UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES

Ana Cristina Paula Lima

v!sual col☺quial virtu@l

o uso da expressão gráfica na conversação em redes sociais

DOUTOR EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Área de Concentração "Interfaces Sociais da Comunicação", Linha de Pesquisa "Políticas e Estratégias da Comunicação", da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do Título de Doutor em Ciências da Comunicação, sob a orientação da Profa. Dra. Sandra Maria Ribeiro de Souza.

SÃO PAULO
2014

2014
Autorizo a reprodução e divulgação total ou
parcial deste trabalho, por qualquer meio
convencional ou eletrônico, para fins de estudo e
pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Lima, Ana Cristina Paula
V!sual, Coloquial, Virtu@l: o uso da expressão gráfica na conversação em redes sociais / Ana Cristina Paula Lima. - São Paulo: A. P. Lima, 2014.
151 p.: il.

Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.
Orientadora: Sandra Maria Ribeiro de Souza
Bibliografia

1. redes sociais 2. meme visual 3. comunicação visual 4. conversação digital 5. expressão cômica gráfica I. Souza, Sandra Maria Ribeiro de II. Título.

CDD 21.ed. - 302.2

Nome: LIMA, Ana Cristina Paula

Título: V!sual, C☺loquial, Virtu@l: o uso da expressão gráfica na conversação em redes sociais

Tese apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção ao título de Doutora em Ciências da Comunicação.

Aprovada em: _____

Banca Examinadora

Presidente

Prof(a). Dr(a)._Sandra Maria Ribeiro deSouza_____ Instituição: _ECA/USP_

Assinatura: _____

Prof(a). Dr(a)._____ Instituição: _____

Assinatura: _____

Prof(a). Dr(a)._____ Instituição: _____

Assinatura: _____

Prof(a). Dr(a)._____ Instituição: _____

Assinatura: _____

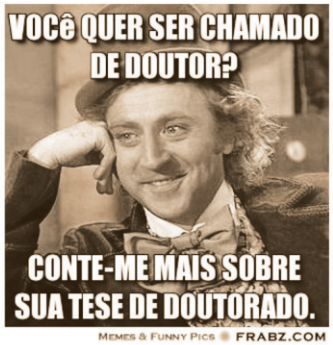
Prof(a). Dr(a)._____ Instituição: _____

Assinatura: _____

A Deus em primeiro lugar
e a minha família, que são meu norte
e meu sustento e sem os quais não
poderia estar agindo no mundo e me
colocando com amor a serviço.

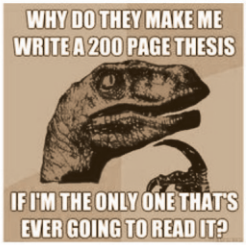
AGRADECIMENTOS

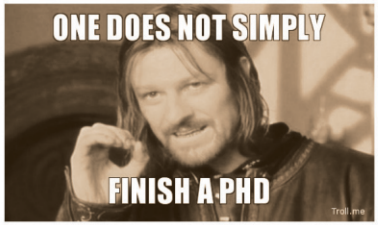
Agradeço a todos que de alguma maneira, direta ou indiretamente, colaboraram para que este longo caminho fosse percorrido. Ao meu marido Roberto pelo apoio estrutural necessário. Aos meu filhos, Lucas e Júlia, pela paciência e resignação pelos momentos de ausência espiritual, embora muitas vezes estivesse fisicamente próxima. Aos meus pais, Afonso e Arlete, agradeço a participação direta na leitura e revisão amorosa e profissional, além da minha formação para o questionamento que desde sempre vivenciei em casa. À minha irmã Cássia pela ajuda concreta, apoio de amiga e solidariedade própria de quem já passou pelo mesmo caminho. Aos amigos mais próximos pelo incentivo e condescendência apesar dos longos períodos de afastamento. Agradeço ainda todos da secretaria do PPGCOM pela paciência, dedicação e presteza e aos professores Dr. Pelópidas Cypriano e Dra. Brasilina Passarelli pelas sugestões e correções de rumo necessárias. Um agradecimento especial à Mônica, amiga e colega de doutorado pela disponibilidade generosa para a leitura atenta que resultou em ótimos conselhos que sabiamente segui. Por fim, um agradecimento especial a minha orientadora Profa. Dra. Sandra Maria Ribeiro de Souza, pela dedicação e comprometimento, que embora por vezes tenha tornado a tarefa árdua, foi o incentivo para as sucessivas revisões do trabalho e para a busca do resultado maior da pesquisa.

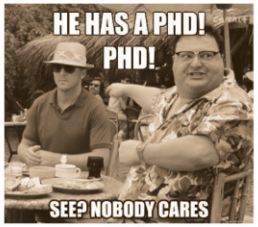

VOCê QUER SER CHAMADO DE DOUTOR?
CONTE-ME MAIS SOBRE SUA TESE DE DOUTORADO.
MEMES & FUNNY PICS FRABZ.COM

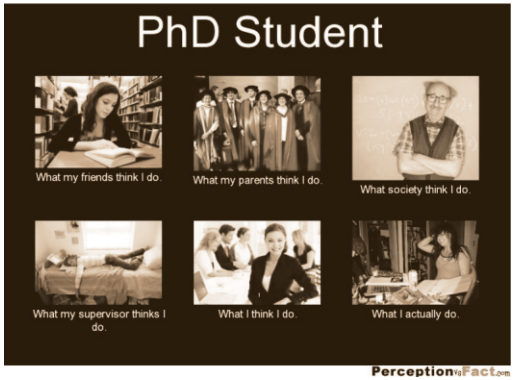
TENHO DE FAZER TESE
VOU MEDITAR 1º
DIYLOL.COM

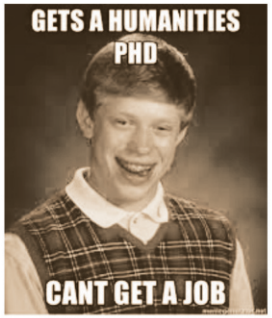
HAS PHD
CAN'T TURN ON PROJECTOR

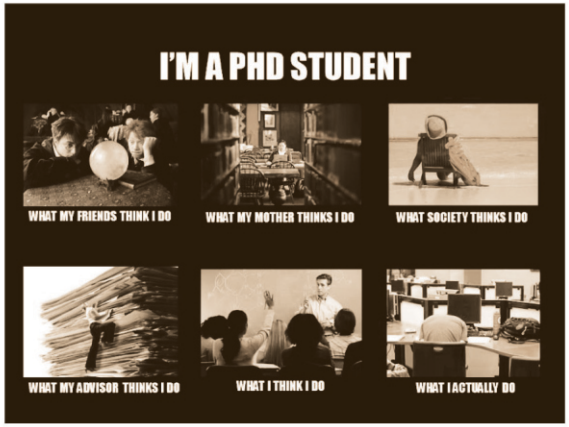

WHY DO THEY MAKE ME WRITE A 200 PAGE THESIS
IF I'M THE ONLY ONE THAT'S EVER GOING TO READ IT?


ONE DOES NOT SIMPLY
FINISH A PHD
Troll.me


HE HAS A PHD! PHD!
SEE? NOBODY CARES


PhD Student
What my friends think I do.
What my parents think I do.
What society think I do.
What my supervisor thinks I do.
What I think I do.
What I actually do.
PerceptionvsFact.com


GETS A HUMANITIES PHD
CANT GET A JOB


I'M A PHD STUDENT
WHAT MY FRIENDS THINK I DO
WHAT MY MOTHER THINKS I DO
WHAT SOCIETY THINKS I DO
WHAT MY ADVISOR THINKS I DO
WHAT I THINK I DO
WHAT I ACTUALLY DO

O presente trabalho tem como objetivo essencial identificar e caracterizar o fenômeno emergente da expressão cômica gráfica na conversação natural e cotidiana em redes sociais virtuais, especialmente através de mensagens em linguagem híbrida. Nelas, imagens fixas e texto se combinam criativamente por meio de habilidades comunicativas, antes pouco exploradas por parte do usuário comum, como as habilidades de design associadas à expressão do humor, para difundir "piadas" sobre assuntos da atualidade entre círculos de amigos e seguidores. As unidades comunicativas, corpus deste trabalho, assumem o comportamento de *memes* visuais e sua tipificação sob os pontos de vista da sintaxe, semântica e pragmática, conforme proposto por Morris (1985), colaboram no esclarecimento da relação entre seus elementos constitutivos. A popularização de mensagens com tais características indica seu potencial de influência significativa tanto na manutenção e amplificação do "capital social" do usuário criador quanto nos novos traços culturais de uma emergente cultura gráfica amadora.

Palavras-chave: redes sociais, *meme* visual, comunicação visual, conversação digital, expressão cômica gráfica.

Resumo

The present work has main goal to identify and characterize the emerging phenomenon of graphic comic expression in natural and everyday conversation in virtual social networks, especially through messages in a hybrid language. These still images and text combine creatively through communication skills, previously little explored by the average user, and skills associated with the expression of mood design, to spread "jokes" on current affairs among circles of friends and followers. Communicative units, corpus of this work, assume the behavior of visual memes and their classification under the points of view of syntax, semantics and pragmatics, as proposed by Morris (1985), assist in clarifying the relationship between its constituent elements. The popularization of messages with such features indicates its potential to significantly influence on both the maintenance and amplification of "social capital" user as creator in the new cultural traits of an emerging culture amateur graphic.

Keywords : social networks, visual meme, visual communication, digital conversation, comical graphic expression.

Abstract

Lista de figuras

Figura 1 - Exemplo de mensagem original postada no Facebook na “linha do tempo” em 11 de julho de 2013 30
Figura 2 - Infográfico criado em 2008 pela agência JESS3 43
Figura 3 - Tabela com explicação dos principais sites de relacionamento segundo matéria do Estadão 43
Figura 4 - *Memes* visuais e suas variações típicas das mensagens no Facebook 45
Figura 5 - *Memeface* (à direita) baseado na expressão que o jogador de basquete Yao Ming fez durante uma entrevista em maio de 2009. 47
Figura 6 - Postagem em que a imagem diz tudo e o texto que a acompanha é praticamente dispensável....53
Figura 7 - Gráfico da evolução da quantidade de postagens da usuária selecionada em sua página no Facebook....61
Figura 8 - Primeira postagem realizada por usuária publicada em sua “linha do tempo” 62
Figura 9 - Diversas postagens realizadas por usuária anos depois da primeira publicação utilizando-se de linguagem verbal 63
Figura 10 - Publicação realizada por usuária do Facebook demonstrando novas habilidades adquiridas depois de mais de quatro anos de atividade. 64
Figura 11 - Postagem recente em que novas habilidades de comunicação através da linguagem visual são observadas....65
Figura 12 - Mensagem visual-verbal postada no Facebook com características das primeiras postagens com este tipo de linguagem 66
Figura 13 - Mensagem de caráter impróprio à conversação 67
Figura 14 - Mensagem visual/verbal em que a imagem ilustra o texto....68
Figura 15 - Mensagem de linguagem híbrida em que o texto apenas completa a imagem dizendo o nome do autor do desenho 69
Figura 16 - Mensagem visual-verbal cujo sentido seria alterado caso a imagem e o texto fossem separados 70
Figura 17 - O site Reddit classifica *memes* e facilita o acesso a ferramentas para alterá-los sem exigência de conhecimento técnico específico 73
Figura 18 - Foto editada por usuários do Facebook a partir de fotos da modelo Nana Gouvêa 76
Figura 19 - Atual configuração do site 79
Figura 20 - Mensagem de caráter favorável à conversação em formato de sequência de quadrinhos 83
Figura 21 - Mensagem em formato de quadrinhos utilizando *memefaces* pré-conhecidos....83
Figura 22 - Exemplo de mensagem em que texto e imagem estão desconectados....89
Figura 23 - Resultados da busca por imagens realizada a partir da imagem retirada do *meme* “cantada de pedreiro” 92
Figura 24 - a: *Meme* “coffee or beer” com data de utilização no Facebook em 4 de janeiro de 2013. b: *Meme* “coffee or beer” com data de compartilhamento em 23 de agosto de 2013....93
Figura 25 - *Meme* “coffee or beer” com data de compartilhamento de fevereiro de 2011....94
Figura 26 - Registro da data de um dos primeiros *memes* sobre as notas rasgadas na apuração do carnaval 2012 95
Figura 27 - Gráficos do registro de compartilhamentos do *meme* da figura 26 ao longo do tempo. 96

Figura 28 - *Meme* “Cantada de Pedreiro” veiculada em 14 de agosto de 2012 98
Figura 29 - Variações do *meme* raiz “cantada de pedreiro”....99
Figura 30 - Métricas disponibilizadas pelo Google Trends sobre busca do termo “cantada de pedreiro” levando em consideração parâmetros de quantidade e de tempo....100
Figura 31 - *Memes* muito populares sobre recriação de fotos de família: antes e depois e que se encaixam na Categoria 1. 101
Figura 32 - Um dos primeiros *memes* registrados no início de abril de 2013 sobre o tema do alto preço do tomate 102
Figura 33 - Métrica do Google Trends sobre o interesse pelo termo “preço do tomate”. 103
Figura 34 - *Meme* que indica fadiga sobre o tema “preço do tomate”. 104
Figura 35 - Matéria sobre os *memes* “preço do tomate” veiculada na mídia tradicional. 104
Figura 36 - *Memes* sobre a alta do preço do tomate ocorrida em maio de 2013 e que se encaixam na Categoria 2. 105
Figura 37 - Postagem didática com alguns *Memefaces* segundo seu grau de emoção. 106
Figura 38 - Quadrinhos feitos com personagens conhecidos como *memefaces* 108
Figura 39 - *Memefaces* e os quadrinhos com tema sobre situações do universo adolescente e cibernético. Pertencem à categoria 3 109
Figura 40 - Exemplo de mensagem que se utiliza de personagens já conhecidas por grande parte do público. 110
Figura 41 - Resultado da busca por imagens no Google a partir dos termos «mussum forevis». 111
Figura 42 - Mensagens da categoria 4, que se utilizam de celebridades e por isso possuem ênfase pragmática 112
Figura 43 - *Memes* com ênfase sintática onde a estrutura morfológica é o fator de ligação entre as mensagens. 113
Figura 44 - Variações da mensagem esquemática “pai e mãe: quando e porque você os procura”. 114
Figura 45 - O tema varia e o aspecto sintático prevalece nas diversas comparações visuais....115
Figura 46 - Outros exemplos em que o esquema de comparação visual se aplica em variados temas, contextos e imagens....115
Figura 47 - Mensagens esquemáticas que se utilizam de símbolos matemáticos reconhecidos pela maioria das pessoas. 116
Figura 48 - *Meme* em que a estrutura morfológica tornou-se conhecida e se transformou no facilitador da criação da piada 117
Figura 49 - Tabela do livro “Livro ilustrado: palavras e imagens” para classificar a relação entre imagens e palavras nos livros infantis. 119
Figura 50 - Três postagens que apresentam diferentes relações entre imagens e palavras que correspondem à tabela da Figura 49. 121
Figura 51 - Sequência de quadrinhos que se aproveita do conhecimento prévio dos personagens para ser sintética 123
Figura 52 - Postagem em que o usuário é fotografado na mesma posição e no mesmo contexto que sua foto de infância. 124
Figura 53 - Semelhança estética típica entre postagens no Facebook 125
Figura 54 - Postagem do site Youexif de sequência visual instrutiva....126
Figura 55 - Exemplos de mensagem cômica segundo classificação de Propp. 129

Sumário

INTRODUÇÃO 13

AS REDES SOCIAIS E A CULTURA CIBERNÉTICA 23

1.1 A era informacional, a comunicação e as redes sociais 24
1.2 Rede social antes das TIC's 26
1.3 Críticas às redes e às TICs 27
1.4 O tempo e o espaço na comunicação em rede virtual 28
1.5 O perfil do usuário das redes sociais 33
1.6 O poder do indivíduo em rede 37
1.7 Os sites de conversação 42
1.8 Memes: a dinâmica da comunicação virtual 45

A LINGUAGEM HÍBRIDA NA CONVERSAÇÃO EM REDE 49

2.1 Alguns pressupostos da conversação digital 54
2.2 O ciclo de vida do usuário na rede 59
2.3 A conversação em linguagem híbrida no Facebook 66
2.3.1 O aspecto impessoal dos conteúdos e sequenciamento ds interações 71
2.3.2 O papel dos pares conversacionais em mensagens impessoais 74
2.3.3 O caráter colaborativo e não direcionado da negociação e organização dos turnos de fala 77
2.3.4 Novos espaços para reciprocidade e os efeitos da persistência 77
2.3.5 Multiplexidade e migração 78
2.4 As mensagens híbridas: a conversação digital emergente 80

A EMERGÊNCIA DOS MEMES VISUAIS-VERBAIS: A EXPRESSÃO CÔMICA GRÁFICA 87

3.1 A definição de meme 90
3.1.1 O meme e sua longevidade 90
3.1.2 O meme e sua fecundidade 92
3.1.3 O meme e sua fidelidade 95
3.2 Classificação dos memes no Facebook 97
3.2.1 Categoria 1: Relacionados ao Tema - Ênfase semântica. 97
3.2.2 Categoria 2: Relacionada ao Tema de crônicas do cotidiano - Ênfase semântica 102
3.2.3 Categoria 3: Relacionado a Personagens pré-conhecidos - Ênfase pragmático/sintática 106
3.2.4 Categoria 4: Relacionado a Celebridade - Ênfase pragmática 110
3.2.5 Categoria 5: Relacionado a estrutura morfológica - Ênfase sintática 113
3.3 As habilidades emergentes dos usuários em rede 116
3.3.1 Habilidade de associar imagens e palavras 118
3.3.2 Habilidade de síntese 122
3.3.3 Habilidade da inteligência coletiva 125
3.3.4 Habilidade do roteirista comediante 127

OS RECURSOS FACILITADORES DISPONÍVEIS PARA USUÁRIOS EM REDE 130

CONSIDERAÇÕES FINAIS 137

BIBLIOGRAFIA 146

Fonte: SériesFD. Publicado em: 7/03/13. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=430952163656434&set=a.333606450057673.79631.112216395530014&type=1&theater. Acessado em: 15/03/13.

As conversações cotidianas em redes sociais virtuais são uma realidade que tem alterado o comportamento social de milhares de pessoas no mundo inteiro. As mensagens em linguagem híbrida entre imagens fixas e palavras são um aspecto positivo destas mudanças. Tais mensagens, muito populares especialmente na rede social Facebook, representam a experiência cotidiana de habilidades comunicativas antes pouco exploradas por parte do usuário comum e que tem encontrado na comicidade a motivação para a desejada manutenção e amplificação do chamado «capital social» deste mesmo usuário. Mas há outros autores que levantam outros aspectos, nem sempre favoráveis em relação aos efeitos sociais causados por essas vivências emergentes.

Entre os estudiosos críticos da sociedade cibernética a respeito dos ganhos que tal cenário representa, vemos diferentes pontos de vista nos últimos anos. Autores como Chauí, (2010), Sfez (1999), Contrera e Baitello (2010) e parte do púbico em geral, representando o senso comum, embora reconheçam os avanços tecnológicos em outras áreas, enxergam as redes sociais como uma ameaça ao relacionamento social. Consideram uma confirmação de seus receios especialmente quando observam pessoas numa mesa de bar trocando mensagens pelo *smartphone* ao invés de conversarem com quem está à sua frente. Uma parte deles atribui aos dispositivos móveis, *hardwares* e *softwares* ligados à rede a responsabilidade por transformar estas pessoas em doentes, vítimas da tecnologia por condená-las ao isolamento e à solidão. Tanto é assim que países como China e EUA já aceitam diagnósticos psicológicos em que a Internet é indicada como causadora de transtornos mentais. Tratam como problema médico o vício pelas redes sociais. Tais países se baseiam em estudos[1] que indicam ser a Internet a responsável, entre outras coisas, pela diminuição no nível de atenção e pela atrofia de certas áreas do cérebro.

Porém, outros tantos pesquisadores, especialmente os do campo da linguística,

[1] Infográfico mostra como o vício no Facebook afeta a mente dos usuários (22, outubro, 2013). Disponível em http://www.bluebus.com.br/infografico-mostra-como-o-vicio-no-facebook-afeta-a-mente-dos-usuarios/ Acesso em: 23, outubro, 2013.

compreendem que não é possível evitar ou retroceder o fenômeno de comportamento provocado pela revolução que as redes sociais causaram e a nova dinâmica social derivada de seu advento. Em casos extremos podemos considerar realmente que há malefícios no uso exagerado desta ferramenta. Faz todo o sentido tomar cuidado supervisionando crianças e controlando o acesso ao conteúdo disponível a elas, por exemplo. Porém, não faz muito sentido repudiar o fenômeno em expansão da sociedade em rede tanto quanto defender o fim das docerias e da alta gastronomia como solução única para a epidemia global da obesidade.

De qualquer forma, o tempo colaborou em amadurecer todas estas discussões iniciais focadas nos danos pessoais, sociais e culturais que levavam a uma resistência, por vezes apocalíptica, para um aprofundamento mais positivo buscando novos caminhos e soluções. Este é o caso de Meira (2010), concentrado nas oportunidades de negócios e inserção para os países emergentes como o Brasil, e Heingold (2009) dedicado ao estudo dos efeitos e novos aprendizados individuais e comportamentais voltados à cognição e a atenção, necessários para o melhor aproveitamento do potencial do mundo conectado.

Num outro extremo, contrapondo-se radicalmente às linhas de pensamento mais resistentes, Flusser (2010, p. 159) entende a Internet como uma extensão do estado natural do ser humano. Ele defende que este estado, povoado de imagens, foi sublimado durante o longo tempo em que o alfabeto e a escrita dominaram a cultura humana. “Os aparelhos (eletrônicos) são construídos de acordo com a estrutura '1-0', porque eles simulam o tipo de construção de nosso sistema nervoso”, argumenta o autor. Este sistema explicaria ainda que o pensamento humano é naturalmente construído mais por imagens e menos por um sequenciamento linear de ideias e conceitos. Isso nos levaria a uma nova etapa da comunicação humana: os “códigos digitais”, que se conformariam em uma nova

lógica, na qual prevaleceriam as imagens, a linguagem hipermidiática e o entendimento sistêmico. Teríamos, neste cenário, que aprender tudo novamente, em especial com os mais novos. O curioso é que o autor, falecido em 1991, não viu o quanto algumas de suas especulações se aproximaram da realidade que vemos hodiernamente. John Maeda , em entrevista recente[2], confirma a tendência de mudança radical de lógica quando afirma que « a arte e o design estão preparados para transformar a economia do século 21 tanto quanto a ciência e a tecnologia o fizeram no século passado». Artistas e designers, que se utilizam do pensamento visual, pensam de modo sistêmico e não sequencial, utilizando como método a intuição para dar saltos com o fim de alcançar inovação.

No cenário desenhado até aqui é possível começar a compreender as polêmicas que costumam estar presentes nas discussões sobre as redes. Porém, o presente estudo defende que é necessário, antes de tomar partido radical tanto de um lado como do outro, se debruçar em algumas questões, que embora pareçam secundárias, possam colaborar para uma visão mais clara e objetiva do fenômeno da socialização virtual. A alteração da linguagem na conversação virtual com a valorização dos elementos visuais e a conquista de novas habilidades de expressão, como a expressão cômica gráfica, é uma delas.

Provavelmente nos encontramos atualmente, em termos de comunicação e uso de linguagem, num estágio evolutivo intermediário entre a conversação natural presencial e uma nova forma de comunicação com novas ferramentas de linguagem e novas possibilidades de contato. Partimos da compreensão de que não há volta para os novos tempos de convergência das mídias e que novas formas de uso de linguagem ainda não experimentadas podem abalar conceitos ainda firmes como, por exemplo, o de que a linguagem verbal é, e sempre será, a base principal para a comunicação humana.

[2] «Designers e artistas serão os líderes da inovação». Entrevista com John Maeda, presidente da Escola de Design de Rhode Island (EUA). considerado pela revista «Esquire» uma das 75 pessoas mais influentes deste século. Folha de São Paulo. 3 de nov. 2013. Acessado em: 20/02/2014. http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/137074-designers-e-artistas-serao-os-lideres-da-inovacao.shtml

Muitos trabalhos acadêmicos, especialmente no campo da linguística, vem acompanhando as mudanças no universo virtual, embora ainda pintem um cenário no qual a linguagem verbal ainda é a base enunciativa da comunicação. No início da última década encontramos investigações sobre as mudanças na comunicação verbal iniciada nos *blogs, vlogs* e nos primeiros sites dedicados à conversação como o já extinto MSN (Microsoft Service Network) Mensenger[3]. É o caso de trabalhos como os de Nader (2001) que se debruçou sobre a então novidade da mistura entre linguagem falada e escrita em sites chamados de "bate-papo", predominantes antes do sucesso do Orkut e Facebook, que só foram criados em 2004. Outros tantos estudos expõe, já nos seus títulos, uma tendência nesta direção: "Uso e Abuso da linguagem da Internet" (URBANO, 2002), "Mapa de navegação para uma trama digital: análise da linguagem hipermidiática" (CALIL, 2004), "Nós, desconhecidos, na grande rede" (ROMÃO, 2004, p. 71-91), "Linguagem Digital e interpretação: perspectivas epistemológicas" (MONTE-MÓR, 2007), "A Internet vai acabar com a língua portuguesa?" (FIORIN, 2008).

Passados quase dez anos, autores como Modesto (2011, p. 32), avançaram claramente ao abordar em seus estudos a emergência de novos gêneros discursivos digitais, em novos ambientes e sob a influência de novas ferramentas multimidiáticas. Porém ainda colocam a linguagem verbal e a lógica linear como centro da conversação virtual. Recuero e Berto com estudos contemporâneos caminham paralelamente com o mesmo raciocínio.

Será então que a revolução promovida pela Internet, e que já alterou a sociedade como um todo, não será uma revolução para a comunicação? Não passará de uma evolução e que a linguagem hipermidiática não alterará na essência a forma como pensamos e percebemos o mundo? Este fenômeno com certeza é muito grande para enfrentá-lo num estudo assentado apenas nas comunicações; porém, se iniciarmos do mesmo ponto de

[3]MSN Messenger foi um programa de mensagens instantâneas criado pela Microsoft Corporation. O serviço nasceu a 22 de Julho de 1999, anunciando-se como um serviço que permitia falar com uma pessoa através de conversas instantâneas pela Internet. Em janeiro de 2013 o serviço foi encerrado e as contas migradas para o Skype.

partida de Flusser, o dos novos códigos, para explicar uma realidade maior, poderemos chegar ao menos num entendimento mais realista e menos unilateral sobre o relacionamento pessoal em tempos de redes sociais.

As pessoas que estão se falando através de uma rede virtual, ao contrário de estarem isoladas, embora tendam a se alienar do entorno físico, estão praticando um exercício árduo para se aproximarem de outras pessoas. No caso do Facebook, pesquisas apontam que a maioria absoluta dos interlocutores dos usuários de redes sociais pertencem ao círculo de amizades físicas, ou seja, são pessoas conhecidas no mundo real[4].

Ao olharmos mais de perto ao que uma pessoa está realizando, quando está "vidrada" em seu dispositivo móvel (seja um *smartphone*, um celular ou um *tablet*), percebemos que está falando com sua rede pessoal num exercício que consiste num esforço em substituir e adaptar-se a falta de alguns recursos disponíveis na conversação natural como a linguagem corporal, as expressões faciais, a entonação de voz e mesmo a identificação pessoal. Na verdade o que sobra do contato físico entre os interlocutores de uma conversa natural é a fala, transformada em escrita.

Ao transpor a situação de conversação para o ambiente cibernético, outras linguagens surgem como possibilidades. Uma das primeiras observada foi a incorporação de imagens no meio do texto na tentativa de traduzir emoções: os famosos *emoticons*, que também podiam ser improvisados com os símbolos disponíveis no próprio alfabeto (parênteses, ífens, vírgulas, barras, entre outros).

No novo ambiente, outras questões, além da linguagem, passaram a influenciar a conversação como o poder de disseminação: o alcance global e as ferramentas

[4] Pesquisadores da Universidade de Edimburgo descobriram que dos sete círculos sociais a que uma pessoa no Facebook pertence quase a totalidade é formada por pessoas conhecidas no ambiente *offline*. Mais detalhes na página 29.

colaborativas, multi e transmidiáticas. Questões como os pares conversacionais, os turnos de fala, a simetria e a sincronicidade da comunicação, o caráter privado dos relacionamentos e as motivações também se alteraram. Sendo assim, a forma, o conteúdo, o alcance e a frequência estão alterando de tal forma os relacionamentos pessoais e sociais que é possível repensar se o que se faz num ambiente como o Facebook ainda pode ser chamado de conversação.

