



A Cultura Nordestina no *Facebook*: Apontamentos sobre Cultura e Identidade na Era Digital¹

Patrícia LINS²

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

O presente trabalho propõe analisar uma página da rede social *Facebook*, chamada “Bode Gaiato”, que utiliza *memes* em suas postagens com elementos da cultura nordestina. Com pouco mais de um ano de existência, a página já é um fenômeno, com quase 3,5 milhões de seguidores. Para tanto, levou-se em consideração conceitos como cultura e identidade, evocados à luz das novas Tecnologias de Comunicação e Informação. O objetivo principal foi observar como se dá a disseminação de uma cultura ligada à tradição do nordeste em um meio digital, mesclando elementos do cotidiano dos nordestinos e da era digital. Como resultado, notamos que páginas com assuntos direcionados, como a que analisamos, atuam no fortalecimento da identidade de seus seguidores, uma vez que esses se identificam com o conteúdo por ela veiculado.

PALAVRAS-CHAVE: identidade; cultura; Nordeste; Bode Gaiato; *Facebook*.

TEXTO DO TRABALHO

1. Introdução

Em tempos de pós-modernidade, hibridização, convergência e mobilidade, a criação, a construção e a manutenção (ou não) das identidades se torna algo tão cotidiano que este fenômeno acontece sem nem ao menos nos darmos conta. Por outro lado, a identidade acaba se tornando foco de estudos e análises, no sentido de entender como, em uma estrada com tantas encruzilhadas, um indivíduo opta por trilhar determinado caminho e construir, assim, a sua própria identidade.

Com o surgimento das novas tecnologias de informação e de comunicação, as noções de global e de local se confundem, ao ponto de culturas regionais e mundiais se fundirem no espaço da *World Wide Web* (MELO, 2011). No entanto, a busca e a defesa da identidade de grupos específicos ainda persistem (BAUMAN, 2005), sejam nos âmbitos da política, das artes, da mídia e, por que não dizer, das redes sociais.

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Graduada em Comunicação Social – Jornalismo e Mestre em Sociologia pela UFPB, email: patylinspb@hotmail.com.



Tem-se presenciado, nos últimos anos, alguns casos de preconceito contra os nordestinos por parte de brasileiros que moram em outras regiões do país (na maioria das vezes, adolescentes e jovens), com opiniões e insultos veiculados através dessas redes sociais. Concomitantemente e, talvez, como resposta a estes atos de preconceito, a onda do “Orgulho de ser nordestino” também invadiu esses novos espaços de socialidade e de discussão como o *Twitter*, o *Facebook* e o *Instagram*.

Dessa forma, encontram-se cada vez mais páginas de sucesso no *Facebook*, por exemplo, mostrando a cultura e a identidade nordestina, fazendo uso do humor para representar situações que remetem ao cotidiano e à memória coletiva regional. Podemos citar como exemplos as páginas Bode Gaiato³, Calango Mancoso⁴, Nação Nordestina⁵, Orgulho de Ser Nordestino⁶ e Suricate Seboso⁷.

No presente trabalho, nos dispomos a analisar uma dessas páginas de perfil no *Facebook* e acabamos por optar por aquela que tivesse mais expressividade junto aos usuários dessa rede social. O número de usuários, ou para usar a linguagem *facebookiana*, o número de pessoas “curtindo” é facilmente identificado, bastando acessar a capa do perfil de cada uma dessas páginas.

Levando, pois, em consideração a popularidade das páginas, optou-se por analisar a “Bode Gaiato” visto que o seu número de curtidas corresponde praticamente à soma de todas as outras juntas.

Assim, volta-se o olhar para essa página, na tentativa de identificar de que maneira ela contribui para a identificação cultural dos nordestinos, para o seu senso de pertença a esta cultura e de que modo esse “retorno às origens” pode ser possível ou não na era da cultura digital.

Busca-se também identificar, no conteúdo da página estudada, qual a carga de elementos da cultura regional nordestina que as postagens possuem e em que ponto elas acabam fluindo para uma mistura com elementos da cultura nacional e global.

Também foi ponto de preocupação a tentativa de perceber em que medida o conteúdo da página “Bode Gaiato” contribui positiva ou negativamente para a disseminação da cultura do Nordeste.

³ Número de seguidores em 20 de fevereiro de 2014: 3.453.585.

