



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

**Bode Gaiato: ativismo folkmediático de resistência e pertencimento ao local nas redes sociais<sup>1</sup>**

Ítalo Rômany de Carvalho ANDRADE<sup>2</sup>

Patrícia LYRA<sup>3</sup>

Pollyana MARTHINA<sup>4</sup>

Severino Alves de LUCENA FILHO<sup>5</sup>

Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

**RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo analisar os memes do personagem Bode Gaiato, sob a ótica do ativismo folkmediático e das relações e práticas sociais, como propagador da cultura popular nas mídias sociais. Neste sentido, a metodologia utilizada foi a de análise de conteúdo, segundo os estudos de Laville e Dionne (1999), a partir de uma escolha empírica de quatro tirinhas retiradas do Facebook, dentro de uma seleção realizada no segundo semestre de 2017. Conclui-se que o Bode Gaiato é mais que um meme ou um personagem de humor, é uma relação de pertencimento e de resistência.

**Palavras-chave:** pertencimento; resistência; ativismo folkmediático; redes sociais.

**INTRODUÇÃO**

“Meu fi, quer frescar, fresque, mas num fique frescando não”. A frase, por si só, já é engraçada. Dita por um bode, dentro de um cenário futurista, fica ainda mais chamativa. Com uma linguagem popular, do Nordeste, o Bode Gaiato tornou-se um dos muitos símbolos e memes de pertencimento nas redes sociais. O resultado é visto através de números: a página oficial no Facebook tem mais de oito milhões de seguidores.

Lançado pelo estudante recifense Breno Melo, o personagem hoje é mais do que um divertimento: é fonte de renda. Aos 19 anos, entediado com as férias, acabou criando

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação Midiática da XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

<sup>2</sup> Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: italoromany@outlook.com

<sup>3</sup> Aluna especial do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), da UFRPE. Graduada em Jornalismo pela UFPE. E-mail: patricia.lyra.fonseca@gmail.com

<sup>4</sup> Aluna especial do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), da UFRPE. Graduada em Ciências Sociais pela UFRPE. E-mail: pollyana.marthina@gmail.com

<sup>5</sup> Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). E-mail: recifrevo@uol.com.br



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

o Bode Gaiato (no ano de 2013). Quis criar algo que remetesse à região, para ser diferente na temática e nas piadas. Pensou em um bode (por ser um animal típico do Nordeste), adicionou um adjetivo (gaiato, pessoa engraçada). A primeira tira ganhou mais de duas mil curtidas em poucos dias.<sup>6</sup>

**Figura 1 - Primeiro Meme do Bode Gaiato**



Fonte: Reprodução Facebook

Para Slavutzky (2014, p. 225) os memes podem ser considerados “alívio do desamparo, gerando graça na desgraça.” Ante a crise econômica que assola os brasileiros desde 2015, o número de desempregados chegando a 14 milhões,<sup>7</sup> delações premiadas da operação Lava Jato que atingem políticos dos mais diversos partidos, o humor é, de fato, não uma banalização do momento, mas sim uma forma de contestar a ordem pública, trazendo reflexão sobre o tema.

Os memes, assim, são expressões utilizadas principalmente por muitos jovens, modificando as formas e variações do discurso político na internet. O conceito surgiu inicialmente no livro *O Gene Egoísta*, de Richard Dawkins, em 1976, que comparou a evolução cultural com a evolução genética, “onde o meme é o gene da cultura.”

<sup>6</sup> **Bode ‘Gaiato’ criado por recifense vira mania e atinge multidão de fãs na web.** 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?hash=3>>. Acesso em: 16 nov. 2017.

<sup>7</sup> **Desemprego é de 13,6% e atinge 14 milhões de trabalhadores, diz IBGE.** Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2017/05/31/desemprego-e-de-136-e-atinge-14-milhoes-de-trabalhadores-diz-ibge.htm>>. Acesso em: 30 jun. 2017.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

(RECUERO, 2007, p. 23). Em pleno século XXI, esse estilo de linguagem é a nova forma de se comunicar, que se reinventa nas redes sociais.

