

sessões do MAGNÁRIO

VOL. 20 | N. 34 | 2015 | <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3710.2015.2>



CURTA NOSSA
PÁGINA

Dossiê 65 anos de TV no Brasil

P.01

Estórias e História: memórias de telespectadores sobre novelas de 1970 e 1980

Diego Franco Gonçalves e
Julio Cesar Fernandes

P.18

As contribuições da TV para o desenvolvimento do campo e construção de novas representações sobre o rural

Ricardo Ramos Carneiro da Cunha, Vicente William da Silva Darde e Fernando Albino Leme

P.129

Memórias de ontem, hoje e amanhã – Entrevista com Marialva Barbosa

Ciro Götz e
Jéferson Cardoso

De Rainha dos Baixinhos a Rainha dos Memes: o humor como vetor de ciberacontecimentos a partir da ida de Xuxa da Rede Globo para a Rede Record

From Queen of the Shorties to Queen of Memes: humor as cyberevents vector when Xuxa goes from Rede Globo to Rede Record

Maria Clara Aquino Bittencourt¹ 

Christian Gonzatti² 

Francielle Esmitez³ 

Resumo

Este artigo é parte de uma pesquisa sobre ciberacontecimento, desenvolvida no Laboratório de Investigação do Ciberacontecimento (LIC). A partir de uma análise baseada em uma pesquisa exploratória e na construção de sentidos em redes digitais sobre a mudança de emissoras de Xuxa, observamos a construção de um ciberacontecimento que emergiu das apropriações humorísticas dos usuários da plataforma *Twitter*. Analisamos os sentidos desenvolvidos e os enquadramentos das pautas em torno do caso.

Palavras-chave

Ciberacontecimento; memes; redes sociais.

Abstract

This article is part of a research on cyberevents that is being held at the Laboratório de Investigação do Ciberacontecimento (Cyberevents Investigation Lab – LIC). On the basis of an analysis of an exploratory research and the creation of meaning over digital networks related to Xuxa's transference from one TV network to another, one notices the formation of a cyberevent which originated from the humoristic appropriations by users of the *Twitter* platform. The meanings that emerged and the framing of guidelines are analyzed.

Keywords

Cyberevent; memes; social networks.

Introdução

A internet funciona como campo para novas estruturas sociais, implicando articulações entre antropologia, política, filosofia, publicidade e outros paradigmas comunicacionais. Os acontecimentos, em níveis sociais e jornalísticos, acompanham estas transformações. Os cibercontecimentos (Henn, 2014) atuam como vetores de grandes movimentos relacionados à sociedade, não sendo o entretenimento excludente deste processo. Além da produção de sentido, através de processo de semiose (Peirce, 2002), o conceito proposto por Henn permite entender as dinâmicas sociais em torno de conteúdos diversos que circulam pelas redes digitais de comunicação.

Tendo como embasamento os sentidos desenvolvidos pelos atores das redes sociais digitais (Recuero, 2009) sobre a mudança de Xuxa da Rede Globo para a Rede Record, este artigo busca responder: quais as dimensões e enquadramentos que desenvolveram cibercontecimentos motorizados pela troca de emissoras da apresentadora? Como a construção da imagem de Xuxa contribuiu para a criação de um campo favorável ao desencadeamento de apropriações que estimulam cibercontecimentos? Qual a motivação dos atores sociais, no Twitter, para potencializarem a discussão em torno da troca de emissoras através de interações? Essas questões embasam a discussão em torno dos cibercontecimentos e a relação do poder de afetação das celebridades na construção dos sentidos desencadeados nas redes digitais.

Celebridades e cibercontecimentos

Através de um aprofundamento histórico na cultura, entende-se que “para codificar seus saberes, as sociedades sem escrita desenvolveram técnicas de memória que repousam no ritmo, na narrativa, na identificação, na par-

ticipação do corpo e na emoção coletiva” (Lévy, 2010, p. 65). A teatralidade, a performance e a necessidade de expressão pela visibilidade é presente na evolução humana desde os primórdios da civilização. Questões ritualísticas e a necessidade de desenvolver semiose (Peirce, 2002) passaram dos deuses às celebridades. O termo celebridade desperta uma cadeia de associação simbólica diversa: personalidades da música, do teatro, da moda, do cinema e até de campos menos artísticos, como o político.

As celebridades não são apenas protagonistas de nossos noticiários, assuntos de nossas conversas diárias e repositórios de nossos valores; elas estão entranhadas tão profundamente em nossa consciência que muitos indivíduos se dizem mais próximos, mais apaixonadamente apegados a elas do que aos próprios parentes e amigos (Gabler, 1999, p. 15).

