuariam conjuntamente, para favorecer o interesse desse público sobre a página, os aspectos “universais” das culturas infantis e os elementos particulares da própria cultura regional:

Tem palavras que eu uso lá que são muito antigas, [penso] *tipo*: “Ah, os meninos de hoje nem lembram essa palavra”. [Mas] *Lembra* sim, eles falam, ainda faz parte da realidade, ainda (informação verbal).

O produtor também considera que muitas crianças podem se sentir atraídas pelo conteúdo mais por gostarem do estilo com que são expressas as formas simbólicas – por exemplo, com imagens caricaturais, textos coloquiais e enredos humorísticos – do que por terem familiaridade com algumas delas em seus cotidianos (informação verbal)¹⁴.

Já os internautas jovens e adultos manifestam, de modo recorrente, uma sintonia maior com essas estratégias pautadas no fator geracional e utilizadas para promover os processos de identificação. Na Figura 28, por exemplo, uma pessoa afirma: “Não troco minha infância pela do meu filho hoje”, mesmo destacando que as condições financeiras eram menos favoráveis quando ela era criança.

¹³“Dazanta” é a forma resumida da expressão “das antigas”, que significa “dos tempos antigos”.

¹⁴As relações estabelecidas com esse suposto segmento minoritário do público, composto por crianças, é um aspecto bastante interessante para ser levado em conta. No entanto, não dispomos de muitos recursos para explorá-lo a fundo, visto que, nos dados da composição do público identificados por nós e nos materiais coletados durante nossas observações netnográficas no *Facebook*, não identificamos crianças que acessavam a página. Pontuamos então nossas considerações sobre esse aspecto porque, de acordo com Jens Qvortrup (2010), as percepções históricas e geracionais sobre a infância não demandam necessariamente que as crianças sejam diretamente observadas ou questionadas, quando se buscam conhecer sobretudo os universos infantis e as estruturas em que as crianças vivem.

Figura 31 – Pedir a bênção



Fonte: Suricate Seboso (26 out. 2015)

O *post* acima evidencia o recurso à abordagem geracional porque faz referência a uma prática inserida nas relações entre os membros mais jovens e os mais velhos da família: “Até hoje, minha família toda [pede a bênção], jovens, adultos e crianças”. Nesse comentário, destacamos a utilização do termo “até hoje”, visto que a prática pode ser relacionada ao passado. Outro internauta, inclusive, relata a própria idade (25 anos), afirma que adota a prática atualmente e diz também que educará os próprios filhos de acordo com esse princípio.

Quando se trata das tradições, como a de pedir a bênção, é esperado que sejam destacadas as referências a tempos passados. Afinal, para Eric Hobsbawn (2008), uma tradição busca estabelecer uma continuidade com o passado, tentando estruturar de maneira imutável ou invariável alguns aspectos da vida social, como forma de reação a situações novas que comprometam a continuidade destes. No caso exemplificado na Figura 31, os produtores e alguns internautas parecem reforçar a significação da prática representada como uma tradição, diante de um contexto em que muitos jovens e crianças parecem não realizar mais esse gesto frequentemente, conforme indica um comentário, de modo irônico: “Só o povo de 92 [anos] pra baixo faz isso”.

Observamos ainda, com curiosidade, o fato de termos identificado, em dois *posts* diferentes, comentários com referência a um mesmo aspecto. Quando tratavam de brincadeiras, ambos os internautas compararam a infância vivida por eles à experiência da infância das gerações atuais:

Marre claro que *ar mundiça* de hoje *num* tem *umas* ideia dessa... só vive de *playstation* e computador e *num* socializa nem com gente [*sic*] [...].

Kkkk isso que era brincadeira, oh tempo bom quando éramos crianças. *Ar praga* de *hj* só quer *de* saber de ficar *nessas* internet [*sic*].

Por meio de expressões carregadas de um tom humorístico, como “*mundiça*” e “*praga*”, os comentários acima tratam, de forma pejorativa, as crianças da atualidade, ressaltando o aspecto de que estas acessariam as mídias eletrônicas excessivamente.

Todos esses modos de realçar tensionamentos entre as gerações estão relacionados às definições de infância “por exclusão”, discutidas no capítulo anterior. Nessa perspectiva, as crianças não são apenas “excluídas” do mundo dos adultos, como elas também os “excluem” dos universos considerados infantis (BUCKINGHAM, 2000). Observamos, então, que os indivíduos que se sentem majoritariamente representados nos conteúdos da página procuram afirmar-se como pertencentes a certas gerações, diferenciando-se de outras, sobretudo da infância atual. Esses jovens e adultos, muitas vezes, manifestam identificação com os elementos de suas próprias infâncias representados nos posts, excluindo, para isso, em seus discursos – ou, muitas vezes, desqualificando – os elementos característicos das vivências infantis na atualidade, como nos comentários citados acima.

Destacamos, por fim, que toda essa reflexão sobre o aspecto da geração nos leva a retomar a importância da discussão realizada no capítulo anterior, sobre as concepções de infância como categoria estrutural e como período da vida (QVORTRUP, 2010). Afinal, ela é representada na página sobretudo como um grupo de indivíduos que compõem ou compuseram a estrutura geracional da sociedade em determinados períodos e lugares. Por isso, muitos internautas podem identificar-se entre si como pertencentes às mesmas gerações, visto que vivenciaram alguns dos mesmos elementos presentes nas formas simbólicas analisadas nessa dissertação. Além disso, a representação também remonta ao período da infância individual de cada um deles, o que reforça a evocação do sentimento de nostalgia, um efeito de sentido que será analisado em uma das próximas seções.

Jens Qvortrup (2010) ressalta, nesse sentido, o fato de a infância ser uma categoria presente na estrutura geracional das mais diversas sociedades modernas, além do fato de que todos os indivíduos passam por esse período da vida, que é, no entanto, transitório. Ademais, o autor atenta para a variabilidade dos elementos culturais que caracterizam a infância nos diversos contextos, dados os fluxos intensos de mudança pelos quais passa essa categoria:

Quando argumentamos que a infância se modifica ao longo da história ao mesmo tempo que permanece enquanto categoria, estamos afirmando que existe mudança e continuidade. Os parâmetros da infância têm seus valores alterados constantemente

(do ponto de vista interno, no entanto, em ritmos e velocidades diversos). Contudo, a infância mantém certos padrões que a tornam passível de contraste, porque sofre o impacto basicamente dos mesmos conjuntos de parâmetros. Mesmo no decurso de distantes intervalos históricos e culturais, a infância deve ser reconhecível e identificável contanto que faça sentido empregar esse conceito (QVORTRUP, 2010, p. 638).

5.2.1.4 Gênero

A última categoria social que gostaríamos de destacar nos recortes feitos pelas estratégias dos produtores ao construir a representação da infância na página é a de gênero, visto que, na maior parte do conteúdo, são mais explícitas as referências ao universo masculino. Assim como as representações das categorias explicitadas nas seções anteriores (região, classe social e geração) proporcionam processos de identificação também por parte dos produtores, consideramos que as referências ao gênero masculino também foram selecionadas por apresentarem maior proximidade com as vivências deles.

Além do fato de o protagonista ser um menino, Sebosinho, a representação da infância é construída na página com base em formas simbólicas com referências a elementos comumente atribuídos ao universo masculino. Dentre as práticas, destacamos, por exemplo, algumas brincadeiras, como o futebol. Já em relação à linguagem utilizada, é utilizada a expressão “macho”, com a qual muitos homens cearenses costumam se tratar no cotidiano.

Após alguns anos de atividade, a equipe de produção criou um personagem infantil feminino: a Julinha. Contudo, nas poucas tirinhas em que aparece, ela é coadjuvante nos enredos. De forma geral, os elementos dos universos femininos estão presentes no conteúdo de forma mais relacionada à personagem Toinha Cacimbão, que é uma adolescente.

Observamos que o aspecto da prevalência da representação do gênero masculino é, de alguma forma, apropriado pelo público, conforme indica o comentário na Figura 29: “Os meninos com esse carrinho e as meninas com uma boneca de sabugo de milho *em rolada* no pano *nóis é pobi* mas é criativo kkkkkkkkk [sic]”. Aqui, a internauta caracteriza o carrinho de lata representado no *post* como um brinquedo masculino e uma boneca feita de sabugo de milho como um brinquedo feminino.

O aspecto da masculinidade, para Albuquerque Jr. (2003), é comumente reforçado pelos discursos regionalistas referentes ao Nordeste. A ideia do “macho” está entre os principais estereótipos que construíram as representações de indivíduos do sexo masculino que nascem na região. Essa característica foi tradicionalmente atribuída de forma tão forte à imagem do povo

nordestino que mesmo algumas mulheres da região passaram a ser caracterizadas pela representação da “mulher-macho”.

De forma geral, observamos haver pouca rejeição por parte das mulheres em relação a essas estratégias de representação de gênero. Não identificamos, por exemplo, comentários em que houvesse questionamentos sobre esse recorte. Nesse sentido, podemos considerar que, de alguma forma, são estimulados processos de identificação por parte dos internautas de ambos os sexos. Afinal, a própria composição do público, conforme os dados apresentados no segundo capítulo, reunia mais mulheres (57,2%) do que homens (42,8%).

5.2.2 *Evocação do sentimento de nostalgia*

Outro efeito de sentido identificado por nós, que colabora bastante na produção dos processos de identificação, principalmente na perspectiva geracional, é a evocação do sentimento de nostalgia. Observamos que os elementos representados nas formas simbólicas materializadas na página remetem ao passado vivido pelo público e pelos produtores, e ambos parecem recordá-los com um sentimento nostálgico, atribuindo-lhes características positivas.

As referências às tradições têm um papel importante na produção desse efeito de sentido, visto que elas buscam sobretudo estabelecer uma continuidade com o passado, como discutimos anteriormente. Por isso, elas podem consistir, inclusive, em símbolos da coesão entre os indivíduos pertencentes a um mesmo grupo social – no caso, a população de uma mesma região (HOBSBAWN, 2008). Nos *posts* analisados em nosso *corpus*, identificamos apenas o reisado como manifestação mais clara de uma tradição folclórica (FIGURA 20), o que não retira a importância dessa categoria de elementos para os conteúdos da página como um todo.

Em diversos comentários, os internautas narram experiências vividas por eles no passado, relacionando-as aos elementos expressos no conteúdo da página, como foi o caso da publicação sobre o reisado:

Eu achava bom demais, já ficava de pé escutando uma parte da cantoria, aí eu corria pro quarto pra pedir dinheiro o pai e ele ficava fazendo hora eu tinha medo dele não me dar e eu passar vergonha *por que* na casa que a pessoa não abria a porta eles cantavam um refrão chamando a pessoa de pão duro kkkkkkkkk eu não queria ser chamada assim, embora eu fosse uma criança... Ô saudade dos reisados!! [sic].

De forma geral, eles expressam certa nostalgia relativa mais à vivência da infância que de outros períodos de suas vidas. Por isso, a construção da representação da infância apresenta um papel tão estratégico na produção desse efeito de sentido. Mesmo em publicações

que não tratam de elementos tão específicos das culturas infantis, como da figura abaixo, é interessante notar que há comentários dos internautas referentes ao período em que eles eram crianças:

Figura 32 – Dormir sob goteiras



Fonte: Suricate Seboso (20 jan. 2016)

O *post* da Figura 32 refere-se à prática de dormir em casas que geralmente não têm forro e que, por isso, apresentam algumas goteiras quando chove. Certamente, esse não constitui um elemento específico das gramáticas das culturas infantis, fazendo parte também das vivências de outras categorias etárias, assim como o reisado. Apesar disso, no primeiro comentário, uma internauta relaciona a prática representada no conteúdo às memórias do período em que era criança: “boas lembranças de minha infância, que nunca vou esquecer!”.

Nesse e em outros *posts*, percebemos também a importância do elemento das sensações – explicitado no início deste capítulo – para a evocação do sentimento de nostalgia. Visto que se configuram como categorias bastante subjetivas, algumas sensações podem ser evocadas pela página, de forma mais precisa, apenas sobre as pessoas que já as experimentaram diretamente no passado.

As publicações que analisamos apresentam referências diretas a sensações, como paz, medo e vergonha. Há também a rememoração de sensações físicas, como indica o comentário na Figura 32: “Eu amava, quando eu dormia de rede em Fortaleza; a minha rede

ficava embaixo de um furo na telha e toda vez que chovia, eu colocava meu rosto pra sentir os pingos...”.