O Bode Gaiato mostra situações do cotidiano, dando visibilidade às expressões regionalistas e à cultura nordestina, de uma certa forma. A criatividade de Breno Melo fez com que ganhasse diversos prêmios. Recebeu, em 2016, o 1º lugar do Prêmio Digital na categoria Influenciadores. No ano de 2014, foram dois: Prêmio Jovem Brasileiro (categoria internet) e Top PE, destaque do ano (internet). Além disso, participou do revezamento da tocha olímpica dos jogos do Rio de Janeiro 2016, na cidade de Caruaru.<sup>8</sup>

Dentro das conotações da Folkcomunicação, Breno Melo é considerado um ativista midiático, “[...] um militante que organiza, planeja a participação de outros nos movimentos, que se posiciona a favor ou contra de determina situação [...], é um propagador de ideias [...]” (TRIGUEIRO, 2008, p. 47). Circula, assim, entre o popular e o massivo, que utiliza desse hibridismo para circulação de propagação do conteúdo-folk nas mídias sociais.

São as interações midiáticas, nos vários níveis, dos sujeitos da audiência televisiva que geram os ativismos midiáticos, os avanços, as transformações e/ou renovações das culturas populares, quando incorporam os produtos midiáticos nas suas práticas cotidianas, ou se apropriam deles. (TRIGUEIRO, 2008, p. 21).

Assim, o objetivo deste artigo é analisar o personagem Bode Gaiato, através de suas tirinhas, a partir da proposta do ativista folkmidiático, como propagador da cultura popular nas redes sociais, analisando, dessa forma, as contextualizações do pertencimento ao local e as questões sociológicas em torno dos memes.

## PERCURSO METODOLÓGICO

Para a realização do presente artigo, elaboramos desde o início, como mote do trabalho, a escolha de diversos memes referentes ao personagem Bode Gaiato, oriundos da página oficial do personagem no Facebook. A coleta foi realizada no segundo semestre de 2017. A partir disso, fizemos uma divisão dos mais engraçados ou interessantes, do

---

<sup>8</sup> **Museu de Memes – Bode Gaiato.** Disponível em: < <http://www.museudememes.com.br/sermons/bode-gaiato/>>. Acesso em: 24 nov. 2017.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

ponto de vista da pesquisa. Elegemos quatro peças que norteiam os objetivos propostos. A ideia é ampliar essa discussão em artigos futuros.

A análise de conteúdo utilizada seguiu os padrões sugeridos por Laville e Dionne (1999): preparação das informações (organizar os dados, enumerar o material, para não se perder nas etapas seguintes); categorização ou classificação das unidades em categorias (criação de unidades, agrupar os dados por semelhança ou analogia. Observação: precisa ser válido, consistente, objetivo); descrição (é o momento de expressar os significados captados e intuídos nas mensagens analisadas); interpretação (Quais os meus achados?).

A partir dessa catalogação, foi realizada a análise qualitativa do material, que de acordo com Bauer, Gaskell e Allum (2002, p. 23) “[...] evita números, lida com interpretações das realidades sociais, e é considerado soft.” Neste sentido, propusemos ainda, dentro dessa ambiência, considerar as questões sociológicas acerca dos temas argumentados nas ilustrações, fazendo um debate além do visível.

O Bode Gaiato tornou tema deste artigo por haver afinidade com as questões da folkcomunicação e pertencimento cultural do meio popular, fruto da disciplina de Folkcomunicação, do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE).

## **FOLKCOMUNICAÇÃO E CULTURA POPULAR**

A Folkcomunicação, teoria que surgiu a partir dos estudos do pesquisador pernambucano Luiz Beltrão na década de 1960, tem como propósito estudar a comunicação cotidiana e suas diversas manifestações da cultura popular com o modo social, econômico e político, em um contexto multidimensional.