⁴ Número de seguidores em 20 de fevereiro de 2014: 324.683.

⁵ Número de seguidores em 20 de fevereiro de 2014: 962.860.

⁶ Número de seguidores em 20 de fevereiro de 2014: 6.590.

⁷ Número de seguidores em 20 de fevereiro de 2014: 1.446.126.



Para tanto, realizamos uma pesquisa de cunho exploratório e descritivo. Particularmente no estudo que desenvolvemos, uma pesquisa exploratória se mostrou a mais apropriada uma vez que se trata de um tema e de um objeto de estudo recentes, sendo necessário, portanto, o desenvolvimento de uma maior familiaridade com o tema.

Trabalhou-se também com um levantamento bibliográfico sobre o tema tratado na pesquisa, com análise do conteúdo veiculado na página analisada e de matérias que comentam sobre o “fenômeno Bode Gaiato”.

A pesquisa teve como delimitação as publicações realizadas no intervalo de uma semana (de 19 a 25 de janeiro de 2014) da página “Bode Gaiato”, criada na rede social *Facebook*, incluindo textos e imagens postadas pelo autor da página e pelos seus seguidores. Assim, foi possível não só considerar o conteúdo veiculado pelo criador do “Bode Gaiato”, como também a interação desse com os seus fãs, verificada através das “curtidas”, dos comentários e dos compartilhamentos feitos a partir de cada postagem.

A página foi, portanto, analisada diretamente no perfil que ocupa no *Facebook*, através da *World Wide Web*, e teve o seu conteúdo catalogado durante sete dias. Para esta análise, serviram de base os conceitos e teorias abordados por Lucia Santaella, Zigmunt Bauman, Stuart Hall, Manuel Castells, José Marques de Melo, entre outros autores.

Para descrever os dados da pesquisa, partiu-se das discussões acerca dos conceitos de cultura e de identidade. Com base nesses apontamentos, o foco passa a ser o objeto de estudo, a partir da análise do conteúdo veiculado na página “Bode Gaiato”.

2. Cultura

O conceito de cultura é algo tão amplamente debatido ao longo dos dois últimos séculos, que se torna difícil apreendê-lo, a não ser após uma revisão bibliográfica mais atenta. De acordo com Terry Eagleton (2005), em sua obra “A ideia de cultura”, a palavra cultura mapeia, em seu desdobramento semântico, a mudança histórica da própria humanidade.

Isso porque o termo, cuja raiz latina é *colore*, denotava no início um processo material, voltado para o sentido de cultivar e habitar. Com o passar do tempo, cultura foi metaforicamente transferido para questões do espírito, como adorar e proteger.

Lucia Santaella (2010, p. 31) sugere uma definição breve e útil para o termo: “cultura é a parte do ambiente que é feita pelo homem. Implícito nisto está o



reconhecimento de que a vida humana é vivida num contexto duplo, o habitat natural e seu ambiente social”.

Em se tratando especificamente da cultura no âmbito comunicacional, é Santaella (2003) quem nos traz uma das formas mais didáticas de identificar as mudanças na cultura humana, através da sua divisão em seis eras culturais: a cultura oral, a cultura escrita, a cultura impressa, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cultura digital.

Com isso em mente, passaremos a descrever os elementos próprios da cultura digital, uma vez que é em seu ambiente que iremos analisar a página que nos propomos nesse trabalho.

2.1 A Cultura Digital

Ainda seguindo o raciocínio de Santaella, observamos que “a cultura digital não brotou diretamente da cultura das massas, mas foi sendo semeada por processos de produção, distribuição e consumo comunicacionais a que chamo de ‘cultura das mídias’” (SANTAELLA, 2010, p. 13). Assim, a cultura digital teve seu berço na cultura das mídias e se diferencia desta devido a uma característica marcante da era digital: a convergência das mídias.

No entanto, mais do que proporcionar a interação entre multiplataformas e entre conteúdos os mais diversos, a cultura digital vem trazer também a possibilidade de abranger e incluir as mais diversas expressões culturais.

Através da rede, os indivíduos passam não só a ter acesso a todos os tipos de informações e conteúdos, como também passam a elaborar, criar e difundir na rede conteúdos produzidos por eles mesmos, disponibilizados através de textos, imagens ou sons, e acessados em qualquer lugar.