As colocações do autor despertam a reflexão sobre as dinâmicas da atual sociedade, como práticas dos fãs em relação aos seus ídolos, grupos de discussão na internet a respeito de temas que, em um entendimento raso, podem parecer banais e ainda como as atitudes de celebridades ganham destaque em grandes veículos de comunicação. Para um maior esclarecimento, é necessário um mergulho nas linhas de semiose (Peirce, 2002) que, inauguradas a partir do entendimento da semiótica “como ferramenta epistemológica que ajuda na compreensão das lógicas implicadas na constituição das linguagens” (Henn, 2014) desenvolveram a cognição humana para uma condição de espectador-ator, em uma ambiguidade que converge o campo artístico com o das redes sociais digitais (Recuero, 2009). Cria-se assim, um espaço em que o espetáculo é desenvolvido pelos

sentidos dados aos mais diversos assuntos, da política ao cinema. Estas apropriações muitas vezes tornam-se memes⁴, permitindo a visualização de um mapa social que possibilita a compreensão de diversos fenômenos.

Para Recuero (2009, p. 22), o estudo de redes sociais torna possível “explorar uma metáfora estrutural para compreender elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais”. O entendimento das conexões que surgem no ciberespaço (Lévy, 2010) fazem eclodir questionamentos não só sobre relações básicas, como a conversação, mas também a uma nova reflexão a respeito da relação entre celebridades e atores sociais que não pertencem ao campo da fama. Os debates em torno destas transformações ocorrem sob muitas perspectivas, do campo filosófico ao mercadológico e, assim como os dispositivos digitais convergem, parafraseando as percepções de Jenkins (2008), as subjetividades humanas também passaram a desenvolver o mesmo processo, quando o ser humano desenvolveu:

...a capacidade de unir seu conhecimento ao de outros, numa empreitada coletiva (como o spoiling de Survivor), a capacidade de compartilhar e comparar sistemas de valores por meio de avaliação de dramas éticos (como ocorre na fofoca em torno dos reality shows), a capacidade de formar conexões entre pedaços espalhados de informação (como ocorre quando consumimos Matrix, 1999, ou Pokémon, 1998), a capacidade de expressar suas interpretações e sentimentos em relação a ficções populares por meio de uma própria cultura tradicional (como ocorre no cinema de fã de Star Wars) e a capacidade de circular as criações através da internet, para que possam ser compartilhadas com outros (de novo, como no cinema de fã) (Jenkins, 2008, p. 235).

Todas estas disposições são possíveis e surgem porque, ao mesmo tempo que o ser humano cultua celebridades e acompanha os desdobramentos das suas vidas narradas, ele também passou a desejar esta condição que era exclusiva para alguns. Gabler (1999, p. 16) destaca a valorização que os indivíduos deram a habilidades que permitem uma atuação, conferindo teatralidade a qualquer situação, passando-se, então, a interpretar a vida e não mais vivê-la. Do *Homo sapiens* surge, por questões de adaptabilidade, o *Homo scaenius*, que seria o homem artista. A colocação entra em concordância com a concepção de Jenkins (2008) de que não seria a tecnologia a responsável pela convergência, mas o ser humano. Em uma linearidade histórica, os dispositivos tecnológicos contribuíram para a formação da cibercultura, surgiram como uma das formas de facilitar o espetáculo do ser humano. O ciberespaço tornou-se um palco para o show e a performance, em que os atores sociais interagem a fim de conquistar um público, inaugurando, portanto, novas práticas sociais e identitárias.

“Cultura é diversão, e o que não é divertido não é cultura” (Llosa, 2013, p. 27). Práticas da contemporaneidade sinalizam a atração pela diversão que, para ser diversão, precisa ser validada. O momento deixou de ser o único gozo de felicidade, com a popularização das redes sociais digitais o processo passou a necessitar de uma validação, na tentativa de não só agregar visibilidade ao ator que compartilha, mas também de eternizar a felicidade. Celebridades, sendo também atores das redes, não são exceção desta transformação social; antes, a captura de suas vidas ocorria com uma quebra de privacidade forçada, da qual algumas eram simpatizantes, através dos *paparazzi*, hoje, a atuação também ocorre através de plataformas, como o *Facebook* e o *Instagram*. Isso leva a uma autoexposição, que acabou tornando-se parte do que é ser fa-

moso, e que resultou em novas pragmáticas de efeito social desencadeado pelas celebridades.

Celebridades, através do carisma e, consequentemente, do poder de afetação, motorizam acontecimentos. Como aponta Simões (2014, p. 214), “algumas celebridades assumem uma dimensão acontecimental”, sendo muitos destes acontecimentos tramados nas redes sociais digitais, constituindo-se, portanto, como cibercontecimentos (Henn, 2013). Estas características inauguram novas formas mercadológicas, sendo o jornalismo um dos campos mais afetados, assim como a publicidade. Inclusive, as maneiras como emergem celebridades ganharam novas propriedades, como destaca Dressier (2012). “O status de celebridade pode ser usado não somente para lucro econômico, mas também como forma de adquirir ou controlar poder” (p. 15), por isso é cada vez mais recorrente os veículos de comunicação chamarem a atenção do público usando apropriações das celebridades em suas postagens no *Facebook* ou no *Twitter*.