O fato de se falar quase sempre para muitos altera o conteúdo e a motivação do que se posta. Recuero (2007) afirma que a preocupação reside em construir e manter uma reputação, e portanto o mais eficiente a fazer é postar conteúdos que chamem a atenção de mais pessoas. Quando isto acontece, o caráter íntimo, próprio de uma conversa a dois ou a um pequeno grupo de conhecidos, tende a se perder. O mesmo acontece quanto aos turnos de fala, condição elencada como essencial a uma conversação por Marcuschi (2006). A mensagem fica disponível para ser resgatada a qualquer tempo. Essa questão da permanência também influencia outro item colocado como essencial na conversação: a necessidade de sincronicidade, sempre presente na conversa presencial, mas que numa situação de “bate-papo” virtual deixa de ser condição *sine qua non*.

Por fim, muito além de simplesmente ser um canal diferenciado onde acontece a conversação, estar em rede amplia o poder de socialização e até, em certos casos, inverte a ordem social estabelecida dando voz e vez a qualquer um que tenha acesso e desenvolva habilidades específicas do meio.

Mas, para desenvolver novas habilidades, novas ferramentas precisam estar disponibilizadas e corresponder ao seu papel como resposta à demanda de melhorias na comunicação. A necessidade de trabalhar imagens como linguagem é uma solicitação que

precisa ser atendida. A incorporação da imagem à linguagem coloquial necessita de aprendizado e prática. Portanto, tais ferramentas têm seguido a cultura imediatista, autodidata e intuitiva de aprendizado típico do meio. Veremos adiante que proliferam editores de imagens criativos e práticos oferecendo cada vez mais recursos especialmente focados na interação entre imagens e palavras.

O aparente ganho de habilidades comunicativas observado por parte de usuários comuns é precisamente o pressuposto que motivou a investigação, que elegeu como objeto de estudo certas mensagens publicadas no "*feed* de notícias" do maior site de relacionamentos do mundo: o Facebook[5]. Fundado em 2004, trata-se de uma plataforma que já imprimiu sua cultura e que, segundo especialistas, deve manter-se ainda algum tempo[6].

O corpus de análise retirado deste ambiente específico serão as mensagens visuais-verbais que consideramos se configurar em um fenômeno discursivo digital emergente, conforme definição de Modesto (2011), pela inovação no formato, pela articulação dos signos, com alto poder de síntese (densas no conteúdo e simples no formato) e pelo exercício da transposição da comicidade, predominantemente oral, para a gráfica, por parte de pessoas comuns, na média mais familiarizadas com a linguagem verbal. Acreditamos que estas características explicam, ao menos em parte, o potencial memético das mensagens, que é a capacidade de se multiplicar e se disseminar se comportando como um gene cultural (DAWKINS, 2001).

A investigação se propõe a exemplificar e avaliar habilidades e o grau de liberdade comunicativa alcançada pelas mensagens visuais-verbais, de conteúdo impessoal e com maior potencial memético e sintético.

[5] O tamanho do Facebook (10/10/2012). Recuperado em: 11/02/2013. http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI321188-17770,00-INFOGRAFICO+O+TAMANHO+DO+FACEBOOK.html .

[6] Facebook, 10 anos. (04/02/2014). Recuperado em: 06/02/2014. http://veja.abril.com.br/reportagens-especiais/10-anos-facebook/index.shtml

O ponto de partida é identificar o nível conversacional do atual contexto a partir dos cinco requisitos que caracterizam a conversação em rede feita por Recuero (2009) para as redes sociais. A autora, por sua vez, baseou sua análise nos estudos de Marcuschi (2006) que aborda a conversação natural em ambiente *offline*. O fato de ambos enfatizarem a predominância da linguagem verbal sobre as demais torna necessário a adaptação desta classificação. Afinal, o objeto de análise aponta para um caminho diferente da realidade apresentada pelos autores em relação a importância da linguagem visual.

A classificação seguirá a metodologia de Morris (1985), procurando classificar o corpus a partir de três dimensões semióticas, conforme proposta do autor. A intenção é agrupar as diversas soluções gráficas que serviram de ideia matriz e que permaneceram na mensagem quando esta foi reproduzida e por vezes alterada em seu caminho na rede. Vale ressaltar que quando se diz 'predominante' lembramos que uma mesma mensagem pode carregar mais de uma ou até mesmo todas as três dimensões, porém na maioria das vezes prevalecendo uma sobre as demais.

A primeira é a dimensão semântica, ligada ao tema das mensagens. O ponto de partida é o assunto tratado, que permanece ao se disseminar como *meme*. São mensagens sobre o cotidiano, a política, a saúde. A segunda dimensão é a sintática na qual prevalecem a estrutura e a estética como ponto de ligação. São estes elementos que inspiram outras mensagens e geram poder de atração por ser uma nova versão da mesma proposta básica. É como fazer uma paródia. Por fim, mensagens com características pragmáticas reconhecemos quando são criadas a partir de uma fórmula pronta, que geralmente se vale de elementos já conhecidos do público. São muito populares por serem fáceis de se variar, e pelo resultado eficaz que produzem, se olharmos as motivações de um usuário típico de redes sociais virtuais (busca por entretenimento, capital social e reputação). Nesta

categoria entram as mensagens que se utilizam dos *memefaces*, celebridades e personagens já conhecidos dentro ou fora do ambiente *online*.

As primeiras considerações apontam que as mensagens trocadas e disseminadas entre usuários no Facebook são frequentemente para fins de comunicação interpessoal (simétricas). Porém, mesmo falando entre pares, essas mensagens sincréticas da conversação no Facebook alcançam caráter impessoal e público quando acrescentam a característica do humor. A comicidade é capaz de gerar interesse para além do círculo pessoal do usuário pelo potencial de entretenimento que carrega. Quando a esse potencial se agregam as qualidades sintéticas da imagem vemos tais mensagens frequentemente se transformarem em *memes visuais*.

Identificamos efetivamente que o exercício comunicativo no Facebook por meio de imagens, motivado pelo ganho de reputação (capital social) e realizado através do uso do humor, tem tido impacto positivo no adestramento do olhar e no letramento visual espontâneo do público usuário frequente. Ao que parece, este público está encontrando novos caminhos, motivados inicialmente pelas dificuldades impostas pela frieza da mediação pelo computador no contato pessoal, porém talvez ao custo de perder algumas características intrínsecas da conversação natural pessoal, conforme a definição original da teoria da Análise da Conversação.

Fonte: Risos no Face. publicado em: 17/09/12. www.facebook.com/photo.php?fbid=354310327985366&set=a.188890294527371.46831.188870044529396&type=1&theater.
Acessado em: 17/09/12.

1.1 A era informacional, a comunicação e as redes sociais

A era da informação, designada assim por Drucker (2006), e amplamente discutida por Castells (2007), designa a fase que sucedeu a era industrial, desenvolveu-se a partir da década de 80 e está ancorada nas chamadas TICs, Tecnologias da Informação e Comunicação[7]. Neste processo, cujo marco de seu aceleramento foi o fim da segunda guerra mundial, surge um novo paradigma social: o conhecimento, e não mais o trabalho como o detentor, segundo Drucker, do poder de alterar a sociedade e promover progresso. Nesta nova fase, o caminho percorrido foi na direção de uma crescente especialização do conhecimento. Neste mundo, a comunicação assumiu progressivamente, segundo Sfez (1994), a função agregadora da sociedade, contribuindo para a manutenção e expansão da liga social.

O cenário passou a ser um mundo altamente fragmentado sob a crença incondicional na tecnologia especializada, palpável e visível; antigos valores mais abstratos que mantinham a coesão das sociedades ocidentais, como a ideia de Nação, Deus, liberdade, igualdade, a ligação com a natureza, entre outros, perderam espaço para a comunicação. Esta seria a nova tábua de sobrevivência capaz de produzir a aceitação social imprescindível ao funcionamento do sistema social. A eficácia apresentada pela tecnologia, mais concreta do que os conceitos abstratos, contribuiu, ao lado de outros fatores, para uma profunda mudança cultural que substituiu os paradigmas antes aceitos como senso comum.

Neste contexto amplo, as grandes corporações dominaram o cenário através de investimentos cada vez maiores em tecnologia. Desenvolveu-se a Internet. Esta ferramenta de comunicação adotada inicialmente, conforme descrevem Barbosa, Cappi e

[7] Trata-se de um conjunto de recursos tecnológicos utilizados para reunir, distribuir e compartilhar informações, tais como: sites da Web, equipamentos de informática (hardware e software), telefonia, quiosques de informação e balcões de serviços automatizados". Disponível em: <http://imasters.com.br/artigo/8278/gerencia-de-ti/tic-muita-gente-esta-comentando-mas-voce-sabe-o-que-e/>. Acesso em: 26/12/2012.

Tavares (2010, p. 51), como uma rede de computadores interligados para troca de informações entre máquinas, teve logo novas aplicações que permitiram sua transformação em uma rede de comunicação e informação entre indivíduos. Outro aspecto relevante quanto à história da Internet é que, apesar de ter sua origem nas altas cúpulas militares, logo adquiriu características anarquistas que refletiam as ideologias próprias dos revolucionários anos 70 (CASTELLS, 2007, p. 88). Esta evolução deu à criação de Tim Berners-Lee[8], a World Wide Web ou www,uma nova conformação. “Ao invés de uma organização hierárquica ou palavra-chave, Berners-Lee propõe um sistema de hipertexto que será executado através da Internet em diferentes sistemas operacionais”. Tal proposta deu à rede um caráter reconhecidamente incontrolável. Castells (2007, p. 108, 109) define esta tecnologia cuja matéria-prima é a informação, também como uma rede com um alto grau de penetrabilidade, flexibilidade e uma natural tendência de convergência rumo à integração, tanto de pessoas como de dispositivos.

Podemos ainda hoje perceber presente o caráter horizontal de sua origem quando vemos que a cultura que predomina é a do usuário comum. Ele é a referência em torno do qual outras instituições e interesses gravitam. O universo cotidiano, a estética amadora, as opiniões do senso comum e o humor das situações diárias são os elementos que prevalecem.

O fenômeno do universo pessoal comum também explica o perfil dos usuários, divergente do vislumbrado por Castells. A inicial dominância, desigual e elitista, representada por usuários dos países industrializados, não se manteve ao longo do tempo. O autor apresenta pesquisas em seu livro que dá conta de 88% dos usuários da Internet como pertencentes a países industrializados e de cultura 'cosmopolita' (CASTELLS, 2007, p. 433). Atualmente o povoamento do espaço virtual tomou outras características, bem menos elitistas.

[8] Sir Timothy John Berners-Lee KBE, OM, FRS físico britânico, cientista da computação e professor do MIT propõe em 1989 na Suíça o sistema de hipertexto denominado World Wilde Web. http://www.computerhistory.org/Internet_history/Internet_history_80s.html

Os números indicam que atualmente o Brasil e a Índia, países periféricos em relação ao epicentro da cultura cibernética, estão entre os que mais se conectam às redes[9]. O que hoje nos parece claro, graças ao fenômeno da ascensão exponencial do poder do indivíduo no ambiente da WWW, apenas alguns estudiosos como Marcuschi (2004,p.13) perceberam inicialmente: a tecnologia não é antissocial, mas uma nova forma de comportamento comunicativo e interativo e que tem nas redes sociais seu lado mais expressivo.

1.2 Rede social antes das TIC's

A fim de recuperar o sentido tão desgastado do termo 'redes sociais' vale resgatar os estudos modernos sobre o assunto. Com origem na antropologia, a noção moderna de redes sociais buscava apoiar "a análise e descrição daqueles processos sociais que envolvem conexões que transpassam os limites de grupos e categorias" (BARNES, 1987, p.163).

Rede social é uma das formas de representação dos relacionamentos afetivos ou profissionais dos seres entre si ou entre seus agrupamentos de interesses mútuos. A rede é responsável pelo compartilhamento de ideias, nem sempre convergentes, entre pessoas que possuem interesses, objetivos e valores em comum. Assim, um grupo que se relaciona neste ambiente é composto por indivíduos que possuem identidades semelhantes, porém com opiniões próprias.

Segundo Capra (2005, p.85) , "redes sociais são redes de comunicação que envolvem a linguagem simbólica, os limites culturais e as relações de poder". O enfoque adotado a partir dos anos 80 e que definiu o termo no contexto da cultura digital pode ser atribuído ao antropólogo John Barnes (1954) que estudou as redes para compreender mais sua

[9]Segundo pesquisa da Nielsen acessada em: http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2012/05/17/Brasil-e-o-Pais-mais-ativo-no-Facebook.html. Data de acesso: 28/05/2012.

estrutura e menos suas características. Os autores que compartilhavam desta linha de investigação priorizavam as relações humanas a partir da configuração dos laços interpessoais mais do que o estudo do comportamento do indivíduo em si mesmo.

Seguindo esta linha de pensamento, esses autores começam dividindo as relações do ponto de vista da quantidade de nós[10] e do grau de complexidade de suas conexões. A partir daí, padrões são identificados. Esses padrões podem ser divididos de forma mais geral entre laços pessoais, cujos indivíduos participantes compartilham crenças e valores, ou laços impessoais, de caráter mais formal e instrumental.

Os conceitos de laços pessoais e impessoais, como se verá no decorrer do trabalho está no cerne da comunicação interpessoal nas redes sociais. Nosso objetivo de estudo, os *memes* visuais cômicos, são aos mesmo tempo pessoais, pois muitas vezes partiram de usuários da rede, mas alcançaram uma dimensão pública indo muito além do grupo de amigos pessoais de seu criador.

1.3 Críticas às redes e às TICs

Muitos estudiosos, inclusive recentemente, levantam diversos aspectos negativos relativos a este novo estado de coisas. Do grupo mais receoso em relação ao avanço das tecnologias da informação, destacamos Jamesom (1993), que enxerga as TICs como um instrumento de potencialização do capitalismo, assim como Virilio (1995), que coloca a cibercultura como causadora de uma perda da orientação, de uma liberação exagerada da sociedade, de uma desregulação dos mercados e responsável por uma diminuição acentuada da percepção do outro. Ainda nesta linha crítica, Baudrillard (1997) , salienta a acentuação da despolitização das massas iniciada pelas mídias de massa.

[10]Mendes caracteriza nó como a "a característica local de uma rede, pode ser um documento (Web), um computador (Internet), um ator (filmes), um gene (biologia), etc.... Quando um conjunto de vértices (ou nós) é ligado através de certo número de ligações, e não levando em consideração outro tipo de aspectos, estamos perante o exemplo mais simples de uma rede" (MENDES, 2006, p.11-12).

Sfez (1999), por sua vez, radicaliza a crítica quando usa o termo 'violência das tecnologias' que promove a perda de identidade no incentivo à simulação do eu. Numa posição mais conciliatória destacamos Eco (1998) que defende uma aceitação reflexiva por meio de uma adaptação racional ligada à experiência real. Pierre Levy (1999), na mesma linha, qualifica as chamadas TICs como a nova tecnologia intelectual que abriu possibilidades para um novo modo de pensar, de aprender e de conceber relações.

Em uma nova fase de revisão de papéis sociais e individuais, a simulação mencionada por Sfez pode ser observada especialmente nas mensagens impessoais que desejam trazer capital social para seu criador ou compartilhador. Porém, é fácil verificar que este fenômeno caminha paralelamente à comunicação pessoal, quando verificamos novas ferramentas surgindo com grande sucesso para continuar melhorando a comunicação mais afetiva e pessoal[11].

1.4 O tempo e o espaço na comunicação em rede virtual

Um viés importante das possibilidades abertas pela comunicação em rede são as críticas a respeito da relativização das dimensões espaço/temporais no ciberespaço. A dimensão espacial não se refere apenas à relativização do local físico onde se encontra qualquer um dos interlocutores, mas também ao ponto de acesso onde pode ocorrer a conexão, ou seja, em qualquer dispositivo ligado à Internet. Esta dimensão ganha maior complexidade ainda quando se sinaliza a ascensão dos dispositivos móveis.

Quanto à sincronicidade temporal, antes essencial na comunicação pessoal, agora passa a ser apenas uma opção. Dentro da geração imersa na Internet quase em tempo integral (agora ainda mais com os celulares, *smartphones* e *tablets*), a informação pode ficar em estado de espera e, quando possível ou conveniente, os interlocutores podem responder a

[11]O aplicativo WhatsApp, dedicado a mensagens instantâneas em *smartphones*, é um exemplo deste fenômeno. Utilizado essencialmente para conversação entre grupos particulares ou para conversas entre duas pessoas, foi recém adquirido pelo Facebook.

Fonte; http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/02/whatsapp-e-facebook-tire-todas-duvidas-sobre-compra.html

ela no momento que desejarem. Claro que a comunicação assíncrona já existia há muito tempo se pensarmos na carta, no telegrama, no telefone (recados) e mais recentemente no e-mail, porém a variedade de opções, o alcance, a velocidade e a abrangência desta opção de interlocução proporcionada pela Internet atingiu uma onipresença que modificou profundamente o modo como as pessoas se relacionam entre si.

Essa nova condição de destaque suscitou as questões levantadas por pensadores como Merleau-Ponty, cuja proposição é defendida por Chauí (2010), que entendia a comunicação passando necessariamente pelo contato corporal, ou seja, acontecendo preferencialmente no espaço e tempo, ou ao menos em uma destas instâncias. A era cibernética alterou tudo isto relativizando mais intensamente estas duas dimensões, especialmente se vislumbrarmos que ela pode vir muitas vezes a substituir o contato presencial.

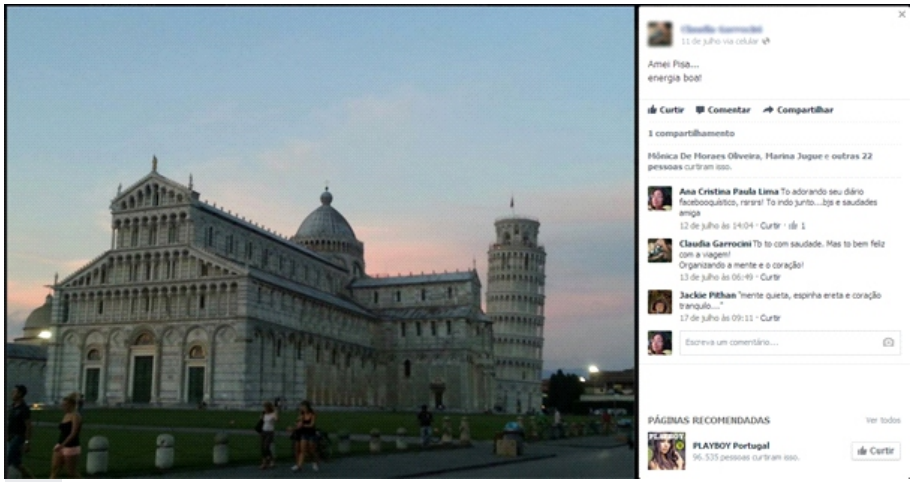
Ainda sobre a questão do tempo, Eco (2010) intuiu a transformação deste tipo de comunicação como uma “obra aberta”. Mais do que falar em arte, o autor descreve a questão rizomática[12] da ação criadora, caracterizando seu resultado como uma “obra em movimento”, que, apesar de manter um sentido definido, abre-se livremente à reação do fruidor.

Depois a proposta deixa de ter um começo, um meio e um fim. Um intento se inicia, mas segue seu trajeto infinito, pois sai das mãos de seu criador e adquire vida própria. Entre os muitos exemplos, o autor cita a “pintura em movimento” de Bruno Munari (ECO, 2010, p. 51).

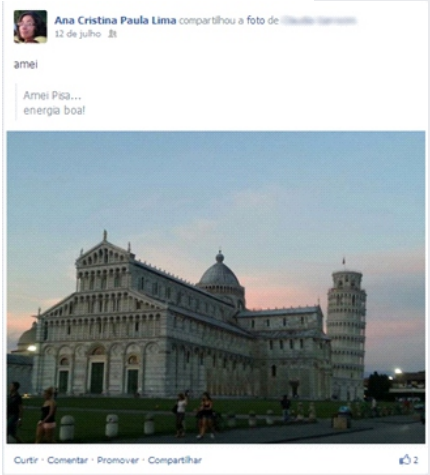
Ao trazer para o cotidiano e transportando para as redes sociais, a experiência mostra que qualquer usuário pode iniciar uma conversa individual em particular e interrompê-la para

[12]Termo utilizado para definir o ambiente cibernético por Oliveira e Vidotti (2009) a partir da definição filosófica de Gilles Deleuze e Félix Guattari (1995), que por sua vez retiraram este conceito da biologia. Trata-se de um sistema aberto cujos 'pontos' podem estar conectáveis em todas as suas dimensões, ser desmontável, alterável, suscetível de receber constantemente modificações. A dinâmica das mensagens na rede social Facebook, via de regra, segue esta configuração.

retomá-la mais tarde ou permitir que outros usuários a retomem em outro momento oportuno à conversação vigente. A 'etiqueta' jovem incorporou esta interrupção abrupta na conversa, pois a ferramenta guarda todas as frases digitadas. No próximo encontro, que costuma ser casual, quando os dois interlocutores entram no site ao mesmo tempo, a conversa pode continuar de onde parou.



a



b

Figura 1
Exemplo de mensagem original (esq.) postada no Facebook na "linha do tempo" em 11 de julho de 2013 e de compartilhamento (dir.) em 12 de julho de 2013.
Fonte: «feed de notícias» da autora.

O Facebook[13] e sua linha do tempo são outro exemplo da infinitude das ações comunicativas atuais. Quando se posta uma mensagem, seus amigos a vêem no momento em que entram no site podendo repassá-la, possibilitando, desta forma, que a ação inicial siga uma trajetória orgânica em que sua origem se perde em bifurcado percurso. O exemplo da Figura 1 demonstra uma mensagem sendo compartilhada em seus dois momentos iniciais: quando a autora posta a foto (Fig.1a) e quando a amiga compartilha (Fig.1b) repassando para sua própria linha pessoal do tempo. A partir deste

[13]Criada em 4 de fevereiro de 2004 pelo então estudante de Harvard, Mark Zuckerberg, se propõe como missão dar às pessoas o poder de compartilhar e tornar o mundo mais aberto e conectado.

momento seu fim não pode ser controlado, pois mesmo que seu grupo social não fale mais sobre o assunto, outro grupo de pessoas pode retomar a mensagem original, podendo disseminar o conteúdo de forma exponencial, rizomática e infinita.

Castells (2007), focando nessa questão do tempo, centra-se nas consequências desse procedimento para a vida cotidiana até fora do ambiente *online*. Para ele as implicações do "tempo intemporal" é a emergência da cultura do eterno e, ao mesmo tempo, do efêmero. Ao conhecermos uma nova pessoa, por exemplo, não nos preocupamos em anotar seu telefone de contato, mas antes, nos preocupamos em saber se ela está em alguma rede para encontrar seu 'perfil' no site e, então, registrar seu local ou canal de contato. Feito o primeiro contato, a conversa pode ser resgatada a qualquer momento e a sensação de eterno acontece. Também pode acontecer uma falta de urgência em realizar o contato já que a pessoa estará permanentemente disponível daquele momento em diante.

Este fenômeno também pode acontecer publicamente apenas no espaço destinado a comentários de uma única postagem (Figura 1a). Observamos a permanência pelas datas dos comentários nesta figura, que revelam também o conteúdo da conversa coletiva a respeito do tema da mensagem. Durante o percurso pode ocorrer um direcionamento para assuntos mais pessoais, repetindo o descompromisso tanto com o enfoque quanto com o término da conversação. Alguém pode resgatar esta postagem e continuar comentando, mesmo que tenha se passado muito tempo. Quando isso acontece, todos os participantes que já comentaram serão avisados por e-mail.

Jenkins (2009), abordando a convergência digital, confirma a tendência à continuidade que os conteúdos assumem em ambiente virtual, ao descrever o protagonismo da geração de fãs que não apenas consome os produtos da indústria cultural pela Internet, mas também apropria-se das histórias de filmes e livros pelas quais são apaixonados e as

replicam, modificadas, nesse mesmo ambiente.

Esses internautas desenvolvem continuações sem fim das obras que admiram, a tal ponto que chegam a incomodar os detentores dos direitos autorais. Porém, ao mesmo tempo lançam novas bases inspiradoras para a continuidade da história original. Os fãs se encontram em sites especializados para trocar informações e alguns se organizam para montar um sofisticado sistema de ramificação da história original como é o caso dos fãs do livro da saga de Harry Potter, da escritora Joanne Rowling, que reescreveram capítulos inserindo a autora como uma personagem do enredo original.

Ou seja, os fãs dão o contorno aberto à obra original e algumas empresas do entretenimento já estão tirando dividendos desta dinâmica. A Atom Films, produtora de Guerra nas Estrelas lançou um concurso oficial de filmes de fãs em 2003 e recebeu mais de 250 inscrições (JENKINS, 2009, p. 187).

As relações sociais sempre se estruturaram por redes e nós, mas obviamente ganharam força, amplitude, velocidade e novos contornos no ambiente da Internet. Este ambiente, que proporciona ampla informação a ser compartilhada potencialmente por todos e fomenta uma cultura de participação, seja entre internautas ou entre pessoas e instituições, só é possível graças ao desenvolvimento destas tecnologias de comunicação e da informação. As redes atraem porque potencializam o desejo inato de pertença a um grupo que os indivíduos sempre possuíram e que os levam a se reunir, aproximar-se emocionalmente ou em torno de interesses mais objetivos.

Apesar de cercada de estudos e reflexões esclarecedoras, tanto a favor quanto contra, é difícil negar a aceitação quase plena destas novas ferramentas por grande parte das

pessoas que as utilizam mais intensamente e, especialmente, as redes sociais como o Facebook[14].

1.5 O perfil do usuário das redes sociais

Claro que a revolução no modo de socialização através da Internet não obteve a adesão de todos indistintamente. Sequer pode-se dizer que afetou a todos os que tem acesso à Internet. Porém, há vários indícios de que são as gerações mais novas as mais imersas no universo da conversação virtual ou, ao menos, que as que a utilizam de forma diferenciada. Sem entrar na discussão polêmica formulada por Marc Prensky (2001, p. 1-6) sobre nativos ou imigrantes digitais, o fato facilmente observável é uma clara diferença de comportamento entre essas gerações.

Foram os mais jovens que se capacitaram mais facilmente à substituição do contato físico pelo virtual conforme descreve a pesquisa de Passarelli (2012). Isto não quer dizer que essas pessoas tenham abdicado do contato presencial[15], mas tornaram a comunicação virtual mais frequentemente uma extensão da presença física a ponto de não sentirem diferença entre uma e outra. Isso sem falar do tempo gasto em outras atividades menos sociais como compras, pesquisas, entretenimento, entre outros.

Embora já estejamos em um estágio em que o público das redes sociais está bastante generalizado, pesquisas apontam as gerações mais jovens como catalizadoras de tudo o que acontece no meio. Trata-se da geração que está imersa nesse ambiente e que mais intensamente integra as vidas *offline* e *online*.

Ansiedade crônica, linguagem hiperbólica como modo recorrente de expressão, modo

[14]Levantamento da Nielsen mostra que 38,1 milhões de brasileiros acessaram a rede social no mês de março, o que equivale a quase 80% da base *online*. http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2012/05/17/Brasil-e-o-Pais-mais-ativo-no-Facebook.html. Acessado em: 28/05/2012.

[15]Pesquisa realizada na Universidade de Edimburgo na Escócia entrevistou mais de 300 usuários do Facebook com uma média de idade de 21 anos. Descobriu-se que pessoas tendem a ter sete diferentes círculos sociais no Facebook. Os principais são: amigos conhecidos fora do ambiente virtual (97% os adicionam como amigos *on-line* também), familiares (81%), irmãos (80%), amigos de amigos (69%) e colegas (65%)http://www.business-school.ed.ac.uk/about/news-and-press-office/?a=51582&heading_id=2&path=. Acessado em: 29/05/2013.

não linear de pensar, gosto por expressar suas diferenças, ser muitas coisas ao mesmo tempo, laços pessoais efêmeros, desejo de unir trabalho ao prazer sem deixar de ser pragmático e realista, protagonismo de uma nova consciência coletiva. Estas são as definições descritas pela empresa Box 1824[16] sobre a chamada Geração Y em uma ampla pesquisa global, mas com base no Brasil, e que durou mais de cinco anos para ser concluída. Os resultados podem ser acessados no site da Box1824 ou em um vídeo, que resume os resultados encontrados.

Muitos estudos esclarecem também outros aspectos deste público, a começar pelos mais conhecidos, como o de Castells (2007, p.442), que descreve os comportamentos sociais em estágios iniciais de sua disseminação divididos principalmente em interagentes e receptores da interação.

Olhando sob este prisma, pode-se dizer que a categoria de usuários, objeto desta tese, estaria no meio termo entre as duas definições. A princípio, seriam receptores da interação, que apenas se utilizam de ferramentas construídas nos países mais industrializados. Como a Internet foi idealizada como um campo aberto e descentralizado, ela contém em sua essência espaço para o autodidatismo e compartilhamento de conhecimento, possibilitando a usuários distantes dos grandes centros tecnológicos participação democrática e desenvolvimento em vários campos do saber – científico, profissional, cultural, artístico e social - conforme interesses e decisões pessoais.