O novo sistema de comunicação vai possibilitar a expressão de várias formas de cultura na rede, não apenas as seis categorias comunicacionais elencadas por Santaella, mas também as culturas que são formas de expressão dos mais variados grupos (regionais, artísticos, políticos, religiosos, movimentos de classes, movimentos sexuais, etc).

Na verdade, usando as palavras de Néstor Canclini, “hoje todas as culturas são de fronteira”. Ou seja, os elementos que caracterizam cada cultura específica não se perdem, mas passam a interagir com outras culturas. É como se pensar na literatura de cordel, hoje divulgada através de blogs ou sites na Internet. Ou nas manifestações populares que ocorreram em cidades de todo o Brasil no segundo semestre de 2013, que



foram planejadas e divulgadas através das redes sociais. “Assim as culturas perdem a relação exclusiva com seu território, mas ganham em comunicação e conhecimento” (CANCLINI, 2008, p. 348).

Além dessas características da cultura digital elencadas aqui, há mais uma que deve ser levada em consideração, devido à sua importância para o nosso estudo: a fragmentação da audiência e a busca individualizada da mensagem e da informação. E essa característica, como se verificará mais adiante, está intrinsecamente ligada à multiplicidade das identidades que um indivíduo pode assumir hoje.

Uma vez que os limites que dividiam as culturas estão se dissolvendo, não há mais como os próprios indivíduos manterem identidades fixas. E, assim como essas identidades passam a ser voláteis, os conteúdos que vão despertar o interesse dessas pessoas, sejam informacionais ou de entretenimento, acabam tendo que assumir também novas formas.

A solução parece estar, pois, na personalização dos conteúdos (herança da cultura das mídias), onde cada pessoa, justamente por assumir várias identidades, vai buscar saciar cada uma das suas facetas, individual ou mutuamente.

2.2 A Cultura Regional na Era Digital

O que podemos observar hoje é que a cultura regional⁸ se modernizou, que ela não é vivida pelos sujeitos populares como complacência melancólica para com as tradições, e que ela passa atualmente por processo de hibridação com outras culturas, evitando assim a sua morte frente às mudanças trazidas pelas novas tecnologias (CANCLINI, 2008). Assim, observa-se a presença da cultura regional também nas novas mídias e no universo digital.

Na visão de José Marques de Melo, o que está acontecendo é que não só o espaço foi alterado com a pós-modernidade, mas também o tempo sofreu consequências. Hoje, “passado e presente convivem dialeticamente, no sentido de resgatar elementos capazes de preservação seletiva e de renovação criativa” (MELO, 2011, p.32). Assim, os elementos que no passado estavam restritos à tradição de um povo, à cultura de uma determinada região, passaram a interagir com o futuro, permitindo, através da criatividade trazida pelas novas mídias, o resgate desse passado.

⁸ O que entendemos aqui por cultura regional a cultura de um povo e seus costumes ligados, principalmente, à região onde nasceram e vivem.



Todo esse movimento de resgate é visto com bons olhos por Melo. Para ele, este é o momento certo para, através da inclusão digital, fortalecer a cultura popular e a cultura regional, de modo a permitir “o diálogo com os produtores da cultura popular que resistem estoicamente, preservando o legado dos seus ancestrais” (MELO, 2011, p.37).

É nessa vertente de ideias que brotam conceitos como “glocal” ou “pensar globalmente, agir localmente”. Ou seja, navegar no mundo que o “global” oferece, mas manter a âncora nas características próprias que o “local” possui, de modo que global e local coexistam dinamicamente. Essa é uma tarefa difícil, admite esse autor, uma vez que

não se trata apenas de remar contra a maré dos que se sentem partícipes incondicionais da arena global, mas de vencer a obtusidade dos que se deixam iludir pelas aparências de uma sociedade que se diz pós-moderna, descartando as identidades nacionais e jogando, na lata do lixo da História, as peculiaridades regionais e as especificidades locais ou até mesmo os singulares paroquialismos (MELO, 2011, p.17).

Na visão de Bauman, além de difícil, a coexistência do global e do local é um lema mal concebido e até perigoso. “Não há soluções locais para problemas gerados globalmente. Os problemas globais só podem ser resolvidos, se é que podem, por ações globais” (BAUMAN, 2005, p.94)

Assim, se, por muito tempo, as culturas regionais estiveram isoladas em cada região onde surgiram, hoje elas já não podem ser tão claramente diferenciadas. Elas se fundiram, não para formar uma cultura maior e hegemônica, mas elas se cruzam e se hibridizam. E essa hibridização se estende para além das fronteiras dos países e, agora, a cultura nacional se mescla também com as outras culturas internacionais e mundiais. É daí que surge um ponto fundamental em nossa discussão: a formação da identidade a partir da cultura.