A referência ao elemento das sensações é importante para estimular as memórias dos internautas que as experimentaram em algum momento das suas vidas. Esse aspecto está intimamente relacionado à produção dos processos de identificação, ao estimular que os internautas se apropriem dos elementos representados nos conteúdos da página por serem próximos às suas culturas vividas.

Assim como o primeiro efeito de sentido, explicitado na seção anterior, a evocação do sentimento de nostalgia também se apoia nos modos como são expressos os outros tipos de elementos analisados por nós, como os objetos e as práticas cotidianas. A apresentação do formato específico de um pente, por exemplo, especializado na prática específica de tirar piolhos, na Figura 22, instiga mais facilmente as memórias dos internautas, que são estimulados a identificarem-se com esse objeto, de modo relacionado a tal prática, mais do que se fosse utilizado outro formato genérico de pente.

Há ainda a insinuação de relações implícitas entre certos aspectos representados, a qual se apresenta de forma mais clara para as pessoas que vivenciaram as situações representadas, como analisaremos melhor no exemplo abaixo:

Figura 33 – Trocar garrafas de vidro e panelas de alumínio por algodão doce



Fonte: Suricate Sebosó (9 nov. 2015)

Foi interessante o que ocorreu quando observei o *post* acima pela primeira vez. Inicialmente, não consegui identificar claramente qual a relação existente entre algodão doce,

panelas de alumínio e garrafas de vidro. Como essa prática não fazia parte do meu cotidiano, descobri, por meio de uma pesquisa exploratória e da própria leitura dos comentários, que catadores de material reciclável passavam pelas cidades oferecendo algodão doce em troca de panelas e garrafas usadas. Isso estimulava muitas crianças a juntarem esses utensílios para ganhar o doce, como indicam os internautas na Figura 33.

Por outro lado, certos elementos puderam ser identificados mais diretamente às minhas vivências pessoais, como no *post* abaixo:

Figura 34 – “Traga a vasilha”



Fonte: Suricate Seboso (17 out. 2015)

A imagem retrata a prática de carros de som que anunciavam a venda de diversas bolas de sorvete pelo preço de um real, com o *slogan* “Traga a vasilha!”. Como eu pude vivenciar essa experiência durante minha infância, percebi facilmente que a forma simbólica apresentada acima evocou mais fortemente um sentimento de nostalgia em mim do que a da Figura 33. Afinal, quando criança, aos domingos, eu cheguei a escutar o carro passando em frente à minha casa algumas vezes, embora nunca tenha experimentado o sorvete. Por isso, o *post* não evocou, em mim, a lembrança do gosto do alimento, como pode ter acontecido com outros internautas.

O *post* da Figura 34 é ainda assinado pelo próprio Diego Jovino, uma prática comum em diversas publicações. Esse é um dos indícios de que a evocação do sentimento de nostalgia, bem como os demais efeitos de sentido, são produzidos também sobre os próprios

criadores da página. É significativo lembrar, por exemplo, que, na Figura 25, Diego chegou a publicar uma foto sua quando criança.

Além disso, nos textos de certos *posts*, o criador da página manifesta alguns de seus gostos pessoais e práticas que lhe eram comuns no período da infância. Apresentamos abaixo uma publicação em cujo texto Diego Jovino declara uma preferência pessoal em relação a um tipo de alimento:

Figura 35 – Sucos em garrafinhas de brinquedo



Fonte: Suricate Seboso (11 out. 2015)

Enquanto Diego afirma preferir a garrafa de suco em formato de Fusca, uma internauta manifesta, nos comentários, sua preferência pelo formato de celular. Além disso, ela relata uma experiência vivida durante o período da sua infância, quando utilizava o objeto representado na imagem como brinquedo: “quando acabava [o suco] eu *finjia* qui tinha um celular pra fazer ligações com minhas amigas kkkkkk [*sic*]”.

O efeito de evocação do sentimento de nostalgia pode ser identificado ainda por outro tipo de indício que observamos com bastante recorrência no *corpus* analisado. É comum, nos *posts*, haver referências a uma dicotomia entre o passado e o presente, como se aquele fosse melhor do que este em alguns aspectos. Essa dicotomia manifesta-se sobretudo de dois modos: o primeiro, já citado anteriormente, ocorre quando os internautas atribuem aspectos positivos mais às vivências infantis de suas próprias gerações do que às das gerações atuais de crianças; o segundo modo refere-se à manifestação de uma nostalgia em relação ao tempo de suas próprias infâncias, que é representado, em seu discurso, como um período mais feliz que o da

vida adulta. O modo de expressar essa relação entre passado e presente é bastante articulado, como mostram os seguintes comentários de internautas:

Ô saudades da minha infância, no meu tempo foi infância mesmo, brincadeiras, banho de chuva, conversas na porta, paquerinhas ai que tempo bom [...].

Engraçado como antigamente tudo era mais simples e mais barato e mais significativo. E mesmo correndo risco de saúde (com excesso de açúcar) a gente ficava muito feliz com tão pouco¹⁵.

É possível observar, então, como, em regra, privilegiam-se os aspectos positivos dos elementos vividos no passado. Mesmo se há referências a dificuldades financeiras ou outros desafios enfrentados nesse tempo, como discutimos em uma das seções anteriores, essas condições são representadas prioritariamente de forma positiva, tanto pelos produtores quanto pelo público. Se há algum destaque para aspectos negativos dessas condições, a referência é realizada, em geral, por meio do tom humorístico.

Para David Buckingham (2000, p. 24), as representações da infância construídas por adultos em seus discursos são contraditórias porque, muitas vezes,

dizem mais sobre os investimentos adultos e infantis na idéia de infância do que sobre a realidade das vidas das crianças, e são freqüentemente imbuídas da nostalgia de uma Era de Ouro perdida de brincadeira e liberdade. No entanto, essas representações não podem ser desconsideradas como mera ilusão. Seu poder depende do fato de que elas também contêm uma certa verdade; elas têm de falar, de forma inteligível, tanto às experiências vividas pelas crianças como às lembranças dos adultos, o que pode trazer, a um só tempo, dor e prazer.

Certamente, no caso de Suricate Seboso, a representação da infância fala de forma bastante “inteligível” às experiências vividas pelo público, composto sobretudo por jovens e adultos. Afinal, a partir do momento em que os internautas se apropriam dessa representação de forma nostálgica, eles legitimam os elementos que a compõem, identificando-os como representativos das vivências cotidianas deles próprios, principalmente no passado. Isso não significa que as formas simbólicas são “reflexos” das experiências infantis dos indivíduos, visto que a construção daquelas está embutida dos “investimentos” destes em relação à ideia de infância, como diz o autor. A exclusão de alguns aspectos mais negativos, portanto, mostra-se como uma estratégia bem-sucedida na produção dos efeitos de sentido, sobretudo a evocação da nostalgia.

Muitos dos elementos que compõem a representação da infância, no entanto, sobressaem-se por remeterem não apenas a vivências cotidianas do passado, mas também por

¹⁵A referência ao açúcar deu-se porque o comentário foi feito sobre a publicação que abordava as marcas de suco artificial em pó (FIGURA 30).

terem estado, em alguma medida, “silenciados” antes da página, como discutimos anteriormente. Por isso, na próxima seção, analisamos como é buscada a produção do efeito de sentido relativo à publicização desses e de outros elementos da esfera privada. Para nós, essa é uma das estratégias de edição dos conteúdos da página que mais ajuda a explicar o sucesso conquistado por ela, como discutiremos a seguir.

5.2.3 Publicização do privado

Como já citamos ao longo dos outros capítulos, um dos fatores que ajudam a explicar o sucesso da página é a estratégia dos produtores de destacar, em suas representações, elementos que podem ser identificados nos cotidianos regionais, mas que não estavam tão presentes nos discursos midiáticos hegemônicos antes da criação de Suricate Seboso.

Figura 36 – Plástico-bolha



Fonte: Suricate Seboso (5 dez. 2015)

A imagem acima mostra um exemplo de prática cotidiana (estourar plástico-bolha) em que podemos identificar um deslocamento da esfera privada para a esfera pública. No segundo comentário, por exemplo, uma internauta indica o caráter privado com que realiza esse tipo de ação: “eu costumo fazer isso nas lojas quando encontro uma tv enrolada nessas bolinhas disfarço e começo a estourar suspiro o mais alto que posso *pra* não dar tanto barulho ;([*sic*]”.

Ao longo dos *posts* analisados, o modo como duas brincadeiras foram representadas também chamou nossa atenção sobre esse efeito da publicização do privado:

Figura 37 – Adedonha

TEM GENTE QUE NUNCA RÁI SABER

Bruno Uelery (10)	Anival Uelery (5)	Olyto Uelery (5)	Fructo Uelery (10)	Jungar Uelery (5)	Artista Uelery (5)	MSE Uelery (10)	PCN Uelery (10)	Cor Uelery (5)	Transporte Uelery (5)	Jab Uelery (5)	TOT
105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	80
105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	85
105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	85
105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	80
105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	85

O QUE É BRINCAR O "ADEDONHA"

Fonte: Suricate Seboso (13 out. 2015)

Figura 38 – Brincadeira sobre casamento

TEM GENTE QUE NUNCA RÁI SABER

1,2,3,4,5

PAIS 1		NAMU 1
PAIS 2	20	NAMU 2
PAIS 3		NAMU 3

POBRE, RICO, MILIONARIO

O QUE É SE ILUDIR ACHANO QUE RÁI TER UM NAMORADO MILIONARIO, CASAR COM 18 ANOS, TER 1 FILHO E IR MORAR NA FRANÇA!

Fonte: Suricate Seboso (27 dez. 2015)

Nesses casos, um dos indícios da publicização do privado é a estratégia de divulgar as brincadeiras, inclusive com a utilização das imagens das folhas de caderno escritas, deixando, ao mesmo tempo, as suas regras implícitas. Desse modo, há uma tendência de que os indivíduos que vivenciaram diretamente essas práticas em seus cotidianos, especialmente durante a

infância, identifiquem-se mais fortemente com as formas simbólicas. O modo como foi escrito, por exemplo, na legenda do *post* da Figura 37, “Adedooooooooooooooooonha!”, remete à forma como é dita a expressão em determinados momentos do jogo, definidos de acordo com as regras. Aos internautas que não as conhecem, pode ser mais difícil identificar essa referência sem tais indicações, que não fazem parte do seu cotidiano.

Mais elementos com esse caráter privado podem ser identificados nos diversos *posts* analisados nesta pesquisa e apresentados, principalmente, neste capítulo, tais como os objetos e as práticas próprias do ambiente doméstico, além das brincadeiras, superstições, entre outros. Diego Jovino afirma, inclusive, que a representação deles na página atua no sentido de ativar as lembranças dos produtores e do público, evocando também o sentido de nostalgia, já que muitos desses aspectos estariam esquecidos até então:

Tem coisas que eu nem lembro, a galera posta lá, aí eu: “Vixe!”. Até mesmo minhas postagens, que tem coisas que a galera nem lembrava antes, aí comenta: “Vixe, é mesmo!” (informação verbal).

Isso não significa que todos esses elementos que destacamos se limitam a aspectos “secretos” ou “misteriosos”, visto que já faziam parte das experiências coletivas de diversos grupos sociais antes da criação da página. O que nos parece mais relevante é reconhecer que eles estavam, em alguma medida, “silenciados”, no sentido de que não encontravam, até então, tanto destaque na esfera pública.

Por isso, antes de Suricate Seboso, esses elementos consistiam, nas palavras de Richard Johnson (2010), em *formas privadas* porque pertenciam prioritariamente à instância das culturas vividas no cotidiano, levando em conta o circuito de produção e consumo cultural apresentado no segundo capítulo. O autor difere-as especialmente das *formas públicas*, que estão presentes, de modo mais explícito, na instância dos “textos”:

Formas privadas não são necessariamente privadas no sentido usual de individual ou pessoal, embora elas possam ser ambas. Elas podem também ser partilhadas, comunais e sociais de um modo que as formas públicas não o são. É sua particularidade e sua concretude que as assinalam como privadas. Elas se relacionam às experiências características de vida e às necessidades historicamente construídas de categorias sociais particulares. Elas não pretendem definir o mundo para aquelas pessoas que estão situadas em outros grupos sociais. Elas são limitadas, locais, modestas. Elas não aspiram à universalidade. Elas estão também profundamente imersas na interação social cotidiana (JOHNSON, 2010, p. 43-44).

