



O Suricate Seboso e a Culinária Cearense: Representação da Identidade Cultural através de Postagens nas Redes Sociais¹

Lia Dias ADERALDO Mello²

Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

A Internet é utilizada pelos seus usuários como espaço de interação e representação social. As chamadas Redes sociais on line permitem aos sujeitos se apresentarem aos demais através de postagens, comentários ou fotos que reforçam suas preferências, hábitos, cotidiano e, assim, ajudam a mostrar a identidade de cada um. Esse artigo apresenta o caso do personagem fictício Suricate Seboso que, entre os temas escolhidos para as suas publicações nas diversas mídias sociais, utiliza a alimentação cotidiana cearense como forma de representação da cultura desse povo.

PALAVRAS-CHAVE: identidade, alimentação, Internet, redes sociais, Suricate Seboso.

Introdução:

O surgimento da Internet é um marco no que diz respeito às formas de acesso à informação e interação social entre indivíduos, principalmente, a partir da década de 1990, com o início da operação dos serviços privados. De qualquer lugar do mundo, através de diferentes dispositivos, os usuários conseguem buscar informações, se comunicar e ganhar exposição, como afirmou Thompson:

“Distâncias foram eclipsadas pela proliferação de redes de comunicação eletrônica. Indivíduos podem interagir uns com os outros, ou podem agir dentro de estruturas de interação quase mediada, mesmo que estejam situados [...] em diferentes partes do mundo” (THOMPSON, 2002, p. 135).

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

² Mestranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná - UTP e membro do grupo de pesquisa Incom, jornalista da Universidade Federal do Ceará – UFC, email: lia.aderaldo@gmail.com



Foi a popularização dos serviços de Internet que possibilitou o maior acesso das pessoas à rede e, assim, o surgimento das chamadas redes sociais *on line*, ou SNS (Social Network Sites), descritas por Boyd e Ellison como:

“serviços baseados em rede que permitem que os indivíduos (1) construam perfis públicos ou semi-públicos dentro de um sistema limitado, (2) articulem uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão, e (3) vejam e percorram a sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema.”³ (BOYD & ELLISON, 2008, p. 211).

Esse formato de sites tem atraído cada vez mais adeptos e, apesar de algumas redes sociais terem nascido com o propósito de facilitar novos encontros, elas tem servido, principalmente como ferramenta de manutenção de relações já existentes. É, segundo Raquel Recuero, uma realidade cotidiana, capaz de proporcionar interação entre pessoas. Basta entrar em qualquer um dos sites disponíveis na Rede para ter “acesso quase instantâneo ao que os amigos, conhecidos (e desconhecidos) estão fazendo, o que pensam sobre os lugares onde estamos, quais suas recomendações, vídeos que viram, que imagens curtiram e onde podemos, inclusive, interagir”. (RECUERO, 2013, p. 51-52)

Uma característica desses espaços de interação entre indivíduos é a possibilidade diária de apresentação e de representações dos atores sociais. Para Recuero, ao invés de acesso a um indivíduo, tem-se acesso a uma representação dele. “As conexões entre os indivíduos não são apenas laços sociais constituídos de relações sociais. No meio digital, as conexões entre os atores são marcadas pelas ferramentas que proporcionam a emergência dessas representações. As conexões são estabelecidas através dessas ferramentas e mantidas por elas.” (RECUERO, 2012. p. 2)

No mundo virtual, a identidade vai sendo construída a partir dos elementos fornecidos pelos usuários como palavras, cores, pinturas e fotos. Um exemplo dessa apresentação se dá através de postagens nas redes sociais que relatam hábitos, linguagem, culinária ou a vestimenta de um determinado povo. É como se fosse possível ao usuário, através de comentários ou compartilhamentos relacionados a determinados, identificar suas raízes. Essa identificação parece constituir uma alternativa interessante para explicar o sucesso de um fenômeno da internet que surgiu no Ceará e que é tema deste artigo.

³ Tradução da autora a partir do original: “Web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system”.

Animal africano tipicamente cearense:

O Suricate Seboso⁴ é um personagem criado a partir de um perfil eletrônico que representa um suricato, um mamífero africano de pequeno porte, mas que aparece em diferentes situações do cotidiano, ressaltando sempre traços da cultura nordestina, expressões da oralidade do povo, hábitos alimentares, ou reproduzindo situações reais vividas na região do Ceará e estados vizinhos.



Postagem do personagem Suricate Seboso retratando um café da manhã nordestino.