O mundo de sujeitos de contextos populares, assim, fomentam o saber como memória, caracterizando a comunidade como instrumento de ação e de empoderamento. A ideia não é discutir somente o folclore, mesmo que esteja impregnada nessa questão, mas sim as relações constituídas, as práticas sociais, uma teoria da comunicação onde

[...] na medida em que lida com elementos humanos em dimensões cognitivas, políticas, sociais e históricas, traz implícita uma série de considerações a respeito do que é o humano, a sociedade, o que se pode,



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

ou deve fazer e, sobretudo, como isso se aplica no terreno das relações com os meios. (MARTINO; MARQUEZ, 2014, p. 105).

Autores como Hohlfeldt (2012), Lucena Filho (2012) e Benjamin (2000) ampliaram a visão da Folkcomunicação, permitindo uma maior concepção acerca da temática proposta.

Beltrão se deu conta que existem diferentes sistemas comunicacionais e que esses sistemas comunicacionais não são excludentes, assim como não são excludentes os diferentes níveis culturais e de desenvolvimento que a população de uma mesma nação experimenta, muito especialmente em sociedades com classes sociais muito diferenciadas, como é o caso do Brasil. Aliás, foi este o grande mérito social e político da teoria de Luiz Beltrão: ela tornou possível estudar os sistemas comunicacionais não apenas das sociedades industrializadas, mas de todas as demais, estas mesmas em que os diferentes estágios de desenvolvimento e de industrialização permitem a sobrevivência de sistemas arcaicos – não ultrapassados – convivendo com sistemas altamente tecnológicos. (HOHLFELDT, 2012, p. 55).

Canclini (1995) sintetiza que não é possível compreender o popular como expressão da tradicionalidade de um povo, mas sim como fator das relações sociais, das reproduções simbólicas da vida, dentro de espaços solidários. É necessário, portanto, entender essas culturas populares por meio da compreensão dos conflitos de classe existentes no mundo.

Ainda nesse debate, Canclini (1995) traz, para enriquecer a temática, três visões inerentes à cultura popular. A primeira, referência à romântica, infere sobre o contexto do tradicional, dos traços que fazem parte do cotidiano dos povos, dentro da conservação de elementos dessas classes. O escritor Ariano Suassuna, por exemplo, era romântico nesse sentido, ao defender uma cultura própria, que se desprendesse de elementos externos. A segunda, relação positivista, impõe a necessidade de um controle de entendimento dessas culturas a partir de uma visão científica empírica.

A terceira, e, para Canclini (1995), a mais consistente, é representada por meios dos estudos de Gramsci, pois foi a partir disso que o popular conquistou um espaço científico e político, quando concebe as culturas populares como práticas sociais, caracterizado pela relação de consentimento com os meios hegemônicos, a exemplo dos meios de comunicação de massa.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

## ATIVISMO FOLKMIDIÁTICO

Para Trigueiro (2008, p. 48), um ativista folkmediático

é um narrador da cotidianidade, guardião da memória e da identidade local, reconhecido como porta-voz do seu grupo social e transita entre as práticas tradicionais e modernas, apropria-se das novas tecnologias de comunicação para fazer circular as narrativas populares nas redes globais.

As redes sociais, de uma certa forma, possibilitaram um maior acesso democrático a conteúdos antes restritos aos detentores do poder. Na cultura popular, os grupos marginalizados, conforme os estudos de Beltrão (1980), conseguiram ampliar, assim, as vozes excluídas nesses meios, tornando-se verdadeiros ativistas nas mídias sociais.

O Bode Gaiato tem sim um caráter de humor em suas tirinhas, principalmente quando reforça os bordões e comportamentos do povo nordestino. Mas ao mesmo tempo traz a questão crítica, a ironia com temas sociais da atualidade, como veremos na análise de alguns quadros do personagem.

Assim,

Circula pelos espaços locais e globais, mediando conflitos, hibridizando culturas, produzindo novos conteúdos simbólicos, ao incorporar na linguagem hegemônica aspectos culturais locais e vice-versa num mundo interligado pelas tecnologias e/ou serve de ponte e facilitador entre comunidade e poder público, retroalimentando o espírito cívico local, através dos conteúdos simbólicos que inserem nas redes de comunicação cotidianas. (BEZERRA, 2016, p. 39).