Conforme Henn (2013, p. 12) “acontecimentos que se instituem através de outras dinâmicas de semiose e com potencial de produção de crise nas fronteiras semiosféricas: são os cibercontecimentos” (Henn, 2013, p. 12). Celebridades, aliadas ao processo de semiose constituinte destes acontecimentos tramados em redes sociais digitais, possibilitam uma potência mobilizadora diferenciada dos demais, pois muitos dos sentidos atribuídos resultam em memes (Recuero, 2009), facilitando a viralização e o compartilhamento. Outra característica que possibilita um maior alcance é o nível de diversão das conexões que emergem de um acontecimento: “o que se tem de fazer é dar ao público um bom espetáculo, uma vez que, presumivelmente, as pessoas querem entretenimento” (Gabler, 1999, p. 87). Como exemplo das dimensões que um cibercontecimento assume ao

aliar a fórmula celebridade mais diversão, pode-se citar a selfie da 86ª cerimônia do Oscar⁵. No decorrer do programa, o fenômeno da convergência midiática acentuou-se com o pedido da apresentadora, Ellen DeGeneres, para tornar a imagem capturada a mais compartilhada de todos os tempos.

Nesta “selva darwiniana do entretenimento cultural” (Gabler, 2009, p. 137), destaca-se a atuação da atriz, cantora e apresentadora Xuxa Meneghel. Levantam-se problematizações acerca de sua atuação nas redes sociais digitais, resultando em diversas apropriações e sentidos decorrentes do seu carisma, visibilidade e popularidade (Recuero, 2009). Como aponta Simões (2014, p. 214), a respeito das celebridades, elas emergem nos contextos sociais, provocando grandes marcas, propiciando assim, um campo com duas continuidades: um antes e outro depois de determinada celebridade. Assim, a ida de Xuxa para a Rede Record resultou em um acontecimento que marca uma divisão de águas na trajetória da imagem construída por ela, inaugurando novas questões midiáticas a respeito de celebridades e a sua relação com a web.

Do Xou às Redes Sociais: Xuxa e o seu alô digital

Maria da Graça Meneghel, natural de Santa Rosa, hoje com 51 anos de idade, é uma atriz, cantora e apresentadora, mais conhecida por seu epíteto, “Rainha dos Baixinhos”. É uma das celebridades brasileiras mais conhecidas; a sua fama iniciou como modelo, mas conquistou grande visibilidade ao iniciar um namoro com o jogador de futebol Pelé. Depois vieram as polêmicas envolvendo Ayrton Senna, o filme *Amor, Estranho Amor*, no qual protagoniza cenas eróticas com um adolescente⁶, a estreia em programas de auditório e a sua consagração

como apresentadora infantil. No final dos anos 90, o Brasil inteiro acompanhou o nascimento de sua filha, Sasha. A artista sempre teve a sua vida midiaticizada em todos os níveis, desde a erotização do seu corpo até o uso da sua imagem para ações publicitárias. Mais importante que problematizar os fatos históricos da carreira de Xuxa, é demonstrar como a sua visibilidade e atuação, em todos os níveis midiáticos, a envolveram em cibercontecimentos (Henn, 2014) e semioses (Peirce, 2002) desenvolvidas pelos atores sociais que interagem com a celebridade em questão, sinalizando assim, novas práticas relacionadas à atuação e as articulações entre mídias, celebridades e sociedade.

Em 2008, a apresentadora criou uma conta no *Twitter*⁷. Logo, os atores sociais começaram a criticar a maneira como Xuxa escrevia na plataforma: em caixa alta (forma de representar gritos). Em resposta as críticas, ela publicou que aquele era o seu “jeitinho”; a expressão tornou-se recorrente e usual para outros atores da rede. Outra polêmica de Maria da Graça na web teve a participação de sua filha, na época com 11 anos. Sasha cometeu um erro ortográfico escrevendo “sena” ao invés de “cena”, em uma postagem. Xuxa argumentou, no *Twitter*, que a filha foi alfabetizada em inglês, por isso teria errado na hora de escrever. Apesar de ter dado sua explicação sobre o fato, as críticas não cessaram, levando a apresentadora a publicar: “fui vcs não merecem falar comigo nem com meu anjo” (sic). O desabafo também passou a ser incorporado na rede social, ganhando visibilidade e, conseqüentemente, gerando pautas jornalísticas e memes. Devido ao episódio, a “Rainha dos Baixinhos” abandonou o seu perfil por um tempo.