3. Identidade

A identidade cultural vem sendo foco de debate, principalmente no início da pós-modernidade. Segundo Santaella (2010, p. 126), é justamente na era digital que o sujeito cultural se transforma em “um sujeito multiplicado, disseminado e descentrado, continuamente interpelado como uma identidade instável”.

Nos estados pré-modernos, a identidade era determinada pelo nascimento; com o surgimento da modernidade, ela passou a ser determinada pelo papel produtivo e pelas



classes na divisão social do trabalho. Na modernidade líquida, vemos o surgimento de identidade(s) múltipla(s) e inacabada(s). (BAUMAN, 2005).

Ao tratar sobre a identidade cultural nessa era pós-moderna, Stuart Hall (2005) vai apontar que as mudanças estruturais ocorridas no final do século XX fragmentaram as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, “que, no passado, tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais” (HALL, 2005, p. 09). Tais mudanças abalaram também as identidades pessoais, atuando sobre a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados.

Em outras palavras não foram apenas as culturas que se descentralizaram, mas também os indivíduos, tanto em relação ao seu lugar no mundo social e cultural, quanto em relação a si mesmos.

Outro ponto importante desse debate é que a identidade aparece justamente frente ao diferente. Citando Jock Young, Bauman (2003, p. 20) escreve que é “precisamente quando a comunidade entra em colapso, a identidade é inventada”. E acrescenta: esta é substituta daquela. Em outras palavras, a “‘Identidade’ significa aparecer: ser diferente e, por essa diferença, singular – e assim a procura da identidade não pode deixar de dividir e separar” (BAUMAN, 2003, p. 21).

Tratando mais especificamente de uma temática bem recente, algumas páginas do *Facebook* publicam situações cômicas do cotidiano de diversos nordestinos que viveram ou estão vivendo tais situações.

O que nos chama a atenção para estas páginas é a quantidade de seguidores que elas conseguiram em um curto espaço de tempo, seguidores estes que não apenas curtem a página e as publicações, mas que também comentam e compartilham as imagens como forma de identificação, seja consigo mesmo, seja com amigos ou familiares.

O que levaria a essa identificação é o motivo pelo qual realizamos a presente pesquisa, aliado ao fato de que é necessário, frente a todos os conceitos apresentados acima, identificar se os elementos que compõem as publicações no *Facebook* estão inseridos no que entendemos por cultura nordestina.

4. O Bode Gaiato

O *Facebook* é uma rede social que possui hoje mais de 1,19 bilhão de usuários, caracterizando-se como a maior do planeta. Ele foi lançado em 4 fevereiro de 2004 e



nasceu de uma ideia de quatro universitários de Harvard: Mark Zuckerberg, Chris Hughes, Eduardo Saverin e Dustin Moskovitz.

Desde então, o site foi aos poucos sendo conhecido em todo o mundo e acabou se tornando um sinônimo de rede social de sucesso, permitindo não só a criação de páginas de perfil individuais, mas também de grupos de interesse ou de discussão e de páginas.

A possibilidade de os usuários serem não só receptores de conteúdo, mas também produtores, surgiu, como vimos, com a cultura das mídias e com o advento da Internet. Foi devido a essa possibilidade do sistema que pessoas puderam criar suas páginas no *Facebook* e disseminar conteúdo feito de maneira amadora (e por isso também cômica), às vezes a partir de sugestões de fãs, em casa, utilizando um computador para criar e/ou um *tablet* ou um *smartphone* para distribuir e consumir.

O *Facebook* permite a criação de páginas de seis tipos: a) Negócios locais ou Local; b) Empresa, organização ou instituição; c) Marca ou produto; d) Artista, banda ou figura pública; e) Entretenimento; ou f) Causa ou comunidade.

Dentro de cada um desses perfis de páginas, há categorias. Por exemplo, ao criar uma página de entretenimento, você pode escolher dentre as categorias: álbum, casa de shows, gravadora, livro, personagem de filme, liga esportiva, turnê, etc.