Dentro dessa conotação, é importante ressaltar a figura do ativista midiático no processo de propagação da cultura popular, no que Castells (2015) chama de Autocomunicação de Massa, ou seja, os meios digitais onde

[...] as tecnologias de redes digitais permitem que indivíduos e organizações gerem seus próprios conteúdos e mensagens e os distribuam no ciberespaço, evitando amplamente o controle de corporações e burocracias. (CASTELLS, 2015, p. 30).



## XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação Universidade Federal do Amazonas - UFAM Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

O pertencimento ao local é outra característica que vemos nas tirinhas. A linguagem, os simbolismos, as narrativas, tudo remete ao Nordeste. A identificação é automática. Apesar dos vários regionalismos que encontramos, as histórias unificam o personagem no contexto do lugar, ampliando, assim, os compartilhamentos nas redes sociais. O próprio Breno Melo reconhece isso, quando afirmou em entrevista ao portal G1 que tem orgulho de ser nordestino, passando, para os memes, todo esse sentimento.<sup>9</sup>

Além disso, são as histórias vividas pelo criador do Bode Gaiato que muitas vezes compõem os registros, como a questão do leite no fogo, que a mãe sai e deixa o filho olhando, ou as brigas com os irmãos. Tudo isso faz parte do cotidiano de qualquer indivíduo. Por isso, o personagem conseguiu abranger todo o país.

### ANÁLISE DOS MEMES

Sobre a primeira peça, refletimos que, ao se pensar na sociedade, encontramos dois nortes explicativos: o primeiro, passa pelo processo sócio histórico “como se tivessem sido concebidas, planejadas e criadas, tal como agora se apresentam ao observador retrospectivo, por diversos indivíduos ou organismos.” (ELIAS, 1994, p. 12); o segundo, pela ciência natural – biologia, especificamente, já que “[...] a sociedade é concebida, por exemplo, como uma entidade orgânica supra-individual que avança inelutavelmente para a morte, atravessando etapas de juventude, maturidade e velhice.” (*idem*, p. 13).

---

<sup>9</sup> **Bode ‘Gaiato’ criado por recifense vira mania e atinge multidão de fãs na web.** 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?hash=3>>. Acesso em: 16 nov. 2017.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

Figura 2 – Teor crítico nas tirinhas



Fonte: Página Bode Gaiato no Facebook

No entanto, sobre a forma integrada a respeito dos nortes processuais de observação, podemos apreender que “a relação entre indivíduo e sociedade aflora constantemente ficando claro a que ponto cada pessoa é influenciada, em seu desenvolvimento, pela posição em que ingressa no fluxo do processo social.” (ELIAS, 1994, p. 8). É esse aflorar de percepção que remete a que local social pertencemos, ainda que alguns teóricos defendam que não é fixo.

Ainda que haja movimentos individuais, eles são simultâneos às movimentações de outros indivíduos, o que torna a ação do fazer-se em sociedade algo coletivo e influente nas diversas camadas sociais. Sendo assim, é possível observar nesta tirinha que o Bode, após ouvir uma notícia num jornal de renome e a forma como ela é colocada, faz concluir que a situação de restrição financeira que ele vive não quer dizer exatamente que é de origem econômica pelo fato de pertencer a uma classe social diferente daqueles sujeitos que são alvo de notícia, mas pelo contrário, conclui que a sua condição na verdade é parte de uma privação legal (dentro da lei).



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

Figura 3 - Humor no cotidiano



Fonte: Página Bode Gaiato no Facebook

Temos, na segunda tirinha, segundo Bauman (2001), uma representação da sociedade de produção e de consumo, o que contribuiu também para uma fragmentação das relações sociais.