Fonte: [Instagram.com/suricatesebosooficial](https://www.instagram.com/suricatesebosooficial)

As postagens desse personagem são quase sempre carregadas de um tom humorístico, característica que faz parte da identidade do povo e foi incorporada pela indústria do turismo com os shows de humor realizados de segunda a segunda em bares e restaurantes da capital, Fortaleza. “O humor dito ‘cearense’ e o número de humoristas no estado que desponta com sucesso na mídia nacional entram como arma na hora de evocar a identidade.” (MARREIRO, 2003. p. 188)

A idéia de um povo irreverente e naturalmente engraçado foi sendo reforçada a partir do surgimento de muitos cearenses entre os grandes nomes da comédia brasileira,

⁴ Perfil criado em dezembro de 2012 disponível em [facebook.com/suricateseboso](https://www.facebook.com/suricateseboso) , [instagram.com/suricatesebosooficial](https://www.instagram.com/suricatesebosooficial) e [twitter.com/suricateseboso](https://www.twitter.com/suricateseboso)



entre eles, Chico Anísio, Renato Aragão, Tom Cavalcante, Falcão, entre outros. “Entre características como tenacidade, resistência à seca, coragem e perseverança, o humor e a irreverência foram promovidos a um lugar privilegiado na composição da ‘cearensidade’, mais fortemente notado a partir do sucesso dos novos humoristas” (MARREIRO, 2003. p. 188)

Se apropriando dessa irreverência, o personagem foi criado em dezembro de 2012 por um Fortalezaense, Diego Jovino, de 26 anos, morador do Parque Água Fria, na periferia da capital cearense. A idéia inicial era fazer brincadeiras com os amigos pelo Facebook, imitando diálogos e situações engraçadas vividas por eles no tempo de escola e no bairro em que moravam. Mas, em uma semana, postagens atingiram a marca de mil curtidas e não demorou para que o personagem se tornasse um fenômeno na internet. Atualmente a *fanpage* dedicada ao personagem no Facebook, onde tudo começou, já recebeu mais de 2.100.000 curtidas⁵, além de ter 106.200 seguidores no Twitter e 278.000 no Instagram.

A escolha do animal Suricato para a apresentação das piadas nada tem a ver com a realidade nordestina. Segundo o próprio criador do Suricate Seboso, a escolha foi feita apenas porque considerou o animal mais engraçado. “Pesquisei animais regionais, mas não encontrava muitas opções. Quando procurei o suricate, tinham várias formas, ele de todo jeito. Achei mais caricato e ele também tem um jeito mais de ser humano, fica em pé”, afirmou o criador do personagem em entrevista ao site de notícias G1⁶.

Após alcançar 300 mil seguidores no *Facebook*, em fevereiro de 2013, o personagem passou a receber investimentos de uma empresa de tecnologia do Ceará. No mesmo ano, o escritório Suricate Seboso fechou contrato com uma marca de óculos de sol, passou a ter produtos licenciados, como canecas e camisetas e, no final de 2014, tinha entre seus anunciantes a Coca-Cola, a Fiat, uma loja de eletrodomésticos e uma escola de idiomas.

Em maio de 2013, foi lançado um blog com os conteúdos produzidos para as redes sociais e outras imagens, vídeos ou textos engraçados relacionados ao cotidiano do cearense. Em abril de 2014, foi lançado também um aplicativo para celulares *smartphones* para exibição de todas as postagens feitas através das redes sociais, que já teve mais de 70 mil downloads.

⁵ Contagem realizada em 20 de janeiro de 2015

⁶ Disponível em <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2013/09/suricate-seboso-faz-sucesso-com-expressoes-cearenses-e-vira-negocio.html>

Em Julho de 2014, o Suricate Seboso ganhou também espaço na televisão com o quadro “Rapidinha do Suricate”, VTS animados, com cinco inserções diárias pela TV Jangadeiro⁷ com algumas das piadas que aparecem nas postagens das redes sociais. Para exibição do conteúdo na internet, foi também criado um canal no Youtube⁸. Mais recentemente, em agosto de 2014, o escritório do Suricate Seboso lançou também um site de geração de cupons de descontos em restaurantes, lojas, hotéis e eventos⁹, sendo as promoções relacionadas à alimentação as mais frequentes, o que pode não ser uma coincidência, já que as postagens relacionadas aos hábitos alimentares do povo nordestino estão também na preferência do conteúdo postado diariamente nas mídias sociais.

Figura 2



Site de geração de descontos pela Internet.