O “Bode Gaiato” é uma dessas páginas do *Facebook*, que foi criada em 03 de janeiro de 2013, no perfil “Entretenimento” e na categoria “Personagem Fictício”. De acordo com o levantamento realizado no dia 20 de fevereiro de 2014, essa página contava com 3.453.585 de curtidas, ou seja, mais de 3,4 milhões de usuários do *Facebook* curtiram essa página e acompanham as suas postagens diariamente. E esse número cresce mais a cada dia.

O que chama a atenção para essa página não é só a quantidade de “curtidas” que ela possui, mas também a quantidade de compartilhamento⁹ que as postagens da página alcançam. Até o momento em que nosso estudo foi realizado, o recorde havia sido de 165.591 compartilhamentos de uma postagem feita em 28 de abril de 2013.

O criador da página analisada é um estudante pernambucano de 19 anos, Bruno Melo, que, segundo ele próprio, “quis criar algo com um personagem nordestino, para

⁹ Compartilhamento consiste na ação de copiar para a própria linha do tempo do *Facebook* uma publicação feita em outro perfil ou página. Esse elemento serve para constatar a quantidade de pessoas que não só gostou/curtiu a publicação, mas que acabou disseminando-a na rede.



publicado. Conteúdo esse que sempre traz algo cômico, mas que utiliza como base acontecimentos do cotidiano de uma família tipicamente nordestina, retratando a linguagem e os costumes próprios dessa cultura.

As ideias para as tirinhas partem de experiências vividas e observadas pelo próprio criador. “A questão do leite no fogo, que a mãe sai e deixa a gente olhando, brigas com o irmão, isso tudo eu vivi. Mas as pessoas têm mandado bastantes sugestões, cerca de 25% são aproveitadas”, contou Breno Melo em uma entrevista¹².

Veja que não estamos falando necessariamente de uma família que mora no Nordeste, afinal, os ambientes retratados nas imagens não sugerem que as ações se desenvolvam em uma cidade no Pernambuco, na Bahia ou no Paraíba. Tudo pode ter acontecido em São Paulo, no Rio Grande do Sul ou no Pará. Apenas pela linguagem e pelos costumes do cotidiano é que se pode dizer que se trata de personagens nordestinos.

Tal fato contribui para o reconhecimento dos usuários do *Facebook* que, sendo nordestinos (e mesmo que não morem mais no Nordeste ou no Brasil), conseguem compreender as expressões utilizadas pelo criador da página. Para indivíduos nascidos ou criados em outra cultura, alguns textos são incompreensíveis. Daí, nota-se que as publicações possuem, sim, uma carga significativa da cultura nordestina.

Após um mês que a página estava na rede, o criador de “Bode Gaiato” postou uma lista com as cidades que mais curtiam a página. Os cinco primeiros lugares eram: Recife-PE (4.528 curtidores), Natal-RN (3.924), João Pessoa-PB (3.400), Caruaru-PE (3.392) e Campina Grande-PB (2.596)¹³. Na verdade, quase todas as vinte e uma cidades listadas pelo criador estão localizadas no Nordeste, mas figuram também na lista os municípios de São Paulo (10º lugar, com 1,356 curtidores) e Rio de Janeiro (20º lugar, com 493). Hoje, acredita-se que esse número de cidades localizadas em outras regiões aumentou significativamente, mas apenas o administrador da página pode ter acesso a esses dados reais.

Os curtidores de “Bode Gaiato” estão acompanhando as postagens também em outros países, como podemos ver em publicações feitas na própria página, que mostram imagens de seguidores no Canadá e na Irlanda.

¹² Ibidem.

¹³ Dados coletados na página “Bode Gaiato”: Fonte: <https://www.facebook.com/ObodeGaiato?fref=ts>. Acesso em: 20/02/2014.

No total, foram vinte publicações nos sete dias de análise da página, com uma média de 2,8 postagens por dia. As publicações são basicamente de três tipos: tirinhas, imagens únicas ou apenas textos. Elas sempre tratam de temas atuais ou do cotidiano, retratando a “gaiatice” de algum dos personagens. As postagens que são frutos de sugestões dos “curtidores” da página somam sete, nesse período.

Nas publicações analisadas, observou-se que os costumes tipicamente nordestinos que aparecem nas publicações não estão necessariamente presos à tradição do passado.