Nas seções anteriores, discutimos as estratégias de construção das formas simbólicas presentes no conteúdo da página com base na representação de elementos relativos a certas categorias sociais (região, classe social, geração e gênero). Isso nos permite perceber o aspecto coletivo das formas privadas que foram apropriadas pela página e projetadas na esfera

pública, como ressalta o autor acima. Além disso, como consideramos haver uma prevalência desses elementos do cotidiano na constituição das formas simbólicas, eles tendem a ter uma relevância maior para indivíduos que se identificam como integrantes aos agrupamentos sociais presentes de modo mais recorrente na página.

O circuito de Johnson (2010) destaca ainda, como dissemos no segundo capítulo, que a produção de formas públicas alimenta-se sobretudo das formas privadas. Esses processos de publicização permitem então que as formas privadas ganhem maior visibilidade e abrangência social e cultural.

No que se refere especificamente à representação da infância, consideramos que a página conferiu maior importância social a uma abordagem regionalista dessa categoria. Até então, a relação entre infância e regionalidade era pouco destacada nos discursos midiáticos hegemônicos e, inclusive, nos discursos acadêmicos, como já havíamos citado. Mesmo alguns conteúdos que consideravam essa abordagem, como certas obras de literatura infantil, não haviam alcançado um público tão vasto quanto o da página estudada.

O “silenciamento” desses elementos existentes até então foi possível porque nem todas as formas privadas passam por esses processos de deslocamento para a esfera pública. Consideramos que isso acontecia com muitos dos elementos das culturas vividas representados na página, antes da sua criação:

Existem, naturalmente, profundas diferenças em termos de acesso à esfera pública. Muitas das preocupações sociais não ganham absolutamente qualquer publicidade. Não se trata simplesmente do fato de que elas continuem privadas, mas de que elas são ativamente privatizadas, mantidas no nível do privado (JOHNSON, 2010, p. 49).

De acordo com o autor, essas diferenças acontecem porque os circuitos de produção e consumo cultural estão permeados por relações de poder entre os indivíduos, que atuam na definição do que é mantido em âmbito privado e do que é publicizado (JOHNSON, 2010). Para nós, o recorte de classe social utilizado na construção da representação da infância é um dos principais fatores para o “silenciamento” desses elementos até a criação da página, conforme observamos. Como dissemos neste capítulo, o principal segmento representado é o das classes populares, que, diferentemente de outras categorias sociais, não dispõe de tantos recursos para a produção e a disseminação de formas simbólicas próprias. Assim, os produtores estrategicamente lançam mão desses elementos para construir, na esfera pública, uma representação própria, com a qual esse segmento da sociedade pode se identificar de forma mais intensa.

Além dos processos discutidos acima, por meio dos quais as formas privadas são publicizadas, é importante considerar que a produção e o consumo das formas públicas interferem também sobre as formas privadas das culturas vividas. Afinal, os indivíduos que compõem o público “produzem suas próprias re-apropriações dos elementos que foram, anteriormente, tomados de empréstimo de sua cultura vivida e de suas formas de subjetividade” (JOHNSON, 2010, p. 48).

De acordo com os depoimentos dos produtores da página, os internautas que acessam Suricate Seboso passaram a conferir uma importância nova, no seu próprio cotidiano, aos elementos representados na página, embora estes tenham sido apropriados daquele cotidiano. O principal exemplo citado por eles é relativo às expressões da oralidade local, que ganharam ainda mais relevância no vocabulário falado pelo público em seu dia-a-dia:

A galera, às vezes, fala alguma palavra meio antiga, [então dizem:] “Só quer ser o Suricate!”, aí lembra *do* Suricate. Alguém fala alguma coisa *pra tu* antiga, aí fala: “Vou postar isso aqui no Suricate”. Acho que o pessoal começa a falar até muito “puxado”, até com nosso sotaque, e usar muitas palavras antigas, às vezes. Aí se for *pra* internet, aí já vai lembrar do Suricate... E a galera começou a usar muito o “*Armaria, nam!*”, o “*Uri, cumpadi!*”. Quando eu comecei a postar, meus amigos começaram a usar muito o “*Armaria, nam!*” e o “*Uri, cumpadi!*” também (informação verbal).

Podemos ainda observar, em nosso próprio dia-a-dia, que a reapropriação dos elementos da página por parte do público tem implicação efetiva sobre as culturas vividas. O próprio Diego Jovino (*apud* PIMENTEL, 2014) afirma: “Temos uma responsabilidade imensa, pois sabemos dessa influência que o Suricate Seboso exerce hoje”. Nesse processo, atuam não apenas as expressões do vocabulário, mas também os diversos elementos analisados neste capítulo (objetos e práticas cotidianas, táticas, brincadeiras, tradições, superstições...), os enredos das tirinhas e as figuras dos próprios personagens, que são atribuídos, muitas vezes, às culturas regionais.

Por fim, um dos fatores que consideramos importante para compreender esses processos é um aspecto citado por Serge Moscovici (2004) como próprio da construção de representações: a *familiarização*, que é uma tendência comum nas culturas de diversos grupos sociais.

Quando tudo é dito e feito, as representações que nós fabricamos – duma teoria científica, de uma nação, de um objeto, etc. – são sempre o resultado de um esforço constante de tornar comum e real algo que é incomum (não-familiar), ou que nos dá um sentimento de não-familiaridade (MOSCOVICI, 2004, p. 58).

Como as formas privadas do cotidiano têm um papel relevante na construção da representação de infância nos *posts*, elas certamente contribuem para um sentimento de

familiaridade, que está relacionado também aos processos de identificação junto aos produtores e ao público. Afinal, muitos desses elementos remetem a experiências pessoais vividas pelos internautas. Como procuramos ressaltar, a comunicação midiática hegemônica na esfera pública conferia, até o surgimento da página Suricate Seboso, pouca relevância a esses elementos, favorecendo que o próprio processo de publicização destes fosse, em alguma medida, não-familiar para os internautas.

Dessa forma, para nós, fica evidente que a apropriação de elementos privados do cotidiano se configura como uma estratégia que busca produzir, nos indivíduos, esse sentido de familiaridade em relação à representação de infância, e isso é feito por meio de uma abordagem regionalista, até então praticamente ausente da esfera pública no País.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como destacamos desde os primeiros capítulos, a produção dos conteúdos e o desenvolvimento das diversas atividades da marca Suricate Seboso são orientados por estratégias dos produtores, muitas das quais foram bem-sucedidas no sentido de conquistar maior visibilidade para a página e para a imagem das pessoas dos produtores, além de consistir em um negócio rentável para eles. É com esses objetivos principais que cada um deles constrói, nos conteúdos publicados, seu *ethos* de modo bastante associado à marca.

O modelo de circulação cultural de Richard Johnson (2010) ajudou-nos a compreender melhor as relações entre produtores e público, permitindo identificar três efeitos de sentido pretendidos em sua comunicação: o mais importante deles, *a produção de processos de identificação* dos indivíduos com os elementos do conteúdo, sobretudo porque estes são representados com uma proximidade em relação às vivências de agrupamentos sociais específicos quanto a recortes de região (Ceará e/ou Nordeste), classe social (classes populares), geração (crianças das décadas de 1980 e 1990) e gênero (masculino); *a evocação do sentimento de nostalgia* em relação às suas vivências passadas, em especial durante o período da infância; e *a publicização do privado*, ou seja, a transformação de formas privadas, do âmbito das culturas vividas, em formas públicas, ao passarem a ser divulgadas na mídia e popularizadas no cotidiano da sociedade.

De acordo com nossas análises, a infância tem um papel estratégico na comunicação da página, vinculando-se à produção desses efeitos de sentido. Sobre isso, consideramos importante destacar que, embora a criança não seja produtora da página nem “alvo” principal dos seus conteúdos, ela está fortemente presente nestes, integrando o conjunto das formas simbólicas da página. Especialmente por meio dos elementos constituintes da caracterização do personagem Sebosinho e dos enredos narrativos nos quais ele é inserido, observamos que a página tende a reforçar uma série de aspectos relativos às representações da infância vigentes em diversas sociedades modernas, como a sua definição “por exclusão”, de acordo com Buckingham (2000).

Para a análise dos conteúdos, destacamos ainda a importância das concepções de infância como período de vida e como categoria estrutural (QVORTRUP, 2010). Afinal, os aspectos representados remetem às vivências do passado dos internautas, evocando assim o sentimento de nostalgia em relação aos anos em que eram crianças. Além disso, a representação contempla uma abordagem sociocultural referente às experiências de crianças

de determinados segmentos sociais, referentes a recortes de região, classe social, geração e gênero, citados acima.

Para o efeito de publicização do privado, a importância da representação da infância se deu a partir do momento em que ela foi construída com base em uma abordagem regionalista que não havíamos observado na esfera pública até então e que passou a adquirir uma significativa popularidade com sua publicação em Suricate Seboso. O efeito de publicização do privado foi compreendido melhor por nós graças à perspectiva apresentada no circuito de Johnson (2010), que elucida os fluxos das formas simbólicas entre, por um lado, os conteúdos midiáticos e a esfera pública como um todo e, por outro lado, os elementos das culturas vividas do cotidiano. Nesse sentido, identificamos como os criadores da página se apropriam de formas privadas oriundas das vivências do dia-a-dia de cearenses e nordestinos, muitas das quais não eram tão publicizadas até então. Esse processo de apropriação de formas privadas tende a se legitimar diante de uma parte significativa do público, ao reconhecer elementos presentes nos conteúdos da página como representativos das culturas vividas. Ao mesmo tempo, é importante destacar que esses próprios conteúdos também passaram a integrar o cotidiano dos indivíduos, em especial nos contextos regionais do Ceará e do Nordeste, tornando Suricate Seboso reconhecido por muitos como um símbolo da cultura regional. Um exemplo disso é o caso da popularização das expressões do vocabulário expressas na página, como o bordão “*Armaria, nam!*”.

Já a produção dos processos de identificação, por sua vez, é o efeito de sentido que mais nos ajuda a explicar o sucesso de Suricate Seboso, visto que colabora para a criação de vínculos dos internautas entre si e deles com os conteúdos publicados. Para isso, na composição das formas simbólicas, os produtores privilegiam a seleção de elementos reconhecidos pelos indivíduos pertencentes aos recortes sociais citados acima como representativos das suas vivências cotidianas.

As especificidades da abordagem humorística e regionalista do estilo da página também auxiliam na produção desse efeito de identificação. Afinal, é privilegiada uma perspectiva cômica segundo a qual os indivíduos priorizam brincar com suas próprias condições de vida, em vez de fazer zombaria com outros (LIPOVESTKY, 2005). Ademais, apesar do regionalismo, a página lança mão de um discurso que não é fundamentalista, de acordo com as concepções de Canclini (2008). Com essa afirmação, queremos ressaltar que, em nossas análises, observamos que os produtores estrategicamente evitam explicitar um tratamento pejorativo em relação aos segmentos sociais não contemplados na representação construída sobre a infância, ou seja, os indivíduos pertencentes a outros recortes de região,

classe social, geração e gênero. Além disso, eles não abordam, nos conteúdos, essas diferenças sociais de modo tão dicotômico. Por conta desses fatores, observamos, em muitos comentários, indícios de que a página é objeto de interesse inclusive de indivíduos desses outros segmentos sociais. Vale ainda destacar o fato de que a equipe de produção conta hoje com estratégias bem definidas no sentido de evitar abordar temáticas controversas em todo o conteúdo, o que ajuda a garantir-lhe um baixo índice de rejeição.

É importante ressaltar, ainda, que todos os efeitos identificados por nós são produzidos não apenas em relação aos internautas, mas também aos próprios produtores, visto que estes reforçam, nos seus *ethé*, a imagem de que são “nobres amadores”, ou seja, indivíduos “comuns” que alcançaram sucesso com base no desenvolvimento de atividades na internet (KEEN, 2009).

Os principais fatores que nos permitiram chegar a essas considerações, como destacamos em nossas análises, foram sobretudo os elementos constituintes das gramáticas das culturas infantis vividas no cotidiano que foram estrategicamente representados nos *posts*. Dentre esses elementos, destacamos os objetos, práticas, táticas, brincadeiras, superstições, tradições, sensações, entre outros, muitos dos quais são encarados como representativos também das culturas regionais.

Com base em vínculos afetivos entre os internautas e os conteúdos, estabelecidos graças às estratégias dos produtores, Suricate Seboso tornou-se um fenômeno tão importante para as culturas vividas na região Nordeste e no Estado do Ceará, que sua relevância social mais profunda talvez só possa ser identificada daqui a alguns anos.