Fonte: Instagram.com/suricatesebosooficial

Culinária e Cultura

Quando se remete à idéia de nação, vários sistemas simbólicos se articulam, concretizando, assim, o seu conceito. O poder político reconhece-se numa língua, delimita um território, identifica hábitos e costumes, entre eles, a alimentação. O que se come no dia a dia, como se come, e em que situações, tudo isso é definido a partir do que pode ser entendido como hábitos culturais. Sendo, então a cultura, determinante

⁷ Emissora de afiliada da rede Bandeirantes de Televisão.

⁸ www.youtube.com/suricateoficial

⁹ www.suricates.com.br



desse conjunto de tradições coletivas, de acordo com o conceito que foi definido por Kellner:

“A cultura, em seu sentido mais amplo, é uma forma de atividade que implica alto grau de participação, na qual as pessoas criam sociedades e identidades. A cultura modela os indivíduos, evidenciando e cultivando suas potencialidades e capacidades da fala, ação e criatividade”. (KELLNER, 2001, p. 11)

A célebre frase “você é o que você come” representa exatamente o que nos faz buscar nos alimentos algo que está além da fome. É a carga cultural e afetiva presente naquele determinado sabor, que remete à infância, à terra natal, à momentos em família ou de celebração.

Segundo Massimo Montanari, a forma como nos relacionamos com o que comemos é o que nos diferencia dos demais animais. Isso porque, alimentação é cultura, a partir da forma como é preparada, consumida, escolhida com critérios tanto ligados às dimensões econômicas e nutricionais, quanto “aos valores simbólicos de que a comida se reveste. Por meio de tais percursos, a comida se apresenta como elemento decisivo na identidade humana e como um dos mais eficazes instrumentos para comunicá-la.” (MONTANARI, 2013, p. 16),

Podemos afirmar que os alimentos preparados por um povo são, em parte, definidos pelas características naturais oferecidas pela fauna e flora daquela região. Mas, a comida vai além das facilidades da biodiversidade que aquele lugar oferece. Ela reflete toda uma construção histórica e social. É, para Montanari, um bem cultural, e não apenas natural, a partir da manipulação feita pelo homem no que ele encontra disponível na natureza.

“A ideia de comida remete de bom grado à de natureza, mas o nexo é ambíguo e fundamentalmente inadequado. Na experiência humana, de fato, os valores de base do sistema alimentar não se definem em termos de ‘naturalidade’, mas como resultado e representação de processos culturais que prevêm a domesticação, a transformação, a reinterpretção da natureza”. (MONTANARI, 2013, p.15)

Os hábitos alimentares do povo brasileiro estão mudando em uma velocidade acelerada. Uma pesquisa publicada por Carlos Alberto Dória sobre a formação da culinária brasileira mostrou que “o hábito de consumir culinária tipicamente nacional,



no âmbito doméstico, desapareceu.” (DÓRIA, 2014. P.21). Dois dos alimentos que melhor representam a culinária cearense, Tapioca e baião de dois, por exemplo, aparecem com 1,4 e 5,4% de consumo em Fortaleza. Os pratos considerados típicos, em restaurantes de comida regional, estão virando apenas uma atração para turistas e moradores do estado em situações mais específicas.

Ao mesmo tempo, percebe-se uma tendência de *gourmetização* de alimentos antes considerados triviais, como uma tentativa de valorizar e dar um novo status às tradições alimentares antigas. É o caso das tapiocas gourmet, que reúnem, além da goma de mandioca¹⁰, recheios cada vez mais sofisticados. Segundo Dória, “coisas muito simples, e até inexpressivas – como o brigadeiro -, apresentam-se supervalorizadas, indicando a força dessa busca de identidades, mesmo quando ela não encerra grandes valores. O importante, porém é esse espírito de busca.” (DÓRIA, 2014, p. 11) É uma tentativa de resgatar e manter os alimentos historicamente consumidos por aquela comunidade como forma de representação de um todo.

O Personagem Suricate Seboso, através de suas postagens, muito tem feito, mesmo que de forma despretensiosa, pela valorização da culinária regional cearense. Com frequência, são publicadas em seus perfis das redes sociais imagens que fazem clara referência ou valorizam determinados alimentos que só fazem sentido num contexto cultural de quem está inserido naquela região.