Porém, um exame mais atento indica que se trata de usuários sem formação específica, mas interagentes. Qualquer pessoa pode ascender e se destacar em rede. Pode, também, aprender intuitivamente e, no caso de redes sociais, ter a oportunidade de utilizar dons naturais bastante valorizados no meio como, por exemplo, bom humor, inteligência emocional, carisma, dedicação e constância na manutenção de um perfil social. Favorece

[16]Box1824 (2010, 8 de Nov.). Recuperado em 27 maio 2012 de http://www.box1824.com.br/.

[17]We All Want to Be Young (2010, 8 de Nov.).Recuperado em:27maio 2012 dehttp://vimeo.com/16641689.

o usuário comum a cultura peculiar das redes da busca pelo que é verdadeiro, autêntico, espontâneo e sem interesses comerciais. Este valor está ligado provavelmente às origens contraculturais do meio cibernético e permanece ainda como um valor conforme convergem as opiniões de estudiosos como Castells (2007) e Jenkins (2009). Caltells, ao descrever os primórdios deste meio e Jenkins ao destacar a cultura colaborativa do fãs.

As pessoas imersas no ambiente virtual são, certamente, muito mais protagonistas de seu universo social que as demais. Não estão à mercê das mensagens persuasivas da propaganda. Estão bem menos propensas a se deixar levar por qualquer narrativa criada pelo cinema ou livro, por exemplo. Elas conversam entre si, formam diversos grupos a partir de cada interesse específico e tornam-se criadoras e críticas. Se este fenômeno pode parecer uma questão de gerações mais novas, em breve se tornará um fato disseminado no mundo adulto. Esta é a força potencial que provavelmente só acentuará a importância das redes virtuais na sociedade.

Tendo em vista o objetivo do presente estudo em focalizar as mensagens visuais-verbais, vale uma comparação com outro universo que se utilizou das mesmas ferramentas disponíveis aos usuários do Facebook. Em contraponto a este ambiente hoje improvisado e inacabado da cultura cibernética, dominado por um perfil de usuário que está presente no meio apenas por ter tido acesso aos CMC (comunicação global mediada por computadores), está o designer de comunicação visual, por exemplo. Este profissional da comunicação trabalha com a mesma matéria-prima: a informação. Porém deve materializar uma informação de modo que ela atinja seus objetivos de comunicação específicos.

Para efeito de comparação entre o universo amador e profissional, fica a definição de Frascara (2006, p. 24) sobre a atividade exercida por este profissional da imagem:

> [...] É a ação de conceber, programar, projetar e realizar comunicações visuais, produzidas em geral por meios industriais e destinadas a transmitir mensagens específicas a grupos determinados. Isto se faz com o fim de afetar o conhecimento, as condutas ou atitudes das pessoas em uma direção determinada... O aspecto mais essencial da profissão não é criar formas, mas criar comunicações eficazes, que obtêm resultados perseguidos.

Do lado de quem constrói o universo virtual, Castells (2007) descreveu as forças e motivações que moviam a evolução da Internet no exato estágio de sua disseminação na sociedade, saindo do âmbito corporativo e invadindo definitivamente o dia a dia das pessoas comuns. Neste estágio tudo estava por se configurar e a questão do momento era o nascimento da cultura globalizada, cosmopolita e, segundo o autor, com fortes tendências à exclusão dos países periféricos do cenário econômico mundial.

A cultura virtual, nascida deste contexto, foi criando seus próprios caminhos para superar as limitações próprias da comunicação à distância. A ausência do gesto, da expressão facial, da postura corporal, do olhar, do contato físico que usamos inconscientemente como linguagem e que transmitem uma infinidade de informações durante uma conversação, necessitava de substitutos. A linguagem multimídia tem evoluído neste sentido.

Em meados dos anos 2000, fenômenos como o Orkut e Facebook[16] eram recém-nascidos e as mensagens eletrônicas transitavam principalmente por *e-mail*. A linguagem predominante era a realizada através de sites de conversas *online* como o MSN Menssenger (Microsoft Service Network). Muitos estudos que foram feitos com foco nas alterações da linguagem verbal, no sentido de uma fusão entre a oralidade e a escrita, são datados dessa época. A evolução direcionou-se para a linguagem hipermidiática, com o sincretismo das três matrizes da linguagem conforme coloca Santaella (2005): visual,

[18]Os dois sites surgiram em 2004. O Orkut, que hoje pertence ao Google, foi criado por Orkut Büyükkökten, doutor em ciência da computação pela Stanford University. O Facebook foi criado por ex-alunos de Harvard. Ambos permitem que os usuários se relacionem por meio de recados e depoimentos, compartilhem suas fotos, vídeos e músicas favoritas, além de criarem e acompanharem comunidades sobre diversos assuntos. Segundo um levantamento da Hitwise o Facebook ainda é a rede social mais acessada do Brasil com 68,23% e o Orkut detém o 5º lugar com 1,75% dos acessos. http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/orkut-perde-popularidade-para-o-site-ask-fm-2. Acessado em: 13/07/2013.

sonora e verbal. Especialmente no Facebook, local em que o fenômeno dos memes visuais está mais presente, encontramos grande concentração de uso integrado entre as matrizes visual e verbal. Vídeos são postados, mas o YouTube é seu ambiente natural segundo a cultura dos internautas. Além disso, a instantaneidade das publicações visuais-verbais tem se mostrado na prática mais adequada aos objetivos dos usuários da rede Facebook. Contar uma piada visualmente, por exemplo, é a maneira mais eficiente de se conquistar «curtidas» e compartilhamentos e, assim, ampliar o alcance de sua reputação.

1.6 O poder do indivíduo em rede

Segundo Meira (2010), as empresas de tecnologia fizeram com que as pessoas deixassem de ser simplesmente alvo da comunicação e passassem a encontrar elas mesmas no Youtube[19], no Facebook. Agora que essa cultura está invadindo a TV com a entrada da Internet neste meio, não existe apenas a opção de assistir uma determinada programação, mas é possível optar por assistir-se a si mesmo ou alguém comum como o próprio telespectador, inserindo seu próprio conteúdo. O acesso pode ser muito limitado e a maioria das pessoas pode ainda não estar fazendo isto, mas agora a possibilidade está aberta. O autor, concentrando sua visão mais nas oportunidades do que na análise do uso efetivo, avalia que o poder do indivíduo em rede é sem precedentes.

Contrera e Baitello (2010), porém, não enxergam esse suposto poder. Refletem em seu estudo uma observação desencantada deste cenário quando afirmam que a tecnologia contemporânea faz o inverso ao prejudicar noção de alteridade das pessoas e apagar as marcas da natureza concreta do mundo. Acreditam que a cibercultura, imersa nesta imaterialidade sem os limites espaco-temporais intrínsecos à realidade concreta, promovem o cultivo ao narcisismo e a intolerância através de comunidades incapazes de

[19] YouTube,segundo a Enyclopaedia Britannica [Crédito: © 2011 YouTube, LLC], é um Web site para compartilhamento de vídeos. Ele foi registrado em 15 de fevereiro de 2005 por Steve Chen, Chad Hurley e JawedKarim, três ex-funcionários da empresa americana de comércio eletrônico PayPal. Os amigos partiram da ideia de que as pessoas comuns gostam de compartilhar seus vídeos caseiros. A empresa está sediada em San Bruno, na Califórnia. http://global.britannica-com.ez67.periodicos.capes.gov.br/EBchecked/topic/1262578/ YouTube?gathStatIcon=true . Acesso em: 17/07/2013.

olhar para o outro, para o diferente. Esta visão alienante parece analisar a nova situação com a lógica do passado, linear, reflexiva, e pouco vivenciada no dia a dia da rede. Também parecem restringir as causas do individualismo ao âmbito tecnológico contemporâneo e não como um fenômeno bem mais amplo ligado ao que os estudiosos denominam de «modernidade»..

Porém, mesmo seguindo este enfoque, ignorando a importância do desligamento parcial do indivíduo aos conteúdos das grandes empresas da indústria cultural, quando nos aproximamos do usuário típico, jovem, vemos que ele está falando com seus pares; que ele não prescindiu do presencial em suas relações e que busca a integração e não o isolamento quando repassa a mensagem que todos seus amigos estão repassando, ou quando, por exemplo, troca informações sobre o melhor equipamento móvel a ser comprado ou para que novo site migrar. Este comportamento é extremamente semelhante à forma de agir de outras gerações jovens talvez com a diferença de estarem mais livres e independentes da aprovação dos adultos próximos.

Essa liberdade pode ser explicada em parte pela forma com que se deu a revolução tecnológica. Foi a revolução ocorrida no Vale do Silício[20], de caráter fundamentalmente informacional. Ela já vive atualmente seu momento 3.0, ou seja, um estágio mais avançado rumo à autonomia do usuário e não se parece tanto com o cenário tautológico previsto por Sfez (1994), no qual a cultura tecnológica se autorreferenciaria, desconectada da realidade *offline*. Ao contrário, se apresenta como um poder emanado de dentro das redes e que invade a cultura como um todo, em direção à diminuição das barreiras entre o universo *online* e *offline*.

Podemos encontrar exemplos desta ligação até no universo dos games, que tanto

[20]Trata-se de um centro de inovação localizado na Califórnia, EUA, criado desde os anos 50 e que foi responsável pela primeira revolução da tecnologia da informação. As circunstâncias culturais, históricas e espaciais concentradas neste tempo e espaço determinaram a revolução global que veio a seguir (CASTELLS, 2007, p. 96-107).

preocupam pais e educadores. Num estudo realizado pelo departamento de psicologia da Universidade de Hamburgo (TREPTE, REINECKE e JUECHEMS, 2012) ficou comprovada a hipótese de que jogadores de uma rede social voltada a jogos *online* desenvolveram laços suficientemente fortes a ponto de se estenderem para o espaço *offline*.

No ciberespaço se multiplicam sites criados por grandes corporações e que disputam o interesse do usuário e seguem atrás das tendências ditadas por ele. Grandes investimentos são feitos em complexas ferramentas por parte dos desenvolvedores independentes ou corporativos para atrair os usuários de um site para o outro. Milhões é a ordem de grandeza deste meio. A volatilidade que caracteriza a adesão de uma ferramenta ou outra é enorme devido à facilidade gerada pelo caráter intuitivo dos programas e pela gratuidade oferecida ao usuário.

Estas empresas desejariam estar numa posição mais confortável, controlando mais esse universo, mas apesar de buscarem esta condição, a Internet, pela sua natureza aberta e descentralizada, ainda tem oferecido bastante resistência e o usuário segue ainda no poder, conectado em rede com seus pares e com uma possibilidade nunca vista de disseminação de opinião e mobilização (as imprevistas manifestações de rua ao redor do mundo não deixam dúvida sobre a realidade deste fenômeno). As empresas seguem então, não mais tentando manipular seus alvos para convencê-los, mas buscando compreender seus passos na rede para melhor atendê-los.

Mckenna (2002, p. 85-86), confirmando esta nova ordem das coisas, constata a lógica de três questões importantes no mundo virtual: são os sites de relacionamento que atraem a maioria das pessoas; dentre estes sites as pessoas se concentram em apenas um ou dois;

e as migrações de um para outro são sempre drásticas e rápidas. Ou seja, a Internet é essencialmente concentrada em sites de relacionamento e a mudança de um para o outro segue a lógica do padrão: só há sentido em aderir a uma rede na qual todos que interessam estejam lá ou migrem conjuntamente. Esta lógica, segundo o autor, pode ser confirmada pela Lei de Metcalfe, utilizada no mundo dos negócios para medir o valor de uma rede na Internet. Segundo essa Lei, só tem valor um sistema em que um usuário pode encontrar o outro. Isso explica por que o Facebook está, no momento, muito acima do segundo colocado em preferência de usuários (mais de 1,1 bilhão de usuários ativos[21]) e em tendência de continuidade de alta[22]. Mas a terceira lógica do universo virtual descrito por Mckenna também antevê que num futuro próximo outro site pode tomar o seu lugar.

A Teoria das redes, no campo da estatística, comprova este poder na mão do usuário na medida em que demonstra o quanto qualquer pessoa está próxima de outra dentro de uma mesma rede não importando seu tamanho (MEIRA, 2012). Isso explicaria a sensação de que todo o mundo comenta quase ao mesmo tempo sobre um vídeo novo no Youtube ou uma nova mensagem no Facebook. Mais do que uma sensação de poder que o indivíduo exerce através da linguagem, a conexão entre pessoas realizada em rede pode assumir uma força concreta conforme já vimos em fatos reais, como no caso do papel da comunicação pessoal via redes sociais desempenhado na “Primavera Árabe"[23].

Mas é importante considerar, quando se fala em poder de rede, nas possibilidades que a ferramenta do site oferece. Como estamos falando em usuário e não em programadores com conhecimento avançado,é mais plausível se falar em estágios de interação. Quando se está em redes sociais, é possível subir de estágio em termos de interação deixando para trás o uso pré-definido pelas ferramentas disponibilizadas pelos sites. Isto tem acontecido de várias formas. Uma das maneiras mais inusitadas foi a estratégia do

[21]Segundo o Estadão em artigo de julho/2013, o número de usuários ativos por dia subiu 27% para uma média de 669 milhões de pessoas. Já a média mensal de usuários ativos cresceu 21% em um ano, para 1,15 bilhões de pessoas – 819 milhões deles acessam a rede por plataformas móveis, 51% a mais do que no mesmo período de 2012. http://blogs.estadao.com.br/link/receita-do-facebook-cresce-53-em-um-ano/. Acessado em: 04/08/2013).

[22]Orkut perde posto de 3ª rede social mais popular. http://blogs.estadao.com.br/link/?s=orkut. Acessado em: 04/08/2013.

[23]Onda de revoltas que, motivadas pela opressão política e caos econômico, iniciaram-se em 2010 na Tunísia e se espalhou rapidamente pelo mundo árabe. Como resultado quatro ditadores caíram e milhares de pessoas foram mortas. As redes sociais foram o principal instrumento de mobilização utilizado. http://topicos.estadao.com.br/primavera-arabe. Acessado em: 04/08/2013.

Facebook de abrir seus códigos para que qualquer desenvolvedor, em qualquer ponto do globo, possa criar aplicativos para oferecê-los aos usuários do site (jogos, ferramentas de busca e de notícias estão entre eles).

Assim a cultura coletiva começa com a dimensão pública que o ambiente de redes sociais suscita. Ali a conexão interpessoal perde espaço e importância para a coletiva, de disseminação exponencial. A conversação típica neste ambiente se dá de um para muitos, que por sua vez espalham e reutilizam a mensagem na própria rede e/ou em outras redes. Existem espaços de conversação exclusiva, mas as ferramentas cada vez mais estimulam a conversa *online* em grupo, motivada pelo poder que as pessoas descobrem ter ao atingir muitas outras pessoas. Percebe-se nas conversações mantidas em redes sociais um desejo de ser popular, de ser ouvido, de influenciar outros e, mais do que tudo, deixar de ser um anônimo na multidão através da construção de uma reputação.

Porém, pesquisas apontam diferentes comportamentos que determinam níveis de participação social (LI, 2007). Dentro dessa lógica interativa e rizomática surgem dois tipos de participação que se destacam entre os integrantes frequentes das redes como o Facebook : criadores e replicadores. Entre os tipos de criadores há diferenças: podem ser considerados criadores os que, de fato, criam uma mensagem inédita ou os que recriam, com pequenas alterações, uma mensagem original e a disponibilizam na Internet, tal e qual os cronistas dos periódicos de outrora.

Os replicadores podem ser reconhecidos como bons curadores já que diante de um volume extremo de mensagens um bom selecionador pode atrair muitos seguidores. Esse replicador pode ser alguém muito popular no mundo real, que mistura conversas pessoais com mensagens mais sofisticadas como as visuais/verbais. E aí há os entrecruzamentos

entre esses papéis, pois uma pessoa pode ser criadora e replicadora. Tanto criadores quanto replicadores podem ser eventuais ou constantes. Em qualquer situação, ter participação em mensagens muito replicadas, ou seja, construir uma reputação requer dedicação e talento.

A novidade desse novo cenário é que qualquer pessoa que possuir essas qualidades dependerá somente de sua vontade, pois o acesso a esse universo é livre e especialmente formatado para pessoas comuns. Este é outro fenômeno que vale ressaltar: a Internet pertence ao usuário comum e prefere conceder fama aos nascidos no próprio meio. A prova é que muitas páginas do Facebook de celebridades ou comediantes famosos têm um número bem inferior que o de muitos anônimos.

Mas sobre o que conversam os internautas no ambiente virtual? Quais os temas aglutinadores capazes de ir além da comunidade particular e alcançar a esfera pública, conquistando a atenção de pessoas além do seu círculo de amizades próximas, dos limites regionais, da própria língua? Que formas e conteúdos são universais o suficiente para atingir culturas distantes fisicamente e contribuir para a construção da cultura própria deste ambiente cibernético onde as pessoas compartilham hábitos, atitudes, ideologias especificas? Recuero (2009) define a dinâmica de “Capital Social” como o “conjunto de recursos de um determinado grupo que pode ser usufruído por todos os seus membros”. A imagem e o humor, elementos estudados nesta investigação, aparecem como fatores protagonistas na composição destes recursos.

1.7 Os sites de conversação

Mesmo diante do cenário de predominância quase absoluta de uma única rede, existe um universo de sites de conversação, com objetivos específicos, mas por onde circulam

Figura 2 - Infográfico criado em 2008 pela agência JESS3.

Fonte: Disponível em: jan. 2008. http://www.theconversationprism.com/,2011. Acessado em: 27/12/2012.

Tabela explicativa principais sites de relacionamento	
facebook	Próprio para construir um perfil pessoal completo, se conectar com amigos, compartilhar fotos e links e ver como vai a vida de todos
	Bom para compartilhar notícias, opiniões e achados em tempo real. Acompanhar o que está acontecendo.
	Próprio para compartilhar conteúdo e centralizar informações. Oferece mas privacidade e controle do usuário.
tumblr.	Bom para compartilhar conteúdo, especialmente fotos e vídeos. É um blog prático para armazenar arquivos
Instagram	Para fazer um retrato do cotidiano através de imagens.
Pinterest	É uma rede social de imagens. Mulheres são a maioria. Há muitas fotos de decoração, moda e beleza.
	é a rede para postagem de música, de quem faz música e posta os seus sons.
reddit	Site de tendêncas, os usuários votam para decidir que assunto é mais interessante. Para iniciados.
Linked in	Para criar um perfil profissional online, fazer contatos profissionais e procurar emprego
foursquare	Para interagir com o ambiente e saber onde e quando as pessoas estão.
flickr	Site simples e funcional destinado a criar álbuns de fotos.

Figura 3 – Tabela com explicação dos principais sites de relacionamento segundo matéria do Estadão.

Fonte: autora, baseada em matéria do Estadão.

muitas vezes as mesmas mensagens visuais do Facebook. A título de reconhecimento geral deste universo, mesmo correndo o risco de desatualização, o estudo realizado pela empresa de visualização de dados JESS3 em 2008 dá uma visão geral a partir da identificação de 28 categorias de sites de conversação (Figura 2), organizados pela finalidade principal de uso definida tanto pelas empresas ofertantes do serviço como por seus usuários típicos: ouvir música, guardar ou partilhar documentos, encontrar e assistir vídeos, localizar pessoas, manter contatos profissionais, realizar compras coletivas, comunicar textos curtos, *blogs, vlogs*, perguntas e respostas, enciclopédias colaborativas, entre outras atividades.

A maioria destes sites ainda existe; porém, no confronto com matéria mais recente do Estadão[24], o cenário se apresenta bem mais concentrado e atualizado. O artigo destaca quatorze sites de conversação social: Facebook, Twitter, Google, Tumblr, Instagram, Pinterest, Soundcloud, Reddit, Linkedin, Path, Last.FM, Hightlight, Foursquare, Flickr. Em relação à pesquisa de 2008, seis não existiam na ocasião ou não foram mencionados. A Figura 3 resume os objetivos de cada rede, conforme definidos na publicação.

As novidades estão no aproveitamento dos dispositivos móveis (Hightlight), em novos nichos de interesses (Pinterest), ou em amplificação das ferramentas oferecidas por sites já conhecidos (Google+). O Instagram já é um produto maduro com 80 milhões de usuários ativos e por inovar priorizando a comunicação com imagens. É uma extensão do Facebook, já que foi adquirido pela empresa em 2012. O Pinterest foi lançado em 2010, possui 11 milhões de usuários e merece destaque por ser um exemplo de segmentação por interesse. Dos sites que já possuíam grande adesão no ciberespaço, observamos que o Facebook ainda cresce em países emergentes. O Twitter ainda não tem concorrentes e funciona para informação rápida e atualizada sobre assuntos específicos.

[24] Qual é a sua? (29 de julho de 2012). http://blogs.estadao.com.br/link/qual-e-a-sua/. Acessado em: 27/12/2012.

Google foi repaginado para uma versão chamada Google +, que pretende adicionar ao seu arsenal já bem completo as ferramentas que fizeram o sucesso do Facebook, e o Tumblr ainda tem muitos usuários graças à facilidade para compartilhar conteúdo, embora não sirva para manter um perfil de identidade pessoal.

1.8 *Memes*: a dinâmica da comunicação virtual

A palavra *meme* é um termo cunhado na biologia e está ligado a parte do gene que imita as informações de uma célula para outra, mas com a possibilidade de sofrer uma mutação nesse percurso. Dawkins (2001) é considerado o autor responsável pela migração deste conceito da biologia para a área da antropologia e, a partir daí, para a comunicação digital. Neste ambiente, *meme* significa o gene da cultura, que se perpetua através de seus replicadores, as pessoas ou usuários de redes digitais. Blackmore (1999) reforça este conceito quando o define como uma forma básica de aprendizado social, através da imitação.

Figura 4 – *Memes* visuais e suas variações típicas das mensagens no Facebook
Fonte: Chapolin Sincero. Disponível em: 14/09/2012.www.facebook.com/photo.php?fbid=35359704024115075&set=a.351131528305658.84357.351126731639471&type=1&theater. Acessado em: 14/09/2012.

Podemos pensar que a transmissão do conhecimento e da cultura se dá sob a forma da imitação, mas com mutações que se adaptam à realidade presente e que irão definir sua perpetuação ou extinção. Este conceito pode ser levado para a dinâmica da comunicação e da linguagem. Com o objetivo de tornar efetiva uma comunicação, a imitação pode ser um recurso para encurtar o caminho entre as intenções dos atos de fala do emissor e a sua interpretação pelos receptores- criadores e replicadores.

Recuero (2006) dá uma pista do uso dos *memes* nas redes sociais quando estuda as formas de difusão desse tipo de informação, sua dinâmica e ciclo de 'vida' dentro de uma rede social virtual. Embora a autora tenha utilizado como objeto de estudo ideias difundidas em *blogs* especialmente através da linguagem verbal, os *memes* visuais (Figura 4) são, especificamente, desenhos, imagens ou qualquer manifestação visual-verbal replicados ou compartilhados com alterações em diversos contextos adaptados a finalidades particulares de comunicação interpessoal.

Os *memes* visuais podem representar, ainda, estados de espírito incorporando significados mais complexos como um tipo de personalidade ou a reação em uma situação específica (orgulho, antipatia, surpresa, felicidade, etc.) de forma a adicionar conteúdos emocionais às mensagens compartilhadas entre os usuários comuns e frequentes de redes sociais. É o caso dos *memefaces*, criados a partir da caricatura simplificada de uma pessoa real ou de personagens destacados da mídia (Figura 5).

A autoria dos *memes*, sejam eles verbais ou visuais, é de difícil determinação dada a característica rizomática das redes sociais digitais, embora muitos internautas tentem capitalizar a visibilidade alcançada por um *meme* de sucesso assumindo sua autoria. Dentro do sistema cultural próprio das redes sociais, a persistência de um *meme* não se

torna cansativa graças ao trabalho colaborativo. Sempre alterando o contexto no qual aparecem, os *memes* acabam por se transformar em personagens de histórias que, a cada menção, vivem uma nova situação. Cada criador desenvolve sua própria história dentro de seu próprio contexto.

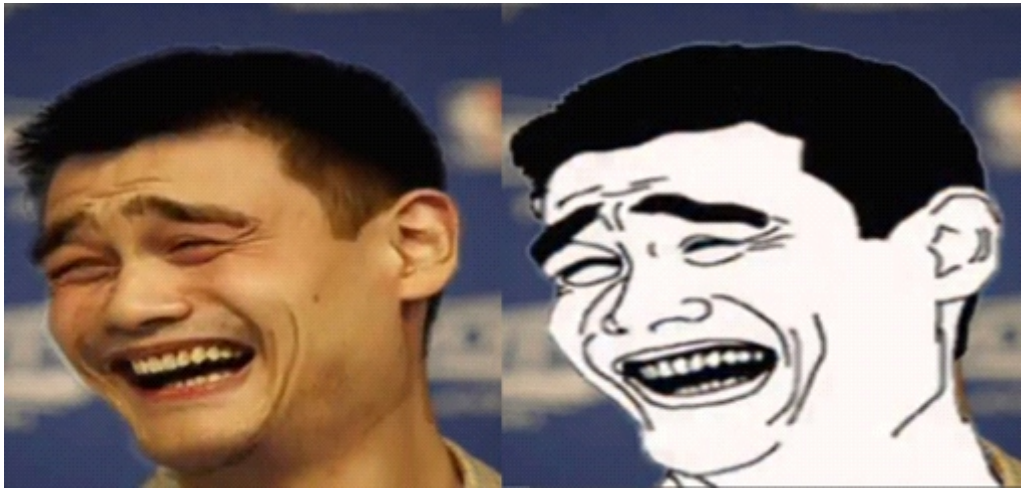


Figura 5 – *Memeface* (à direita) baseado na expressão que o jogador de basquete Yao Ming fez durante uma entrevista em maio de 2009.
Fonte: Origem dos *memes* – Yao Ming – F**k That Guy. Sem radar. Disponível em: 16/01/2011. http://semradar.com.br/2011/01/16/origem-dos-memes-yao-ming-fk-that-guy/. Acessado em: 22/03/2012

Podemos definir o conteúdo padrão de mensagens identificado como pessoal no Facebook quando apresenta fotos e comentários de eventos em que o usuário estava fisicamente presente, fotos de pessoas de seu relacionamento próximo, aparentemente com a finalidade de fazer contato com os amigos que conhece presencialmente, atualizando-os sobre sua vida privada. A autoria de tais postagens é claramente identificável e tem, de modo geral, uma vida útil similar às notícias de cunho jornalístico cotidiano. Este tipo de mensagem, entre as três possibilidades de interação disponibilizadas pela ferramenta do site, é mais 'curtida' e 'comentada'. Elas geralmente não possuem apelo suficiente para serem 'compartilhadas' por seu caráter particular, de

interesse restrito e portanto, potencial suficiente para virarem *memes*.

As mensagens de caráter impessoal e público são criadas e compartilhadas configurando uma abordagem mais própria para a disseminação para além da lista de amigos do próprio 'perfil'. Excetuando-se os sites abertamente voltados a interesses comerciais (que serão descritos mais tarde), um dos objetivos dos usuários frequentes nesses casos é conquistar a atenção do outro através de sinais novos e úteis dentro do barulho avassalador no espaço de rede, conforme descreve Heingold (2009). Diferentemente dos 'comentários' e 'curtidas' que são ações geralmente dirigidas num ambiente pessoal, nas postagens públicas a interatividade se dá mais frequentemente através de compartilhamentos. Quando se «curte» uma mensagem desta natureza, o intuito é fazer contato pessoal com o autor. Compartilhar assume outro caráter bem distinto, a ação significa que o internauta quer divulgar a postagem entre sua própria lista de amigos, assumindo como sua a opinião ou ideia divulgada na postagem.

A quantidade de 'compartilhamentos' efetuados em resposta a essa ação é o que mais efetivamente colabora na construção da reputação desejada ou não pelo indivíduo/ator. Ou seja, toda mensagem de caráter público aspira por se transformar em um autêntico *meme*. Por isso que é justamente neste nível impessoal que circulam os *memes*. Eles até podem nascer num ambiente particular, mas só adquirem características de genes da cultura quando se espalham e inspiram outras mensagens que mantém elementos, sejam formais ou semânticos da mensagem original.

Os *memes* visuais-verbais de natureza cômica cumprem o potencial requerido de um *meme* na medida em que carregam elementos reconhecidos pela maioria da audiência, possuem uma boa solução formal e semântica com apelo comunicativo e expressivo e travam um diálogo com a cultura das redes. Esse grupo específico de mensagens tem se transformado em um discurso digital típico, surgido da prática de novas linguagens e de seu consequente domínio.

Fonte: www.facebook.com/photo.php?fbid=102006041711935837&set=a.1960789588503.2096168.1505707755&type=1&theater.
Publicado em: 11/08/2013. Acessado em: 31/08/2013

Uma característica que deve ser levada em consideração na análise da comunicação virtual é a dinâmica extremamente intensa das mudanças no ambiente das redes sociais. Muitos estudos da área que buscam definir e solucionar as novas questões que se apresentam continuamente deparam-se com dificuldades e impasses, gerando uma tensão evidente entre as saídas propostas. Quem se propõe a estudar a área das relações sociais virtuais se depara, entre outras coisas, com as constantes mudanças de suporte, de ferramentas e de práticas.