Por meio de nossas análises, buscamos ressaltar como a página foi bem-sucedida ao estabelecer processos comunicativos nos quais se apropriou de formas privadas do cotidiano regional para publicizá-las por meio de um humor autodepreciativo e de um regionalismo não-fundamentalista. Desse modo, Suricate Seboso lançou mão de elementos das gramáticas das culturas infantis a fim de construir uma representação de infância com caracteres regionais que nunca havia sido tão popularizada até então na esfera pública local. Tendo em vista esse conjunto de fatores, nós, como nordestinos e cearenses, podemos ter passado a experimentar um pouco mais os traços dos personagens suricates em nossos cotidianos regionais e a encarar as nossas infâncias como vivências mais carregadas de “sebosidades”, que nos constituem como somos e das quais podemos nos orgulhar ou, pelo menos, trocar com alegria.

REFERÊNCIAS

- ADERALDO, Lia Dias. Do estabelecimento de identidades culturais na Internet: uma análise dos traços de “cearensidade” no personagem Suricate Seboso. **Temática**, João Pessoa, ano 12, n. 3, p. 62-77, mar. 2016.
- ALBUQUERQUE JR, Durval Muniz de. **Nordestino**: uma invenção do falo – uma história do gênero masculino (Nordeste – 1920/1940). Maceió: Catavento, 2003.
- _____. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 3. ed. Recife: Fundação Joaquim Nabuco; Massangana; São Paulo: Cortez, 2006.
- ARAÚJO, F. C. **Ser criança**: um estudo etnográfico sobre as práticas infantis no Parque Santa Filomena, Jangurussu, Fortaleza-CE. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2014.
- ARIÈS, Phillipe. **História social da criança e da família**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1981.
- BACELAR, Tânia. A “questão regional” e a “questão nordestina”. In: _____ et al. (Orgs.) **Celso Furtado e o Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000. p. 71-92.
- BADINTER, E. **Um amor conquistado**: o mito do amor materno. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Em Tese**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 68-80, jan./jul. 2005.
- BROUGÈRE, Gilles. **Brinquedo e cultura**. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2006.
- BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. São Paulo: Loyola, 2000.
- _____. Children and media: a Cultural Studies approach. In: DROTNER, Kirsten; LIVINGSTONE, Sonia. (Orgs) **The international handbook of children, media and culture**. Londres: SAGE, 2008, p. 219-236.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**. 7. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.
- CARVALHO, Gilmar de. **Publicidade em cordel**: o mote do consumo. São Paulo: Maltese, 1994.
- _____. Questões culturais no Ceará. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 45, n. 1, 2014, p. 263-275.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CASTRO, Lúcia Rabello de. A infância e seus destinos no contemporâneo. **Psicologia em**

Revista, Belo Horizonte, v. 8, n. 11, p. 47-48, jun. 2002.

_____; KOSMINSKY, Ethel V. Childhood and its regimes of visibility in Brazil: an analysis of the contribution of the Social Sciences. **Current Sociology**, [S.l.], v. 58, n. 2, p. 206-231, 2010.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.

CETIC.BR. **TIC Domicílios e Usuários**. 2013a. Disponível em <<http://www.cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>>. Acesso em 12 mai. 2015.

_____. **TIC Kids Online Brasil**. 2013b. Disponível em <<http://www.cetic.br/pesquisa/kids-online/indicadores>>. Acesso em 12 mai. 2015.

CHARAUDEAU, Patrick. Um modelo sócio-comunicacional do discurso: entre situação de comunicação e estratégias de individualização. In: STAFUZZA, G.; PAULA, L. (Orgs.) **Da análise do discurso no Brasil à análise do discurso do Brasil**. Uberlândia: Edufu, 2010. Disponível em: <<http://www.patrick-charaudeau.com/Um-modelo-socio-comunicacional-do.html>>. Acesso em 5 set. 2016.

CHARTIER, Roger. **A história cultural**: entre práticas e representações. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil; Lisboa: Difel, 1990.

CHILDREN'S EXPRESS. "As crianças hoje em dia". In: FEILITZEN, Cecilia von; CARLSSON, Ulla. (Orgs.) **A criança e a mídia**: imagem, educação, participação. São Paulo: Cortez; Brasília: Unesco, 1999. p. 139-156.

COGO, Denise; BRIGNOL, Liliane D. Redes sociais e os estudos de recepção na internet. **Matrizes**, São Paulo, ano 4, n. 2, p. 75-92, jan./jun. 2011.

CORSARO, W. A. **Sociologia da infância**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2011.

CRITCHER, Chas. Making waves: historical aspects of public debates about children and mass media. In: DROTNER, Kirsten; LIVINGSTONE, Sonia. (Orgs.) **The international handbook of children, media and culture**. Londres: SAGE, 2008. p. 91-104.

CUCHE, Denys. **A Noção de cultura nas ciências sociais**. São Paulo: Paz e Terra, 1992.

DUARTE, A. R. F. Mulher-macho, sim senhor: histórias de mulheres que romperam limites no Ceará. In: CARVALHO, Gilmar de. (Org.) **Bonito pra chover**: ensaios sobre a cultura cearense. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2003. p. 235-246.

FEILITZEN, Cecília von. Educação para a mídia, participação e democracia. In: _____. In: CARLSSON, Ulla. (Orgs.) **A criança e a mídia**: imagem, educação, participação. São Paulo: Cortez; Brasília: Unesco, 1999. p. 19-36.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FREYRE, Gilberto. **Manifesto regionalista**. 4. ed. Recife: Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais, 1967.

GALILEU. **Espelho atrai raios? É perigoso ficar em frente dele quando está caindo uma tempestade?**, n. 187, fev. 2007. Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Galileu/0,6993,ECT516803-1716-5,00.html>. Acesso em 8 set. 2016.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2014.

G1 CEARÁ. **'Suricate Seboso' faz sucesso com expressões cearenses e vira negócio**. Fortaleza: 2 set. 2013. Disponível em <<http://g1.globo.com/ceara/noticia/2013/09/suricate-seboso-faz-sucesso-com-expressoes-cearenses-e-vira-negocio.html>>. Acesso em 23 set. 2015.

HAESBAERT, Rogério. Região, diversidade territorial e globalização. **Geographia**, Niterói, ano 1, n. 1, p. 15-39, 1999.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HEYWOOD, Colin. **Uma história da infância**: da Idade Média à época contemporânea no Ocidente. Porto Alegre: Artmed, 2004.

HOBBSAWN, Eric. Introdução: a invenção das tradições. In: _____; RANGER, Terence. (Orgs.) **A invenção das tradições**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008. p. 9-24.

JANSEN, T. Crianças criam canais no YouTube, ganham milhões de visualizações e atraem a atenção de marcas. **O Globo**, 28 jun. 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/criancas-criam-canais-no-youtube-ganham-milhoes-de-visualizacoes-atraem-atencao-de-marcas-16578694>>. Acesso em 4 dez. 2015.

JOHNSON, Richard. O que é, afinal, estudos culturais? In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.) **O que é, afinal, estudos culturais?** 4. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2010. p. 7-132.

JOVINO, Diego. #Leriado com Diego Jovino, o cearense mais gaiato do Facebook. **Budega News**, 29 dez. 2014. Entrevista concedida ao blog Budega News. Disponível em: <<http://www.budeganews.com.br/2014/12/leriado-com-diego-jovino-criador-do.html>>. Acesso em 23 set. 2015.

_____. **Nas Garras da Patrulha**. Fortaleza, Verdinha AM: 2015a. Entrevista concedida ao programa Nas Garras da Patrulha. Disponível em: <https://youtu.be/bHoL0_qug9k>. Acesso em 23 set. 2015.

_____. **Ponto Com Ponto Br**. Brasília: EBC, 10 abr. 2015b. Entrevista concedida ao programa Ponto Com Ponto Br. Disponível em <<http://www.ebc.com.br/tecnologia/2015/04/personagens-da-web-se-encontram-no-ponto-com-ponto-br>>. Acesso em 21 ago. 2016.

_____. **Vertical SA**. Fortaleza: TV O Povo, 2015c. Entrevista concedida a Jocélio Leal. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VP08VfV5p2k>>. Acesso em 15 jul. 2016.

KEEN, Andrew. **O culto do Amador**: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

KOZINETS, Robert V. On netnography: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. **NA – Advances in consumer research**, Provo, v. 25, p. 366-371, 1998.

LEITE, M. L. M. O óbvio e o contraditório da roda. In: PRIORE, Mary Del (Org.). **História das crianças no Brasil**. 7. ed. São Paulo: Contexto, 2010. p. 98-111.

LIPOVESTKY, Gilles. A sociedade humorística. In: _____. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: Manole, 2005. p. 111-144.

LIVINGSTONE, Sonia. Internet literacy: a negociação dos jovens com as novas oportunidades on-line. **Matrizes**, São Paulo, ano 4, n. 2, p. 11-42, jan./jun. 2011.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes, 1997.

MARREIRO, Flávia. Irreverência cearense: atualização e permanência. In: CARVALHO, Gilmar de. (Org.) **Bonito pra chover**: ensaios sobre a cultura cearense. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2003. p. 185-195.

MENEZES, L. B. D. **Especialmente recomendado para menores de seis anos**. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

MEYROWITZ, Joshua. The blurring of childhood and adulthood: a case study in changing role transitions. In: _____. **No sense of place**: the impact of electronic media on social behavior. Nova York: Oxford, 1985, p. 226-267.

MINOIS, Georges. **História do riso e do escárnio**. São Paulo: Unesp, 2003.

MONTEIRO, Ana Francisca; OSÓRIO, Antonio José. Mediação no uso da Internet por crianças e jovens: contornos do problema. In: VI Congresso Português de Sociologia, 2008, Lisboa. **Actas do VI Congresso Português de Sociologia**, Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2008. p. 1-10.

MONTEIRO, Ana Francisca. O papel da Internet na vida das crianças. In: 5º Congresso da SOPCOM, 2008, Braga. **Actas do 5º Congresso da SOPCOM**, Braga: Universidade do Minho, 2008. p. 2019-2032.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2003.

NICOLAU, Marcos. As tiras e outros gêneros jornalísticos. **Temática**, João Pessoa, ano 6, n. 2, p. 1-12, fev. 2010.

OLIVEIRA, Thiago Menezes de. **Infância, construções de si e agenciamentos de sem terrinhas mediados pela relação com os desenhos animados**. Dissertação (Mestrado em

Comunicação) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013.

OLIVEN, Ruben George. **A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-Nação**. Petrópolis: Vozes, 1992.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PACHECO, Paulo. Grade infantil diária perde 29% de espaço na TV aberta em dez anos. **Notícias da TV**, 12 out. 2013. Disponível em: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/grade-infantil-diaria-perde-29-de-espaco-na-tv-aberta-em-dez-anos-674>>. Acesso em 17 out. 2015.

PIMENTEL, R. Suricate Seboso agora é parceiro do Tribuna do Ceará. **Tribuna do Ceará**, Fortaleza, 8 jan. 2014. Disponível em: <<http://tribunadoceara.uol.com.br/diversao/entrevista/suricate-seboso-agora-e-parceiro-do-tribuna-do-ceara/>>. Acesso em 5 set. 2016.

PINHEIRO, Ângela de Alencar Araripe. A criança e o adolescente como sujeitos de direitos: emergência e consolidação de uma representação social no Brasil. In: CASTRO, Lucia Rabello de. (Org.) **Crianças e jovens na construção da cultura**. Rio de Janeiro: Nau, 2001. p. 47-68.

PINTO, Julio. Logos sensorial: tempo e sensação na contemporaneidade. **Contemporanea**, v. 8, n. 2, dez. 2010, p. 1-11.

PIRES, Flávia Ferreira. **Quem tem medo de mal-assombro?: religião e infância no semi-árido nordestino**. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Universidade Federal do Rio de Janeiro; Museu Nacional, Rio de Janeiro, 2007.

_____. Crescendo em catingueira: criança, família e organização social no semiárido nordestino. **Mana**, v. 18, n. 3, p. 539-561, 2012.

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

PRIORE, Mary Del (Org.). **História das crianças no Brasil**. 7. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

PROUT, Alan. Reconsiderando a nova sociologia da infância. **Cadernos de pesquisa**, São Luiz, v. 40, n. 141, p.729-750, 2010.

QUINTEIRO, Jucirema. Infância e educação no Brasil: um campo de estudos em construção. In: FARIA, A. L. G.; DEMARTINI, Z. B. F.; PRADO, P. D. (Orgs.) **Por uma cultura da infância: metodologias de pesquisa com crianças**. 3. ed. Campinas: Autores Associados, 2009. p. 19-48.