Sinalizando o poder da convergência (Jenkins, 2008), momentos do passado de Xuxa passaram a ser incorporados e compartilhados nas redes sociais digi-

tais, o que resultou em uma frase com grande potência mobilizadora: “aham, Cláudia. Senta lá”. A expressão foi usada pela apresentadora, no programa infantil *Clube da Criança*, da Rede Manchete, nos anos 80, para repreender⁸ uma menina, supostamente Cláudia. Em 2011, o meme foi um dos mais utilizados nas redes sociais, ganhando vídeos e sendo incorporado como locução de adversidade dentro e fora da rede. Percebe-se, com o episódio, “novos padrões de interação e (...) novas formas de sociabilidade” (Recuero, 2008, p. 89). Os vídeos do Clube da Criança criaram para Maria da Graça Meneghel, mais um apelido: Xuxa Verde⁹; referenciando a cores dos vídeos disponibilizados no *YouTube*. Das identidades de Xuxa, percebe-se que “celebridade constitui hoje uma indústria cultural” (Torres, 2014, p. 89), envolvendo em seu nó social todas as atividades que circundam o entretenimento e a sociedade, sendo a construção do carisma e da imagem determinantes do processo.

A popularidade¹⁰ de Xuxa, somente no *Facebook*¹¹, está relacionada aos seus mais de 4 milhões de seguidores. A visibilidade conquistada pela apresentadora, decorrente da sua fama, principalmente na televisão, ganhou contornos diferentes na web, pois, além das mobilizações resultantes das postagens da famosa, é comum que ela interaja com os fãs usando expressões, que acabam ganhando sentido humorístico através delas, através do seu “jeitinho” específico de ser. No *Facebook*, por exemplo, um perfil nomeado Marcella, pedindo uma força para iniciar sua carreira de cantora, teve a seguinte resposta: “xiii marcella, entra no the voice”¹². Xuxa, então, cria, conforme interage com os seus seguidores, um carisma que é determinante para o seu poder de influência na rede, sendo o humor a base dessa recepção, ainda que algumas das apropriações sejam resultantes do descontentamento com a postura da apre-

sentadora. Apesar de não ficar clara qual a intenção da apresentadora com as respostas, os fãs acabam, quase sempre, interpretando o que ela expressa como engraçado e divertido.

Em relação à Xuxa, a filantropia sempre esteve presente na sua imagem através da Fundação Xuxa Meneghel¹³. Através desta, a imagem da “Rainha dos Baixinhos” ganhou poder de afetação diante dos seus seguidores. Conforme Simões (2014, p. 223), “a partir de traços e valores que uma celebridade encarna que se constroem seus vínculos com uma sociedade em determinado momento”. Na atualidade, através do conceito de capital social (Putnam, 2000, p. 19 apud Recuero, 2009, p. 45), que “refere-se à conexão entre indivíduos - redes sociais e normas de reciprocidade e confiança que emergem dela”, pode-se entender como emerge esta forte interação dos atores sociais com Xuxa Meneghel Segundo Simões (2014, p. 215), “é nesse processo de interação entre as celebridades e seus públicos, que se realiza a partir desses diferentes mecanismos, que se evidencia tanto o carisma daquelas quanto o seu poder de afetação”. E como mecanismos, pode-se entender toda a identificação, ou não identificação, que usuários vão encontrar naquilo que é postado pelo perfil da apresentadora. A presença de Xuxa nas redes sociais digitais trouxe a quebra da privacidade ao cotidiano de seus seguidores, que passaram a interagir e a fazer parte do processo de construção da imagem da celebridade. “O espaço privado, seja da celebridade, seja do consumidor, passa a ser a arena onde as distorções encontradas na sociedade devem ser articuladas” (Campanella, 2014, p. 271). Sinalizando estas rupturas, pode-se citar a forma como a exibição de Sasha foi tratada no *Facebook*¹⁴, gerando, inclusive, polêmica devido à postagem de Rafinha Bastos¹⁵ comentando a beleza da filha da

apresentadora, na qual ele faz referência ao processo¹⁶ de Wanessa Camargo ao dizer que “bateu vontade de ser processado de novo”.

Percebe-se, então, que a atuação da “Rainha dos Baixinhos” cria um espaço que movimenta cibercontecimentos e novas semioses na rede, em função da repercussão desencadeada a partir de suas publicações. Através do seu poder de afetação, a mobilização em torno da sua saída da Globo e entrada na Record, sinaliza e afirma este processo nas redes sociais digitais. A perspectiva de análise apresentada no próximo item baseia-se no humor como vetor de potencialização de cibercontecimentos nesse caso específico.