Um dos principais desafios em descrever e classificar fenômenos ligados às redes é a desatualização da reflexão. É comum, na elaboração da análise de uma característica, a tentativa de uma definição conceitual perder validade, antes mesmo de sua formulação final, diante da vertiginosa velocidade com que recursos são substituídos, dificuldade que se acentua especialmente se considerada a variedade impressionante dos instrumentos utilizados.

É o caso do trabalho de Azevedo (2010), que investigou a partir de uma abordagem psicológica a conversação interpessoal através da ferramenta MSN Mensenger (Microsoft Service Network), que já foi a ferramenta dominante entre sites do gênero. O site perdeu cerca de dois terços de seus usuários ativos, passando de 300 milhões para 100 milhões de frequentadores em cerca de dois anos. Em matéria que apresenta estes números, a Hypescience[25] relaciona este fenômeno ao momento em que o Facebook incorporou o recurso de conversação *online* na estrutura de seu próprio site. Como tudo que se relaciona com rede está muito ligado ao cotidiano das pessoas, é possível a qualquer usuário da rede perceber este fenômeno, se não em números concretos, ao menos intuitivamente.

[25]Microsoft "mata" MSN Messenger e manda 100 milhões de usuários usarem o Skype. Hypescience. Disponível em: 10/11/ 2011. http://hypescience.com/microsoft-mata-msn-e-manda-100-milhoes-de-usuarios-usarem-o-skype/. acessado em: 14/04/ 2013.

Outra mudança capaz de abalar muitos conceitos construídos em trabalhos científicos são os *smartphones*[26], que estão reconfigurando a lógica de conexão virtual. Cada vez mais populares (em abril de 2013 o governo cortou impostos no sentido de ampliar o acesso[27]), os dispositivos referidos alteram decisivamente a forma com que ocorrem as conexões. Conceitos sobre o uso das redes sociais, por exemplo, adquirem naturalmente a necessidade de redefinição, quando um site que foi concebido para ser utilizado a partir do computador pessoal e, portanto, de forma predominantemente assíncrona, como as postagens no Facebook ou os e-mails, se transformam em comunicação síncrona.

É o caso do "computador pessoal", ou sua versão no *smartphone*, quando passa a ser levado no bolso do usuário. Esta cultura *mobile* que está emergindo novamente a partir dos adolescentes é justamente o que Mc Kenna (2008) previu como a "conexão 100%". Mesmo focando o universo corporativo, o autor explica que as TIC's levariam a uma realidade de "presença constante" ou "acesso total".

Outra questão que deve ser compreendida é a multiplicidade de pontos de vista, de embasamentos teóricos e mesmo de campos de conhecimento que uma reflexão sobre o assunto pode solicitar, tal é seu impacto na vida das pessoas. Mensagens postadas no Facebook podem ser estudadas sob o enfoque linguístico, formal/sintático, social, antropológico, semiótico ou mesmo englobar duas ou mais áreas. Apenas sob a abordagem linguística podemos encontrar trabalhos que embasam o estudo com teorias sobre Análise do discurso (BERTO, 2011) e Análise da conversação (RECUERO, 2009; MODESTO, 2011). Essa multiplicidade de pontos de partida tem formado uma colcha de retalhos que também sobrepõe termos, utilizados com definições diversas, dependendo do campo de estudo do qual se originam. Multiplicam-se ainda, como consequência, as fontes a serem consultadas, de forma a permitir um correto aprofundamento no assunto.

[26]Telefone celular com uma tela (geralmente uma tela de cristal líquido, ou LCD), de onde se visualizam programas de gerenciamento de informações pessoais (tais como um calendário eletrônico e catálogo de endereços), que normalmente opera através de um assistente pessoal digital (PDA), e um sistema operacional (OS), que permite que outro software de computador possa ser instalado para navegação na Web. Essa capacidade permite também receber e-mails, baixar músicas e vídeos, entre outras aplicações. Trata-se, em suma, de um telefone inteligente que pode ser pensado como um computador portátil integrado dentro de um telefone celular. (encyclopaedia Britannicahttp://www.britannica.com/search?query=smartphones&page=1 . Acessado em: 11/04/2013.

[27]Corte de Impostos para *smartphones* vale a partir de hoje. Folha de São Paulo. Disponível em: 11/04/2013. http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1260862-corte-de-impostos-para-smartphones-vale-a-partir-de-hoje.shtml Acessado em: 01/05/2013.

No campo da linguagem, mais próximo ao presente estudo, a questão recai sobre as gradativas e constantes mutações do que os pesquisadores chamam de Comunicação Mediada por Computador. Essas mutações são denominadas por Modesto (2011) de "gêneros discursivos emergentes". Para o autor, surgem elas a partir das seis dimensões de interação digital, segundo descritas por Marcuschi: o ambiente Web, o ambiente e-mail, foros de discussão assíncronos, ambiente de chat síncrono, ambiente MUD (jogadores) e ambientes de áudio e vídeo.

Berto (2011) descreve de forma mais atualizada o mesmo fenômeno e o define mais genericamente de "gênero discursivo digital". Para o autor, as CMCs permitiram diversas semioses linguísticas, especialmente surgidas a partir das opções oferecidas pelo Facebook. Porém, para ele, todas mantém como base o código verbal escrito (Berto, 2001, p. 102). Sua percepção coloca o texto como protagonista, mesmo nas postagens onde visivelmente a imagem assume uma posição de destaque como a postagem de uma foto pessoal, conforme mostrado na Figura 6. A foto tem como objetivo informar à lista de amigos do Facebook da autora, o local onde ela se encontra, seu estado de espírito. Caso a audiência esteja minimamente informada de sua vida, ou compartilhando dos mesmos interesses e gostos, saberá a qual show se refere o ingresso que ela segura em suas mãos. O texto na parte inferior da postagem, legendando a imagem e no qual está escrito: "ingressos já na mão, agora só me resta esperar", não acrescenta nenhuma informação relevante e é praticamente dispensável.

Independente do preciso levantamento das características estáveis, presentes no enunciado das postagens do site, ocorre, também dentro do Facebook, a desatualização por conta da difícil tentativa de generalização do comportamento dos usuários. Afinal, trata-se de um comportamento que progride de maneira rápida e complexa, sempre em

busca de uma maior fluência nas interações, o que tem levado aos “novos gêneros”, conforme identifica Recuero (2009, p.122).

Figura 6 – Postagem em que a imagem diz tudo e o texto que a acompanha é praticamente dispensável.
Fonte: www.facebook.com
Acessado em: 07/10/2011.

Apesar das dificuldades, as possibilidades também podem transparecer. Citando ainda a mesma autora, nota-se que na descrição mais detalhada dos elementos constitutivos das semioses em si, é defendido com propriedade o caráter dialogal das postagens no Facebook, mesmo aparentando se tratar de comunicações assimétricas, por seu caráter público, e, portanto, uma “comunicação com sentido único”. Corretamente, o artigo ressalta a presença da interação, o que reforça que o diálogo não se trava da forma

tradicional, indicando uma nova forma de conversação.

No caso do presente estudo, mesmo durante o tempo da pesquisa, uma evidente evolução foi identificada. Alterações significativas formais, conceituais, de público e de procedimentos e hábitos de uso foram observadas. Claramente o aumento da tendência à incorporação de imagens na publicação de mensagens foi uma delas. A coleção de postagens com estas características e a observação da criação de ferramentas cada vez mais facilitadoras da produção em linguagem visual-verbal tornou notável que um grande número de pessoas, em escala global, estava se utilizando cada vez mais de uma linguagem que, até pouco tempo, não encontrava lugar no contexto de um diálogo pessoal.

Este fato é um fenômeno que, mesmo que evolua para outras formas mais avançadas ou se altere em sua essência, já causou impacto suficiente para influenciar o devir da comunicação virtual em geral.

Tendo levantado alguns aspectos no universo da pesquisa envolvendo as redes e no de quem se aventura a mergulhar nesse volumoso e volátil 'infomar' da Internet, surge mais outra questão relevante para este estudo: compreender melhor as características da conversação natural e seu equivalente no mundo digital. A tarefa será realizada sob a luz das teorias linguísticas.

2.1 Alguns pressupostos da conversação digital

Nosso objeto, visto como uma unidade comunicativa dentro de uma conversação, hoje predominantemente visual, tem suas origens dentro das mensagens da CMC nas primeiras conversações síncronas, que eram essencialmente definidas como um “texto falado por escrito”. Recuero (2009, p. 121) identificou esse fenômeno da predominância

da comunicação verbal em estudo recente:

> [...] Finalmente, a CMC (comunicação mediada por computador) é um tipo de comunicação que ainda privilegia especialmente o texto, mais do que o som e o vídeo (apesar de seu desenvolvimento em hipermídia, a maior parte das ferramentas de comunicação ainda é principalmente textual – vide, por exemplo, *weblogs*, Twitter e Plurk, Fóruns, *chats*, mensageiros instantâneos e *e-mails*).

Embora este ponto de vista seja uma realidade identificada também pela maioria de suas referências, atualmente as mensagens visuais-verbais têm se tornado cada vez mais presentes, participando do mesmo ambiente e compartilhando dos mesmos objetivos que as mensagens verbais. Podemos considerá-la uma das evoluções destas primeiras formas de comunicação interpessoal das redes sociais virtuais.

Esta tendência rumo à imagem é defendida por Flusser (2010, p.158), que postula a imagem ser centro da computação por sua própria natureza, sendo mais compatível com a lógica computacional. Telas de um computador ou, de qualquer dispositivo eletrônico, de acordo com o autor, são compostas por pixels que, por sua vez, são as unidades básicas de qualquer imagem. Também estariam em vantagem quanto às palavras pelo próprio funcionamento elementar do pensamento, que se dá antes por imagens do que pela escrita, segundo Flusser. Por tudo isto, a linguagem visual estaria em vantagem, segundo o autor, no papel de tornar o mundo virtual mais interessante que o real.

Porém, mesmo identificando novas tendências que apontam para uma mudança de linguagem no presente cenário, ainda é o campo da linguística que nos fornece importantes parâmetros de análise, pois o que estamos analisando não é simplesmente a imagem no ambiente, mas a conversação por imagens. Num primeiro momento, então,

nos utilizaremos de parâmetros próprios seguindo a mesma linha de análise para reconhecermos mais claramente algumas características na conversação visual-verbal. Iniciemos pelos primeiros parâmetros descritos por Marcuschi (2006, p. 15), definidos por ele como os "elementos característicos da conversação tradicional", entendida aqui como a conversa "natural"[28], entre pelo menos duas pessoas. Como conversa "natural", o autor se refere à conversa não mediada por computador e em oposição aos diálogos criados artificialmente, como o diálogo em uma novela, por exemplo. Quanto ao seu contexto entendem-se conversas naturais tanto a que ocorre face a face, quanto por telefone.

Marcuschi levanta o que ele chama de cinco práticas constitutivas de sua organização:

1 interação com pelo menos dois falantes – entende-se, então, que se excluem da conversação o monólogo, o sermão, as conferências, etc;

2 a ocorrência de pelo menos uma troca de turno entre falantes;

3 presença de uma sequência de ações coordenadas;

4 execução em uma identidade temporal – ocorrem ao mesmo tempo para os interlocutores participantes da interação, ou seja, de modo síncrono;

5 envolvimento em uma interação 'centrada' – se desenvolve durante o tempo em que a atenção visual e cognitiva volta-se para uma tarefa comum (Dittmann, 1979, p. 2-11).

Um fator importante no contexto não mediado por computador é o aspecto sincrônico do evento. No momento em que ocorre a migração para o ambiente digital das redes sociais o

[28]Segundo Castilho (1998), conversação natural é aquela que não tem um roteiro preparado previamente; ela é imprevisível. As decisões, sobre o que vai ser falado, vão sendo tomadas, à medida que a conversa vai se desenvolvendo. Em oposição temos a conversação artificial, roteirizada previamente para teatro, novelas, filmes.

aspecto, que parecia fazer parte da própria natureza deste tipo de conversação, no novo ambiente, passou a ser apenas uma opção.

Ao estudar a conversação no novo ambiente Recuero (2009, p.122), fez atualizações consideráveis, porém partindo dos mesmos cinco pontos de referência. Seu objetivo não é tanto reforçar o caráter conversacional de seu objeto (em seu caso não há necessidade de tal esforço, pois seu corpo de análise é muito mais próximo de uma conversa face a face), mas apontar o real papel das conversações na arquitetura de redes sociais. A pesquisadora leva em consideração que o novo ambiente altera os conceitos de quantidade de atores, a noção de tempo e espaço, a convergência e dispersão do meio.

A autora pensa predominantemente na linguagem verbal/oral e considera que as grandes alterações identificadas por ela como relevantes são a qualidade dos laços relacionais e o capital social construído entre os interagentes. Assim, ao revisar as características propostas por Marcuschi, a autora aumenta a complexidade dos critérios. Para Recuero os aspectos estruturais construídos entre os interagentes se sobrepõe ao conteúdo das mensagens. Para compreender o papel das estruturas na qualidade dos laços relacionais e na consolidação do capital social de cada interagente, nomeia da seguinte forma os requisitos da conversação no ambiente cibernético:

1 Conteúdo e sequenciamento das interações – Na Internet, o sequenciamento das interações muda consideravelmente. O caráter síncrono, próprio da conversa direta, na interação mediada passa a se alterar com facilidade entre a conversa síncrona e assíncrona. Quanto ao conteúdo, a assinatura torna-se, em relação às conversas antes da mediação pelo computador, essencial para a identificação do interlocutor. Dada a ausência de outros elementos identificadores, como a própria

presença física, esse elemento ganha em importância. Os marcadores conversacionais já existiam na conversa *offline* indicando a troca de turno ou a troca de tópico; agora, porém, podem tomar a forma de gráficos. Eles podem revelar, por exemplo, o grau de intimidade entre os atores quando se insere um *emoticom* , inferindo possíveis sentidos não explícitos nas palavras;

2 Identificação e estrutura dos pares conversacionais – especialmente na conversação assíncrona, a troca de turnos torna-se mais complexa. Mais do que a multiplicidade de interagentes, a conversa pode migrar para outras plataformas. Assim, não só a identificação de pares é mais trabalhosa como a compreensão do funcionamento da nova dinâmica desta relação no tempo e no espaço cibernético;

3 Negociação e organização dos turnos de fala – ela é fundamental, segundo a autora, para que as interações possam ser seguidas pelo observador. A partir de certos marcadores, como o símbolo @, no site Twitter é possível direcionar a quem nos dirigimos, embora todos os seguidores do emissor possam visualizar a mensagem. Outra questão é que uma conversa pode se iniciar num momento e ser retomada a qualquer tempo, já que fica registrada indefinidamente no site;

4 Reciprocidade e persistência – o nível de reciprocidade indica a persistência da conversação. Aqui vale a quantidade de mensagens trocadas e o valor atribuído pelos agentes a essas interações. Para entender este valor, é necessário conhecer os usuários envolvidos por meio de entrevistas, procurando identificar o que a autora chama de “simetria dos laços”. Persistência também revela uma característica bem típica do meio que é a extensão da conversa no tempo, como mencionado no item anterior, já que o que é dito fica publicado para ser lido quando

possível ou conveniente;

5 Multiplexidade e migração – Várias relações e várias ferramentas podem estar envolvidas em uma conversação, especialmente em eventos assíncronos. Aqui a autora fala em apenas duas pessoas que transportam suas conversas para diversas ferramentas, pois está interessada no nível dos laços relacionais. Mas a multiplexidade e a migração claramente ocorrem também numa conversa com mais interagentes. Adolescentes, da mesma forma que andam em grupos, se deslocam e permanecem em grupos dentro das ferramentas como o Facebook e outros mais recentes como o WhatsApp[29] ou o Snapchat[30], por exemplo.

Os parâmetros acima foram elaborados para mensagens virtuais no momento em que se constituíam em um fenômeno essencialmente de linguagem verbal. A evolução das conversações em redes sociais aponta para a incorporação da imagem nas conversações entre os usuários. Este estudo partirá, portanto, da novidade do uso das mensagens sincréticas, entre imagens e texto.

Do mesmo modo que Recuero teve que transpor conceitos estabelecidos da análise da "conversação natural" não mediada por computador para a conversação natural do novo ambiente cibernético, assim neste estudo se fará uma nova transposição dos mesmos conceitos para estudar o novo discurso conversacional: o das mensagens visuais-verbais.

2.2 O ciclo de vida do usuário na rede

Antes, porém, de prosseguir na investigação das características conversacionais das mensagens do Facebook, é relevante falar sobre um fator que tem seu peso na qualidade das conversações: o ciclo de vida dos membros de comunidades virtuais. Muitos estudos

[29]Segundo o próprio site, WhatsApp Messenger é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS. Seus usuários podem criar grupos, enviar mensagens ilimitadas com imagens, vídeos e áudio. <http://www.whatsapp.com/?l=pt_br> Acesso em: 16/05/2013.

[30]Snapchat, é um aplicativo para *smartphone* em que os usuários mandam uma mensagem em formato de foto ou vídeo para um amigo e programam o tempo que as imagens ficam visíveis para a pessoa (no máximo 10 segundos). Passado o tempo, tudo desaparece e nunca mais pode ser visto outra vez. <http://blogs.estadao.com.br/link/tag/snapchat/> Acesso em: 27/05/2013.

têm sido feitos a partir do histórico do usuário e sua evolução dentro da rede. Dependendo da etapa em que se encontra o usuário é possível relacioná-la com a qualidade das mensagens postadas em sua rede. Sua participação costuma seguir uma tendência para curva parabólica que vai se alterando na medida em que ele vai se envolvendo com a atividade virtual. Sua motivação vai oscilando, no início na direção ascendente, enquanto ele vai experimentando os efeitos da repercussão de suas interações e do ganho social que vai conquistando, até que diminui perceptivelmente ao longo do tempo.

Isso é o que Kim (2000) chama de ciclo de vida dos membros de comunidades online. Segundo a autora, ao longo de uma linha do tempo os integrantes de uma rede passam por quatro estágios definidos: visitantes (luckers), novatos (novices), visitante regular (regulars) e, caso ultrapassem as barreiras esperadas no caminho podem se tornar líderes (leaders). Como todo ciclo, com o tempo e sem fornecer contribuições ao grupo, os membros podem se tornar veteranos (elders).

Existem outros modelos similares, como o de Lave e Wenger (1991), com cinco níveis de integração, mas o ponto em comum e de interesse para este estudo é a compreensão de que o aprendizado das habilidades comunicativas acontece dentro desta expectativa de comportamento. Ou seja, a existência de um padrão cíclico indica que, não importa se longo ou curto, o processo de envolvimento nas redes sociais seguirá em alta e em determinado momento entrará em declínio. E o desenvolvimento do novo gênero discursivo sofrerá influências podendo ter, por exemplo, seu desenvolvimento interrompido pelo desinteresse do usuário.

Outra questão é que a conquista destas habilidades está provavelmente subordinada à motivação principal que é a construção e reforço de seus laços sociais. Porém, a fluência

adquirida na prática da nova forma de comunicação é um fator intrinsecamente ligado a esta motivação.

O exemplo selecionado de um perfil no Facebook, cujo perfil pessoal é o de uma pessoa não ligada a profissões que dominem a comunicação visual, ou seja, com pouca habilidade em lidar com linguagens híbridas, serve para ilustrar estes estudos a partir da realidade do Facebook. A integrante do Facebook selecionada compartilhou ou produziu cerca de duzentas postagens em cinco anos de existência do seu perfil (desde julho de 2008).

Na Figura 7 observamos como estas postagens se distribuem ao longo do período de sua atividade. Observamos aqui um acentuado aumento no número de postagens, especialmente após dois anos de uso. Desta forma, sua participação confirma, em parte, a evolução descrita por Kim (2000).

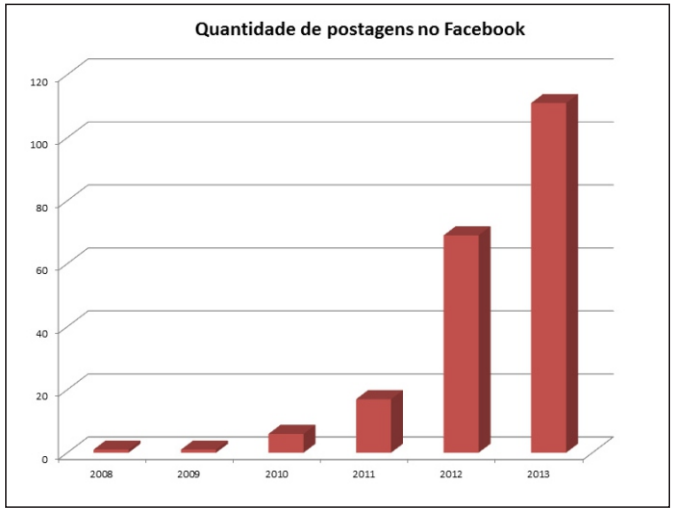


Figura 7 – Gráfico da evolução da quantidade de postagens da usuária selecionada em sua página no Facebook
Fonte: Autora, a partir de dados sobre perfil pessoal de um usuário no Facebook

A título de uma primeira sondagem (no próximo capítulo esta questão será aprofundada), foram selecionadas cinco mensagens desta mesma integrante da rede. As imagens foram selecionadas com uma distância de datas de postagens entre elas de pelo menos seis meses. Na escolha de cada uma também se levou em consideração diferentes graus de habilidades evidentes, como o uso de ferramentas externas ao site, senso de adequação do tema à forma de expressão e qualidade do tratamento gráfico da peça.

A primeira postagem coincide com a primeira publicação feita pela usuária em sua "linha do tempo". Trata-se de um álbum de nove fotos, uma modalidade disponibilizada pelo próprio site (Figura 8). O tema comum (exposição de fotos de viagem) teve a realização facilitada por uma ferramenta disponibilizada dentro do próprio site. Ainda não há inserção de texto dentro da imagem.

Figura 8 – Primeira postagem realizada por usuária publicada em sua "linha do tempo".
Fonte: Disponível em: 31/07/2008. https://www.facebook.com/ Acessado em: 12/10/13

A segunda mensagem, publicada um ano depois da primeira, mostra diversas postagens verbais, sem imagem (Figura 9) demonstrando ainda uma preferência pelo texto na comunicação interpessoal. Até aqui se observou poucas mensagens visuais-verbais compartilhadas e nenhuma deste gênero criada pela própria autora.

Figura 9 - Diversas postagens realizadas por usuária anos depois da primeira publicação utilizando-se apenas de linguagem verbal.
Fonte: Disponível em julho/2011. https://www.facebook.com/
Acesso em: 12/10/1013

A terceira figura (Figura 10), quatro anos e meio depois da primeira mensagem, mostra um salto de habilidade. A usuária buscou em outro site uma ferramenta para editar imagens pessoais e texto, apontando um aprendizado na realização pela primeira vez de uma mensagem mais elaborada em que imagem e texto se unem para comunicar um conteúdo mais sofisticado (esquemas, sobreposição de tipografia, conhecimento de programas de edição de imagens externos ao Facebook).

Figura 10 – Publicação realizada por usuária do Facebook demonstrando novas habilidades adquiridas depois de mais de quatro anos de atividade.
Fonte: Disponível em: 10/10/2012https://www.facebook.com/.
Acessado em: 12/10/2013.

Dois meses depois da terceira mensagem selecionada, a quarta mensagem (Figura 11) demonstra que a dona do perfil sabe editar duas fotos pessoais e utilizar poucos signos para indicar a data festiva do Natal. Provavelmente utilizou sites especializados que facilitam o trabalho, porém, mesmo assim, é inegável o avanço cognitivo de literacia visual e familiaridade com as ferramentas disponibilizadas em relação às primeiras postagens.

Figura 11 – Postagem recente em que novas habilidades de comunicação através da linguagem visual são observadas.
Fonte: Disponível em: 24/12/2012. https://www.facebook.com/ Acessado em: 12/10/2013.

2.3 A conversação em linguagem híbrida no Facebook

O Facebook foi o contexto em que a incorporação da linguagem visual-verbal na conversação foi sensível durante o tempo de observação deste estudo. No início, conforme já detalhado, eram mais comuns apenas mensagens de textos com declarações ou fotos legendadas do acervo pessoal. Com o tempo fomos encontrando mais imagens com textos inseridos no mesmo espaço e até com um tratamento tipográfico mais cuidadoso na apresentação das fontes (Figura 12) .

Figura 12 – Mensagem visual/verbal postadas no Facebook com características das primeiras postagens com este tipo de linguagem.
Fonte: Disponível em: 07/10/2011. www.facebook.com
Acessado em: 07/10/2011.

Nesta fase intermediária as mensagens de caráter impessoal ainda remetiam fortemente às características das mensagens trocadas por e-mail, por exemplo. Postagens assim,

conforme ilustra a Figura 13, assemelhavam-se às apresentações em Power Point[31] assinadas por empresas que, por sua vez, lembravam bastante as apresentações audiovisuais corporativas. Em relação ao conteúdo, muitas possuíam um caráter declaratório pouco convidativo a interações ou respostas. Apesar de ser aberta à intervenção, sua condição digitalizada que a torna "totalmente penetrável, sempre prestes a ser retrabalhada pelo cálculo" (LOPES, 1995), não foi aproveitada quando veiculada por e-mail e tão pouco nos primeiros momentos do Facebook.

Figura 13 – Mensagem de caráter impróprio à conversação.
Fonte: Publicado em: 11/09/2012. www.facebook.com/photo.php?fbid=281572478611496&set=a.109758842435528.11472.100002762380334&type=1&theater. Acessado em: 11/09/2012.

Lopes descreve o fenômeno do comportamento dos usuários perante as imagens eletrônicas, que se assemelha ao que foi observado de maneira informal com os objetos deste estudo, apenas com uma diferença de quase vinte anos atrás. Segundo o autor:

[31]PowerPoint é um software muito popular no meio corporativo que permite criar materiais que podem ser apresentados utilizando um projetor. <http://office.microsoft.com/pt-pt/novice/o-que-e-o-powerpoint-HA010265950.aspx>. Acessado em: 27/06/2013.

> [...] Do ponto de vista estético, a manipulabilidade das imagens eletrônicas representa a visualização de um processo constante na produção artística. A potência criativa de artistas clássicos não concebeu suas obras prontamente realizadas. Como demonstram os "estudos" de Leonardo da Vinci ou de Picasso, por exemplo, se produzia uma infinidade de obras intermediárias, "virtuais", até se optar pela obras final (Máredieu, 1988, p. 61). O computador tornou mecânico e acessível ao público aquilo que era artesanal e restrito ao criador da obra.

E nessa apropriação espontânea, encontramos pouco a pouco exemplos das variações que foram surgindo a partir das possibilidades da linguagem híbrida. Podemos encontrar postagens em que o texto prevalece sobre a imagem a ponto de prescindir dela, e também as que comunicam principalmente através de imagens, na qual o texto aparece no formato de legenda e é apenas complemento dispensável (Figura 14 e 15 respectivamente).

Figura 14 – - Mensagem visual/verbal em que a imagem ilustra o texto.
Fonte: Disponível em: 26/04/2013. www.facebook.com/photo.php?fbid=427158264046921&set=a.286737671422315.61056.100002582530125&type=1&theater

Acessado em: 26/04/2013.

Figura 15 – Mensagem de linguagem híbrida em que o texto apenas completa a imagem dizendo o nome do autor do desenho.
Fonte: Disponível em: 15/03/2013. www.facebook.com/photo.php?fbid=4508482849855762&set=a.290264967710762.64837.225984520805474&type=1&theater acessado em: 15/03/2013.

Há também aquelas imagens que, ao se valerem das duas linguagens, alcançam uma mistura indissociável. Ou seja, perdem seu sentido original caso seus elementos sejam separados. Alguns autores utilizam o termo iconotexto para definir esta situação.

Iconotexto foi um termo cunhado por Kristin Hallberg, em 1982, para distinguir o livro infantil ilustrado com imagens pictóricas que complementam o texto dos livros de imagens, em que texto e imagem trabalham juntos, tornado-se indissociáveis. O termo foi reutilizado mais tarde Peter Wagner e outros para abordar gêneros do discurso de adultos, como a “graphic novel” (quadrinhos de longo formato), o anúncio, e o poema concreto. A

Figura 16 pode ser considerada como um exemplar no universo da conversação digital.

Figura 16 – Mensagem visual-verbal cujo sentido seria alterado caso a imagem e o texto fossem separados.
Fonte: Disponível em: 05/05/2013. www.facebook.com/photo.php?fbid=533804543345314&set=a.492594287466340.108767.287905574601880&type=1&theater
Acessado em: 05/05/2013.