QVORTRUP, Jens. A infância enquanto categoria estrutural. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 36, n. 2, p. 631-643, mai./ago. 2010.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROMEU, G. O que é reisado? Conheça brincadeira que comemora o Dia de Reis. **Folha de S.**

Paulo, São Paulo, 3 jan. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folhinha/2015/01/1568801-o-que-e-reisado-conheca-brincadeira-que-comemora-o-dia-de-reis.shtml>>. Acesso em 15 jul. 2016.

SALES, João Victor Melo. **A negociação da identidade regional nas camisetas NordWest**. In: Interprogramas de Mestrado, 10., 2014, São Paulo. Disponível em: <http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/01/Jo%C3%A3o-Victor-Sales.UFC_.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2015.

_____. **“Ô muié sem coração”**: a representação da personagem materna nas narrativas da página Suricate Seboso. In: Ibercom, 14., 2015, São Paulo.

SAMPAIO, Inês Sílvia Vitorino. **Televisão, publicidade e infância**. Fortaleza: Governo do Estado do Ceará, Secretaria da Cultura e Desporto; São Paulo: Annablume, 2000.

_____. **Desafios do diálogo com crianças no processo de pesquisa**. In: Encontro Anual da ANPOCS, 31., 2007, Caxambu.

_____. CAVALCANTE, A. P. P. **Qualidade na programação infantil da TV Brasil**. Florianópolis: Insular, 2012.

SARMENTO, Manuel Jacinto. Imaginário e culturas da infância. **Cadernos de Educação**, Pelotas, v. 12, n. 21, p. 51-69, 2003.

_____. As culturas da infância nas encruzilhadas da 2ª modernidade. In: _____; CERISARA, A. B. (Orgs.) **Crianças e miúdos**: perspectivas sócio-pedagógicas da infância e educação. Porto: Asa, 2004. p. 9-34.

_____. Gerações e alteridade: interrogações a partir da sociologia da infância. **Educação e Sociedade**, Campinas, v. 26, n. 91, p. 361-378, mai./ago. 2005.

SILVA, F. M. Blogosfera: um estudo dos blogueiros a partir dos blogs mais acessados do país. **Estudos Semióticos**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 54-64, jun. 2010.

SILVA, M. A. **O riso ausente**: desenhos de infâncias em seis contos de Moreira Campos: “Infância”, “A Catita”, “Os meninos”, “Olhos espantados”, “Estrela Vésper, a Matutina” e “Cassiano”. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2008.

SOUSA, Emilene Leite de. **Umbigos enterrados**: corpo, pessoa e identidade capuxu através da infância. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

SOUZA, Dudu. **Programa da Babalu**. Fortaleza: TV União, 13 ago. 2013. Disponível em: <<http://youtu.be/u95LUtGeaeQ>>. Entrevista concedida ao Programa da Babalu. Acesso em 15 jul. 2016.

SOUZA, J. C. A. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

SPINOZA, Baruch. **Tratado teológico-político**. Buenos Aires: Altaya, 1997.

SUMORANK. **Top 20 for comedian**. 2015. Disponível em: <<http://sumorank.com/facebook/top/Comedian/>>. Acesso em 2 dez. 2015.

STEARNS, Peter N. **A infância**. São Paulo: Contexto, 2006.

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony D. **Wikinomics**: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

TAVARES, R. Suricate Seboso, sucesso do Facebook 'Made in Ceará'. **Tribuna do Ceará**, Fortaleza, 7 mai. 2013. Disponível em: <<http://www.tribunadoceara.com.br/noticias/perfil-2/alguns-dias-nao-comia-nada-diz-idealizador-do-suricate-seboso/>>. Acesso em 2 set. 2013.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

TRAVANCAS, I. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

WEBER, Maria Helena. **O espetáculo político-midiático e a partição de poderes**. 2007. Disponível em: <http://www.unifra.br/professores/viviane/Artigo_Maria%20Helena%20Weber_prosul.pdf>. Acesso em 5 set. 2016.

APÊNDICE A – CLIPPING

Programa Arre Égua (9 jan. 2013):

“Entrevista com o dono do ‘Suricate Seboso’”

<https://www.youtube.com/watch?v=7jzFhlf8EnY>

Programa Gente na TV – TV Jangadeiro (22 jan. 2013):

“Você conhece o ‘suricate seboso’?”

<https://www.youtube.com/watch?v=8uWG0U3-I6s>

TV Diário (16 fev. 2013):

“Saiba o que são os memes e veja um bate papo com a galera do Suricate Seboso”

<http://tvdiario.verdesmares.com.br/noticias/arquivos/saiba-o-que-sao-os-memes-e-veja-um-bate-papo-com-a-galera-do-suricate-seboso-1.989013>

Tecno – Jornal Diário do Nordeste (18 fev. 2013)

Expressões locais fazem sucesso no Facebook

<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/suplementos/tecno/expressoes-locais-fazem-sucesso-no-facebook-1.191434>

TV Diário (9 abr. 2013):

“Suricate Seboso: conheça os criadores da fanpage mais comentada na internet”

<http://tvdiario.verdesmares.com.br/videos/detalhes-de-videos?id=bd20e48d975163b5b64d12edf1c717f7>

Blog Simiano.net (15 abr. 2013):

“O fenômeno Suricate Seboso e a revolução digital”

<http://www.simiano.net/2013/04/o-fenomeno-suricate-seboso-e-revolucao.html>

Programa Nas Garras da Patrulha – AM 810 Verdinha (26 abr. 2015):

https://www.youtube.com/watch?v=bHoL0_qug9k

Diário de Pernambuco (5 mai. 2013):

“Bode Gaiato, Esquilo Lombroso e amigos matutos fazem sucesso na web”

http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/divirtase/46,51,46,61/2013/05/05/internas_viver,437697/bode-gaiato-esquilo-lombroso-e-amigos-matutos-fazem-sucesso-na-web.shtml

Tribuna do Ceará (7 mai. 2013):

“Suricate Seboso, sucesso do Facebook ‘Made in Ceará’”

<http://tribunadoceara.uol.com.br/noticias/perfil-2/suricate-seboso-sucesso-do-facebook-made-in-ceara/>

Programa Pode Contar – NordesTV (15 mai. 2013):

“Conheça o criador do Suricate Seboso”

<https://www.youtube.com/watch?v=ekjmcbVLs0Y>

Buchicho – Jornal O Povo (1 jun. 2013):

“Armária, nam!”

<http://www.opovo.com.br/app/opovo/buchicho/2013/06/01/noticiasjornalbuchicho,3066035/armaria-nam.shtml>

Blog Penteadeira Amarela (11 jun. 2013):

“Dia dos Namorados: Ferrovia e Suricate Seboso”

<http://www.penteadeiraamarela.com.br/2013/06/11/dia-dos-namorados-ferrovia-e-suricate-seboso/>

Blog Penteadeira Amarela (3 jul. 2013):

“Férias: Suricate Seboso e Ferrovia Eyewear”

<http://blog.opovo.com.br/penteadeiraamarela/ferias-suricate-seboso-e-ferrovia-eyewear/>

Blog Target – Diário do Nordeste (2 ago. 2013):

“Ferrovia Eyewear comemora o Dia dos Pais com o Suricate Seboso”

<http://blogs.diariodonordeste.com.br/target/negocios/ferrovia-eyewear-comemora-o-dia-dos-pais-com-o-suricate-seboso/>

Programa da Babalu – TV União (13 ago. 2013):

<http://youtu.be/u95LUtGeaeQ>

Programa da Babalu – TV União (20 ago. 2013):

<http://youtu.be/dig5R2p1sHA~>

Programa Epaa (20 ago. 2013):

“Entrevista com o criador do Suricate Seboso”

<http://youtu.be/IUwfO20IU-k>

G1 Ceará (2 set. 2013):

“‘Suricate Seboso’ faz sucesso com expressões cearenses e vira negócio”

<http://g1.globo.com/ceara/noticia/2013/09/suricate-seboso-faz-sucesso-com-expressoes-cearenses-e-vira-negocio.html>

Site IFCE:

“Criador do Suricate Seboso faz palestra”

<http://aracati.ifce.edu.br/index.php/licitacoes-e-compras/57-noticias/1240-criador-do-suricate-seboso-faz-palestra>

Site ANJ:

“Humor do Suricate Seboso no Grupo O POVO”

<http://www.anj.org.br/humor-do-suricate-seboso-no-grupo-o-povo>

Site InfoBrasil:

“Case do Suricate Seboso no InfoBrasil 2013”

<http://www.infobrasil.inf.br/noticia/case-do-suricate-seboso-no-infobrasil-2013>

Umirim Notícias (20 nov. 2013):

“Criador do Suricate Seboso participará do I Encontro de Internautas de São Gonçalo”

<http://www.umirimnoticias.com/2013/11/criador-do-suricate-seboso-participara.html>

Programa Vocações – TV Metr pole (2 jan. 2014):

<https://www.youtube.com/watch?v=6-qHZbION6k>

<https://www.youtube.com/watch?v=6-qHZbION6k>

Tribuna do Ceará (8 jan. 2014):

“Suricate Seboso agora   parceiro do Tribuna do Ceará”

<http://tribunadoceara.uol.com.br/diversao/entrevista/suricate-seboso-agora-e-parceiro-do-tribuna-do-ceara/>

Programa da Babalu – TV União (1 mar. 2014):

<http://youtu.be/6DOOPSwrHCM>

Site Unichristus (21 mai. 2014):

Empreendedorismo Virtual – Suricate Seboso

<http://unichristus.edu.br/noticias/empreendedorismo-virtual-suricate-seboso-2/>

Site Uece (28 mai. 2014):

“Suricate Seboso estará no Campus de Fátima nesta sexta-feira, dia 30”

<http://www.uece.br/uece/index.php/noticias/91121-suricate-seboso-estara-no-campus-de-fatima-nesta-sexta-feira-dia-30>

Tribuna do Ceará (22 jul. 2014):

“Sucesso cearense, Suricate Seboso firma parceria com TV Jangadeiro”

<http://mais.uol.com.br/view/pj4p9vzv54s1/sucesso-cearense-suricate-seboso-firma-parceria-com-tv-jangadeiro-0402CC193270C8895326?types=A&>

Piripiri Repórter (31 jul. 2014):

“Sucesso em todo nordeste, Suricate Seboso posta tirinha feita por piripiriense”

<http://piripirireporter.com/noticias/7501/sucesso-em-todo-nordeste-suricate-seboso-posta-tirinha-feita-por-piripiriense.html>

Tribuna do Ceará (24 ago. 2014):

“Suricate Seboso lança aplicativo mobile de descontos em serviços no Ceará”

<http://tribunadoceara.uol.com.br/diversao/check-in/suricate-seboso-lanca-aplicativo-mobile-de-descontos-em-servicos-no-ceara/>

Blog Paixão por Marketing (7 out. 2014):

“O dia do nordestino no Shopping Benfica com a participa o do Personagem Suricate Seboso”

<http://paixaopormarketingg.blogspot.com.br/2014/10/cultura-arte-e-diversao.html>

Igua  Mix (22 out. 2014):

“‘Suricate Seboso’ diz ter recebido proposta para fazer campanha presidencial no Facebook”

<http://www.iguaimix.com/v3/2014/10/22/suricato-seboso-diz-ter-recebido-proposta-para-fazer-campanha-presidencial-no-facebook/>

Blog Budega News (29 dez. 2014):

“#Leriado com Diego Jovino, o cearense mais gaiato do Facebook”

<http://www.budeganews.com.br/2014/12/leriado-com-diego-jovino-criador-do.html>

Programa Ponto com Ponto BR – EBC (10 abr. 2015):

“Personagens da web se encontram no Ponto Com Ponto Br”

<http://www.ebc.com.br/tecnologia/2015/04/personagens-da-web-se-encontram-no-ponto-com-ponto-br>

Blog Budega News (14 abr. 2015):

“Fim da ‘Rapidinha do Suricate Seboso’ na TV Jangadeiro”

<http://www.budeganews.com.br/2015/04/fim-da-rapidinha-do-suricate-seboso-na.html>

Site Shopping Via Sul:

“Estreia da Estação Stand up”

<http://www.shoppingviasul.com.br/teatro/programacao/estreia-estacao-stand-up/>

O Povo Online (22 mai. 2015):

“Turma do Suricate Seboso fará estreia no teatro”

<http://www.opovo.com.br/app/divirta-se/2015/05/22/noticiasdivirtase,3442042/turma-do-suricate-seboso-fara-estreia-no-teatro.shtml>

Programa João Inácio Show – TV Diário (24 mai. 2015):