Todo mundo tá feliz? O humor como motor de cibercontecimentos

A saída de Xuxa da TV Globo e a sua entrada na Rede Record, em março de 2015, movimentou sites de redes sociais, criando memes, pautas jornalísticas e discussões a respeito do episódio. Mesmo sem ter a confirmação de que Xuxa trocava de emissora, já surgiam, na época, especulações nas redes sociais digitais a respeito da saída da apresentadora. Devido a chegada de Xuxa à nova emissora, no dia 05 de março, a hashtag #XuxaNaRecord esteve nos *Trending Topics* do *Twitter*¹⁷. A própria apresentadora incentivou o uso da marcação através da divulgação das imagens abaixo em seus perfis:

Concomitante às repercussões, Xuxa começou a desvincular sua imagem da empresa, na qual trabalhou por 29 anos, descurtando as páginas da Rede Globo no *Facebook*, o que também gerou algumas pautas. Importante ressaltar que a Globo desenvolveu o mesmo processo, tendo cancelado automaticamente, após anúncio da assinatura do contrato com Record, a apresentação do programa *Planeta Xuxa*, no canal Viva¹⁸.

Das diversas percepções que podem ser tomadas, entende-se o caso em torno das apropriações da troca de emissoras da apresentadora Xuxa Meneghel como um cibercontecimento. A maior parte de sua constituição deu-se nas redes sociais digitais, tendo a sua potência vinculada aos sentidos que os atores sociais deram ao episódio, concordando assim, com os conceitos apresentados de convergência (Jenkins, 2008). Como aponta Henn (2014, p. 38), é neste ambiente, “construtivo de outras possibilidades narrativas, e conseqüentemente de semioses, (...) que se delinea a emergência do cibe-

racontecimento”. Deste ponto, cria-se a necessidade de estruturar a potencialização deste cibercontecimento através das semioses envolvidas.

O humor como vetor de potencialização do cibercontecimento

Com o “objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato” (Gil, 2008, p. 27), foi desenvolvida uma pesquisa exploratória, através do termo “Xuxa na Record”, no *Twitter*, incluindo publicações e links para portais de notícias,



Figura 1: Captura de tela da página de Xuxa Fonte: <https://www.facebook.com/XuxaOficial> Acesso: 6 mar. 2015

nos dias 6 e 7 de março de 2015, das 15h às 21h. O objetivo foi construir uma investigação que sinalizasse, “mediante procedimentos mais sistematizados” (GIL, 2008, p. 27), o principal fator de potencialização do cibercontecimento sobre a troca de emissora da apresentadora. Partindo-se da perspectiva de que ao “estudar as estruturas decorrentes das ações e interação entre os atores sociais, é possível compreender elementos a respeito desses grupos e, igualmente, generalizações a seu respeito” (Fragoso; Recuero; Amaral, 2011, p. 115), considerou-se as semioses desenvolvidas em torno do caso como o principal vetor de potencialização, pois o cibercontecimento emerge destas interações. Sendo a internet nosso local e instrumento de pesquisa (Fragoso; Recuero; Amaral, 2011), tomou-se como perspectiva as linhas narrativas desenvolvidas pela troca de emissoras de Xuxa.

Em um primeiro momento, com o cibercontecimento em seu vértice de interação, foram analisadas as chamadas de 38 portais de notícias¹⁹, que surgiram na busca avançada do *Twitter*, tendo como princípio de classificação (Gil, 2008, p. 157), através do termo Xuxa na Record, o que estava, realmente, sendo pausado. Chega-se, então, aos seguintes dados:

Tema da pauta:	Quantidade:	Portais:
Descurtida de Xuxa nas páginas da Globo	1	RD1
Busca de Xuxa pela pessoa que criou os memes	2	Alvaro Leme, Folha Vitória

Temática do programa da Record	2	Pure Break, Meio Norte
Assinatura do contrato da Record	7	Boa Informação, Cidade Verde, Pure Break, Exame, R7, Na Telinha, A Crítica
Sobre os memes	26	Gente, Terra, Pernambuco, Zero Hora, UOL (2), O Tempo, Veja (3), Pure Break (3), O Dia Televisão (2), Cidadão Repórter, Estadão, You Pix, Tudo Interessante, A Tarde, Vírgula, Terra, Bol, Folha Vitória, Gente, MSN.

Tabela 1: Dados dos portais

A repetição e a presença da pauta em torno das montagens referentes à apresentadora na busca orgânica levou a constatação de que a potencialização do cibercontecimento teve como principal vetor o compartilhamento destas imagens. Mesmo com a presença de outras análises e pautas sendo possíveis em uma coleta mais abrangente, o processo de coleta constatou que “a partir de um determinado número de elementos da amostra, as frequências tendem a se estabilizar” (Fragoso; Recuero; Amaral, 2011, p. 63). Partimos, assim, para a análise das semioses desenvolvidas nas redes digitais pelos atores sociais.