O Brasil é uma grande mistura de sabores de Norte a Sul. Cada uma das regiões traz características muito peculiares, com ingredientes herdados dos povos que colonizaram ou habitavam anteriormente aquelas terras. “Nos últimos 500 anos travou-se, no território brasileiro, um enorme encontro de culturas – centenas de etnias indígenas; dezenas de etnias africanas transplantadas para cá; portugueses e europeus de outros países – cujo resultado está longe de ser uniforme e linear. (Dória, 2014, p. 17)

A grande mistura de culturas distintas muito beneficiou a formação da culinária brasileira, já que, segundo Montanari, as culturas alimentares são mais ricas e diversificadas, quanto mais os encontros e as trocas tenham sido vivazes e frequentes. Ao longo do processo histórico de colonização do Brasil, o povo foi se apropriando dessa multiplicidade de culturas alimentares. “Os modelos e as práticas alimentares são o ponto de encontro de culturas diversas, fruto da circulação dos homens, mercadorias, técnicas, gostos de um lado para outro do mundo.” (MONTANARI, 2013, p. 189)

¹⁰ Farinha utilizada para a fabricação da tapioca

Enquanto os conceitos e práticas da chamada cozinha brasileira nos unificam à mesa, os das cozinhas regionais nos separam, apesar de sermos todos brasileiros. No Ceará, especificamente, soma-se a toda a miscigenação, às características regionais da escassez de água e, conseqüentemente, a dificuldade de colheita de alguns alimentos no período de seca. Por isso, criou-se uma relação muito forte com as chamadas culturas de sequeiro, o milho, o feijão e a mandioca. “A sociedade sertaneja foi abrindo-se para os legumes da “terra”. Introduziu-se o feijão, o milho, a mandioca e até a cana. São ainda hoje três épocas alegres do sertanejo: a do milho verde, da farinha e da moagem. (DÓRIA, 2014, p. 84)

Essa preferência se confirma na oferta de produtos das feiras livres do interior e da capital do estado. Locais que, segundo Sulamita Vieira, são espaços de preservação, produção e reprodução de tradições. Na feira, encontram-se os principais ingredientes da alimentação cotidiana da população: “farinha de mandioca, feijão, rapadura, coco, peixe (salgado e fresco); raízes e plantas medicinais, frutas, principalmente banana e laranja, além de outras mais raras pela sua sazonalidade, como jaca, seriguela, cajá e graviola” (VIEIRA, 2003, p.120), entre outros itens de igual importância. Muitos desses alimentos encontrados nas feiras acabam sendo representados através das imagens publicadas pelo personagem em questão nesse trabalho.

Figura 3



A Farinha é representada como item essencial na casa do personagem.

Fonte: [instagram.com/suricatesebosooficial](https://www.instagram.com/suricatesebosooficial)



Na Internet, os usuários encontram a oportunidade diária de se relatar, de mostrar ou construir a própria identidade, processo descrito por Meucci e Matuck como “apresentação e atribuição de qualidades a um sujeito, segundo sua cultura, atitudes, aparência, e também da expressão de seus valores” (MEUCCI; MATUCK, 2005, p. 5). Para os autores, no mundo virtual, essa identidade vai sendo construída a partir dos elementos fornecidos pelos usuários como palavras, cores, pinturas e fotos. É o caso das publicações do Suricate Seboso que, a partir do momento em que são compartilhadas, creditam àquele usuário a linguagem, as expressões ou hábitos representados.

As ferramentas ofertadas pelas redes sociais permitem projetar uma imagem de um indivíduo. Não só visual, mas também com suas características psicológicas. Segundo Goffman, ao se apresentar o indivíduo, “pede-lhes para acreditar que o personagem que vêm no momento possui os atributos que aparentam possuir, que o papel que representa terá as conseqüências implicitamente pretendidas por ele e que, de um modo geral, as coisas são o que parecem ser. (GOFFMAN, 2003, p. 25)

Os hábitos alimentares de um indivíduo fornecem elementos que compõem a identidade dele. Identidade essa, que na é exatamente fixa e constante. Stuart Hall, em seu pensamento sobre a identidade cultural na pós-modernidade, afirma que o sujeito, enquanto ser social, está em constante transformação. “A identidade torna-se uma celebração móvel, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. (HALL, 1992, p. 12) Isso porque, no mundo interconectado, globalizado, a todo momento, somos confrontados por uma enorme quantidade de identidades possíveis com as quais poderíamos nos identificar.