“Suricate Seboso: fenômeno da internet agitam o programa João Inácio Show”

<http://tvdiario.verdesmares.com.br/videos/detalhes-de-videos?id=9863bc50c8cac20989f2041c983e1fb6>

TV DN – Diário do Nordeste (28 mai. 2015):

“Grupo Suricate Seboso estreia espetáculo em teatro”

<http://tv.diariodonordeste.com.br/video/entretenimento/grupo-suricate-seboso-estreia-espetaculo-em-teatro/624e00e109b79c012893c60fac07631f>

Vida e Arte – Jornal O Povo (29 mai. 2015):

“Criadores do Suricate Seboso levam gaiatice cearense aos palcos”

<http://www.opovo.com.br/app/opovo/vidaarte/2015/05/29/noticiasjornalvidaarte,3445438/criadores-do-suricate-seboso-levam-gaiatice-cearense-aos-palcos.shtml>

Programa Vertical SA – TV O Povo (set. 2015):

<https://www.youtube.com/watch?v=VP08VfV5p2k>

Site Som da Terra FM (14 dez. 2015):

“Página do Suricate Seboso completa 3 anos: Criador vai participar do Festival Crock”

<http://www.somdaterrafm.com.br/2015/12/pagina-do-suricate-seboso-completa-3.html>

Portal Chamada Geral (18 abr. 2016):

“Diego Jovino o criador do Suricate Seboso em Parnaíba”

<http://www.chamadageralparnaiba.com/diego-jovino-o-criador-do-suricate-seboso-em-parnaiba-102822.html>

Programa Se Liga VM – TV Verdes Mares (7 mar. 2016):

“Suricate Seboso, o personagem cearense fenômeno na Internet”

<http://gshow.globo.com/TV-Verdes-Mares/Se-Liga-VM/noticia/2016/03/suricate-seboso-o-personagem-cearense-fenomeno-na-internet.html>

Site Lobo Frontal (22 jul. 2016):

“Suricate Seboso no revezamento da Tocha Olímpica”

<http://lobofrontal.com.br/tag/suricate-seboso/>

Blog Comer e Saber Bem (28 jul. 2016):

“Café com Letras – Suricate Seboso, é isso aí rapaz”

<https://comeresaberbem.blogspot.com.br/2016/07/cafe-com-letras-suricate-seboso-e-isso.html>

Blog Sobral em Revista (5 set. 2016):

“Formação Empreendedora Digital com Suricate Seboso”

<http://sobralemrevista.blogspot.com.br/2016/09/formacao-empreededora-digital-com.html>

Site Governo do Estado do Ceará (5 set. 2016):

“Parceria com grupo Suricate Seboso leva palestras para a juventude no Interior”

<http://www.ceara.gov.br/sala-de-imprensa/noticias/17857-parceria-com-grupo-suricate-seboso-leva-palestras-para-a-juventude-no-interior>

Sobral Online (5 set. 2016):

“Formação Empreendedora Digital com Suricate Seboso em Sobral”

<http://sobralonline.com.br/formacao-empreededora-digital-com-suricate-seboso-em-sobral/>

A Voz de Santa Quitéria (6 set. 2016):

“Suricate Seboso' se apresenta hoje em Santa Quitéria”

<http://www.avozdesantaquiteria.com.br/2016/09/suricate-seboso-se-apresenta-hoje-em.html>

ANEXO A – POSTS ANALISADOS



Suricate seboso
Página curtida · 27 de julho · 🌐

vrummmmm!! acelera, minino!!

Curtir · Comentar · Compartilhar

112.303 pessoas curtiram · Principais comentários · Isso.

78.482 compartilhamentos

Kkkkkkkkk
Esse sebosim viveu a merma vida q eu....
Kkkkkkkk
Curtir · Responder · 👍 249 · 27 de julho às 21:25

Suricate seboso quem manda ser liso que nem eu kkkk
Curtir · Responder · 👍 132 · 27 de julho às 22:03

Ver mais respostas

🙄🙄🙄🙄🙄🙄 fiz isso!!!!🙄🙄
🙄🙄 tô véa mermo.
Curtir · Responder · 👍 83 · 27 de julho às 21:45

Suricate seboso tá mermu ó!!
Curtir · Responder · 👍 31 · 27 de julho às 22:04

Ver mais respostas

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 10 de agosto · 🌐

é mermu, óhl

Curtir · Comentar · Compartilhar

Jefferson Vale, Mariana Freire, Lanissa Siqueira e outras 39.162 pessoas curtiram isso.

6.657 compartilhamentos

Com caco de telha.
Curtir · Responder · 👍 44 · 10 de agosto às 21:13

Suricate seboso Amaria kkkkk
Curtir · Responder · 👍 20 · 10 de agosto às 21:18

Ver mais respostas

"amaria mãe rai é arrancar ur meus côro" "e cala minino réi imundo, cheio de grude no pescoço oia."
Curtir · Responder · 👍 552 · 10 de agosto às 21:01

Ver respostas anteriores

Suricate seboso Ó povo sujismundo!
Kkkk
Curtir · Responder · 👍 74 · 10 de agosto às 21:10

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 31 de agosto · 🌐

eu gostava mais do que da água que tem na geladeira, n sei pq!

Curtir · Comentar · Compartilhar

👍 75.755 pessoas curtiram · Principais comentários · Isso.

🔗 28.292 compartilhamentos

👤 [Redacted] eu achava muito ruim
Curtir · Responder · 👍 33 · 31 de agosto às 12:03

👤 [Redacted] Eu brincava na rua e pedia água nas casas, Sendo que minha casa era bem pertin, ai a vizinha trazia dois copo de alumim., kkk um grande e outro pequeno, pra quando você bebesse todo ela botava mais 😂
Curtir · Responder · 👍 98 · 31 de agosto às 12:26

👤 [Redacted] Sempre tem aquele que derrama o resto da agua no pote de novo ar maria povo seboso nam 😞
Curtir · Responder · 👍 61 · 31 de agosto às 12:24 · Editado

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 10 de setembro · Editado · 🌐

Tem uns cantos que chamam de Cavalo do Cão kkkk curte aí quem já foi perseguido por esse bicho!! , feita por: Diego Jovino

Curtir · Comentar · Compartilhar

👍 [Redacted] e outras 62.555 pessoas curtiram isso. · Principais comentários · Isso.

🔗 17.600 compartilhamentos

👤 [Redacted] Eu chamava isso de cavalo do cão 😂
Curtir · Responder · 👍 703 · 10 de setembro às 12:02

👤 [Redacted] Nessas hora não tem irmão ou amigo. É saive-se quem puder!
Curtir · Responder · 👍 107 · 10 de setembro às 12:12

👤 [Redacted] Isso é um mamangá, eu conheço esse daqui por Cavalo do Cão...

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 17 de setembro · Editado ·

Quem aí é desse tempo?
por: Diego Jovino

Curtir · Comentar · Compartilhar

118.838 pessoas curtiram · Principais comentários · Isso.

72.957 compartilhamentos

sobre hj, amiga
kkkkkkkkkk
Curtir · Responder · 1 · 17 de setembro às 18:36
1 resposta

Tempo em que as provas eram bem mais fáceis
Curtir · Responder · 177 · 17 de setembro às 18:08
7 Respostas

Sou desse tempo. Chega a folha ficava molhada de álcool kkkkkkk
Curtir · Responder · 219 · 17 de setembro às 18:04
5 Respostas

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 26 de setembro · Editado ·

e é bom!!!! #tanga
Por: Diego Jovino

Curtir · Comentar · Compartilhar

e
outras 59.744 pessoas curtiram isso.

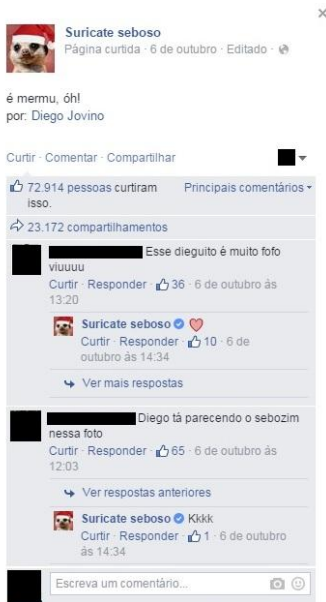
15.291 compartilhamentos

sto Sebosinho e passar a noite desviando o pé do rasgado! Sentindo na pele!
Curtir · Responder · 607 · 26 de setembro às 18:02
Ver respostas anteriores

Suricate seboso · Kkkk é mermu ô!
Curtir · Responder · 40 · 26 de setembro às 18:32
Ver mais respostas

Nos chamamos tanga da rede! Ai parece com a pobreza, os cordão quebra e a mãe cortava e fazia lençol os miozinhos cobria as cama! Ai como é bom ser pobre!
Curtir · Responder · 538 · 26 de setembro às 18:04

Escreva um comentário...





Suricate seboso
Página curtida · 15 de outubro · Editado ·

chega tremia ur queixa! no final a mãe ainda me butava em cima de uma pedra pra ficar e enxugando sem toalha kkkk por: Diego Jovino

Curtir · Comentar · Compartilhar

Principais comentários · outras 36.566 pessoas curtiram isso.

7.570 compartilhamentos

Eu me tremia feito vara Verde ó Mas tinha q banhar se não mainha brigava pq ia sujar a colcha de cama 😊
Curtir · Responder · 50 · 15 de outubro às 21:31

Suricate seboso tiranu o cerôtp
Curtir · Responder · 26 · 15 de outubro às 21:45

Ver mais respostas

E a preguiça de puxar água...
Curtir · Responder · 34 · 15 de outubro às 21:23

Suricate seboso kkkk eu axo é pouco!!

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 17 de outubro · Editado ·

traga a vasilha, TRAGA - A - VASILHA!
por: Diego Jovino

Curtir · Comentar · Compartilhar

72.918 pessoas curtiram · Principais comentários · isso.

25.989 compartilhamentos

Não precisa trazer a vasilha, Basta trazer um real e você leva 8 bolas de sorvete. É um sorvete fino e saboroso, feito com leite integral e frutas regionais" xD
Ver mais
Curtir · Responder · 2 · 17 de outubro às 16:18

2 Respostas

Vai passando o sorveteiro!!! Vai passando o sorveteiro!!!! 8 bolas de sorvete, por um real... Ver mais
Curtir · Responder · 2.549 · 17 de outubro às 12:03 · Editado

371 Respostas

sorvete de água kkk os melhores
Curtir · Responder · 244 · 17 de outubro às 17:00

Escreva um comentário...





Suricate seboso
Página curtida · 30 de outubro · Editado ·

Minino, duvido encontrar 50 mil pessoas que já dirbuiaram feijão nesse feicel comente e dê like preu ver se tem!
por: Diego Jovino

Curtir · Comentar · Compartilhar

95.089 pessoas curtiram · Principais comentários · isso.

29.716 compartilhamentos

Quem nunca foi passar as férias na casa dos avós que moram no interior não vão saber o que é isso kkkkk
Curtir · Responder · 876 · 30 de outubro às 12:02

47 Respostas

Quando tava fora do tempo do pião, das bila e dazarraia, era a diversão total man kkkkkk....
Curtir · Responder · 39 · 30 de outubro às 12:18

Já dirbuei!
Curtir · Responder · 31 · 30 de outubro às 12:20

Leo Gannbarra eu fiz isso de mais com a Vó. e

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 31 de outubro · Editado ·

E a mãe ainda assoprava, óh T.T
por: Diego Jovino

Curtir · Comentar · Compartilhar

43.859 pessoas curtiram · Principais comentários · isso.

11.169 compartilhamentos

lembra alguma coisa? xD
Curtir · Responder · 31 de outubro às 22:29

1 resposta

Ninguém nunca raiiii saber o que é passar creme dental em cima duma queimadura
Curtir · Responder · 56 · 31 de outubro às 18:10

26 Respostas

armaria quando arrancava o chaboque do dedo o merthiolate doia mais que a topada
Curtir · Responder · 211 · 31 de outubro às 18:02

17 Respostas

Escreva um comentário...



Suricate sebos
Página curtida · 9 de novembro ·

É o novo! kkkkk Sugestão da Suricata

Curtir · Comentar · Compartilhar

Principais comentários ·
outras 47.309 pessoas curtiram isso.