A busca no *Twitter* pela *hashtag* #XuxaNaRecord levou a coleta de 546 publicações, sendo a primeira do dia 6 de março de 2015 e a última do dia 19 de novembro de 2013²⁰. Através da construção de sentidos em redes digi-

tais²¹, a amostra foi analisada, compreendendo assim: a) Comparações de Xuxa à famosa Ellen DeGeneres, devido à declaração da Record²² de tomar o programa da americana como exemplo do que esperavam para a antiga contratada da Globo; b) A postagem de momentos históricos da apresentadora, que incluem músicas e imagens; c) A repercussão do cancelamento do *Planeta Xuxa* no Canal Viva; d) A descrença no sucesso de Xuxa na Record; e) O descontentamento com o novo contrato; f) Fãs torcendo pelo sucesso de Xuxa na nova fase; g) Previsão do fim de carreira da famosa pelos atores sociais; h) O uso da *hashtag* para a promoção de assuntos não relacionados à Xuxa; i) Acusações de hipocrisia da parte da Record, por já ter, segundo os autores das publicações, acusado a “Rainha dos Baixinhos” de ter feito um pacto com o demônio e da parte de Xuxa por, ainda segundo os autores, ter processado a empresa pela declaração; j) Postagens que tem como embasamento o humor.

Das recorrências e sentidos demonstrados, 218 publicações trazem o humor como motivo de uso da *hashtag* #XuxaNaRecord, compreendendo, assim, 39,9 % de uma amostragem que traz diversas rupturas, mas que sinaliza, em sua maior parte, uma cultura de diversão (Llosa, 2013) predominante no cibercontecimento analisado, sendo este tema, inclusive, a pauta da maior parte dos portais quantificados. Tomou-se, aqui, a moda como medida de tendência, pois ela permite como aponta Gil (2008, p. 162), encontrar aquilo que é mais típico em determinado estudo. Seguiu-se, então, para uma análise qualitativa do sentido humorístico, desenvolvido pelos atores sociais da rede, responsável pela potencialização e emergência do cibercontecimento.

Buscou-se, a partir da análise de construção de sentidos em redes, a construção de uma pesquisa qualitativa referentes às apropriações humorísticas em sua abran-

gência. “A pesquisa qualitativa visa uma compreensão aprofundada e holística dos fenômenos em estudo e, para tanto, os contextualiza e reconhece ser caráter dinâmico” (Fragoso; Recuero; Amaral, 2011, p. 67), por isso a relevância dos elementos da amostra que, nesse ponto, “passam a ser selecionados deliberadamente, conforme apresentam as características necessárias para a observação, percepção e análise das motivações centrais da pesquisa” (Fragoso; Recuero; Amaral, 2011, p. 67). Constatou-se a presença de paródias como uma das diversões presentes nas interações analisadas. O comportamento é repetitivo e brinca com a letra de diversas músicas e filmes da carreira da também cantora e atriz.

Existem, também, perfis, que já possuidores de visibilidade potencializada pelo humor, aproveitam-se da onda de interação e popularidade do cibercontecimento para cumprir o propósito do perfil e, também, conquistar compartilhamentos. Perfis como Satanás e Peppa Pig²³, interagem com o fluxo de informações da *hashtag*.

As postagens demonstram, através da *hashtag* #XuxaNaRecord, um campo histórico de humor da carreira e trajetória da apresentadora. Outros elementos apontam desdobramentos de narrativas transmidiáticas (Jenkins, 2008) desenvolvidas por atores sociais e perfis de humor que assistiam à Record no dia da chegada da nova contratada à emissora:



Figura 2: Captura de tela do Twitter

Fonte: https://twitter.com/diva_oficial Acesso em: 5 mar 2015

Sinalizam-se, assim, algumas das novas práticas disseminadas através do Twitter como campo problemático,

pois, ao mesmo tempo em que estes perfis de humor funcionam como vetores de potencialização do cibercontecimento, eles também são espaços de mídia para publicidades, daí vem a necessidade dos usuários dos perfis estarem presentes e fazerem-se notáveis através da diversão. Outro fator humorístico presente nas publicações surgiu através da intertextualidade do apelido Xuxa:



Figura 3: Captura de tela do Twitter

Fonte: <https://twitter.com/> Acesso em: 6 mar. 2015

O humor surge em níveis imagéticos, como no uso da foto do nadador Xuxa para referir-se à *hashtag* de outra perspectiva literal, ganhando visibilidade conforme são compartilhados. É perceptível que devido a performance da apresentadora nas redes, ela passa a ser conhecida pelos memes que a referenciam.

A comparação entre o que seria Xuxa na Globo e o que seria ela na Record teve, como maior embasamento, a religião da nova emissora da famosa. Na análise, percebeu-se que a dualidade da imagem da apresentadora, que surge com a sua troca de emissoras, de satânica à evangelizada, foi um fator determinante e notável para a criação de imagens e textos que passaram a ser compartilhados visando à diversão.

A quebra da privacidade, mais comum ainda às celebridades na era digital, ganha novas dimensões



Figura 4: Captura de tela do Twitter

Fonte: <https://twitter.com/> Acesso em: 6 mar. 2015



Figura 5: Captura de tela do Twitter

Fonte: <https://twitter.com/> Acesso em: 5 mar. 2015

com a efemeridade dos memes. Assim como o “aham, senta lá Cláudia” surgiu de uma arqueologia da construção histórica de Xuxa, outros atores sociais fazem a mesma garimpagem em busca de momentos que tragam o recurso do humor como motor de compartilhamentos e interações.