Figura 01– O costume nordestino associado a temas atuais (23/01/2014)



Fonte: <https://www.facebook.com/ObodeGaiato?fref=ts>. Acesso em: 03/02/2014

Pelo contrário, os costumes são mostrados aliados a assuntos e temas atuais, como se pode ver na postagem acima, na qual o costume nordestino é retratado pela expressão “couro quente”, e o elemento da atualidade é a menção a uma outra rede social, o *Whats App*.

Sobre essa mistura da tradição com a linguagem e fatos atuais, em uma plataforma digital, Canclini a identifica como uma característica própria das culturas híbridas:

As novas tecnologias não só promovem a criatividade e a inovação. Também reproduzem estruturas conhecidas. [...] A coexistência desses usos contraditórios revela que as interações das novas tecnologias com a cultura anterior as torna parte de um processo muito maior do que aquele que elas desencadearam ou manejam. (CANCLINI, 2008, p. 309).

Da mescla entre o tradicional e o digital é que parece surgir o sucesso de “Bode Gaiato”. Como se pode perceber, o público que curte a página é, em sua maioria, formada por pessoas que moram no Nordeste. Mas o número de curtidores de outras regiões do país, além de ser significativo, demonstra que o senso de pertencimento vem se tornando realmente cada vez mais forte, mesmo em plena era digital.

O fortalecimento na diferença, apontado por Bauman pode ser uma das justificativas para que esse público de nordestinos fora do Nordeste busque essas páginas. E o fato de que comunidades e conteúdos personalizados são cada vez mais frequentes também aponta para a participação de indivíduos em páginas bem específicas como a que analisamos.

Figura 02 – Interação entre “curtidores” e as publicações (20/01/2014)



Fonte: <https://www.facebook.com/ObodeGaiato?fref=ts>. Acesso em: 03/02/2014

Mas a identificação dos nordestinos com a página parece se dar justamente porque a cultura regional foi trazida para esse espaço multimidiático, unindo o global e o local. A grande participação dos “curtidores”, sugerindo postagens e comentando as publicações também com expressões tipicamente nordestinas parecem ser o termômetro que mede o grau dessa identificação.



Essa interação pode ser observada na Figura 02, que teve cerca de 2.170 comentários, quase 21 mil curtidas e mais de 6 mil compartilhamentos. Nos comentários, os “curtidores” usam a mesma linguagem das publicações, fazem referência a uma série americana chamada “Everybody hates Cris” (Everybody hates Junin) e mencionam outros personagens da página “Bode Gaiato”.

Por um lado, páginas como essa enfrentam críticas, devido ao uso de uma linguagem “errada” e à disseminação de preconceitos ligados aos nordestinos. Essas críticas alegam que páginas dessa natureza acabam por fortalecer ideias errôneas que os “sulistas” teriam em relação ao Nordeste.

No entanto, os criadores das páginas como “Bode Gaiato” acreditam que os conteúdos que eles publicam vão fortalecer ainda mais a cultura nordestina e fazer com que os nordestinos estejam cada vez mais próximos a essa cultura, estejam eles onde estiverem.

Além disso, a multiplicidade de identidades que cada pessoa carrega consigo atualmente também colabora para que jovens, que já nasceram na era digital e têm total familiaridade com redes sociais e novas mídias, também se reconheçam em conteúdos que resgatam situação cotidianas que aconteceram com seus avós, com seus pais, no seu ambiente familiar.

É o cruzamento de culturas na rede, trazendo a cultura regional para a era digital e fortalecendo, ainda que através do riso, a identidade nordestina.

5. Considerações Finais

Durante os apontamentos aqui realizados, três ideias principais estiveram envolvidas: cultura, identidade e era digital. No presente trabalho, buscou-se identificar e analisar um dos nós onde esses três elementos se encontram: uma página de rede social que, utilizando elementos da cultura regional e da cultura digital, com o objetivo de entreter, já atraiu quase 3,5 milhões de pessoas.

A mistura entre tradição e digital que presenciamos na página se encaixa no que havia sido identificado por Santaella (2010, p.125) em seus estudos:

nessa malha híbrida de linguagens nasce algo novo que, sem perder o vínculo com o passado, emerge como uma identidade própria. Essa reconfiguração da linguagem é responsável por uma ordem simbólica específica que afeta nossa constituição como sujeitos culturais e os laços sociais que estabelecemos.