As relações entre texto e imagem, bem como os autores que trataram deste assunto e criaram diversos métodos de classificação, foram abordados por Nikolajeva e Scott (2001, p. 17) em seu estudo sobre o livro infantil. Essas classificações, por sua vez, foram baseadas nos estudos de pesquisadores da linguagem publicitária, como Barthes (1990, p. 27-43) , ou Schwarcz (1991), que distinguem nove tipos de cooperação entre palavras e imagens. Segundo Schwarcz, texto e imagem podem dar margem a certa redundância entre si (congruência); reforçar-se mutuamente (elaboração), cumprir o papel detalhamento (especificação), ir além da compreensão oferecida por um dos elementos (amplificação), seguir novos caminhos (extensão), completar lacunas (complementação),

oferecer opção (alternância), surpreender com o inusitado (desvio) e provocar contradição (contraponto).

Estes estudos frutificam graças às diferenças entre a capacidade da imagem em se abrir à interpretação e a do texto em fechá-la, controlá-la ou delimitá-la em um conceito e, finalmente, a tendência à aproximação indissociável sempre que estes elementos aparecem juntos, conforme coloca Coté (2003) ao definir iconotexto (*iconotexte*[32]). Em uma sinergia estreita, as gradações relacionais vão surgindo e permitem amplo campo para a verificação do grau de complexidade das mensagens sincréticas e sintéticas (simplificadas na forma e densas no conteúdo) e sua correspondente expressividade visual, as quais se pressupõem ocorrer de forma cada vez mais frequente no novo contexto das conversações virtuais.

Porém, antes de realizarmos a tipologia das mensagens no Facebook é necessário adaptar os critérios sobre conversação natural descritos Marcuschi e atualizados por Recuero, para o ambiente eletrônico. Agora o objeto, embora esteja no mesmo ambiente e possua dinâmica, alcance e culturas similares, sofreu modificações na linguagem, graças às novas ferramentas disponibilizadas e no discurso, graças as novas motivações ligadas à recém-adquirida importância da reputação. Além disto, pesa também o aumento recente do alcance global, na abrangência de novos públicos e da emergência de uma cultura exclusiva do meio.

Dito isto, vamos seguir os cinco quesitos elementares da constituição de uma conversação, inspirados na análise das conversações propostas por Recuero (2009, p. 122), mas adaptados ao contexto do corpo de análise proposto.

2.3.1. Aspecto impessoal dos conteúdos e sequenciamento das interações

[32]Definido por Nerlich (1990, p. 262) , o iconotexto (*icontext*) é "uma unidade inseparável de texto (s) e de imagem (ns), em que nem o texto ou a imagem cumprem função ilustrativa.

Há um primeiro aspecto que nos permite identificar o comportamento da conversação das mensagens verbo visuais na nova dinâmica. Nas conversas não mediadas por computador e predominantemente orais/verbais, a linearidade e sincronicidade são as características possíveis de se identificar como as mais típicas. Essa dinâmica de organização linear, por turnos (ou seja, uma declaração após a outra com a troca sequencial dos atores participantes) e em tempo real (sincrônicas), passa a ser cada vez mais opcional na mudança de contexto para o virtual. Em conversações em redes surge um novo fator: a facilitação da conversação de forma assíncrona. Quando isso acontece a primeira coisa que se sente é que a mensagem fica disponível para muitos, pois as postagens podem ser acessadas a qualquer momento.

Essa permanência da mensagem pode alterar os marcadores conversacionais, colaborar com a dispersão da atenção e predispor quem posta a preocupar-se mais com sua reputação *online*. Ou com seu capital social, conforme salienta Recuero. Chamar a atenção, não passar despercebido e cultivar uma reputação positiva perante sua comunidade passou a ser um objetivo comum na rede.

No Facebook, observa-se que possivelmente para melhorar esta comunicação com seus pares, as pessoas passaram a lançar mão de novas linguagens. Inicialmente, o mais fácil era postar fotos pessoais, mas na medida em que novas ferramentas começaram a estar disponíveis como o “Reeddit” (Figura 17), mensagens mais elaboradas e impessoais, como as iconotextuais, começaram a se proliferar. Então, a principal mudança em relação aos conteúdos foi a inserção de mensagens de caráter impessoal nas conversações com seus pares.

O caráter público das postagens na linha do tempo (*Feed* de notícias) do Facebook, foram

reforçando as mensagens híbridas como as mais eficientes e adequadas. O desejo de ser lido e curtido influenciou as interações entre os pares e as habilidades em comunicar-se com imagens passaram a ser valorizadas. A escolha dos tópicos abordados também passou a ser um valor. Neste campo pode-se fazer uma relação com o antigo modelo de conversação à pessoa boa de "papo", ou seja, que tem uma conversa agradável.

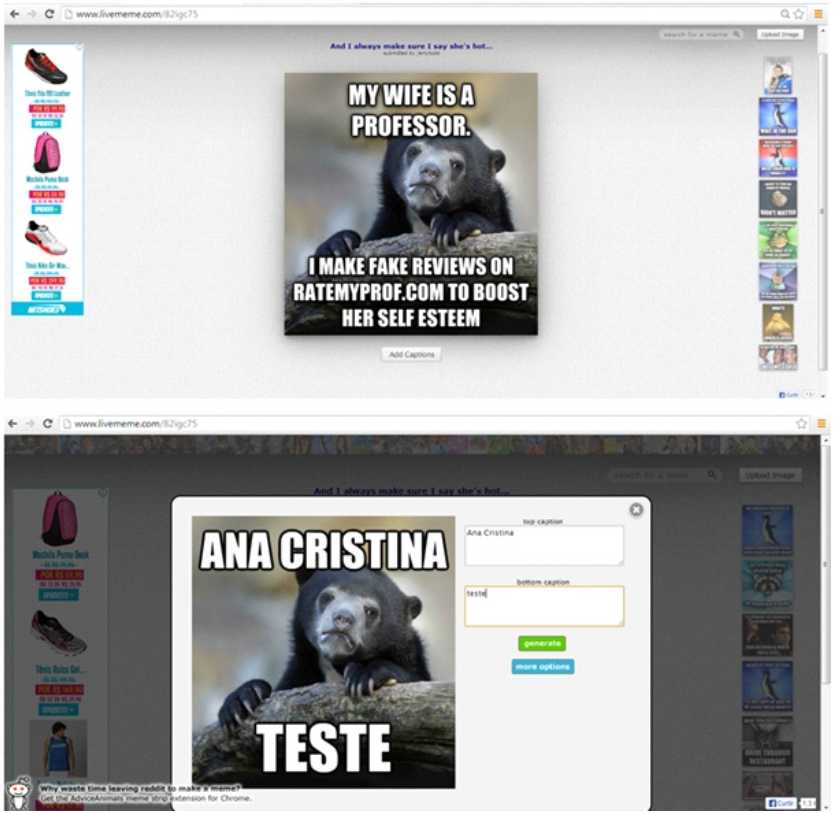


Figura 17 – O Site Reddit classifica *memes* e facilita o acesso a ferramentas para alterá-los sem exigência de conhecimento técnico específico.
Fonte: http://www.livememe.com/82igc75. Acesso em: 11/10/2013

Quanto ao conteúdo, se observa no Facebook que os assuntos abordados seguem um

caráter mais público e genérico, em lugar de conteúdos mais pessoais. O humor assumiu a presença na maioria das postagens e passou a ser muito valorizado.

Claramente as conversas que prevalecem são as que ocorrem no contexto da linha do tempo do site, lugar onde as mensagens se cruzam e as pessoas que postam as dirigem ao seu grupo de amigos e também recebem outras, de forma mais impessoal, como se estivessem assistindo a uma conversa. A conversa coletiva convive com a direcionada.

Vale ressaltar que o conteúdo postado em vídeo também está presente na rede, porém com frequência menor do que as mensagens fixas de outras naturezas. Além de já existir outro lugar consensualmente consolidado para busca de vídeos YouTube, o Facebook, por sua dinâmica eclética (com espaço para conversas, postagens públicas, jogos, comunidades, convocação para eventos) se apresenta com excesso de conteúdo e, portanto, predispondo seus participantes a gastarem menos tempo com cada postagem. Também torna os usuários mais seletivos quando uma postagem exige, ao invés de apenas uma simples olhada de alguns segundos, um minuto de uma atenção mais concentrada (atenção audiovisual).

2.3.2. O papel dos pares conversacionais em mensagens impessoais

No ambiente do Facebook os pares são basicamente escolhidos pelo usuário e a palavra “amigo”, utilizada para designar a lista de pessoas que podem visualizar suas atividades, é condizente com sua definição. É o que revelam pesquisas recentes sobre a comunidade típica do site. Um estudo da Universidade de Edimburgo, na Escócia (SCHOOL, 2013) com cerca de 300 usuários da rede com uma idade média de 21 anos descobriu que os principais círculos sociais no Facebook são: amigos conhecidos fora do ambiente virtual

(97% deles estão lá), familiares (81%), irmãos (80%), amigos de amigos (69%) e colegas de trabalho (65%). Ou seja, a grande maioria dos pares são pessoas que o internauta conhece no mundo *offline*. No caso das publicações impessoais a identificação dos autores nem sempre é possível. Se alguém compartilha uma mensagem de uma página dedicada a humor, por exemplo, o nome desta página aparece na parte inferior da postagem indicando a autoria. Porém, em se tratando de Facebook, isso não garante em nada a originalidade da informação. Neste ambiente admiti-se que o autor de uma página de humor seja apenas o que se chama de "curador" de mensagens e não necessariamente o criador delas. Mas vale citar um caso em que o universo pessoal se expandiu para o ambiente além do círculo de amigos pessoais.

No caso do *meme* sobre a modelo Nana Gouveia (Figura 18), por exemplo, o início e o engajamento de outros atores puderam ser observados. Em matéria jornalística exibida no Fantástico e reproduzida no portal G1, a origem da postagem foi a própria modelo, que publicou no Facebook fotos denominadas por ela mesma como "sensuais" (como que para fotos profissionais), mas tendo como cenário a devastação causada pelo furacão que atingiu os EUA em 2012. Logo em seguida à publicação destas fotos no Facebook, a matéria identificou os dois brasileiros que primeiro perceberam a ironia da situação.

Os dois editaram as fotos originais postadas pela modelo recortando sua imagem e a recolocando em outras tragédias famosas (na segunda guerra, numa avalanche, no terremoto do Haiti, etc). A partir da postagem pessoal sem que a intenção do humor estivesse presente outras "versões" bem humoradas desta ideia apareceram, sem identificação dos autores, transformando o caso em um *meme* muito replicado. Neste exemplo, fica claro que uma conversa entre imagens foi travada, e ganhou repercussão na medida em que seu caráter cômico foi descoberto.

Vale levantar que o exemplo é um caso menos frequente em que a comunicação é realizada apenas através da imagem. Acontece em menor frequência porque, entre outras questões, a história fazia parte de um acontecimento maior, no caso o furacão de grandes proporções, amplamente divulgado por todos os meios de comunicação. Assim, as possíveis "brechas textuais" desta narrativa visual que poderiam dar margem a outras interpretações ficaram menores.

Figura 18 – Foto editada por usuários do Facebook a partir de fotos da modelo Nana Gouvêa

Fonte: Disponível em: 14/11/2012. http://g1.globo.com/fantastico/quadros/detetivevirtual/noticia/2012/11/eu-sei-fazer-um-ensaio-sensual-diz-nana-de-fotos-do-furacao-sandy.html. Acessado em: 05/11/2012.

2.3.3. O caráter colaborativo e não direcionado da negociação e organização dos turnos de fala

Para sua produção, a mensagem visual-verbal, demandou do emissor um esforço mínimo de manipulação de imagens e texto, ou ao menos uma leitura compreensiva desta linguagem, no caso do emissor ser apenas um compartilhador da mensagem já existente e não seu criador. A troca de turno passa a ser entendida então pela publicação de ambas no mesmo espaço do Facebook e não necessariamente pela obrigatoriedade de serem mensagens compartilhadas entre duas pessoas.

A dinâmica neste ambiente é da disseminação das postagens por parte da comunidade impactada. Essa nova modalidade de sequência, em que um participante da rede pode criar, compartilhar ou apenas receber a mensagem não impede que o fenômeno seja ainda assim nomeado de conversação. Umas das dificuldades em reforçar o caráter de conversa é o fato de muitas vezes não ser possível identificar o autor da postagem original e outra é rastrear o caminho seguido pela mensagem, pois seu caráter de disseminação em escala exponencial torna o intento quase impossível.

2.3.4.Os espaços para reciprocidade e os efeitos da persistência

Recuero identificou que a conversação ganha uma nova dimensão estrutural quando a reciprocidade entre os pares conversacionais conta com a possibilidade de persistência. Diante desta realidade, os laços sociais antes estabelecidos de forma síncrona se estendem no tempo, aumentando a indefinição sobre a duração da conversação. A autora também cita neste item, mas sem atribuir maiores consequências, que a reciprocidade também inclui as conversas com mais de dois atores.

Porém, quando se observa as postagens no Facebook, sem considerar o espaço reservado para os comentários, vemos que as conversas acontecem sempre entre grupos pré-selecionados. Este fato aliado à persistência talvez explique, entre outras coisas, a volta do texto mais formal em detrimento do texto "oralizado" utilizado em espaços para bate-papos síncronos. No caso deste estudo postulamos que isto explique também a recente intensificação da incorporação de outras linguagens a estas conversações, especialmente a visual.

A nova conversação na linha do tempo se caracteriza por muitas pessoas falando com muitas pessoas. Ainda assim, podemos considerar que se trata de uma conversa sabemos que, no caso do Facebook, a maioria quase absoluta de pessoas pertence ao círculo pessoal do internauta. Ou seja, quem posta a mensagem sabe, ao menos em priemeira instância, quem irá recebê-la e espera algum retorno destas pessoas.

2.3.5. Multiplexidade e migração

Aqui evidencia-se as várias relações que se estabelecem em uma conversação em rede e os diferentes espaços que podem percorrer, indo para além do próprio Facebook. Ou seja, a conversa, dada a convergência dentro do próprio universo digital, alia as características de multiplicidade de atores e de plataformas envolvidas. Para Recuero (2009), mapear uma conversa neste contexto pode indicar a força dos laços envolvidos (aqui, novamente a autora volta a falar em apenas dois autores).

No contexto do Facebook, o que ocorre é uma tendência à importação do conteúdo de outras ferramentas para o espaço do "*Feed* de notícias" pela facilidade com que se pode publicar um vídeo do "Youtube" ou uma reportagem de um veículo de imprensa, por

Figura 19 – Atual configuração do site. Fonte: https://www.facebook.com/. Acessado em: 06/06/2013.

exemplo. Claro que ainda são inclusos os links tradicionais da linguagem hipermidiática, como o endereço de um site, mas o contrário é bem mais frequente, conforme observado no tempo de seleção de mensagens.

Somando a estes melhoramentos, o fato do site (Figura 19) ter incorporado o bate-papo à página principal, centralizou ainda mais as conversações, reduzindo a necessidade de migração para outros espaços virtuais. Claro que este é apenas um retrato do momento em que vive a rede, pois tudo tende a se alterar. Por exemplo, com o acesso às redes via

smartphones, se vivencia um estágio tecnológico em que só é possível realizar uma tarefa por vez. No caso em questão, ou se conversa pelo bate-papo ou de acessa o "*Feed* de notícias".

Porém, o que vale para este estudo é que todas estas facilidades foram ao encontro dos desejos de convergência e qualidade de comunicação aspiradas pelos usuários, e que estas novas necessidades foram satisfeitas aprimorando a rede e disponibilizando recursos multimídia que, por sua vez, tiveram nas imagens um recurso fartamente utilizado.

2.4 As mensagens híbridas: a conversação digital emergente

O exemplo sobre o ciclo de vida do usuário na rede indicam que as postagens costumam evoluir da linguagem verbal, mais familiar, para a híbrida, numa adaptação ao ambiente em rede. E dentre estas formas visuais-verbais, cuja imagem se interrelaciona com a linguagem textual de forma complexa, destacam-se as que se apresentam de forma muito integrada, coincidindo com a definição de 'iconotexto', já mencionada. Trata-se da mistura quase que indissolúvel das linguagens visual-verbal.

Barthes (1964) já na década de 60, iniciou uma escola de estudos focada nesta relação imagem e palavra, utilizando-se da propaganda como objeto de investigação a fim de criar suas classificações que procuravam, por exemplo, explicar a relação de dependência entre uma linguagem e outra. Seus trabalhos foram de grande utilidade para os publicitários, designers e outros profissionais que criavam mensagens híbridas, porém em outro contexto, como uma via de mão única. chamamos esta situação de comunicação assimétrica, cuja resposta não vem em forma de diálogo e nem coloca os interlocutores em

nível de igualdade.

Acontece que dentro do universo interativo das redes sociais emerge algo que vem se apresentando como inédito, que é o exercício da manipulação de linguagens distintas com fins comunicativos, mas agora utilizados na prática cotidiana da conversação. Ou seja, não apenas uma relação assimétrica de comunicação, de única via, conforme fazem os meios de comunicação de massa, mas com a interação centrada e simétrica entre interlocutores, equivalente a uma conversa informal.

É inédito também, na medida em que é uma evolução do tipo de fenômeno que vinha dominando o ambiente cibernético, o fato de ser conversação através da linguagem oral ou escrita, ou mesmo uma mistura dela, como muitos estudos linguísticos recentes descrevem (MODESTO, 2011). A comunicação entre pessoas sempre foi um grande atrativo das redes sociais. No início elas utilizavam a linguagem com a qual possuíam maior domínio e do modo mais informal possível, o mais próximo de uma conversa face-a-face. A mistura de oralidade e texto foi a resposta a esta demanda.

Esta comunicação, que foi gradativamente acrescentando opções de linguagem através da possibilidade da incorporação e manipulação de imagem, texto, áudio e vídeo, imersas no formato hipermidiático característico do meio (SANTAELLA, 2005), deve sua emergência graças não apenas à acessibilidade e abrangência das redes sociais, mas também a todo um contexto de aprendizado anterior de convivência com câmeras, celulares, *softwares* de manipulação de imagem e, mais recentemente *smartphones*.

Preparados e conectados, estes usuários deram novos usos e finalidades ao material pessoal produzido deixando de ser apenas meros receptores, ou disseminadores de

mensagens prontas, mas transformando-se em produtores de conteúdo.

Desta forma, da união entre os fenômenos do uso das ferramentas hipermidiáticas disponíveis e da conversação intensa nas redes a partir da interação entre os usuários, um recorte importante para este estudo pode ser realizado: o das mensagens visuais-verbais que “conversam”. Ao menos ao serem publicados na linha do tempo do Facebook passam a se inspirarem mutuamente.

Apenas precisamos alargar a ideia de conversa considerando que em rede elas podem acontecer na medida em que ambos os interlocutores se utilizem da mesma linguagem diferenciada, e a comunicação se desenvolva sob a mesma plataforma de linguagem. Bons exemplos de mensagens que resultam em uma espécie de 'conversa', são postagens em formato de quadrinhos, que procuram contar uma história a partir de uma sequência, utilizando os mesmos personagens. Postagens assim suscitam adaptações com certa facilidade, gerando muitas variações num mesmo contexto, como é o caso apresentado nas Figuras 20 e 21.

No caso os personagens são chamados *memesfaces* no qual o caráter pré-conhecido de cada personagem é utilizado em inúmeras histórias, geralmente com viés de crônica cotidiana. Mensagens assim são muito frequentes e, portanto, acabam por se conformar em algo parecido com uma conversa. Identificamos neles muitos componentes de uma conversação como fluidez das mensagens e reciprocidade.

Mesmo assim, encontramos diversos estudos que, embora tenham como objeto gêneros na Internet, defendem que o texto verbal permanece como base de em todos eles. Berto (2011, p. 100-110), por exemplo, é um autor que prevê como certa a escrita como pilastra

Figura 20 – Mensagem de caráter favorável à conversação em formato de sequência de quadrinhos.
Fonte: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=352499554834070&set=a.188390254527371.46831.188970044529356&type=1&theater . Acessado em: 02/10/2013.

Figura 21 – Mensagem em formato de quadrinhos utilizando *memefaces* pré-conhecidos
Fonte: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=407211599293233&set=a.308410639173330.93412.308059012541826&type=1&theater . Acessado em: 09/03/2012.

da comunicação digital. Isso quando outros estudos a colocam não como base, mas como linguagem principal como descreve Modesto (2001, p. 18):

> [...] O surgimento dos gêneros digitais trouxe consigo uma nova atitude também diante da linguagem e da conversação com um todo: esta seria realizada em tempo real, mediada pelo computador e, essencialmente, por escrito.

Recuero (2009), embora atualize o contexto para as conversações mediadas pelo computador, também propõe uma visão centrada na linguagem verbal.

A autora foca sua observação em marcadores conversacionais (como a repetição de letras dentro de uma palavra ou muitos pontos de exclamação. Ex: muuuito!!!!); novas marcas verbais (como o @ seguido do nome de um usuário enquanto sinal de direcionamento da mensagem a um usuário em particular); novas construções linguísticas e em novos padrões de cooperação. Mesmo considerando a volatilidade com que ocorrem as tendências no ambiente digital, a aposta na continuidade da linguagem verbal na Internet é passível de ser contestada conforme vemos em Flusser (2010, p. 163):

> [...] Entre outras coisas, o que temos de reaprender, em primeiro lugar, devido ao novo que surge, é certamente o modo de pensar linear, progressivo e processual, em primeiro lugar, isto é, o modo de pensar que se articula na escrita linear. Teremos de apagar o alfabeto da memória, para lá podermos armazenar o novo código.

Compreendemos essa mudança que parece difícil de acontecer quando trocamos a palavra mudança por revolução. É esse o ponto de vista do autor que fica mais plausível se o contrapomos com o que estamos vivenciando na Internet: o distanciamento físico, a persistência das interações no tempo, as ferramentas de manipulação de imagens, cada vez mais abundantes e intuitivas, os dispositivos móveis, cada vez mais presentes e com interfaces cada vez mais gráficas e menos verbais.

Essa visão centrada na linguagem verbal justifica-se apenas contabilizando-se as ferramentas de comunicação surgidas no início da Internet conforme descreve a Recuero:

> [...] Finalmente, a CMC é um tipo de comunicação que ainda privilegia especialmente o

texto, mais do que o som e o vídeo (apesar de seu desenvolvimento em hipermídia, a maior parte das ferramentas de comunicação ainda é principalmente textual – vide, por exemplo, *weblogs,* Twitter e Prurk, Fóruns, *chats*, mensagens instantâneas e *e-mails*.

Isso se deu inicialmente também porque era essa linguagem melhor dominada pelos usuários até então. A partir da progressiva facilidade em criar mensagens visuais-verbais adquirida pelos usuários através do acesso a ferramentas como o *software* Photoshop, cada vez mais começaram a fazer parte da troca conversacional no ambiente de redes.

Vale ressaltar que, embora igualmente disponíveis, som e vídeo ainda não predominam no atual estágio da conversação. São atualmente exibidos e disseminados com intensidade menor do que a troca visual-verbal. Esta linguagem audiovisual acontece no Youtube, site criado originalmente para esse formato. Nesta rede acontecem fenômenos que se assemelham às conversas nas redes sociais. O vídeo “Do the Harlen Shake” é um exemplo de conversação dentro desta ferramenta, em que pessoas do mundo todo fazem sua versão da ideia original.

Voltando ao caso específico do ambiente do Facebook, já podemos verificar que outra característica da 'conversa visual' é sua dinâmica assíncrona. Ou seja, conforme descrito por Recuero, ocorre predominantemente em uma 'identidade temporal alargada', definida também como persistência. Até por sua construção mais trabalhosa do que a escrita é necessário um tempo mínimo de resposta, mais do que a escrita e menos do que a audiovisual.

Seus marcadores conversacionais (MODESTO, 2011, p. 72) são diferentes daqueles utilizados na conversa verbal, podendo estar associados aos elementos visuais, à estrutura visual da mensagem ou à própria frase. A entonação pode ser sugerida pela

combinação de cores, o riso por uma sequência de quadros em que um deles representa a interferência do autor, ou mesmo palavras incluídas com alongamentos de vogais, como acontece na conversa verbal.

A nova conversa obviamente perde a conformação oral, tão presente até então, levando consigo a intimidade que esta linguagem sugere. Agora a imagem empresta à conversa um caráter mais público, mais geral e, portanto, mais distante. Ganha em impacto, em atratividade e velocidade cognitiva, o que favorece seu 'espalhamento' inclusive para outros espaços, como o Instagram, Flirck, Twitter, etc.

Fonte: www.facebook.com/photo.php?fbid=292348970831505&set=a.216051615127908.55974.2160500551280648&type=1&theater. Publicado em:21/02/2012. Acessado em: 21/02/2012.

Uma observação superficial das mensagens que circulam nas redes sociais, e em especial no Facebook, deixa claro que é cada vez mais comum a experimentação de linguagem a partir das ferramentas que facilitam a manipulação e mescla de imagens, sons, vídeos e texto. Mas, uma investigação mais atenta revela que nem todas as mensagens que se utilizam destes recursos se consolidam no que se pode chamar de um novo discurso emergente.

Isso porque há mensagens que, embora formalmente compostas por um sincretismo linguístico, carregam em sua essência a lógica linear da linguagem verbal. Especialmente no caso da mistura entre texto e imagem, encontramos muitos exemplos em que as duas formas de linguagem não estabelecem uma relação entre si. O texto, nesses casos, costuma se sobressair e a imagem, frequentemente, assume um papel meramente ilustrativo.

O resultado mais comum, quando a imagem cumpre um papel decorativo, é que ela pode ser trocada por outras ou mesmo eliminada sem alteração da informação principal. A Figura 22 é um exemplo bem típico. Compreenderemos melhor o fenômenos se pensarmos à luz da reflexão feita por Flusser (2007), segundo a qual estamos numa fase inicial de transição ao que se chama de “mundo codificado”. Neste universo encontramos, convivendo no mesmo ambiente, o pensamento linear, materializado pela escrita, o pensamento imagético que, segundo o autor, predominava antes do advento histórico da escrita, e a mistura dos dois, representada pelos códigos tecnológicos atuais.

O ponto de vista do autor serve para reforçar a compreensão de que as mensagens híbridas, que realmente mesclam duas linguagens de maneira indissociável como vemos nas postagens visuais-verbais, não são apenas a junção da imagem ao já conhecido

pensamento linear, mas a emergência de um novo código que insere em sua essência uma nova lógica.

Figura 22 – Exemplo de mensagem em que texto e imagem estão desconectados. Fonte: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=721264457887470&set=a.393709450642974.109288.392251510788768&type=1&theater . Acessado em: 01/10/2013.

As mensagens que conquistam o status de *meme* parecem coincidir, seja pela sua estrutura, finalidade ou significado, com as mensagens que se utilizaram habilmente dos diversos elementos disponíveis como um código com novas possibilidades comunicativas. Mensagens com características de um *meme* são típicas no ambiente virtual, entre outros fatores porque a conectividade simétrica do contexto cibernético nivela as forças entre emissores e receptores, permitindo que certas postagens se apropriem de outras, modificando transformando e potencializando ainda mais o estímulo ao exercício do novo código.

O resultado que se espera da intensa experiência de trabalho e retrabalho com uma mesma mensagem, ou seja, a mensagem se comportando como um “gene cultural”, são mensagens mais sintéticas, perceptivelmente simplificadas na forma e densas no conteúdo, mais adaptadas à cultura das redes. Este fenômeno evidenciaria certo grau de complexidade em sua formulação e na sua correspondente qualidade de expressão visual.

3.1 A definição de *meme*

Nesse estudo, o fato de uma mensagem se transformar em *meme* será o primeiro critério de classificação que definirá o recorte do corpus de estudo e que posteriormente, será analisado sob o ponto de vista da identificação de uma possível nova capacidade discursiva digital e indicará, consequentemente, a emergência de novas habilidades por parte de seus usuários.

Para tanto, a definição de Recuero (2006), que corresponde à definição de *meme*, será o ponto de partida para analisar as mensagens selecionadas por este estudo encontradas circulando no ambiente do Facebook:

> [...] A longevidade é a capacidade do *meme* de permanecer no tempo. A fecundidade é sua capacidade de gerar cópias. Por fim, a fidelidade é a capacidade de gerar cópias com maior semelhança ao *meme* original. Ressalte-se que a propagação dos *memes* é cíclica e nem sempre implica a reprodução fiel da idéia original.

3.1.1 O meme e sua longevidade

Longevidade relacionada a mensagens, seja no Facebook ou em outros sites e blogs, significa postagens que foram publicadas em datas bem distantes umas das outras.

Matérias em sites dedicados ou não ao assunto como o Youpix, Não Salvo, com expressivo número de acessos, ou mesmo a mídia tradicional como o site G1 da Globo e Revista Época, costumam investigar ou criar *rankings* anuais dos *memes* que mais foram disseminados na Internet[33]. Apenas lembrando os *memes* mais famosos de 2012[34], já é possível ter uma idéia de que um ano é um tempo no qual se pode separar mensagens que realmente se sobressaem no quesito longevidade.