A humanidade se individualizou a tal ponto onde não se pensa mais sobre o convívio em comunidade, o sentimento de pertencimento - as relações se redefiniram. Bauman (2005) discute esse ponto de vista sob a ótica da formação de vida tentadora ao falar do respeito das identidades que se redefiniram e não se herdaram. Quando ao estilo de vida, temos uma redefinição daquilo o que é bom e ruim para você. Nesse contexto, “as narrativas ortodoxas da condição humana tendem a se desenvolver: a emancipação, a individualidade, o tempo/espço, o trabalho e a comunidade.” (BAUMAN, 2001, p. 15)

No caso dessa peça do Bode Gaiato, onde vemos uma reação voltada para si, um desapego do diálogo aprofundado, faz-nos perceber que de fato as relações sociais historicamente construídas se redefinem na modernidade, a ponto de tornar os meios existentes como prioridade para fuga na construção de diálogo. O relacionamento vira um consumo. No entanto, a atenção dada ao jogo é maior e mais prazerosa do que o diálogo dentro das relações.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

Quando a namorada questiona o que está acontecendo com o relacionamento, ela busca abrir espaço para um diálogo e uma possível resolução do impasse, do outro lado o namorado demonstra na sua fala que parece que vai abrir a situação que ocasionou a falta de atenção. No entanto ao final ele permanece não dando atenção, priorizando uma partida de vídeo game.

Figura 4 – Black Fiado



Fonte: Página Bode Gaiato no Facebook

Ao vermos peças midiáticas, como a tirinha acima, talvez nem nos demos conta, mas apresenta-nos um fenômeno tipicamente advindo da modernidade, o qual se coloca cada vez mais presente na vida de uma sociedade que tende a ser global, ainda que se mantenham traços daquilo que é local. Com esta peça do Bode gaiato é possível perceber que, com o crescimento dos mercados culturais mundiais, existe também uma expansão dos fluxos simbólicos globais.

No entanto, essa padronização, ainda que aconteça, não se dá de forma tão homogênea, uma vez que cada lugar no mundo tem sua identidade cultural. É possível perceber, na verdade, uma convergência ou hibridização de uma cultura com a outra, mas não uma sobreposição. Temos uma impressão clara de que a entrada de ideias “globais” em ambientes “locais” não se dá apenas por questões unicamente de quem detém o poder econômico ou não, já que se estabeleceu que

os principais pólos de produção simbólica (Estados Unidos e União Europeia), classificados como os centros exportadores de bens



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

culturais, e os pólos de consumo (América Latina, África e Ásia), classificados como os centros de importação. (ALVES, 2010, p. 3).

Parte da população brasileira, principalmente do Nordeste, pode até não saber o que literalmente quer dizer “Black Friday”, mas entendem que esse termo integra uma lógica mercadológica de grandes descontos em preços de produtos. Já sabemos que a “Sexta-feira Negra” é uma tradição americana, que consiste numa grande baixa dos preços nas principais lojas durante a última sexta-feira do mês de Novembro, coincidindo com a inauguração das compras de Natal.

No entanto, como a sociedade brasileira é uma das que mais apresenta imposto sobre os produtos comercializados, mesmo com a adesão à ideologia do black Friday, nem todos percebem efetivamente vantagens nos preços. Um outro traço mais difundido na cultura brasileira consegue se sobressair, que é o “fiado”, ou seja, o ato de comprar e pagar depois. O uso do humor, no sentido de problematizar a campanha estadunidense, é também ressaltar os princípios locais na tirinha, regionalizando, ou melhor, refuncionalizando, assim, a cultura global. Em tempos de crise econômica, tal relação com a linguagem foi perspicaz.

Figura 5 – Orgulho de ser nordestino



Fonte: Página Bode Gaiato no Facebook

Por último, não poderíamos deixar de mencionar a questão do pertencimento que é, na verdade, o intrínseco do Bode Gaiato. Na tirinha acima, o personagem traz toda a



## XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação Universidade Federal do Amazonas - UFAM Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

performatividade em torno da linguagem local, fazendo uma alusão ao dia do nordestino, data comemorada no dia 08 de outubro.