Devido à quantidade de pautas que surgiram na Record e em outros portais de notícias, o possível carisma e poder de afetação de Xuxa também geraram construções imagéticas que levam ao uso da apresentadora em

todos os programas da emissora, sendo o humor o plano de fundo das montagens e textos:



Figura 6: Captura de tela do *Twitter*
Fonte: <https://twitter.com/> Acesso em: 6 mar. 2015

As primeiras publicações fazem referência à saída de Xuxa Meneghel da Rede Globo, trazendo o seu possível desemprego com uma das primeiras potencializações do humor que contornou todo o cibercontencimento:



Figura 7: Captura de tela do *Twitter*
Fonte: <https://twitter.com/> Acesso em: 6 mar. 2015

Beijinho, beijinho, tchau, tchau: reflexões e fechamento

Celebridades, cada vez mais, emergem como usuárias ativas das redes sociais digitais, criando uma quebra de privacidade mais profunda com os seus fãs, no momento em que estes passam a ser respondidos com mais recorrência, devido à ubiquidade proporcionada pelo advento de tecnologias e plataformas digitais. Em um primeiro momento, desenvolveu-se neste artigo esta contextualização social a partir da performance de Xuxa Meneghel nas redes sociais, o que entendemos como um vetor determinante para a construção do cibercontencimento.

A dimensão acontecimental das celebridades (Simões, 2014, p. 214) potencializa a construção de cibercontencimentos. No entanto, não se pode pensar em celebridades sem considerar os sujeitos envolvidos em todos os níveis de sua trajetória: do fã que compartilha fotos até o ator que compartilha críticas na web. No que se referencia ao objeto de estudo do artigo, os enquadramentos jornalísticos em torno do caso tiveram uma forte presença destes sujeitos que interagem nas redes sociais digitais, sendo a diversão baseada no humor a principal motivação destas interações.

Partindo da ideia de que vivemos em uma era da “primazia das imagens sobre as ideias” (Llosa, 2013, p. 41), percebeu-se que a principal motivação para a discussão e compartilhamento do caso nas redes sociais digitais apontam para as construções imagéticas em torno da diversão e do humor. Essa motivação contribui para a construção de memes que acabam sendo epidêmicos, pois “espalham-se amplamente por várias redes de weblogs, como uma epidemia” (Recuero, 2009, p. 127). Assim, o artigo demonstra novas construções e práticas referentes às articulações entre mídia, celebridades e a sociedade, pois sinaliza a construção de ciberconten-

cimentos a partir da performance de Xuxa Meneghel. Evidencia-se assim, novas formas de construções jornalísticas e de relações com os públicos, da perspectiva da celebridade como ator social e de seu posicionamento mercadológico, tendo em vista a necessidade de atrair cliques dentro da web.

Referências

CAMPANELLA, Bruno. Vendedores de “consciência”: celebridade, vida privada e consumo em campanhas humanitárias e ecológicas. In: FRANÇA, Vera; FREIRE FILHO, João; LANA, Lígia; SIMÕES, Paula Guimarães. (Orgs.), **Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2014. pp. 257-284.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1979.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GABLER, Neal. **Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

HENN, Ronaldo. Cibercontencimento. In: D. VOGEL; E. MEDITSCH; G. SILVA, **Jornalismo e acontecimento: tramas conceituais**. p. 21-34. Florianópolis: Insular, 2013a.

_____. **El cibercontencimiento: producción y semiosis**. v. 1. Barcelona, Editorial UOC: 2013.

HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **Mídia, memória e celebridades**. Rio de Janeiro: E- paper Serviços Editoriais LTDA, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das Letras, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3 ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

LLOSA, Mario Vargas. **A civilização do espetáculo**: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

PEIRCE, Charles Sanders. **The collected papers of Charles Sanders Peirce**. Past Masters, CD-ROM. EUA: IntelLex Corporation, 2002.

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

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SIMÕES, Paula Guimarães. O poder de afetação das celebridades. In: FRANÇA, Vera; FREIRE FILHO, João; LANA, Lígia; SIMÕES, Paula Guimarães. (orgs.). **Celebridades no século XXI**: transformações no estatuto da fama. p. 206-225. Porto Alegre: Sulina, 2014.

TORRES, Eduardo Cintra. Economia e carisma da indústria

cultural da celebridade. In: FRANÇA, Vera; FREIRE FILHO, João; LANA, Lígia; SIMÕES, Paula Guimarães. (Orgs.). **Celebridades no século XXI**: transformações no estatuto da fama. p. 71-95. Porto Alegre: Sulina, 2014.