23.269 compartilhamentos

Já corri até com panela nova da mamãe
Curtir · Responder · 209 · 9 de novembro às 18:05

Suricate sebos · Valamideuzul
Curtir · Responder · 64 · 9 de novembro às 18:08

Ver mais respostas

kkk demais juntava garrafas e panelas vea atras da casa
Curtir · Responder · 20 · 9 de novembro às 18:04

Suricate sebos · Kkkk
Curtir · Responder · 4 · 9 de novembro às 18:09

Ver mais respostas

Escreva um comentário...



Suricate sebos
Página curtida · 13 de novembro ·

minino, isso aqui é dazantall!

Curtir · Comentar · Compartilhar

Principais comentários ·
outras 22.955 pessoas curtiram isso.

5.697 compartilhamentos

Meu tempo era de improviso não tinha dinheiro mais tinha imaginação cada um faz como pode
Curtir · Responder · 112 · 13 de novembro às 18:06

4 Respostas

Os meninos com esse carrinho e as maninas com uma boneca de sabugo de milho em rolada no pano nois é poboi mas é criativo kkkkkkkk
Curtir · Responder · 37 · 13 de novembro às 19:41

8 Respostas

Pior que enchia de areia, e pagava de caçamba kkkkkk
Tempo bom, hj tenho carro top, mais sempre imagino como foi na infância, graças a Deus o mundo qira, mais se fosse preciso, viveria tudo

Escreva um comentário...



Suricate sebos
Página curtida · 14 de novembro ·

curte aí só os mijão que tiveru essa experiência de ter um mijo aporado!!

Curtir · Comentar · Compartilhar

Principais comentários ·
e outras 23.329 pessoas curtiram isso.

5.553 compartilhamentos

na minha casa já teve uma estante dessa ô kkkkkkkkkk
Curtir · Responder · 109 · 14 de novembro às 21:00

17 Respostas

Gostei mais do detalhe da estante com essa TV, sobre essa bacia, marrecraro que eu sei mô fi, kkkkkkk
Curtir · Responder · 44 · 14 de novembro às 22:28 · Editado

4 Respostas

Tem gente que nunca rái saber o que é ir dormir com o cheirinho de sabonete alma de flores e acordar fedendo a mijo kkkkk
Curtir · Responder · 116 · 14 de novembro às 21:34 · Editado

Escreva um comentário...



Suricate sebos
Página curtida · 16 de novembro ·

e é bom!!! qual era o sabor favorito de vocês?

Curtir · Comentar · Compartilhar

Principais comentários ·
e outras 70.330 pessoas curtiram isso.

40.117 compartilhamentos

O bom era tomar 2lts de kisuco com farofa de ovo que mãe fazia, a mãe!
Curtir · Responder · 441 · 16 de novembro às 21:04

32 Respostas

Engraçado como antigamente tudo era mais simples e mais barato e mais significativo. E mesmo correndo risco de saúde (com excesso de açúcar) a gente ficava muito feliz com tão pouco.
Curtir · Responder · 446 · 16 de novembro às 21:13

32 Respostas

da Angelica era o melhor de todos!
Curtir · Responder · 152 · 16 de novembro às 21:01 · Editado

Escreva um comentário...





Suricate seboso
Página curtida · 26 de novembro ·

Será que encontro umas 50 mil pessoas que sabem o que é disparate nessa postagem? kkkkk

Curtir · Comentar · Compartilhar

Principais comentários · outras 29.955 pessoas curtiram isso.

8.578 compartilhamentos

me lembrei da gente na 5ª série! hahahahaha
Curtir · Responder · 26 de novembro às 19:37

2 Respostas

Toinha Eu li a resposta do menino que eu gostara tudinha, ôni
Curtir · Responder · 465 · 26 de novembro às 15:24

Ver respostas anteriores

Suricate seboso eita, eu li que a toinha é Bv ainda!
Curtir · Responder · 214 · 26 de novembro às 15:36

Ver mais respostas

É um caderno com perguntas que

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 28 de novembro ·

curti ai quem já passou uma dessa nos côro!

Curtir · Comentar · Compartilhar

Principais comentários · outras 81.647 pessoas curtiram isso.

38.263 compartilhamentos

Eu ainda uso!
Fica ardendo os corô
Curtir · Responder · 419 · 28 de novembro às 18:01

38 Respostas

Coloca o sabonete nos buraco pra aproveitar to kkkkk
Curtir · Responder · 128 · 28 de novembro às 18:06

16 Respostas

Ou com uma xineia avaina
Curtir · Responder · 162 · 28 de novembro às 21:31 · Editado

37 Respostas

A mãe disse que tomar banho com machiche tira o seroto todo. a mãe é

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 3 h · 🌐

eita minino!!!

Curtir · Comentar · Compartilhar

32.920 pessoas curtiram isso. Principais comentários

8.570 compartilhamentos

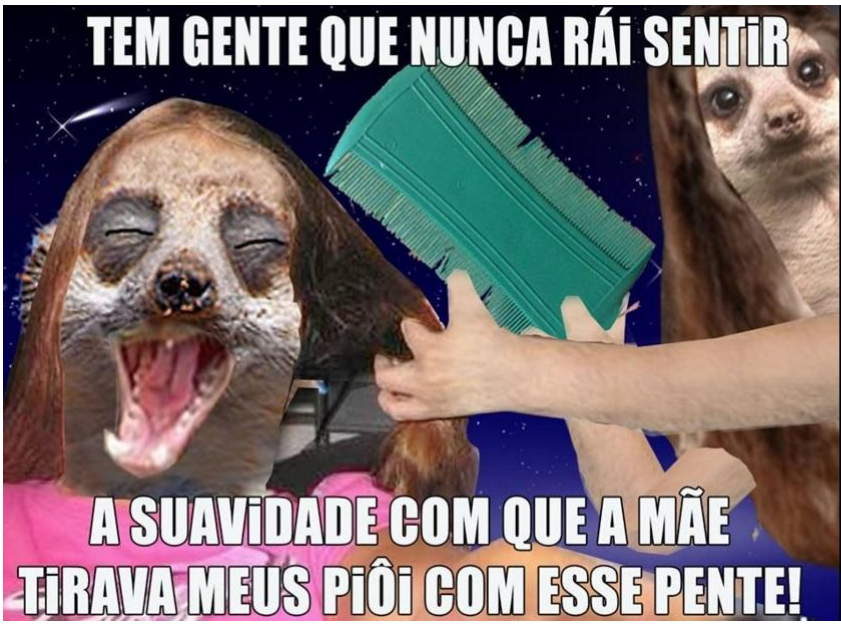
O ruim é quanto cai manga e folhas na rede!
Deixa nem a pessoa sossegar em paz, namm 😊
Curtir · Responder · 👍 139 · 3 h
↳ 13 Respostas · 1 h

Eita corra Boua, cabra Dorme que baba 😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊
Curtir · Responder · 👍 76 · 3 h
↳ 4 Respostas · 2 h

Eita mas esse suricate sabe o que é bom mermo oh...
Curtir · Responder · 👍 35 · 3 h
↳ 2 Respostas · 3 h

Eita corra boa emmm, ai é

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 3 de dezembro · 🌐

só faltava arrancar minha cabeça!

Curtir · Comentar · Compartilhar

Principais comentários

e outras 59.704 pessoas curtiram isso.

23.088 compartilhamentos 5 mil comentários

Até coçou minha cabeça aqui oh kkkk
Curtir · Responder · 👍 256 · 3 de dezembro às 21:01
↳ 10 Respostas

Suavidade?? A mãe só faltava arrancar meu cabelos kkkk
Curtir · Responder · 👍 99 · 3 de dezembro às 21:04
↳ 5 Respostas

kkkk até coçou minha cabeça kkkkkkkk
Curtir · Responder · 👍 57 · 3 de dezembro às 21:05
↳ 3 Respostas

Eu só vivia de cabelo curto mó

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 5 de dezembro ·

fora leite nim em pó meu ôto vicio é esse!

👍 Curtir 🗨 Comentar ➔ Compartilhar

39.271 pessoas curtiram isso. Principais comentários ▾

9.807 compartilhamentos 1,2 mil comentários

█ **█** A corra Boa.. quem tem depressão é só ficar estourando o dia todo q passa rsrs
Curtir · Responder 👍 20 · 5 de dezembro às 21:21

█ **█** eu costumo fazer isso nas lojas quando encontro uma tv enrolada nessas bolhinhas disfarço e começo a estourar suspiro o mais alto que posso pra não dar tanto barulho :(
Curtir · Responder 👍 9 · 5 de dezembro às 22:10

↳ 3 Respostas

█ **█** Calma meus amigos e amigas... Estou quase entrando pra política e logo irei criar uma casa de recuperação de viciados em plásticos bolhas será a AAPB
Curtir · Responder 👍 22 · 5 de dezembro às 21:22

↳ 7 Respostas

█ **█** Sempre chega encomenda dos

█ **█** Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 8 de dezembro · Editado ·

e é bom

👍 Curtir 🗨 Comentar ➔ Compartilhar

31.920 pessoas curtiram isso. Principais comentários ▾

4.879 compartilhamentos 1,2 mil comentários

█ **█** Ainda hoje eu não posso ver uma dessas, que a disputa pra ver quem senta é grande. :-'
Curtir · Responder 👍 45 · 8 de dezembro às 12:51

↳ 2 Respostas

█ **█** Ainda mais quando temo que sai no alojito com primos quando a vô alevantar kkkk
Curtir · Responder 👍 63 · 8 de dezembro às 12:05

↳ 5 Respostas

█ **█** Eu tenho trauma dessa cadeira, parecia que eu ia perder minha vida quando eu ia pra trás 🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏🙏
Curtir · Responder 👍 29 · 8 de dezembro às 12:50

█ **█** Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 4 de janeiro ·

se vc já teve ou se pelomeno já apertou us botão dos de alguém curte kkkkk escreva um brinquedo que vc gostava na sua infância!

👍 Curtir · 💬 Comentar · ➦ Compartilhar

👍 🗨️ 📄 45 mil Principais comentários

8.837 compartilhamentos

👤 [Redacted] · 🗨️ Responder · 4 de janeiro às 23:16

👤 [Redacted] · 🗨️ Responder · 1 · 4 de janeiro às 21:20

👤 [Redacted] · 🗨️ Responder · 1 · Tenho 26 anos Ganhei esse brinquedo quando tinha uma 10 ou 11 anos, sempre esteve bem conservado até porque eu era muito cuidadosa com meus brinquedos, em fim aos 22 tive uma filha e acabei repassando o brinquedo para minha filha, hoje ele não está mais em bom estado minha filha tacou no chão várias vezes arrancou o botão e os bichinhos não cantam mais...kkkk.

👤 [Redacted] · 🗨️ Responder · 36 · 4 de janeiro às 23:03

👤 [Redacted] · 🗨️ Responder · 1 resposta

👤 [Redacted] · 🗨️ Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 5 de janeiro ·

e passam cantanu essa musga ♪♪ Ó Senhora Dona de Casa, abre a porta e acende a Luz! ♪♪

👍 Curtir · 💬 Comentar · ➦ Compartilhar

👍 🗨️ 📄 27 mil Principais comentários

7.185 compartilhamentos

👤 [Redacted] · 🗨️ Responder · 230 · 6 de janeiro às 07:59

👤 [Redacted] · 🗨️ Responder · 34 Respostas

👤 [Redacted] · 🗨️ Responder · 7 de janeiro às 15:33

👤 [Redacted] · 🗨️ Responder · 112 · 5 de janeiro às 22:23

👤 [Redacted] · 🗨️ Responder · 7 Respostas

👤 [Redacted] · 🗨️ Responder · 40 · 5 de janeiro às 22:19

👤 [Redacted] · 🗨️ Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 14 de janeiro · Editado ·

Tem alguém aí desse tempo? Sugestão do Suricate [redacted] Jucás-CE.

Curtir · Comentar · Compartilhar

65 mil Principais comentários

23.229 compartilhamentos

[redacted] Eu já fiz muito isso no meu Nokia tjoilão falando com aquelas camião que até hoje são minhas amigas! O tempo bom que minha única preocupação era se essas praga tinham entendido o que eu tinha falado nesses 3 segundos! Kkkkkkkkkkkkkkkkk

Curtir · Responder · 475 · 14 de janeiro às 21:34 · Editado

31 Respostas

[redacted] "faz 3 segundos!":
Começo da conversa
"repete": Não entendeu oq disseram, dá direito d ouvir dinovo
"Escuta": tem direito a duas ou mais ligações seguidas com vez d falar... Ver mais

Curtir · Responder · 48 · 15 de janeiro às 00:52

7 Respostas

[redacted] e nunca saberão o que é ter que entrar na conferência antes da meia noite de domingo, caso contrário ficaria fora dos papos!!!