É como um criar de possibilidades para o entendimento e melhor convívio com aquilo que a princípio parece estranho. Ao nos depararmos com expressões tão singulares, mas com significados tão próximos de outras realidades sociais, é possível vislumbrar ao mesmo tempo em que se aprende algo novo, “as múltiplas expressões da cultura popular pode contribuir para dinamizar a tornar agradável o processo [...] de aprendizagem.” (MARTINS, 2008, p. 59).

Mostra ainda como a língua é dinâmica, representando, ao mesmo tempo, uma identidade. É a comunidade que une os sujeitos, e nela a linguagem constitui algo que é muito maior, as práticas sociais resultantes desse processo. O Bode Gaiato é um fenômeno dessas características, o que faz com ganhe mais seguidores que se identificam com o teor da mensagem, com a cultura popular que corrobora com a autoestima e os valores nordestinos.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O Bode Gaiato é o Nordeste em meme, é a cultura popular que impregna a população e a relação de pertencimento quando curte o personagem. É o reflexo de toda uma história, narrada sob a ótica do social. Consideramos, assim, a perspectiva de entender, ou melhor, de apreciar um símbolo regional, que ao mesmo tempo se torna global, graças à internet.

Percebemos, dentro do estudo, as diversas funções do Bode Gaiato nas redes sociais, não como um mero coadjuvante ou piadista, mas sim como protagonista, como um agente político – como um ativista midiático. Em tempos de extremidades, o personagem traz o humor, mas também a crítica, reflexões.

Há ainda, é claro, a identificação com o povo nordestino, ao dialogar com os sotaques, os regionalismos, a labuta do dia a dia em transformar este país em uma nação mais democrática e igualitária. Acima de tudo, a construção dos memes, neste espaço territorializado, mostra sim a força do contrapoder, de uma sociedade que antes não tinha voz e vez.

Sobre a problemática, acreditamos, ainda, que é possível ampliar os contornos em torno do objeto de estudo, tendo a perspectiva de entendê-lo sob as diversas nuances



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

acerca do papel político que exerce nas redes, como pudemos perceber na catalogação das figuras para o presente artigo.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, Elder Patrick Maia. Diversidade cultural, patrimônio cultural material e cultura popular: a Unesco e a construção de um universalismo global. **Revista Sociedade e Estado**, vol.25 n.º.3, Brasília, Set./Dez. 2010
- BAUER, Martin W. GASKELL, George. ALLUM, Nicholas C. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento evitando confusões. In: BAUER, Martin W. GASKELL, George. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Um Manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- BAUMAN, Zigmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro, Zahar, 2005.
- \_\_\_\_\_. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro, Zahar, 2001.
- BELTRÃO, Luís. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.
- BEZERRA, Juliana Freire. **Folk-ativismo para o desenvolvimento local: políticas e estratégias de comunicação na comunidade Padre Hilton Bandeira**. Dissertação (Mestrado). Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local. Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2016.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **As Culturas Populares no Capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- CASTELLS, Manuel. **O Poder da Comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- CHAGAS, Viktor; FREIRE, Fernanda Alcântara; RIOS, Daniel; MAGALHÃES, Dandara. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014. In: **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 38, p. 173-196, jan./abr. 2017.
- DANIEL, Jugla Maria Pimentel; DANIEL, Veraluz Zicarelli. **Olhares antropológicos sobre alimentação**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2005.
- ELIAS, Norbert. **A Sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.
- LAVILLE, C.; DIONNE, Jean. **A Construção do Saber**. Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed, 1999.
- MARTINS, Carlos Henrique dos Santos. **Cultura Popular Urbana e Educação: o que a escola tem haver com isso?** Cultura Popular e Educação Salto para o futuro. Brasília: UniCeub, 2008.
- RECUERO, Raquel da Cunha. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. In: **Revista FAMECOS**. Porto Alegre: n.º 32, abril de 2007



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

SLAVUTZKY, Abrão. **Humor é coisa séria**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2014.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação & ativismo midiático**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2008.