A sensação de permanência na rede também pode ser reforçada em alguns casos com as métricas oferecidas pela ferramenta Google Trends. A ferramenta indica por meio de gráficos quando um termo está ligado a uma mensagem visual-verbal. Ela apresenta tanto a quantidade quanto o tempo em que o termo que corresponde à imagem veiculada foi buscado no site de busca Google. Para se ter maior segurança de que o termo corresponde à imagem, é possível se recorrer a outro recurso disponibilizado pelo Google: a busca por imagem[35]. O *meme* "cantada de pedreiro" é um exemplo em que a busca por imagens (Figura 23) deixou mais clara a ligação entre termo e imagem. Embora nem todos os resultados tenham sido iguais (como na segunda figura da primeira linha ou na primeira figura da segunda linha), a maioria dos resultados torna válida a ligação entre os elementos e por consequência a busca no Google Trends.

No caso do *meme* "coffee or beer", o termo, quando digitado no Google Imagens, obteve uma grande variedade de respostas, sendo apenas uma correspondente à imagem desejada. Porém, a imagem foi encontrada no site Memecenter com a expressão acima, embora haja outros termos utilizados para descrever a mesma. Mesmo assim, sua longevidade pode ser comprovada pelas datas de versões publicadas no próprio Facebook. Na Figura 24a e 24b a diferença de datas é de sete de meses.

A mensagem foi encontrada também em outros sites. O *meme* mencionado acima foi

[33]*Meme* do dia: Nana Gouveia em desastres. Disponível em: 31 de outubro de 2012. http://youpix.com.br/memepedia/meme-do-dia-nana-gouveia-em-desastres/. Imagens de Zeca Pagodinho solidário viram *meme* na internet (04 de janeiro de 2013). Recuperado em 04 de janeiro de 2013. http://colunas.revistaepoca.globo.com/bombounaweb/2013/01/04/imagens-de-zeca-pagodinho-solidario-viram-meme-na-Internet/; http://www.ifd.com.br/publicidade-e-propaganda/friboi-entra-no-clube-de-propagandas-que-viraram-memes/. Acessado em: 15 de abril de 2013.

[34]Os *memes*, tendências e comportamentos que marcaram 2012 (26 dezembro 2012). Recuperado em 18 de agosto de 2013http://youpix.com.br/top10/os-32-maiores-memes-de-2012-de-acordo-com-o-buzzfeed/; Os melhores *memes* de 2012 (18 de dezembro de 2012). Recuperado em 18 de agosto de 2013http://www.naosalvo.com.br/os-melhores-memes-de-2012/.

[35] Busca por imagem é um recurso recente disponibilizado pelo Google que realiza uma busca a partir de uma imagem selecionada. O resultado são imagens iguais ou similares.

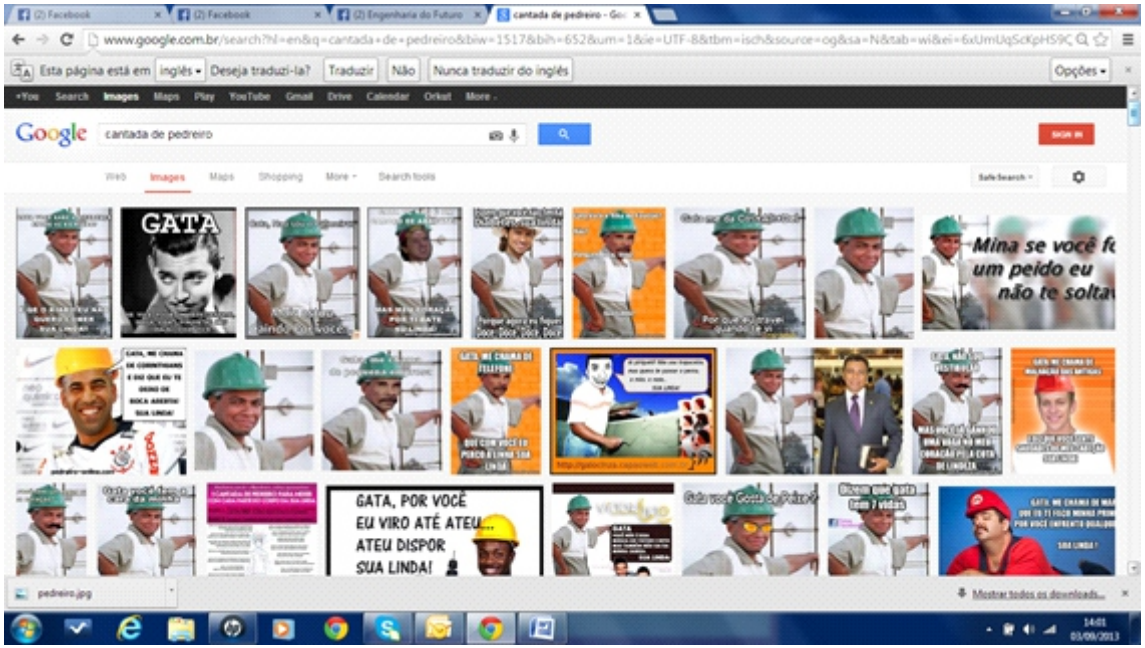


Figura 23 – Resultados da busca por imagens realizada a partir da imagem retirada do *meme* "cantada de pedreiro"
Fonte: Google. Acessado em: 03/09/2013.

encontrado em diversos *blogs* no Tumblr (Figura 25), com data de até dois anos e meio atrás. O curioso neste caso é que este *meme* mais antigo é o que apresentou alguma alteração. Ao invés da cerveja, fazendo o papel da segunda bebida presente em diversos sites e *blogs*, aqui foi encontrada uma alteração na bebida da direita, correspondente a outra bebida alcoólica: ela foi trocada pelo uísque com gelo.

3.1.2 O meme e sua fecundidade

A longevidade nem sempre é a característica determinante para a identificação de um *meme*. O que importa muitas vezes é a intensidade de sua disseminação, mesmo num

a

b

Figura 24 – **a**: *Meme* "coffeeorbeer" com data de utilização no Facebook em 4 de janeiro de 2013. Fonte: https://www.facebook.com/leandro.ernandes/posts/492352647483114 . Acessado em: 02/10/2013
b: Meme "coffeeorbeer" com data de compartilhamento em 23 de agosto de 2013. Fonte: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151410424401565&set=a.351844326564.189635.210302176564&type=1&theater . Acessado em: 02/10/2013

curto período de tempo. É a isto que Recuero chama fecundidade, ou seja, a capacidade do *meme* de gerar cópias. Quando uma postagem possui um número significativo de compartilhamentos significa que o usuário assumiu a mensagem para sua própria lista de amigos, comprometendo sua reputação diante destas pessoas. Compartilhar significa, então, mais do que simplesmente gostar *(like)* ou comentar.

A situação de rede e o volume planetário de usuários ativos, como é o caso do Facebook, faz com que a fecundidade, por si só, seja capaz de produzir um meme, mesmo que sua ascensão e declínio sejam meteóricos. Como exemplo, foi selecionada uma mensagem que equivale a uma crônica do cotidiano. Refere-se a um fato inusitado muito noticiado na época e com grande repercussão também no Facebook.

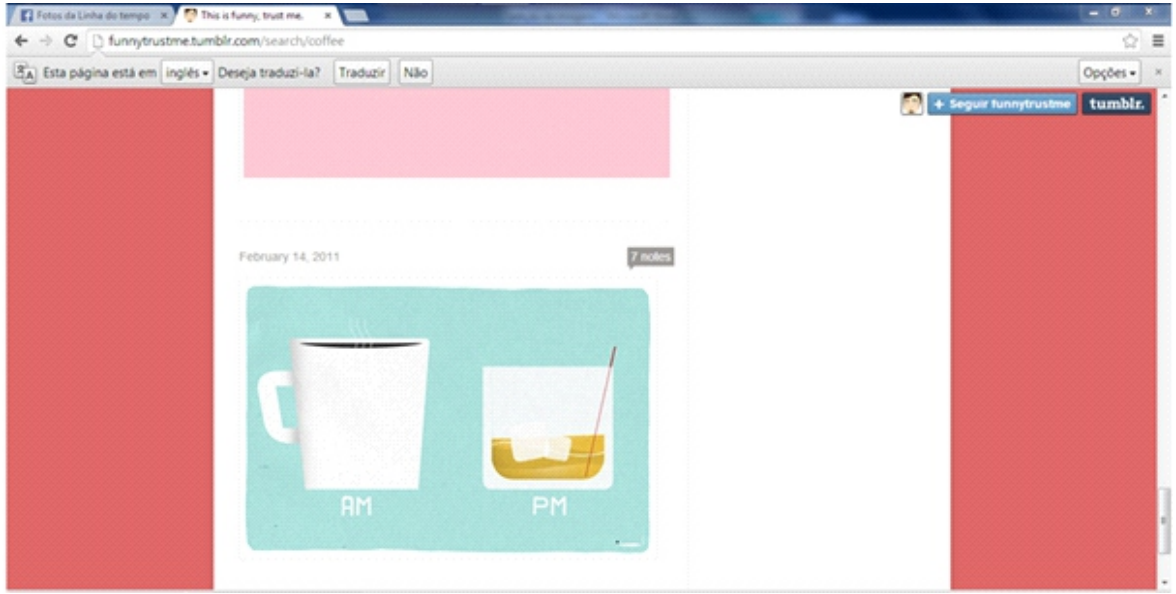


Figura 25 – Meme "coffeeorbeer" com data de compartilhamento de fevereiro de 2011.
Fonte: funnytrustme.tumblr.com/search/coffee. Acessado em:02/10/2013.

Trata-se das notas da apuração do carnaval em São Paulo de 2012 que foram rasgadas na frente das câmeras de televisão. Este foi um assunto muito comentado, porém restringiu-se à época do ocorrido, logo caindo no esquecimento. Embora a longevidade não tenha sido uma característica, podemos considerar que o *meme* gerado pelo assunto foi fecundo.

No dia 21 de fevereiro de 2012, cerca de três horas depois de ocorrido o fato, foi detectado pela autora o *meme* relacionado ao tema, conforme registrado na Figura 26.

Sua fecundidade também pode ser confirmada ao analisarmos seu desempenho depois de um ano do acontecido. O gráfico da Figura 27 apresenta a quantidade de

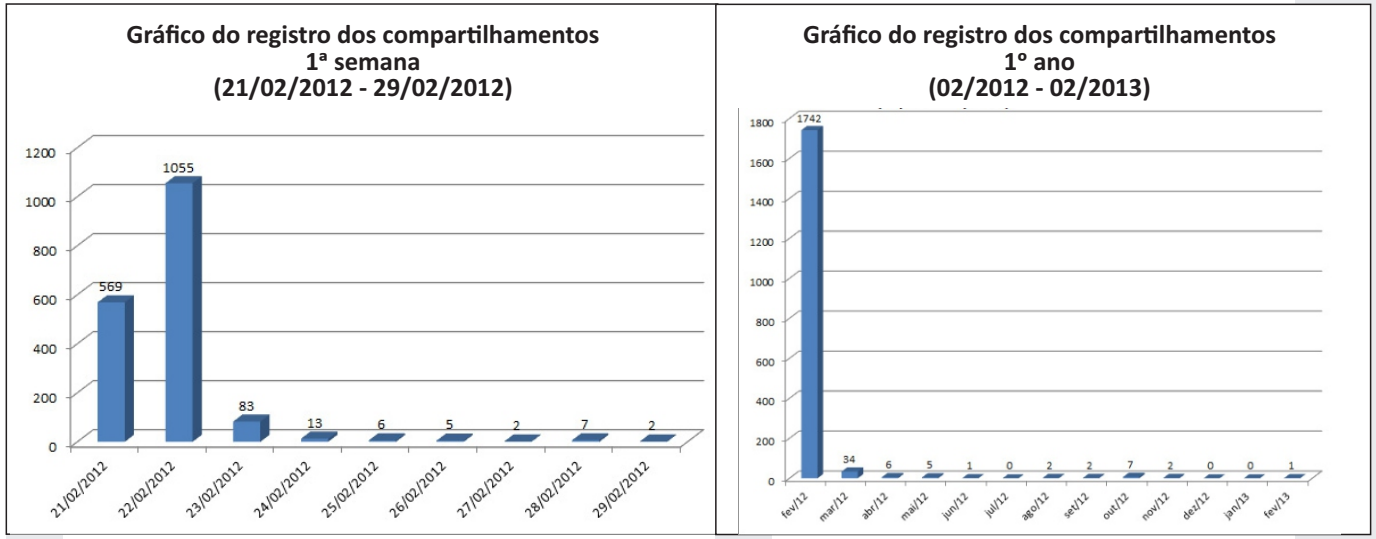
compartilhamentos gerados na primeira semana depois da postagem da primeira mensagem. Vemos o alto índice de compartilhamentos concentrados nos dois primeiros dias. Na Figura 27b vemos que os compartilhamentos efetuados ao longo de um ano mostram o quanto esta publicação foi fecunda embora sua longevidade possa ser questionada.

Figura 26 –Registro da data de um dos primeiros *memes* sobre as notas rasgadas na apuração do carnaval 2012
Fonte: www.facebook.com/photo.php?fbid=292348970831505&set=a.216051615127908.55974.216050055128064&type=1&theater . Acessado em: 21 fevereiro de 2012.

3.1.3 O meme e sua fidelidade

O *meme* de características visuais-verbais que encontramos em sites como o Facebook nos coloca um desafio se considerarmos a origem como um ponto de partida para falar de fidelidade. No conceito descrito por Recuero o *meme* original é o parâmetro para identificar

alterações ao longo de um percurso. Aí o pensamento linear predomina entrando em choque com a dinâmica em rede. Deixa de fazer sentido na nova lógica hipermidiática e rizomática, pensar em rastrear uma mensagem, identificar autores ou localizar seu início. Na prática das mensagens do Facebook, essa impossibilidade se confirma. Este conceito deve assumir aqui novas condições para ser aproveitado na definição de fidelidade entre *memes*. Para começar, deve-se deixar de lado a indicação sobre qual imagem é original e quais são suas possíveis cópias, mesmo nos casos em que matérias jornalísticas realizaram entrevistas com supostos autores, pois, dada a volatilidade deste universo, tudo é passível de contestação.



a b

Figura 27 – Gráficos do registro de compartilhamentos do *meme* da figura 27 ao longo do tempo.
Fonte: autora, a partir dos números disponibilizados no Facebook.

O fator de fidelidade passa a ser a determinação do elemento ou elementos essenciais da mensagem, sem os quais não é possível fazer ligações entre uma e outra. Ao analisar centenas de mensagens e suas possíveis variações foi possível identificar cinco fatores

que podem se constituir na essência de um *meme*. Esse critério acabou facilitando a construção de uma classificação que possibilitou a consolidação de um corpus de análise que torna mais compreensíveis as principais estratégias de mensagens iconotextuais utilizadas nas redes sociais na atualidade.

3.2 Classificação dos memes no Facebook

Das muitas mensagens que realmente utilizam a mistura de linguagens como um novo código, foi realizada uma classificação em cinco tipos característicos: unidas pelo tema (1), ligadas por fatos do cotidiano (2), compartilhando personagens característicos criados na rede (3), apropriando-se de celebridades conhecidas do público em geral (4) e tendo a estrutura morfológica como ponto em comum (5).

Cada uma destas classificações serão analisadas tomando-se como base as três dimensões semióticas descritas por Morris (1985). Seguindo tais divisões e utilizando mensagens retiradas do Facebook, classificamos em cinco grupos, da seguinte maneira:

3.2.1 Categoria 1: Relacionados ao Tema - Ênfase semântica.

O aspecto semântico é o que prevalece neste caso. O assunto ou tema da postagem é a característica que identifica todas as variações da mensagem permitindo que possamos identificá-la como raiz da idéia. Por exemplo, temos o tema do *meme* “cantada de pedreiro”, identificado essencialmente por uma mesma imagem de um homem vestido com uniforme típico de um trabalhador de canteiro de obras. Esta foto foi eleita por expressar, com pouca margem dada outras interpretações, a intenção de se “passar uma cantada” em alguma mulher que esteja de passagem. Esta imagem é completada pela mensagem verbal que explicita a suposta “cantada”, conforme mostra a Figura 28.

Figura 28 – *Meme* "Cantada de Pedreiro" veiculada em 14 de agosto de 2012.
Fonte: http://www.clicmais.net/humor/74608/cantada-de-pedreiro-update. Acesso em 25/09/2013.

A partir deste *meme* raiz encontramos uma grande variedade de mensagens em que se alteram a mensagem verbal, que são variações de cantadas (Figura 29a) e, em alguns casos, encontramos alterações na imagem, como o acréscimo de óculos, mudança de fundo ou a colagem de um outro rosto em cima do rosto do suposto "pedreiro" (Figura 29b).

Identificamos mais informações sobre a abrangência deste *meme* examinando as métricas disponibilizadas pelo Google Trends sobre a busca do termo no Google. A

a b

Figura 29 – Variações do *meme* raiz "cantada de pedreiro"
Fonte: Google Images. Acesso em: 22/02/2014.

longevidade da mensagem fica registrada ao identificarmos um volume considerável de buscas pelo termo exato "cantada de pedreiro" por um período entre agosto de 2009 e setembro de 2013, sendo que o ápice de procura se deu em setembro de 2012 (Figura 30). Além da linha do tempo sobre o interesse do termo, a ferramenta apresenta os números das palavras similares e a localização geográfica de onde foi realizada a maioria das consultas.

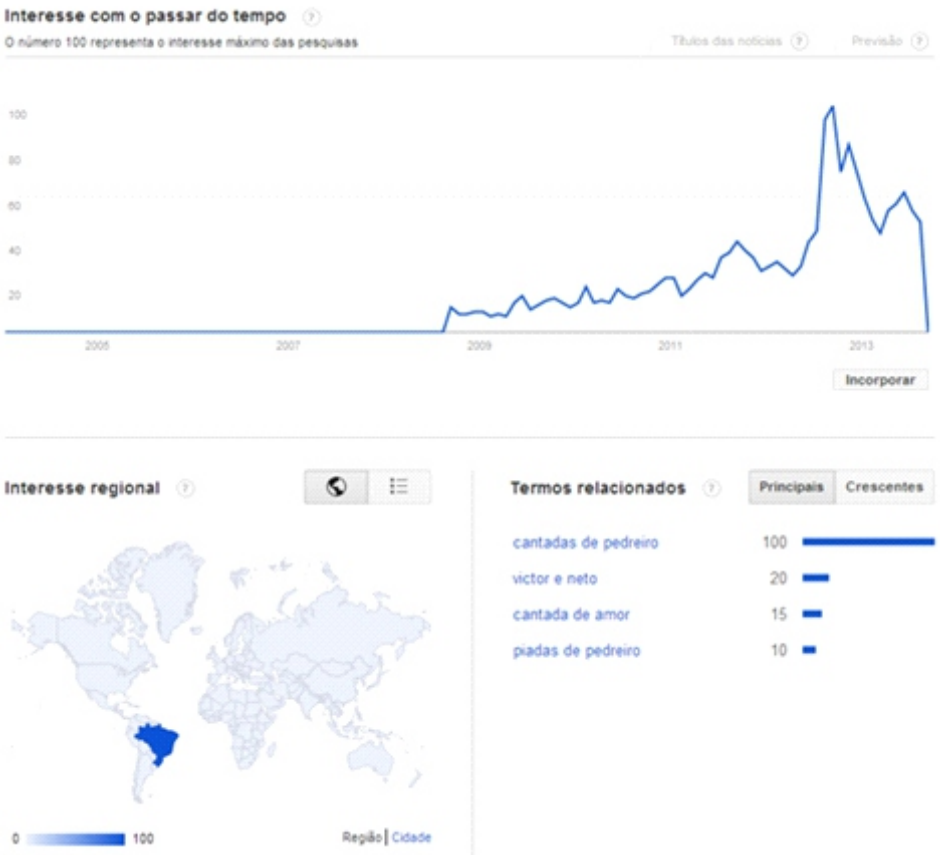


Figura 30 – Métricas disponibilizadas pelo Google Trends sobre busca do termo "cantada de pedreiro" levando em consideração parâmetros de quantidade e tempo.

Fonte: Google Trends. Acessado em: 03/09/2013.

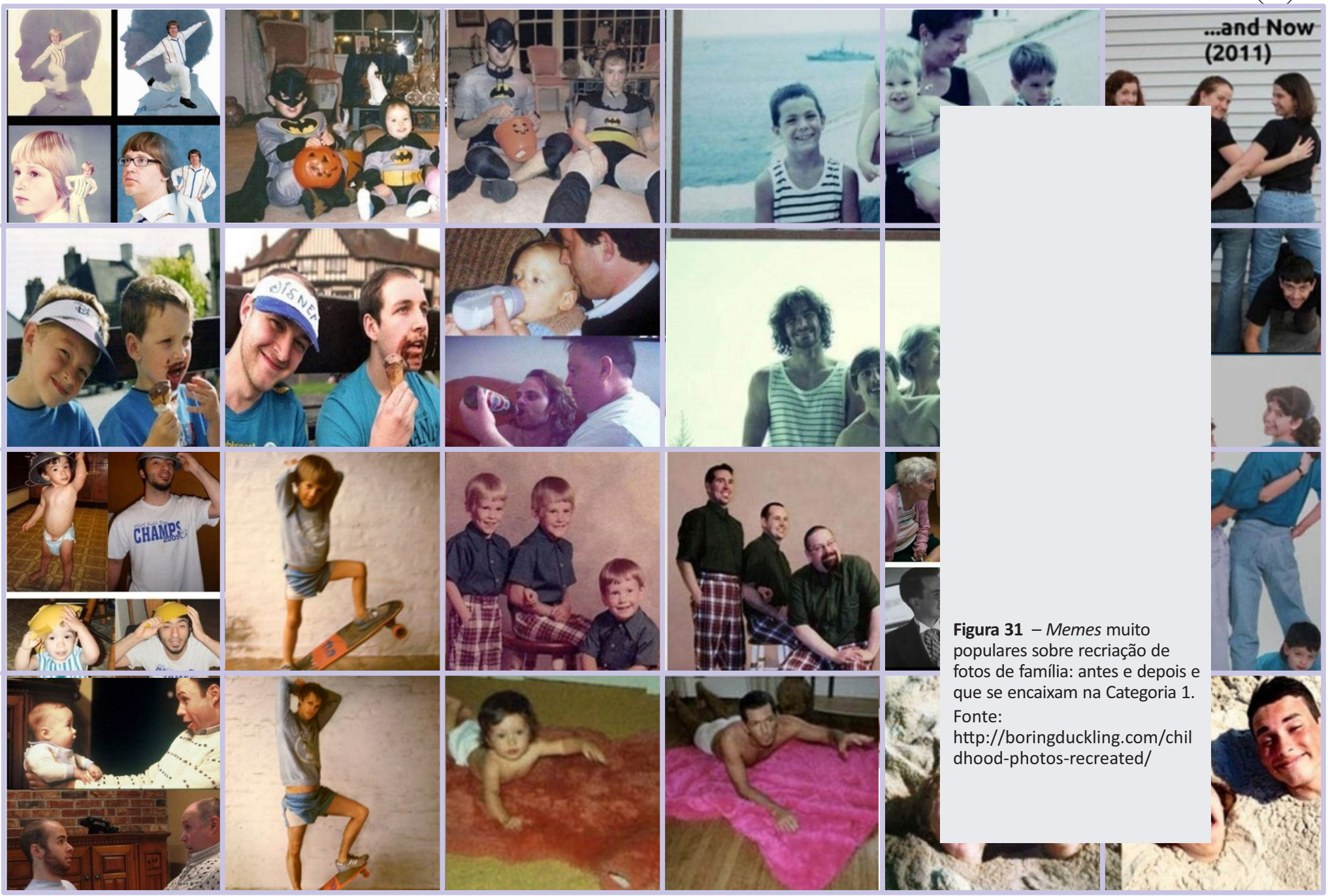


Figura 31 – *Memes* muito populares sobre recriação de fotos de família: antes e depois e que se encaixam na Categoria 1. Fonte: http://boringduckling.com/childhood-photos-recreated/

3.2.2 *Categoria 2: Relacionada ao Tema de crônicas do cotidiano - Ênfase semântica*

Neste tipo de mensagem-*meme*, da mesma forma que o primeiro grupo,a questão semântica também prevalece. O que provoca seu compartilhamento e apropriação é seu apelo a algum fato do cotidiano, despertado na maioria das vezes pela mídia tradicional[36]. Este caráter de crônica do cotidiano faz parte da cultura em uma dimensão bem mais ampla que as redes. O que muda no caso do ambiente da Internet é a amplitude da disseminação de cada mensagem e a linguagem utilizada para propagá-la. Reproduzindo o ambiente *offline*, a longevidade destas mensagens costuma ser menor dada a dinâmica do assunto, que são substituídos logo que outro, tão inusitado quanto, ganhe o centro das atenções.

Um exemplo é o caso do preço do tomate que no início de 2013 alcançou valores fora do habitual, mesmo em época de entressafra. A partir de abril de 2013 o fato ganhou interesse das pessoas, gerando uma grande variedade de piadas a respeito. Uma das primeiras mensagens ironizando o fato foi registrado no início de abril (Figura 32).

[36]Pesquisa da JWT comprova que a maioria dos assuntos abordados nas redes são pautados pela mídia tradicional. http://www1.folha.uol.com.br/mercado/872488-midias-sociais-sao-pouco-influentes-no-brasil-mostra-pesquisa.shtml. Acessado em 27/09/2013.

Figura 32 – Um dos primeiros *memes* registrados no início de abril de 2013 sobre o tema do alto preço do tomate.
Fonte: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=52488894246475&set=a.453077944730904.106928.453048724733826&type=1&theater. Acessado em: 10/04/2013.

Por se tratar de fatos do cotidiano no caso do preço do tomate, o tempo em que o assunto foi tema de mensagens foi bem passageiro. Este dado pode ser confirmado tanto pelo gráfico do Google Trends (Figura 33) quanto pela data da mensagem que já indicava sinais de fadiga das piadas (Figura 34).

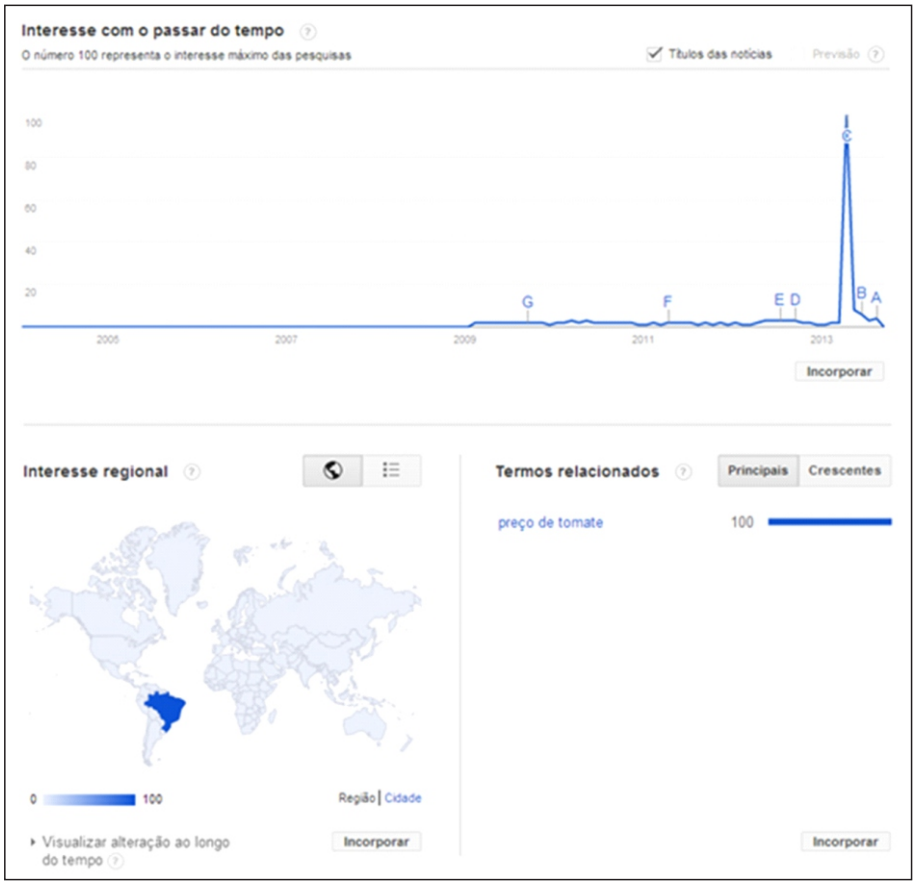


Figura 33 – Métrica do Google Trends sobre o interesse pelo termo "preço do tomate".
Fonte: Google Trends. Acesso em: 03/09/2013.

Figura 34 - *Meme* que indica fadiga sobre o tema "preço do tomate".
Fonte: Disponível em: 10/04/2013. www.facebook.com/photo.php?fbid=509347262455216&set=a.310373405685937.70647.170600022996610&type=1&theater
Acessado em: 10/04/2013.