Seja em nossa atuação cotidiana ou em nossa participação nas mais diversas comunidades reais e virtual, a nossa identidade se multiplica e se fortalece cada vez mais. Um dos maiores problemas que se enfrenta atualmente, segundo Bauman (2005), é o de decidir qual das identidades alternativas devemos escolher e por quanto tempo devemos nos apegar a ela.

Assim, deve-se assumir a identidade do cidadão do mundo conectado à rede e ligado às novas mídias? Ou se deve retornar às nossas origens, costumes e tradições que aprendemos com nossos pais, de modo a valorizar a cultura da nossa região?

José Marques de Melo defende que a nossa escolha não deve levar em consideração o “ou”, mas sim o “e”. Para ele, deve-se assumir uma cidadania glocal, valorizando, disseminando e assumindo a nossa identidade nordestina em nosso meio social, ainda que nele esteja incluso o virtual. Levar o vaqueiro, o cordel e a nossa linguagem a serem conteúdos disponíveis na Internet é uma maneira de fazer isso. E assumir, assim, não um multiculturalismo que unifica, mas uma mistura de culturas que valoriza.

Chega-se a essa conclusão uma vez que se pode identificar o modo como a página “Bode Gaiato”, apesar de ser um espaço de socialidade em um meio digital, acaba contribuindo para a identificação cultural dos nordestinos, para o seu senso de pertença a esta cultura, mesmo que estes estejam em outras regiões do país ou do planeta.

Tal afirmação se dá frente aos elementos da cultura nordestina identificados na página, sejam expressões típicas e características do Nordeste, sejam os costumes e situações do cotidiano retratadas pelos personagens de “Bode Gaiato”.

Apesar de esses elementos serem retratados de forma cômica, acredita-se que a página acaba por contribuir de forma positiva para a disseminação da cultura nordestina e para o fortalecimento da identidade dos nordestinos que seguem e curtem a página.

REFERÊNCIAS

AGRA, Mary Cristina de Menezes. Cultura popular: desmistificando (pré)conceitos. In: ARAÚJO, Walkiria Toledo (Org.). **Cultura local**: discursos e práticas. João Pessoa: Editora Universitária / UFPB, 2000.

BAUMAN, Zigmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

_____. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.



Bode 'gaiato' criado por recifense vira mania e atinge multidão de fãs na web – Portal G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/pernambuco/noticia/2013/05/bode-gaiato-criado-por-recifense-vira-mania-e-atinge-multidao-de-fas-na-web.html>. Acesso em: 05/05/2013.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura**. 4ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

Dicionário Aurélio Digital. Disponível em: <http://www.dicionariodoaurelio.com/Folclore.html>. Acesso em: 21 de fevereiro de 2014.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

Facebook completa 10 anos: conheça a história da rede social – Portal Terra. Disponível em: <http://tecnologia.terra.com.br/facebook-completa-10-anos-conheca-a-historia-da-rede-social,c862b236f78f3410VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>. Acesso em: 24/02/2014.

Facebook completa 10 anos; veja a evolução da rede social – Portal G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/02/facebook-completa-10-anos-veja-evolucao-da-rede-social.html>. Acesso em: 25/02/2014.

FREYRE, Gilberto. **Nordeste: aspectos da influência da cana sobre a vida e a paisagem do Nordeste do Brasil**. 5 ed. Rio de Janeiro: José Olympio; Recife: FUNDARPE, 1985.

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

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LINS, Patrícia. Cotidiano: conceitos e categorias. In: PEREIRA, Wellington (Org.). **Formas do cotidiano**. João Pessoa: Editora Universitária / UFPB, 2007.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação: contatos antecipados com a Nova Teoria**. São Paulo: Paulus, 2008.

MELO, José Marques de. **Cidadania glocal, identidade nordestina: ética da comunicação na era da internet**. Campina Grande: Latus, 2011.

NICOLAU, Marcos. Fluxo, conexão, relacionamento: um modelo comunicacional para as mídias interativas. **Revista Culturas Midiáticas**. João Pessoa, Ano I, nº 01, jul/dez de 2008. Disponível em: <http://www.okara.ufpb.br/ojs/index.php/cm/article/viewFile/11624/6664>. Acesso em: 21/01/2014.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

_____. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, nº 22, dezembro de 2003.

_____. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. 4ª ed. São Paulo: Paulus, 2010.