Isse é também o que pensa Montanari, quando afirma que existe um processo contínuo de transformação e construção das identidades. Não é algo que se possa definir como finalizado e permanente. “As identidades culturais não são realidades metafísicas (o espírito dos povos) nem estão inscritas no patrimônio genético de uma sociedade, mas se modificam. (MONTANARI, 2013, p. 184)

Os efeitos da globalização têm atingido até mesmo as comunidades mais remotas do interior do Ceará, o que poderia colocar em risco a manutenção dos modos e costumes regionais, dada a enorme facilidade de acesso a outras culturas. O que se observa é uma acelerada transformação nos hábitos locais.

Porém, Hall argumenta que, juntamente com o impacto do ‘global’, foi percebido também um novo interesse pelo local. “A globalização (na forma da

especialização flexível e da estratégia de criação de nichos de mercado), na verdade, explora a diferenciação local. Assim, ao invés de pensar no global como substituindo o local, seria mais acurado pensar numa nova articulação entre o ‘global’ e o ‘local’.” (HALL, 1992, p. 45)

Dentro dessa perspectiva, pode-se perceber, através do exemplo do personagem Suricate Seboso um interesse na manutenção de uma identidade e a tentativa de reforçar a imagem do ‘ser cearense’, ou ‘ser nordestino’ através do modo peculiar de falar, de fazer piada e, também, de se alimentar.

A partir do momento que um usuário das redes sociais curte, comenta, compartilha uma imagem do personagem, sobretudo em representações da alimentação do nordestino, ele reafirma esse desejo de fortalecimento, o orgulho dos antigos hábitos e a memória do seu povo. “O fortalecimento de identidades locais pode ser visto na forte reação defensiva daqueles membros dos grupos étnicos dominantes que se sentem ameaçados pela presença de outras culturas.” (HALL, 1992, p. 50) .

A idéia de uma identidade cearense, remete à alguns ícones associados à história do povo sertanejo. Entre eles, o jangadeiro, o vaqueiro, a rendeira e o retirante que, cada um, ao seu modo, demonstra bravura e resistência. Segundo Ismael Pordeus Júnior, essa “cearensidade consistiria em reforçar as características que o senso comum alinhou como peculiares à gente da terra, em uma operação ideológica de esvaziamento dos elementos contraditórios e de construção de uma mitologia onde personagens, paisagens, costumes e produção cultural teceriam uma trama que simularia um Ceará elaborado a partir desses fatores. (PORDEUS JUNIOR, 2003, p. 17)

Então, esses personagens, do jangadeiro, o vaqueiro, a rendeira e o retirante são construções mitológicas expressas na literatura, na TV e no cinema que, ainda hoje, remetem á cultura e identidade do povo nordestino, apesar das constantes mudanças culturais sofridas por esse povo.

Figura 4



O personagem Suricate Seboso se apropria da vestimenta de um vaqueiro, um dos ícones dessa identidade, para falar da Cultura Nordestina.

Fonte: [instagram.com/suricatesebosooficial](https://www.instagram.com/suricatesebosooficial)

O que, para os nordestinos pode estar carregado de simbolismos e significados, para muitos outros brasileiros pode, simplesmente, não ter o mesmo valor informativo. Isso porque, segundo Hall, as informações, ou códigos, não são exatamente decodificados de forma igual por todo o público. A teoria contraria as pesquisas em comunicação de massa que tinham a idéia de uma recepção linear, de uma mensagem enviada por um emissor para um receptor.

Segundo Hall, desde a concepção do discurso, a mensagem é carregada de elementos significativos.

“Antes que essa mensagem possa ter um ‘efeito’ (qualquer que seja sua definição), satisfaça uma ‘necessidade’ ou tenha um ‘uso’, deve primeiro ser apropriada como um discurso significativo e ser significativamente decodificada. É esse conjunto de significados decodificados que ‘tem um efeito’, influencia, entretém, instrui ou persuade, com conseqüências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas ou comportamentais muito complexas”. (HALL, 2003, p. 393)

Mas não é correto dizer que a codificação descrita por Hall é sempre intencional e forçada. Muitas vezes, os códigos já estão tão amplamente distribuídos em uma cultura e foram aprendidos tão cedo que parecem não terem sido construídos. Foram apenas naturalizados.

“Simples signos visuais parecem ter alcançado uma ‘quase universalidade’ embora permaneçam evidências de que até mesmo códigos visuais aparentemente ‘naturais’ sejam específicos de uma dada cultura. Isto não significa que nenhum código tenha interferido, mas, antes, que os códigos foram profundamente naturalizados. A operação de códigos naturalizados revela não a transparência e a ‘naturalidade’ da linguagem, mas a profundidade, o caráter habitual e a quase universalidade dos códigos em uso.” (HALL, 2003, p. 393)

É o que ocorre quando um cearense associa as quinta-feiras ao ato de comer caranguejo. Esse hábito, comum nesse dia da semana, especificamente a noite, foi naturalizado por essa cultura. A forma como um indivíduo não pertencente a essa cultura decodifica a imagem abaixo é completamente diferente da maneira como um cearense, ou alguém inserido nesse contexto cultural percebe a mensagem, capaz de fazer salivar um admirador dessa iguaria da culinária local.