Os memes visuais/verbais relacionados ao tema renderam também matérias em portais como o Portal Terra (Figura 35), o que reforça que a repercussão do assunto foi relevante.

Figura 35 – Matéria sobre os *memes* "preço do tomate" veiculada na mídia tradicional.
Fonte: Alta no preço do tomate faz sucesso e vira '*meme*' na internet. Disponível em: 05/04/2013. Portal Terra. Acessado em: 10/04/2013.

Figura 36 – *Memes* sobre a alta do preço do tomate ocorrida em maio de 2013 e que se encaixam na Categoria 2.
Fonte: https://www.facebook.com

3.2.3 Categoria 3: Relacionado a personagens pré-conhecidos - Ênfase pragmático/sintático

Os memes visuais que mais identificam a cultura das redes sociais são os que se utilizam de *memefaces* para construir suas mensagens. Estes elementos são personagens prontos que representam estados de espírito, na mesma linha dos antigos *emoticons*.

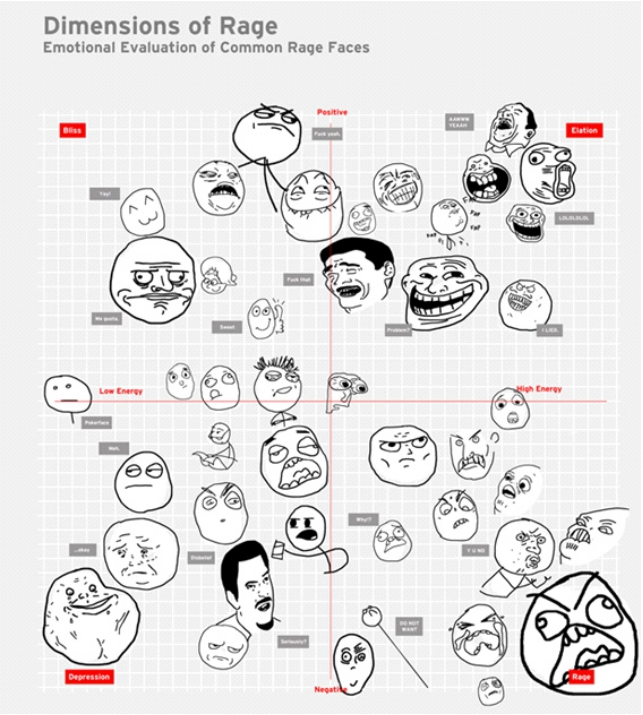


Figura 37 – *Postagem didática com alguns Memefaces* segundo seu grau de emoção. Fonte: Tudo o que você precisa saber sobre *memes*. Publicado em: 28 junho 2011 www.youpix.com Acessado em: 02/06/2012.

Foram criados dentro do próprio ambiente cibernético (Figura 37). O que se diz de sua origem é que nasceram do programa Paint do Windows. O *software*, que oferece recursos

simples para desenho manual, porém com o resultado de baixa qualidade pelos poucos recursos de desenho que possui, aliado à pouca habilidade dos possíveis criadores. Seu sucesso, no entanto, deve-se à identificação da geração mais conectada com as situações e personalidades representadas pelos personagens e pelas histórias inventadas nas tirinhas, que davam vazão à necessidade de contar histórias por meio da linguagem dos quadrinhos.

Daí se evidencia o forte caráter pragmático destas mensagens, que nasceram da necessidade de compartilhar situações pessoais a partir das ferramentas mais simples disponíveis, como o Paint, e utilizando-se da linguagem familiar dos quadrinhos. Um dos *memes* face, inclusive, foi retirado das histórias do Mangá Gantz.

A questão semântica identifica-se justamente pelo tema mais geral, presente em quase todas as mensagens que saem da vida cotidiana dos jovens usuários, como namoro, escola, relação com os pais, com os amigos, entre outros conforme mostra o exemplo da Figura 38.

A questão sintática é uma característica forte neste tipo de mensagem, pois o que começou como uma limitação (de conhecimento de ferramenta gráfica com poucos recursos e falta de habilidade com desenho) tornou-se uma estética característica com a qual certos usuários se identificaram e tomaram como cultura de um grupo.

A origem e explicação de cada *meme* é algo vago, mas que são melhor respondidas por sites e *blogs* feitos pelos próprios usuários como o Não Salvo. Com cerca de 370 mil seguidores, este influente portal tem *fanpages* no Facebook (cerca de 980 mil curtidas) e Twitter (370 mil seguidores). A explicação postada no Assunto e Zoação parece ser relativamente confiável pois coincide com a de vários outros *blogs* similares[37].

[37]Origem dos *Memes*. Disponível em: abril de 2011. http://assuntoezoacao.blogspot.com.br/2011/04/origem-dos-memes.html. Acessado em: 27/09/2013.

Figura 38 – Quadrinhos feitos com personagens conhecidos como *memefaces*
Fonte: www.jovemdoido.com. Acessado em: 06/03/12.

Figura 39 – *Memefaces* e os quadrinhos com tema sobre situações do universo adolescente e cibernético. Pertencem à categoria 3.

Fonte: https://www.facebook.com

3.2.4 Categoria 4: Relacionado a Celebridade - Ênfase pragmática

Uma mensagem que se utiliza de pessoas famosas eleva suas chances de se transformar em um *meme* quando a frase que acompanha a imagem da pessoa famosa capta aspectos de sua personalidade e constrói com ela uma boa piada, ou quando a expressão da pessoa fotografada inspira as situações refletidas na mensagem verbal.

É o caso do *meme* chamado "Willie Wonka Irônico". O fotograma retirado do filme da primeira versão do filme "A fantástica fábrica de chocolate", de 1971, mostra uma expressão que sugere ironia. Essa imagem se transformou num *meme* com muitas variações pela relativa facilidade com que se criaram situações em que o personagem ironizava contradições no modo de agir em cenas do cotidiano. Da mesma forma, a imagem do personagem Chavez, de uma série mexicana veiculada no Brasil por muitos anos, foi utilizada para acompanhar frases irônicas com o teor similar ao humor desta celebridade (Figura 40).

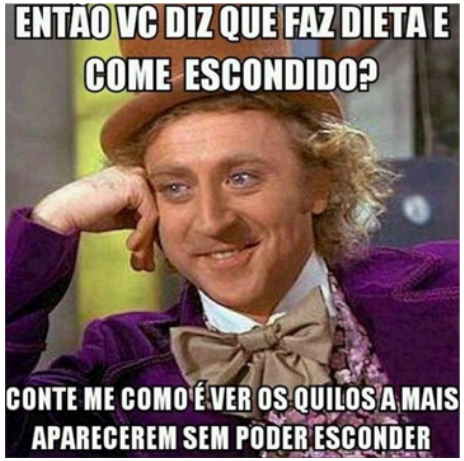


Figura 40 – Exemplo de mensagem que se utiliza de personagens já conhecidas por grande parte do público.
Fonte: Disponível em: 25/04/2013. www.facebook.com/photo.php?fbid=184702908350595&set=a.108272312660322.150552.100004326611867&type=1&theater
Acessado em: 25/04/2013.

Mensagens com este apelo, especialmente suas cópias, são antes de tudo pragmáticas pela facilidade que proporcionam a quem deseja criar uma mensagem original. Os aspectos sintáticos e semânticos já se encontram resolvidos, mas deixam margem para criar algo personalizado.

Consideramos este tipo de mensagem predominantemente pragmática pelo aproveitamento do conhecimento prévio que o publico médio já possui da personalidade, utilizando essas informações para completar a piada. Com isso, ganha-se na economia de elementos e aproveita-se do apelo humorístico já existente como inspiração.

O pragmatismo fica evidente quando se busca por *memes* com estas características no Google. O volume de respostas que a pesquisa retornou (Figura 41) indica a procura de postagens com estas características.

Figura 41 – Resultado da busca por imagens no Google a partir dos termos «mussum forevis».
Fonte: https://www.google.com.br/search?espv=210&es_sm=122&biw=1440&bih=732&tbm=isch&sa=1&q=mussum+forevis&oq=mussum+forevis&gs_l=img.12..0l5j0i24l2.7114.8466.0.9697.8.7.0.0.0.0.383.829.4j2j0j1.7.0....0...1c.1.37.img..3.5.287.3TBAIGzPqh8
Acessado em: 14/03/2014.

Figura 42 – Mensagens da categoria 4, que se utilizam de celebridades e por isso possuem ênfase pragmática https://www.facebook.com

3.2.5 *Categoria 5: Relacionado a estrutura morfológica - Ênfase sintática*

Neste grupo a sintaxe predomina. O tema, a imagem e o texto podem variar. Com o tempo, a estrutura morfológica tornou-se conhecida e se transformou no facilitador da criação da piada. A fidelidade entre as diversas mensagens com esta característica é principalmente o aspecto formal, que permanece em todas as mensagens e permite que façamos uma ligação entre elas (Figura 43).

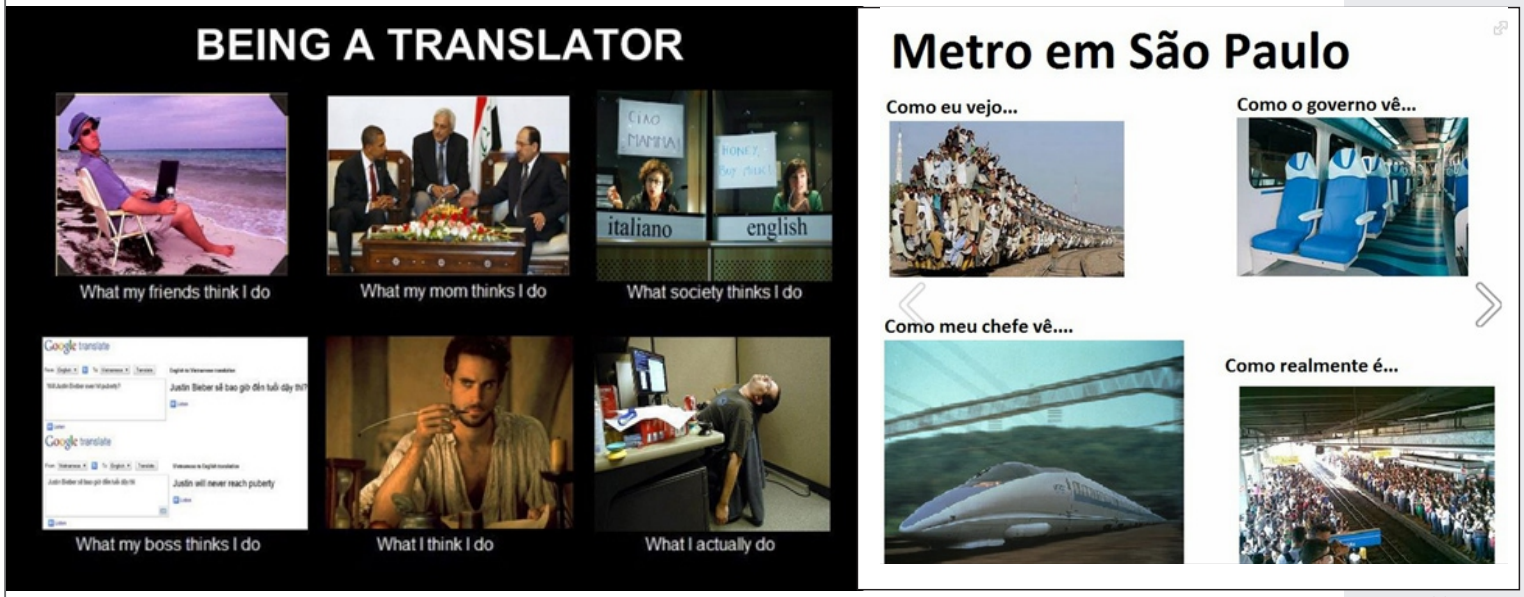


Figura 43
Memes com ênfase sintática onde a estrutura morfológica é o fator de ligação entre as mensagens.
Fonte: Translator do it better, disponível em: 07/02/2013 e Desgraça Alheia, disponível em: 03/02/2012.
http://www.facebook.com. Acessado em: 07/02 de 2013 e 21/05/2012.

Também se incluem nesta categoria as imagens esquemáticas, como fórmulas matemáticas, gráficos, entre outros. São mensagens que geralmente são resultado de imagens mentais, que não possuem referentes no mundo reaL. Encontramos a mesma

ideia redesenhada ou esquemas com ideias originais, sem cópias com alguma pequena alteração. O exemplo “Pai e mãe: quando e para quê você os procura” recebeu muitas variações, mas o conceito é o mesmo (Figura 44).

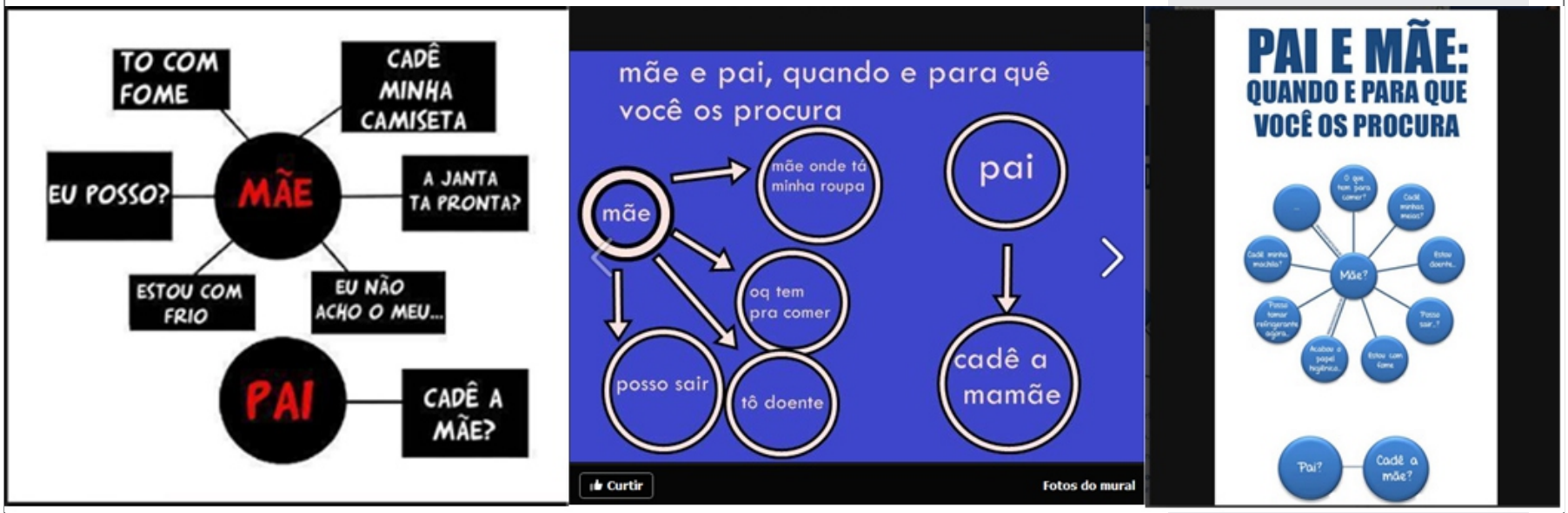


Figura 44 – Variações da mensagem esquemática “pai e mãe: quando e porque você os procura”.
Fonte: www.facebook.com. Acessado entre: 26/12/2012 e 19/04/2013.

Incluem-se ainda nesta categoria mensagens em que o apelo é a comparação visual. O aspecto sintático prevalece como fator identificador quando se observa que a comparação segue um esquema visual relativamente constante, tornando-se uma marca (Figuras 45 e 46).

Incluem-se na modalidade de mensagem com estrutura as criações que se utilizam do universo simbólico matemático e de seu conhecimento prévio, dominado pela maioria do público conforme vemos na Figura 47 .

Figura 45 – O tema varia e o aspecto sintático prevalece nas diversas comparações visuais.
Fonte: www.facebook.com. Acessado em junho de 2013.

Figura 46 – Outros exemplos em que o esquema de comparação visual se aplica em variados temas, contextos e imagens.
Fonte: www.facebook.com. Acessado em: 15/03/2013.

Figura 47 - Mensagens esquemáticas que se utilizam de símbolos matemáticos reconhecidos pela maioria das pessoas.
Fonte: www.facebook.com . Acessado em: 12/10/2013 e 23/01/2012 respectivamente.

3.3 As habilidades emergentes dos usuários em rede

Ao visualizarmos a variedade encontrada nesta classificação de mensagens visuais-verbais postadas no Facebook é possível identificar habilidades presentes nesses exercícios coletivos de criação em rede. Dentre elas destacamos a habilidade de associar palavras e imagens, já que as unidades comunicativas observadas apresentam diversos graus de interação entre seus elementos que vão desde uma independência total entre eles até uma união indissociável na qual a imagem complementa a palavra ou vice-versa, para que a ideia inicial possa ser compreendida. Outra habilidade encontrada é a de sintetizar ideias, mantendo um sentido claro na mensagem compartilhada. Esta pode ser considerada um aprimoramento linguístico proporcionado pelas exigências do contexto: necessidade de se destacar no excesso de mensagens, pouca disposição dos usuários em perder tempo com apenas uma mensagem, falta de outros marcadores importantes na

Figura 48 – *Meme* em que a estrutura morfológica tornou-se conhecida e se transformou no facilitador da criação da piada

Fonte: https://www.facebook.com

interação presencial como as expressões facial e gestual, por exemplo.

A inteligência coletiva é outro ganho considerável adquirido pelos frequentadores das redes sociais como o Facebook. Aprender com o outro é uma experiência tão intensa e fácil quando se está em rede que quase não é percebida. Os *memes* são a face mais visível deste fenômeno. Por fim, destacaremos neste trabalho a habilidade muito praticada e apreciada entre os internautas que é a da comicidade. Grande parte do que é postado em rede pretende entreter e o humor é a maneira mais eficiente de se realizar isto.

3.3.1 Habilidade de associar imagens e palavras

Observamos que associar imagens e palavras nas mensagens compartilhadas com o objetivo de comunicar entre pares se diferencia, em certa medida à capacidade de utilizar os mesmos elementos como forma de expressão, foco mais encontrado na arte ou para fins profissionais, conforme a prática da comunicação visual. O compromisso com a eficiência comunicativa, mais do que com a estética é o que mais encontramos neste contexto.

Para se ter apenas uma ideia do nível de elaboração das composições encontradas nos exemplos selecionados, nos apoiaremos na classificação proposta por Nikolajeva e Scott (2011, p. 27) que, seguindo a linha de Barthes (1990), propõe uma graduação conforme a independência entre os elementos verbais e visuais (Figura 49). Para as autoras, que utilizaram como corpus de análise livros ilustrados infantis, dentre as diversas propostas para uma classificação abrangente, a eleita foi uma que pudesse contemplar a diversidade dinâmicas entre palavras e imagem em 13 níveis.

Sua classificação parte de um espectro em que numa das extremidades está a palavra e na

1	Palavra	
2	Texto narrativo	Texto não narrativo
3	Texto narrativo com poucas ilustrações	Livro de lâminas (Abecedário, poesia ilustrada, livro com ilustração não ficcional)
4	Texto narrativo com pelo menos uma imagem por página dupla (não é dependente da imagem)	
5	Livro ilustrado simétrico (duas narrativas mutuamente redundantes)	
6	Livro ilustrado complementar (palavra e imagem preenchem uma a lacuna da outra)	
7	Livro ilustrado «expansivo» ou «reforçador» (a narrativa visual apoia a verbal, a narrativa verbal depende da visual)	
8	Livro ilustrado de «contraponto» (duas narrativas mutuamente dependentes)	
9	Livro ilustrado «siléptico» (com ou sem palavras) (duas ou mais narrativas independentes entre si)	
10	narrativa de imagens com palavras (sequencial)	Livro demonstrativo com palavras (não narrativo, não sequencial)
11	narrativa de imagens sem palavras (sequencial)	
12	livro-imagem ou livro de imagem	Livro demonstrativo (não narrativo, não sequencial)
13	Imagem	

Figura 49 - Tabela do livro "Livro ilustrado: palavras e imagens" para classificar a relação entre imagens e palavras nos livros infantis.
Fonte: NIKOLAJEVA, M.; SCOTT, C. Livro ilustrado: palavras e imagens. São Paulo: Cosac Naify, 2011, p. 27.

outra a imagem. Entre elas está uma graduação que estabelece diversos níveis de ligação entre os dois elementos que vai de uma composição onde só existem palavras (nível 1) até um produto em que a comunicação acontece somente através de imagens (nível 13). No meio do caminho da classificação encontramos o que as autoras chamam de livro ilustrado "expansivo" ou "reforçador" (nível 7), no qual a narrativa visual apoia a verbal e ao mesmo tempo a narrativa verbal depende da visual. Nos exemplos citados em seu livro, incluindo livros infantis premiados, a ideia é que trabalhos com esta características oferecem mais níveis de leitura, são mais interessantes e as possibilidades narrativas são mais amplas.

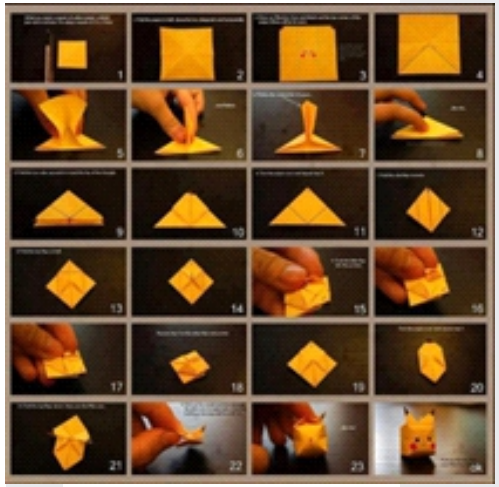
Nas unidades comunicativas comuns no Facebook vemos que também encontramos níveis bastante similares de relação entre os dois elementos linguísticos. Comparando-se, por exemplo, as postagens da Figura 50 identificamos claramente três níveis diferentes de relação entre imagens e palavras que correspondem às graduações propostas no início (nível 4), no meio (nível 7) e no fim da tabela (nível 10) criada pelas autoras.

Comparando-se as três postagens, na Figura 50a, embora tenha ocorrido uma sobreposição de texto sobre imagem indicando que o autor se utilizou de alguma ferramenta de edição de imagens, a postagem demonstrou essencialmente habilidade verbal. A imagem foi acrescentada ao texto com papel meramente decorativo, fazendo leve menção ao personagem Charlie Brown do cartunista Schulz. Relacionando as três postagens com a classificação de Nikolajeva e Scott, podemos classificá-la como uma mensagem com um texto não narrativo com ilustração independente (nível 4).

Já na mensagem da Figura 50b a imagem ganha o primeiro plano e se torna responsável pela informação mais importante da mensagem. Aqui os papéis das duas linguagens envolvidas praticamente se invertem. A imagem conta a história quase sozinha.

a

b



c

Figura 50 - Três postagens que apresentam diferentes relações entre imagens e palavras que correspondem à tabela da Figura 49.
Fonte: Figura 22. p. 89; Piadas de Loiras, disponível em: 21/02/2012 e Inteligente vida, disponível em: 15/03/2013. www.facebook.com. Acessado nas mesmas datas de publicação citadas acima.

Relacionando-a com a tabela da Figura 49 o exemplo indica uma relação expansiva ou reforçadora entre os dois elementos (nível 7).

A novidade não está necessariamente em fazer a ligação entre dois acontecimentos conhecidos o suficiente do público, como um comercial de grande veiculação com o comercial institucional de um banco e um fato noticiado pela mídia de repercussão considerável. Isso muitas pessoas poderiam fazer em forma de um comentário. Tratar o assunto através de imagens sempre foi, até bem pouco tempo, o trabalho de cartunistas e, no entanto, a postagem surgiu de forma anônima.

A postagem Figura 50c é um exemplo de sequência apenas visual visando instrução dispensando palavras e a numeração. Simplifica uma operação que provavelmente seria realizada presencialmente ou filmada. Ou seja, a prática da comunicação por imagens, antes mais familiar a profissionais com formação na área da comunicação visual, agora

pode ser vista em grande quantidade nas postagens em sites como o Facebook. A autoria se perde pois a ideia mais disseminada já passou por melhorias graças à construção coletiva ou também, por uma cultura da Internet, seu autor não se importou em se identificar.

3.3.2 Habilidade de síntese

A síntese é um ganho linguístico que tanto os observadores quanto os usuários que criam as mensagens provavelmente conquistaram no Facebook. Comunicar muito com poucos elementos é, por vezes, apresentar numa mesma postagem vários níveis de entendimento.

A dinâmica das redes sociais na Internet exige rapidez e eficiência na transmissão, sob pena da mensagem passar desapercebida. Afinal, diferente de outras formas de contato social, está imersa em um universo de escala global, embora o Facebook tenha por característica ser um ambiente em que os amigos, que fazem parte da rede, se conheçam pessoalmente. Pesquisas dão conta de que um integrante dela possui em média 229 amigos[38]. E, diferente do mundo físico, você os encontra quase que diariamente, já que a maioria posta ou compartilha mensagens com frequência cotidiana.

Pensando também na motivação de construir e manter uma reputação, comum em muitos usuários, o desejo de ser compreendido e de agradar sua audiência só reforça a ideia de que a prática está direcionada a uma simplificação, na crença que para uma piada fazer sucesso não basta uma boa ideia, mas também a forma como é contada. A entonação, o *timing*, a expressão facial e a adequação ao contexto das pessoas e das circunstâncias podem fazer toda a diferença. No caso da Internet, o contexto e a audiência são da mesma natureza, então o que pode fazer diferença é, principalmente, o impacto das imagens, as

[38]Segundo infográfico desenvolvido pelo JESS3. Usuário médio do Facebook tem 229 amigos, 38 anos e acessa rede social todo dia. Olhar digital. Disponível em: 18/11/2011 http://olhardigital.uol.com.br/noticia/usuario-medio-do-facebook-tem-229-amigos,-38-anos-e-acessa-rede-social-todo-dia/22370. Acessado em: 20/03/2014.

palavras bem escolhidas.

Trabalhar com temas ou elementos previamente conhecidos, dentro da rede ou fora dela, também é um aprendizado que vai se incorporando às habilidades de síntese.

O exemplo mais evidente desta habilidade é o uso dos *memefaces*, nascidos dentro da internet entre usuários mais assíduos e que rapidamente se popularizaram. Hoje, os diversos personagens *meme* têm suas características conhecidas e familiares aos frequentadores do Facebook e histórias em quadrinhos são muito disseminadas e de domínio público no meio. Com os personagens e suas características previamente conhecidas, histórias curtas podem ser criadas por qualquer pessoa com infinitas variáveis como vemos na Figura 51.

Figura 51 - Sequência de quadrinhos que se aproveita do conhecimento prévio dos personagens para ser sintética.
Fonte: Disponível em: 03/04/2012. www.minilua.com. acessado em: 03/04/2012.

Outro exemplo é a ideia original de reproduzir hoje uma foto de quando o usuário ainda era criança (Figura 52). Essa fórmula relativamente fácil de ser produzida tem sido muito

reproduzida na Internet. A maioria dos usuários já viram ou comentaram sobre esta ideia. Embora algumas fotos comparativas sejam mais claras que outras, quando encontram uma mensagem assim não é preciso explicar que se trata de duas versões da mesma pessoa com a diferença de muitos anos, mas na mesma posição. Tudo isto é compreendido instantaneamente. A síntese é traduzida pela simplicidade conceitual da fórmula formal em contraposição ao impacto que o contraste das imagens transmite e as lembranças que evoca em quem as vê.

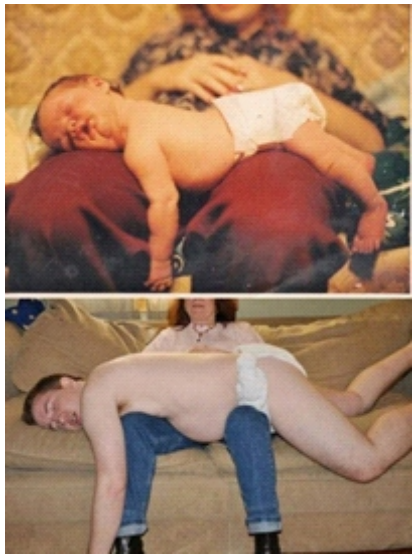


Figura 52 - Postagem em que o usuário é fotografado na mesma posição e no mesmo contexto que sua foto de infância.
Fonte: AnyGag, disponível em: 21/11/2013.
www.facebook.com. Acessado em; 21/11/2013.

Todas essas postagens e outras com ideias similares, igualmente muito reproduzidas e compartilhadas, deixam visível a força da comunicação deste gênero específico de comunicação e de seu potencial para manter o interesse dos frequentadores da rede e de satisfazer a necessidade de seus usuários por entretenimento e consolidação de reputação neste ambiente.