Notas

1 Doutora e mestre em Comunicação e Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Avenida Unisinos, São Leopoldo, RS, Brasil, CEP: 93022-000). E-mail: aquino.mariaclara@gmail.com.

2 Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Avenida Unisinos, São Leopoldo, RS, Brasil, CEP: 93022-000). E-mail: christiangonzatti@gmail.com.

3 Graduanda em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda na Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Bolsista de Iniciação Científica CNPQ do grupo LIC – Laboratório de Investigação do Cibercontecimento (Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Avenida Unisinos, São Leopoldo, RS, Brasil, CEP: 93022-000). E-mail: fran.esmitiz@hotmail.com.

4 Meme é compreendido aqui a partir de Dawkins (1979), que o percebe como uma estrutura de significância que se replica. Dawkins (1979, p. 112) usa o termo meme em uma alusão tanto às ideias de imitação quanto à ideia de memória. Um meme, portanto, poderia reunir elementos variados, tais como “melodias,

ideias, ‘slogans’, modas do vestuário, maneiras de fazer potes ou de construir arcos”.

5 Fonte: <http://goo.gl/mgDkmB>. Acesso: 23 mar. 2015.

6 Para mais informações: <http://goo.gl/SEK0wQ>

7 Fonte: <https://goo.gl/gdXitn> Acesso: 23 mar. 2015.

8 O momento em que Xuxa repreende a menina: <http://migre.me/p7W3y> Acesso: 22 mar. 2015.

9 Busca pelo termo “Xuxa Verde” no YouTube: <http://migre.me/p7WIO> Acesso: 22 mar. 2015.

10 Entende-se, segundo Recuero (2008, p. 116) que “a popularidade está diretamente relacionada a quantidade de seguidores que alguém tem. A popularidade, como valor, refere-se, portanto, mais a uma posição estrutural da rede social e tem um valor quantitativo. A popularidade também está relacionada com o capital social relacional, nos termos de Bertolini e Bravo (2001).”

11 Perfil de Xuxa no Facebook: <https://goo.gl/a5gw2y> Acesso: 22 mar. 2015.

12 Fonte: <http://goo.gl/dfuolQ>. Acesso: 22 mar. 2015.

13 Para mais informações: <http://goo.gl/Qd4Dc0> Acesso: 22 mar. 2015.

14 Fonte: <http://goo.gl/T4wPxO>. Acesso: 23 mar. 2015.

15 Fonte: <http://goo.gl/g5ygdX>. Acesso: 23 mar. 2015.

- 16 Mais informações: <http://goo.gl/j91X3d> Acesso: 23 mar. 2015.
- 17 Fonte: <http://goo.gl/2g5t7q> Acesso: 27 mar. 2015.
- 18 Fonte: <http://goo.gl/o5brKA>. Acesso: 27 mar. 2015.
- 19 RD1: rd1.ig.com.br; Alvaro Leme: entretimento.r7.com/blogs/alvaro-leme; Folha Vitória: www.folhavitoria.com.br/; Pure Break: www.purebreak.com.br/; Meio Norte: www.meionorte.com/; Boa Informação: boainformacao.com.br/; Cidade Verde: cidadeverde.com/; Exame: exame.abril.com.br/; R7: r7.com/; Na Telinha: natelinha.ne10.uol.com.br/; A Crítica: acritica.uol.com.br/; Gente: gente.ig.com.br/; Terra: terra.com.br/; Zero Hora: zerohora.com/; UOL: uol.com.br/; Pernambuco: www.pernambuco.com/; O Tempo: www.otempo.com.br/; Veja: veja.abril.com.br/; O Dia Televisão: odia.ig.com.br/diversao/televisao/; Cidadão Repórter: http://gaze-taonline.globo.com/index.php?id=/eu_aqui/cidadao_reporter/index.php; Estadão: estadao.com.br/; Youpix: youpix.com.br/; Tudo Interessante: www.tudointeressante.com.br/; A Tarde: atarde.uol.com.br/; Vírgula: virgula.uol.com.br/; BOL: www.bol.uol.com.br/; Gente: gente.ig.com.br/; MSN: msn.com.br/
- 20 Os dados da coleta apresentam forte potencialização de novembro de 2014 à março de 2015. A publicação de 2013 aparece após uma de novembro de 2014 na busca avançada do *Twitter*.
- 21 Construção de sentidos em redes digitais é um método ainda em desenvolvimento no Laboratório de Investigação do Cibercontecimento (LIC), que observa e coleta dados em sites de redes sociais com o objetivo de analisar a articulação de sentidos dos cibercontecimentos (Henn, 2013).
- 22 Fonte: <http://goo.gl/AMf19E>. Acesso 28 mar. 2015.
- 23 As páginas podem ser acessadas respectivamente através dos links: <https://twitter.com/SenhorSatanas>; <https://twitter.com/aPeppa>. Acesso: 28 mar. 2015.