Figura 5



Postagem feita no perfil do personagem numa quinta-feira.

Fonte: [instagram.com/suricatesebosooficial](https://www.instagram.com/suricatesebosooficial)

O mesmo acontece com várias outras postagens do personagem pelas redes sociais. Porque acumulam tantas curtidas, comentários e compartilhamentos de nordestinos e para tantos outros brasileiros aqueles conteúdos não fazem tanto sentido?



Porque os códigos presentes naqueles conteúdos não foram decodificados da maneira como foram idealizados.

A devida interpretação ou assimilação do conteúdo informativo depende, então, do repertório de cada sujeito que vai receber aquela mensagem. É claro que a “vasta gama deve conter algum grau de reciprocidade entre os momentos da codificação e decodificação; do contrário, não poderíamos falar de uma efetiva troca comunicativa.”. (HALL, 2013, p. 399) Mas a codificação não pode determinar ou garantir quais os códigos de decodificação que serão empregados.

Considerações finais

A diversificada comida regional nordestina, em especial a do Ceará, é carregada de simbolismos e um caráter identitário forte. E, quando apresentada em tom de humor por um personagem que tão fortemente representa a identidade desse povo, então, ganha um significado ainda mais complexo.

A alimentação é capaz de despertar nas pessoas os mais fortes sentimentos de pertencimento, remetendo-se sempre a ícones da cultura em que está inserida. Na *Internet*, imagens que representam essas refeições ou hábitos alimentares tornam-se ferramentas de representação também da identidade dos usuários das redes sociais.

Num contexto de globalização, em que há forte influências de outras culturas e constantes transformações nas identidades pós-modernas, o personagem Suricate Seboso apresenta-se como um símbolo de resistência e manutenção das tradições e valorização da cultura e culinária popular cearense.

REFERÊNCIAS

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. **Social network sites: Definition, history, and scholarship**. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11, 2007.

DÓRIA, Carlos Alberto. **Formação da Culinária Brasileira: Escritos sobre a cozinha inzoneira** – São Paulo: Três Estrelas, 2014

G1 - '**Suricate Seboso**' faz sucesso com expressões cearenses e vira negócio. Disponível em <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2013/09/suricate-seboso-faz-sucesso-com-expresso-es-cearenses-e-vira-negocio.html>



- GOFFMAN, E. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2003.
- HALL, Stuart. **Identidade Cultural na Pós-Modernidade**; Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014
- _____, Stuart. **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**; Tradução Ivone Castilho Benedetti – Bauru: EDUSC, 2001
- MARREIRO, Flávia. **Irreverência cearense: atualização e permanência**. In: CARVALHO, Gilmar de (Org). **Bonito pra Chover: ensaios sobre a cultura cearense**. Fortaleza: D. Rocha, 2003
- MEUCCI, Arthur; MATUCK, Artur. **A criação de identidades virtuais através das linguagens digitais**. In: Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 2005 (disponível para download em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0571-3.pdf>)
- MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**; tradução Letícia Martins de Andrade. São Paulo: Editora Senac, 2013
- PORDEUS JÚNIOR, Ismael de Andrade. **Cearensidade**. In: CARVALHO, Gilmar de (Org). **Bonito pra Chover: ensaios sobre a cultura cearense**. Fortaleza: D. Rocha, 2003
- RECUERO, Raquel. **[A rede é a mensagem: Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social](#)**. In: Eduardo Vizer. (Org.). **Lo que McLuhan no previu**. 1ed. Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205-223
- THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002, 4ª Ed
- VIEIRA, Sulamita. **O Ceará faz a feira**. In: CARVALHO, Gilmar de (Org). **Bonito pra Chover: ensaios sobre a cultura cearense**. Fortaleza: D. Rocha, 2003
- TRIBUNA DO CEARÁ. **Suricate Seboso, sucesso do Facebook ‘Made in Ceará’** Disponível em: <<http://tribunadoceara.uol.com.br/noticias/perfil-2/suricate-seboso-sucesso-do-facebook-made-in-ceara/>>