Curtir · Responder · 51 · 14 de janeiro às 21:41

2 Respostas

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 15 de janeiro ·

eu ainda como todo dia! melhor que carne kkkkk

Curtir · Comentar · Compartilhar

31 mil Principais comentários

4.698 compartilhamentos

[redacted] Meu fi, pois se so tivesse isso todo dia... Eu agradeceria de pés juntos todos os dias. Pq quando eu era criança, muitas vezes, nem isso tinha!!

Curtir · Responder · 402 · 15 de janeiro às 18:06

1 resposta

[redacted] Para quem já comeu goiaba verde para matar a fome, feijão com arroz e ovo é luxo rrsrrsrs

Curtir · Responder · 219 · 15 de janeiro às 18:07

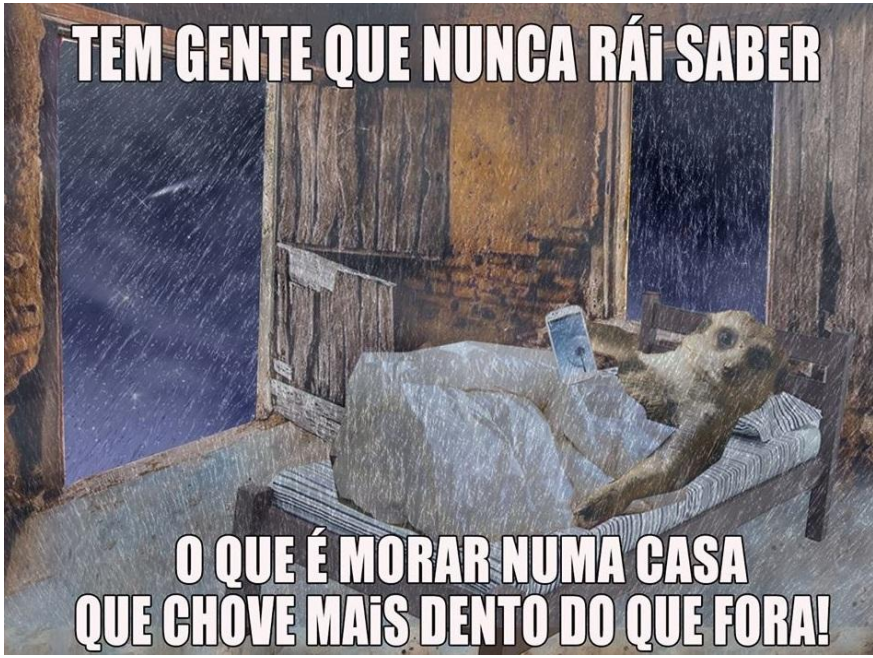
Ver respostas anteriores

[redacted] também já matei muito minha fome com goiaba Verde e manga com sal. Hoje graças a Deus e aos meus estudos sou funcionária pública federal, mas jamais esqueço da minha infância pobre de recursos financeiros, mas feliz... não troco minha infância pela do meu filho hoje

Curtir · Responder · 53 · 15 de janeiro às 18:35

Ver mais respostas

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 20 de janeiro

eu durmo e me acordo sentinu os respingo! boto as bacia e as panela pra apapar as gotéral!

Curtir · Comentar · Compartilhar

52 mil Principais comentários

10.561 compartilhamentos

Eu amava, quando eu dormia de rede em Fortaleza, a minha rede ficava embaixo de um furo na telha e toda vez que chovia, eu colocava meu rosto pra sentir os pingos... boas lembranças de minha infância, que nunca vou esquecer!

Curtir · Responder · 504 · 20 de janeiro às 21:07

54 Respostas

Aff eu morava em uma casa coberta com um compensado bem fino quando ficou velho chovia dentro de casa também minha mãe com eu e minha irmã ficávamos acordadas até a chuvas passar pra amarrar as redes de novo minha irmã como era menor dormia no colo do meu pai, por isso dou tanto valor ao que tenho hj e aos meus pais passamos muitas dificuldades juntos.

Curtir · Responder · 159 · 20 de janeiro às 21:14

6 Respostas

Kkk minha casa tá assim. Parece um dilúvio chove mais dentro do que fora. Não tá fácil pra ninguém msmo!! 🤔🤔🤔 Que chova Pra

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 21 de janeiro

é mermo, ôh!!!

Curtir · Comentar · Compartilhar

24 mil Principais comentários

3.611 compartilhamentos

Fui um dia pedir na minha vô q morava vizim ela me trouxe uma xícara de açúcar com formigas, eu disse vô tem formigas e ela disse tem nada não tua mãe nunca me devolve nám a vô em dona Linguinha...

Curtir · Responder · 63 · 21 de janeiro às 21:11 Editado

11 Respostas

O mesmo vizim que pede a xícara de açúcar é o que fala mal das imundiça da sua casa pros outros! Kkkkkkkkkkkkkkkkk

Curtir · Responder · 125 · 21 de janeiro às 21:02 · Editado

14 Respostas

Ôh, mais se no rô saber minino, hahaha... Eu mermo já pidi a minha vizinha, uma xirca de açuca, de café e intê ovo eu pidi, e ela me deu, tamém ela vivia me pidindo citola aio sã e tomate né? Mais é assim mermo, os visinho é pré essas coia mermo. ajudar... Ver mais

Curtir · Responder · 16 · 21 de janeiro às 21:49

3 Respostas

Nós sabe né vizinha... É uma

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 24 de janeiro · Editado ·

Curte se você já ouviu essa! 😊 Sugestão do Suricate

👍 Curtir 🗨 Comentar ➦ Compartilhar

👍 51 mil Principais comentários

12.738 compartilhamentos

[Redacted] Só o espelho??? Kkk Aqui em casa a gente tinha que se fingir de morto... Nem respirava direito, meu avô dizia que tudo atraía raio... Faca, garfo, panela, tesoura, tv, espelho... A lista é longa, só nos restava deitar e ficar bem escondido nas cobertas!! Kkk Terror da infância!!!
 Curtir · Responder 👍 647 · 24 de janeiro às 21:04
 ↳ 72 Respostas

[Redacted] Não cubro, mas viro os espelhos pro lado da parede até hoje e tiro tudo das tomadas hahah. Nunca se sabe né, Suricate seboso? haha
 Curtir · Responder 👍 185 · 24 de janeiro às 20:57 · Editado
 ↳ 23 Respostas

[Redacted] A mãe nunca fez isso, se ela não fez, então não precisat A mãe é sabida, a mãe!
 Curtir · Responder 👍 167 · 24 de janeiro às 20:54
 ↳ 7 Respostas

[Redacted] Kkkk lá na minha bisa é
 [Redacted] Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 26 de janeiro ·

ô povo doído, num façam isso em casa negada kkkkk conhece alguém que já fez essa marmota? Sugestão da Suricata Diele Martins

👍 Curtir 🗨 Comentar ➦ Compartilhar

👍 24 mil Principais comentários

7.327 compartilhamentos

[Redacted] Eu já fiz uma vez, pra nunca mais da uma dor no pescoço miserável kkkk, isso era do tempo que chapinha era artigo de luxo, hoje tenho 2 😊
 Curtir · Responder 👍 290 · 26 de janeiro às 12:06 · Editado

Suricate seboso Se amostranu só pq tem 2
 Curtir · Responder 👍 388 · 26 de janeiro às 12:09
 ↳ Ver mais respostas

[Redacted] Quando eu era criança uma vizinha fez isso em mim pa mode ir bunitinha na festinha, meu cabelo ficou parecendo uma manga chupada! Armaria!
 Curtir · Responder 👍 399 · 26 de janeiro às 12:05
 ↳ Ver respostas anteriores

Suricate seboso Marróia
 Curtir · Responder 👍 92 · 26 de janeiro às 12:08
 ↳ Ver mais respostas

Escreva um comentário...

TEM GENTE QUE NUNCA RÁI SABER



O QUE É BRINCAR DE CORRIDA DE BARQUIM NA CHUVA!

Suricate seboso
Página curtida · 1 de fevereiro ·

já brincaru? kkkkkkkk

Curtir · Comentar · Compartilhar

63 mil · Principais comentários

18.649 compartilhamentos

Sebozim eu que ganhei a corridã passei só pa avisarl
Curtir · Responder · 619 · 1 de fevereiro às 18:01
31 Respostas

Dona Sebosa Eu quero é que tu pegue umas fiéira, peste!
Curtir · Responder · 497 · 1 de fevereiro às 17:59
25 Respostas

Fi da vizinha se a mãe déxasse eu ia brincarl
Curtir · Responder · 389 · 1 de fevereiro às 18:02
38 Respostas

Kkkk isso que era brincadeira, oh tempo bom quando éramos crianças. Ar praga de hj só quer de saber de ficar nessas internet.
Curtir · Responder · 94 · 1 de fevereiro às 18:00
8 Respostas

Cassete esse pessoal parece que fica de plantão no face

Escreva um comentário...

TEM GENTE QUE NUNCA RÁI SABER



O QUE É BUSCAR UMA RUMA DE MININO NA ESCOLA!

Suricate seboso
Página curtida · 5 de fevereiro ·

Hoje a toinha foi buscar até us fi da vizinhança toda!

Curtir · Comentar · Compartilhar

56 mil · Principais comentários

7.005 compartilhamentos

só me lembro da pobi de Francimar, que tinha dia que voltava eu, tu é mais quatro menina, tudo tirando o juízo dela kkkkkkkkk
Curtir · Responder · 4 · 5 de fevereiro às 18:27

Armaria tem uma vizinha aqui que toda vez que vou buscar os fi no colégio, só rem brigando com os pobi. Sobre a calçada desgraça, quando chegar em casa vc vai ver. Coitado dos bixim. Kkkk

Vale Midelzu

Vou ganhar corridã!

Curtir · Responder · 709 · 5 de fevereiro às 18:01
25 Respostas

Se aquete ai bndi praga se ñ tago mais vcs. e tbm, pede a ar mães de vcs pa mode

Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 7 de fevereiro · 🌐

Minino, vi isso demais hoje! kkkkk marque aquela pessoa que passou apertos com você

👍 Curtir 🗨 Comentar ➦ Compartilhar

👍 🤔 🤔 29 mil Principais comentários

5.314 compartilhamentos

Tem gente que nunca vai saber o que é ir pra qualquer lugar num carro lotado 😂😂😂😂😂😂😂😂😂😂
O Fiat 147 do meu tio que o diga...era menino em todo canto, e ngrm era multado, e tinhamos allas histórias pra contar depois!
Curtir · Responder 👍 71 · 7 de fevereiro às 21:19
↳ 3 Respostas

Meu pai tinha uma Belina e as crianças só iam no porta malas éramos cinco irmãos vc sabia que lavam grande quando sentava nos bancos kkkkk
Curtir · Responder 👍 38 · 7 de fevereiro às 21:09

Quando eu era criança meu pai tinha um fusca azul, uma vez ele colocou nove pessoas dentro desse carro (sem freio) e fomos todos para a ilha do Amor, lá em Barra de Jangada.
Curtir · Responder 👍 17 · 7 de fevereiro às 22:01 · Editado

Ei, eu fiz isso, era gente no teto, no porta malas, pendurado nas portas e parte ainda era meninos, pq se fosse adulto nem caberia. O carro foi achatado, e ordo ia nassar no nuebra-
Escreva um comentário...



Suricate seboso
Página curtida · 10 de fevereiro · 🌐

Quem já brincou curti 😊 Já ganchei muito isso no telhado da vizinha! Sugestão do suricate

👍 Curtir 🗨 Comentar ➦ Compartilhar

👍 🤔 🤔 34 mil Principais comentários

6.177 compartilhamentos

E a alegria acabar quando ele caia no telhado 😂
Curtir · Responder 👍 198 · 10 de fevereiro às 21:00
↳ 10 Respostas

Pior de tudo é quando ia pro quintal ou pro telhado do vizinho, mais como a diversão com meus colegas não acabava pegavamos sacos plásticos amarrava a alça, na ponta da linha amarrava uma pedrinha e iamos brincar de para-quedas. Mais pior era quando dava vento forte e levava ele embora, aí era o jeito ir embora e acabar com a brincadeira.
Curtir · Responder 👍 53 · 10 de fevereiro às 21:04
↳ 3 Respostas

Ó suadades da minha infância, no meu tempo foi infância mesmo, brincadeiras, banho de chuva, conversas na porta, paquerinhas aí que tempo bom e sobre esse brinquedo quem fazia avoar mais alto!! 😊
Curtir · Responder 👍 13 · 10 de fevereiro às 21:04
Escreva um comentário...