3.3.3 *Habilidade da inteligência coletiva*

Na rede e em ambiente de compartilhamento é possível perceber uma ideia inspirando outra. A ligação entre as postagens não é apenas de conteúdo, mas estética. Observamos, logo à primeira vista, padrões e soluções estéticas que se repetem em postagens dos mais diversos assuntos como mostra a Figura 53. A disposição espacial, a escolha da fonte tipográfica (simples, legível), o contraste com o fundo neutro, a inspiração de procura de imagens em sites de busca, a solução de procurar imagens conhecidas da maioria das pessoas para facilitar o entendimento do que se busca transmitir, estão presentes nas Figuras 53a e 53b.

a b c

Figura 53 - Semelhança estética típica entre postagens no Facebook.
Fonte: www.facebook.com .

A última postagem (Figura 53c) apresenta a utilização livre dos personagens criados dentro do próprio ambiente virtual. A cada mensagem com estas características vemos as pessoas cada vez mais familiarizadas com a essência de cada *memeface* a ponto de conseguirem criar versões fiéis e ao mesmo tempo criativas a partir deles. Um dos

Figura 54 - Postagem do site Youexif de sequência visual instrutiva.
Fonte: Disponível em: 07//12/2014. http://www.youexif.com/photo/55524. Acessado em: 07/12/2014.

aprendizados sutis, por exemplo, é saber que nestas historinhas, manter as características físicas do personagem principal em todos os quadros, coisa óbvia no mundo dos quadrinhos, não é mais a regra. A regra aqui é que não é o personagem que tem características físicas permanentes, mas seu estado de espírito

No exercício de compartilhamento é frequente vermos a mesma ideia reproduzida de formas diferentes, como no caso do esquema irônico sobre a relação de filhos e pais (Figura 45, p. 113). Provavelmente uma versão inspirou a outra e podemos verificar resultados mais ou menos eficientes.

A convergência pode acontecer entre plataformas, tipos de dispositivos (fixos e móveis), sites, e essa possibilidade torna ainda mais fértil a construção da inteligência coletiva. No

Facebook, encontramos postagens vindas de quase todos os tipos de sites. O Youexif, por exemplo, que é um site dedicado à fotografia para amadores e profissionais e se popularizou por postagens de instruções visuais de artesanato, decoração, maquiagem, penteados, culinária.

Muitas pessoas são inspiradas a experimentar este tipo de linguagem difundida pelo Youexif respeitando a regra de uma certa estética mais profissional, o número limitado de quadros e o fato que se evitar ao máximo o uso da linguagem verbal (Figura 54). O resultado na maioria das vezes é bem comunicativo, eficiente e universal.

3.3.4 Habilidade do roteirista comediante

A cultura emergente no ambiente virtual possui uma disposição natural ao entretenimento e as mensagens postadas no Facebook espelham esta tendência. O humor, então, é uma estrategia muito presente, pois ao mesmo tempo que cumpre o papel de entretenimento esperado pela audiência, promove quem se utiliza dele. Ser engraçado tem um valor social especial na construção da desejada reputação diante de sua rede.

Embora determinar o grau de comicidade de uma mensagem seja tarefa difícil a intenção de fazer rir fica evidente quando analisamos caso a caso. A presença constante de compartilhamentos de postagens com esta abordagem e a diversidade de páginas totalmente dedicadas ao humor revelam o quanto este tipo de habilidade também foi exercitada no espaço do Facebook. Mas o humor sempre esteve presente em conversas presenciais antes das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação). O que é recente é o uso da imagem nas postagens, pois não havia nem tecnologias que permitissem e nem necessidade de que a conversação cotidiana acontecesse desta forma.

Para perceber a extensão do humor praticado com imagens e palavras no Facebook, buscamos encaixar as diversas postagens humorísticas nas definições e classificações de comicidade propostas por Propp (1992), que entende que a comicidade está sempre relacionada ao homem, depende da cultura de cada grupo, que pode ter reações diferentes achando graça ou não diante de um mesmo objeto ou situação cômica. Ainda segundo o autor, há também diferenciações de caráter individual, como o talento nato para o riso e para fazer rir. As situações, alegres ou de dor, podem tanto favorecer quanto impedir que o riso aconteça não importando o quanto engraçado possa parecer a ocasião.

O autor, portanto, leva em consideração a percepção do cômico para definir o que ele chama de tipos de risos e somente a partir deste ponto ordenar o material coletado. Propp chega, por este caminho, às fontes do riso: a natureza (tendo sempre o homem como parâmetro e referência), a natureza física do próprio homem, a comicidade por semelhança, a comicidade pela diferença, do homem como aparência de animal, do homem-coisa e das situações e tramas cômicas. A proposta da classificação acima se encaixa ao contexto cibernético porque divide os vários tipos de humor pelo efeito que causam. A taxonomia segue o método indutivo, ou seja, parte de um cuidadoso estudo dos exemplos para chegar a conclusões apoiadas nos próprios exemplos.

Algumas das classificações acima podem ser encontradas nas postagens visuais no Facebook. A título de ilustração foram selecionadas algumas na Figura 55. Observamos estratégias muito similares às elencadas pelo autor nas mensagens de humor postadas no Facebook. Poderíamos descrever a Figura 55a como a comicidade realizada pela semelhança, a Figura 55b como uma situação cômica, a Figura 55c relacionando características humanas a animais, Figura 55d como comicidade pela diferença e a Figura 55e o humor obtido a partir da natureza física do homem.

Como estes, muitos mais podem ser encontrados diariamente disputando espaço com vídeos e narrações verbais. Muitos são encontrados em versões em inglês, indicando sua possível origem americana, porém se encontra muitos *memes* de sucesso genuinamente brasileiros como a mensagem Figura 55d. Do mesmo modo, em muitos exemplos anteriores o assunto tratado na publicação deixa claro que a criatividade e veia cômica nacionais estão circulando no Facebook.

a b c d e

Figura 55 - Exemplos de mensagem cômica segundo classificação de Propp.
Fonte: Respectivas páginas do Facebook que assina a autoria:
a: "Nana Marcelo", disponível em: 25/10/2013.
b: "Ricardo e João Fernando", disponível em: 25/10/2013.
c: "Risos no face", disponível em: 17/09/2012.
d: "Eternamente tricolor _x_" , disponível em: 05/05/2013.
e: "Troll Master"
disponível em: 21/04/2013.

Fonte: http://memetizando.com/2012/04/02/como-sao-feitas-as-tirinhas-memes/.
Publicado em: 02/04/2012. Acessado em: 15/02/2014.

Segundo Flichy (2010), o avanço das novas tecnologias de informação e comunicação consagrou a atuação dos *amadores*. Segundo sua abordagem, as TICs fornecem recursos aos indivíduos para desenvolverem seu "individualismo conectado", como ele chama. Através da aprendizagem coletiva, o indivíduo imerso nas redes e motivado com a possibilidade de construir sua identidade através dela, passa a produzir, criar e, consequentemente, a ser fonte de conhecimento e desenvolver novas habilidades sociais. Essas habilidades sociais estão sendo, por sua vez, alicerçadas e alavancadas pelas habilidades conquistadas no campo da linguagem e da comunicação.

O domínio técnico é adquirido, segundo o autor, aos poucos, dia após dia, de maneira prática. O resultado final torna o amador a meio caminho entre o usuário comum e o profissional. Como profissional entendemos o indivíduo ligado a uma empresa e com objetivos comerciais. Ele pode atuar em áreas como a política, o jornalismo, o cartum ou a comunicação visual. O chamado amador invade todos estes campos de atuação promovendo um confrontamento não intencional. Porém, a comunicação através de mensagens visuais-verbais e as habilidades decorrentes só se tornaram uma realidade graças às ferramentas que o usuário de redes aprendeu a manipular.

Sem os sites de edição de imagem e vídeo, mesmo com toda a motivação do mundo e toda a força conectiva da Internet, nenhum avanço poderia ter sido atingido. As ferramentas apropriadas estimulam o usuário a criar e experimentar recursos cada vez mais amigáveis e intuitivos a tal ponto que até mesmo o amador mais despreparado é capaz de concretizar o que sua imaginação e criatividade intencionou. Sem entrar ainda na discussão sobre se é o amador que impulsiona o desenvolvimento das ferramentas ou, na verdade, é condicionado por elas, o fato é que toda esta disponibilidade tem ajudado a proporcionar, em termos de poder de comunicação, uma sensação de autonomia e liberdade às pessoas comuns.

Essa sensação corresponde a uma melhora perceptível na qualidade e sofisticação das mensagens elevando sensivelmente o patamar de linguagem das pessoas frequentadoras de redes sociais virtuais. Mas o resultado de toda esta experimentação também sugere que a liberdade não é total. Há aspectos técnicos que direcionam as possibilidades e elas provêm principalmente do que é oferecido em termos de recursos de edição de mensagens.

Hoje, muitas das postagens e mesmo fotografias pessoais são "melhoradas" ou alteradas pelos mesmos programas de manipulação de imagens que são as ferramentas básicas de trabalho de profissionais como fotógrafos, diretores de arte de agências de publicidade, artistas visuais entre outros. São *softwares* profissionais com inúmeros recursos que passaram a ser largamente utilizados pelas pessoas em geral para fins pessoais. Tais programas são capazes de alterar cada unidade mínima das imagens digitalizadas (os pixels) oferecendo possibilidades de recorte de elementos, elaboração de fotomontagem e adição de uma grande variedade de filtros, gradientes e máscaras, além da simulação todos os tipos de pincéis, canetas e lápis para inserção de desenhos e pinturas feitos manualmente. Os mais antigos e populares[39] se destacam pela qualidade dos resultados que proporcionam, pela segurança na qualidade de impressão e por sua atualização e adaptabilidade ao longo do tempo. Oferecem uma ampla gama de recursos que garantem desde pequenas alterações até a reconstrução quase total de uma cena[40].

Embora sejam amistosos e autoexplicativos com relação aos recursos mais básicos, requerem conhecimentos prévios para fazer bom uso dos recursos mais complexos. Qualquer pessoa pode facilmente clarear uma foto que saiu escura, ou inserir texto sobre uma imagem, mas é necessário conhecimento prévio sobre os princípios de proporção da figura humana (que um curso de desenho ou a prática dele pode proporcionar) para corrigir

[39] Entre eles destacamos o Adobe Photoshop, software editor de imagens bidimensionais desenvolvido pela Adobe Systems. É considerado o líder no mercado dos editores de imagem profissionais, e para edição profissional de imagens digitais e trabalhos de pré-impressão. http://mundopropagare.blogspot.com.br/2009/05/photoshop-definicao.html .Acessado em: 15/02/2014

[40] No vídeo é possível visualizar o passo a passo de uma transformação que vai bem além dos retoques estéticos chegando a deixar a modelo irreconhecível. http://www.youtube.com/watch?v=9o790jIJMzM. Acessado em 7 de janeiro de 2014.

uma eventual distorção na imagem de uma pessoa em uma foto. Sendo assim, programas com recursos ilimitados como estes exigem preparo e dedicação que vão além da disponibilidade e desejo da maioria dos usuários das redes.

Outros programas mais recentes vêm oferecendo recursos mais simples para responder à demanda de um público cada vez mais amador. Há sites que permitem a qualquer pessoa inserir, de um jeito bastante intuitivo e prático, um texto sobre uma imagem sem que haja problemas como legibilidade ou de sobreposição. Para tanto, as escolhas quanto ao local, o tipo de fonte, o número de caracteres do texto e o tipo de imagem são definidos previamente e as opções limitadas. Desta forma, não comprometem o resultado estético e pragmático final além de tornar a operação muito rápida[41].

Nos aplicativos para dispositivos móveis (celular, *smartphones* e *tablets*) ainda predominam os que centralizam a comunicação na linguagem verbal, porém cada vez mais seguem a tendência de fornecer ferramentas para edição multimídia. Os mais simples oferecem a opção de unir a conectividade à câmera fotográfica que integra o dispositivo, favorecendo a postagem instantânea de imagens na Internet. Outros programas ainda oferecem filtros para dar aspecto antigo a uma imagem, destacar as cores originais ou criar molduras criativas personalizando o resultado final. São programas que vêm sofrendo atualizações constantes no sentido de flexibilizar cada vez mais os recursos, e mantendo o princípio de acessibilidade para pessoas que possuem pouca prática e cada vez mais oferecendo a opção de comunicação com outras linguagens além da verbal[42].

Há aplicativos também que permitem a utilização do recurso de câmera de vídeo, que também fazem parte do dispositivo móvel, para a criação e publicação de vídeos e a

[41] Um exemplo é o Reddit.

[42] Um exemplo deste tipo de programa é o Instagram.

inserção de gravação da voz para pequenos recados[43].

Os recursos disponibilizados pelos sites e aplicativos mais acessíveis embora estimulem uma participação ativa do usuário convidando-o a ir além do compartilhamento e comentários, são limitadores quanto à linguagem na comunicação em rede. Embora muitas vezes atuem em ambientes vizinhos e por vezes seus frutos repercutam mais do que uma notícia de jornal, um cartum ou um programa de TV, ainda há barreiras que dificultam a realização de tudo o que é imaginado.

A captação das imagens é uma delas. Quando são capturadas pelo próprio usuário, independente da qualidade da câmera utilizada, a iluminação é um fator limitador fundamental. Uma fotografia num ambiente interno, por exemplo, deixa claro a diferença entre um profissional e um amador, bem como a qualidade obtida em uma foto noturna, sobre a qual poucos podem fazer os filtros de um editor de imagem para melhorar a deficiência na captação de formas, texturas e cores. As limitações permanecem quando as imagens são capturadas na internet, por meio de sites de busca, pois nem sempre o que se encontra é exatamente o que se imaginou, diferente de produzir a própria imagem através de fotografia ou desenho. O uso de imagens prontas obrigam o usuário a adaptar o que imaginou ao que encontrou na busca. Embora não deixe de ser um bom exercício de criatividade, perde em originalidade. Trata-se sempre de uma reciclagem que somente se torna atrativa quando reutilizada em combinações muito criativas. Sem levar em consideração a questão de direitos autorais que, mesmo sendo na cultura de rede, algo de menor importância, esbarra em questões legais, em muitos casos.

Essa é a receita de muitas postagens que viraram *memes* de sucesso na rede, mas também é o que determinou a estética típica deste tipo de mensagem. Ou seja, não há

[43] Atualmente podemos encontrar estes recursos no Snapchat, WhatsApp e WeChat, entre outros.

praticamente estilo pessoal neste meio como estávamos acostumados em tempos pré-cibernéticos. Identificávamos cartunistas pelo seu tipo de humor e traço. Em rede não é apenas pela dinâmica colaborativa que não conseguimos identificar a origem de uma ideia, mas também porque o estilo compartilhado torna-se uniforme e as diferenças mais sutis.

Embora um usuário comum consiga hoje unir palavras e imagens, melhorar definição, bem como a iluminação e as cores das imagens, dar um aspecto antigo e até deformar uma pessoa deixando-a mais gorda ou mais velha, vemos que a maioria das postagens encontradas se mantém em níveis técnicos simples. Por exemplo, os elementos por vezes não possuem uma boa relação de hierarquia ou contraste. As ferramentas de edição mais populares, impulsionadas por uma forte demanda oferecem soluções, que embora abram as portas para novas linguagens a pessoas que antes dominavam principalmente a verbal, se desenvolvem apenas de acordo com a lógica da simplicidade máxima. Ou seja, oferecem apenas recursos que a maioria das pessoas comuns seria capaz de aprender sozinha, instantânea e intuitivamente.

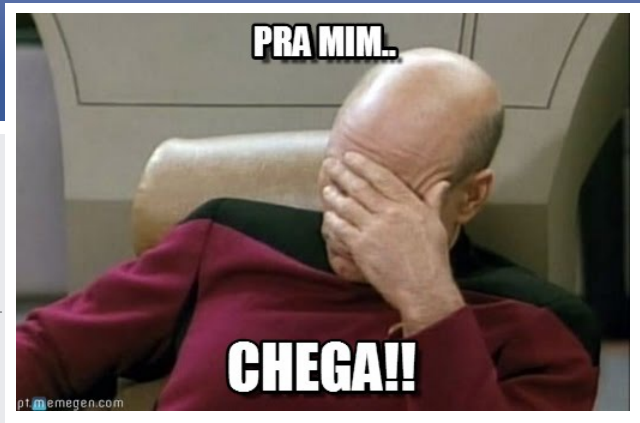
A força comunicativa das mensagens vem, na maioria das vezes, da inteligência coletiva e não individual, ou de uma equipe capacitada e com recursos físicos e financeiros. Sendo assim, podemos enxergar que a influência do amador está bem mais restrita ao mundo virtual, embora este universo esteja em ascensão e os limites entre o ambiente *online* e *offline* tenham ficado mais tênues.

A ideia histórica de progresso aliada ao predomínio atual do individualismo pode nos levar a crer que estamos no ápice de uma evolução, num processo de libertação de um mundo pré-moldado e condicionador. A era da informação, cujo estágio atual é a Internet disseminada e cada vez mais acessível, seria o ponto alto que veio finalmente nos

proporcionar a autonomia e liberdade tão desejadas?

Mas, no universo do ambiente virtualizado, dos dispositivos, das matrizes tecnológicas disponibilizadas eletronicamente, vimos que muitas vezes as ferramentas que precisamos aprender e manusear para atuar nas redes e para nos comunicarmos fazem o papel duplo de abrir as portas para novas formas de comunicação por outro lado sendo também limitadoras e condicionadoras da atuação em rede. Ao nos determos apenas nos resultados produzidos, podemos perceber que o usuário comum está sendo capaz de se desenvolver transformando-se em fonte de conhecimento e influenciando sua própria rede, mesmo com todas as limitações descritas. Aprimoramos nossa forma de nos expressarmos através de uma prática emergente.

Fazendo um cruzamento entre as possibilidades disponibilizadas pelas ferrramentas utilizadas pelos usuários para criar as mensagens postadas na internet e as habilidades destacadas anteriormente, vemos que, no conjunto, elas esboçaram um gênero discursivo diferenciado, próprio das redes, adaptado às suas necessidades e cultura e colaboraram para que a coloquialidade e eficiência próprias da comunicação interpessoal presencial pudessem manter a emoção, a proximidade e informalidade, mesmo mediadas por uma máquina processadora de dados.



Fonte: pesquisa por imagens pelo termo «meme chega pra mim» no Google images. Acessado em: 17/03/2014.

O objeto selecionado neste estudo exigiu preliminarmente uma reflexão sobre pontos do universo das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação) com o propósito de nos familiarizarmos com este ambiente. A cultura cibernética incorporou muito do que já existia antes, mas, ao mesmo tempo, mudou profundamente as relações em sociedade. No primeiro capítulo, partimos das linhas gerais das origens do fenômeno e fomos gradativamente selecionando aspectos que, embora amplos, estão mais diretamente relacionados com o assunto principal.

Vimos que a crença quase incondicional na tecnologia foi uma consequência do aumento da especialização do conhecimento e do enfraquecimento de valores que antes eram responsáveis por agregar a sociedade como um todo. Aceitamos muito rapidamente a revolução proporcionada pelas TICs em substituição a outras crenças como nação, Deus, liberdade, igualdade, a ligação com a natureza, entre outros. Tais ideais fundamentais perderam espaço para a comunicação, novo foco de interesse capaz de produzir a aceitação social necessária para o funcionamento da vida em sociedade.

A adesão entusiasmada ao novo ambiente superou em pouco tempo a inicial elitização, formada, segundo Castells (2007), a partir da cultura de inovação instalada formalmente no Vale do Silício na década de 70, nos EUA e se espalhou pelo mundo. Primeiro avançou em direção aos grandes centros urbanos e depois para os países em desenvolvimento. A grande mola impulsionadora desta democratização global foi a Internet e a criação das ferrramentas que facilitaram a ampliação das redes sociais do mundo físico para o universo virtual.

Diferente do senso comum, resistências naturalmente ocorreram por parte de muitos autores diante de tantas mudanças e em tão pouco tempo, algumas mais lúcidas e outras apenas refletindo o receio decorrente do desconhecido. As principais preocupações

levantadas giram em torno da autonomia do indivíduo e do enfraquecimento da experiência do real como o fazem Chaui (2010) e Jamesom (1993). Baudrillard (1997) também critica o capitalismo como responsável pela acentuação da despolitização das massas, iniciada pela era das mídias de massa e culminada pela era digital.

Um aspecto importante levantado especialmente por Chaui e a se destacar neste contexto para o melhor entendimento dos desdobramentos do fenômeno da "Era da informação" é a forte alteração da percepção de tempo e espaço no mundo virtual. Visto sob um novo ângulo, tal fenômeno permite, entre outras coisas, a ampliação da força da mensagem pessoal e a redução das diferenças entre as estâncias pública e privada. Também foi importante trazer para o trabalho, através de inúmeros estudos, um pouco da descrição do perfil do público frequentador do ambiente cibernético, que pode ser dividido por seu grau de influência, formas de interação e domínio das ferramentas disponíveis. Castells os distingue em *interagentes* e *receptores* da interação, ou seja, mais e menos famliarizados com o meio. Através de outros autores também podemos identificá-los através da geração a que pertencem, como Jenkins (2009). Embora os usuários assíduos englobem cada vez mais todas as camadas etárias da sociedade, muitas pesquisas indicam que a geração entre 18 e 24 anos, chamada por alguns de Geração Y, está no topo da cadeia de influência em ambientes e redes digitais bem como na área de consumo, conforme pesquisa da Box1824.

Independente das diferenças de interação vimos que a revolução da Internet gerou um sensível empoderamento do indivíduo. A conexão interpessoal predominante no estado pré-Internet perde espaço e importância para a interação social coletiva, no qual as ideias são disseminadas exponencialmente. A conversação típica neste ambiente se dá de um para muitos, que por sua vez espalham e reutilizam a mensagem na própria rede e/ou em outras redes.

Vimos que a grande revolução aconteceu, dentro da linha do tempo em que se desenvolve as TICs, no âmbito das relações entre indivíduos e não das grandes corporações ou dentro dos projetos nacionais. As instituições começam a compreender que a ordem se inverteu e passaram, pouco a pouco, a invadir os ambientes pessoais virtuais para interagir com as pessoas comuns, que por sua vez estão voltadas para seus círculos de interesse pessoal, na maioria das vezes dentro de sites de conversação, que se transformaram no centro da convergência virtual.

A prática da conversação em um novo ambiente introduz algo novo, com novas dinâmicas sociais típicas da comunicação social nas redes sociais: o *meme*. Essa é a definição para as comunicações que são retransmitidas e compartilhadas entre as pessoas. A transmissão se comporta sob a forma da imitação, mas pode sofrer mutações que se adaptam à realidade presente, o que define sua perpetuação ou extinção. O caminho bifurcado percorrido cumpre o papel de transmissão do conhecimento e da cultura, conforme sugere Dawkins (2001). No Facebook se apresentam na forma de unidade comunicativa e preferencialmente em linguagens variadas (visual, verbal, sonora, audiovisual, visual-verbal), dada a capacidade de convergência multimidiática oferecida pelo site. No ambiente interativo e com ênfase no entretenimento, a comicidade está ligada à maioria dos *memes* dando à mensagem com estas características o potencial de transpor o âmbito particular em direção à esfera pública.

Como consequência das novas possibilidades de interação social geradas pelas redes sociais, outros aspectos da linguagem e dinâmica das conversações interpessoais também foram alteradas a ponto de questionarem as características que sempre foram consideradas por autores da Análise da conversação como fundamentos essenciais desse campo. A facilidade entre a conversa síncrona e assíncrona, a multiplicidade de interagentes e a facilidade de migração para outras plataformas passam a ser opções que

a conversa *offline* não possuía. A persistência é outra característica que extende a conversa no tempo, pois o interlocutor pode acessar e responder uma mensagem a qualquer hora. Várias relações e várias ferramentas podem estar envolvidas em uma conversação, especialmente em eventos assíncronos alterando e ampliando as possibilidades de alcance, linguagem e conteúdo.

Outro pressuposto da conversação digital que interfere na qualidade geral das postagens realizadas pelo usuário habitual é a evolução do seu comportamento diante das redes sociais que assumem cada vez mais um papel importante na vida das pessoas. A dinâmica comportamental gerou estudos sobre o ciclo de vida dos membros de comunidades virtuais. Dependendo da etapa em que se encontra o usuário é possível relacioná-la com a qualidade das mensagens postadas em sua rede. Sua participação costuma seguir uma tendência para curva parabólica que vai se alterando na medida em que ele vai se envolvendo com a atividade virtual. Sua motivação vai oscilando, no início na direção ascendente, enquanto ele vai experimentando os efeitos da repercussão de suas interações e do ganho social que vai conquistando, até que diminui perceptivelmente ao longo do tempo. Embora nem todas as pessoas cheguem aos níveis mais elevados de participação, existe a ideia de que qualquer pessoa que mergulhe na experiência de comunicação virtual pode desenvolver algum nível de habilidade descritas nesta investigação.

Através do acompanhamento da linha do tempo de um usuário comum foi possível constatar a evolução descrita pelos estudiosos no assunto. Nas primeiras postagens do exemplo em questão eram mais comuns apenas mensagens de textos com declarações ou fotos legendadas do acervo pessoal. Com o tempo fomos encontrando mais imagens com textos inseridos no mesmo espaço e até com um tratamento tipográfico mais cuidadoso na apresentação das fontes tipográficas. A seguir foi possível detectar a

proliferação de páginas em sua maioria dedicadas ao humor de conteúdos com linguagem híbrida. Lopes (1995), há quase vinte anos atrás, ajuda a compreender aspectos desta evolução quando faz uma relação da metodologia de artistas renascentistas com a prática do usuário cibernético:

> [...] Como demonstram os "estudos" de Leonardo da Vinci ou de Picasso, por exemplo, se produzia uma infinidade de obras intermediárias, "virtuais", até se optar pela obra final (Máredieu, 1988, p. 61). O computador tornou mecânico e acessível ao público aquilo que era artesanal e restrito ao criador da obra.

A evolução, quando observada com mais cuidado, evidencia que o uso da linguagem híbrida aponta para uma nova forma de conversação digital. Outra observação é que esta linguagem está na base da dinâmica dos *memes* e que estes estão cada vez mais, evoluindo para mensagens sintéticas, ou seja, simples na forma e densas no conteúdo. Segue-se então que vale a pena aprofundar a definição de *meme* para que sejam melhor compreendidos os exemplos de mensagens expostas a seguir e que são o centro do estudo.

Sendo assim, antes de realizar um olhar mais atento às mensagens com as características descritas acima foi válido descrever mais aspectos a respeito do comportamento dos *memes* como a longevidade, fecundidade e fidelidade. Ao confrontarmos essas definições propostas por Recuero (2007) com o corpus de pesquisa pudemos compreender melhor seus princípios e até questioná-los. Através de exemplos pudemos verificar que a longevidade não é uma condição *sine qua non* para que uma postagem se constitua um *meme*. O exemplo da postagem sobre o fato noticiado pelos meios de comunicação no carnaval de 2012 a respeito do homem que rasgou as notas na apuração das escolas de samba de São Paulo e é comparado ao bebê da campanha publicitária do banco Itaú

retrata bem a situação de um legítimo *meme* efêmero. O gráfico mostrado na Figura 27 (p.96) evidencia que houve uma circulação intensa da mensagem, porém que durou apenas dois ou três dias. Em comparação com o ciclo de vida observado em outras postagens, como ao *meme* conhecido como “cantada de pedreiro”, pode-se dizer que a longevidade realmente não exclui a possibilidade de uma postagem ser chamada de *meme*.

Deixando claro os critérios que balizaram a seleção das mensagens que foram analisadas, elegemos as unidades comunicativas e as classificamos a partir de cinco tipos característicos: unidas pelo tema (1), ligadas por fatos do cotidiano (2), compartilhando personagens característicos criados na rede (3), apropriando-se de celebridades conhecidas do público em geral (4) e tendo a estrutura morfológica como ponto em comum (5). A seguir, a partir do item 3.2 do capítulo 3 (p. 97), realizamos o procedimento de análise tomando como base as três dimensões semióticas descritas por Morris . Tais divisões levam em consideração os aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos de cada uma.

A primeira categoria procurou agrupar mensagens cujo o tema é a ênfase na imitação. Postagens deste grupo abordam os mais diversos temas que ao se reproduzirem podem perder suas característica formais e estéticas e ter alterado seu objetivo final (por exemplo, uma piada se transformar em assunto sério). A segunda categoria também mantém o tema como foco constante, porém se restringe a fatos do cotidiano, o que podemos chamar de crônica. Merecem uma categoria, pois, embora estejam contidos na categoria anterior, aparecem em grande quantidade na rede.

A terceira categoria é uma mistura de mensagem com ênfase pragmática e sintática. Estão relacionadas principalmente às mensagens que se utilizam dos *memesfaces*. Daí se evidencia o forte caráter pragmático destas mensagens, que nasceram da necessidade de

compartilhar situações pessoais a partir das ferramentas mais simples disponíveis, como o Paint, programa básico de desenho do Windows. Este também é o motivo que revela a característica estética típica dos *memefaces*. Há um estilo "grotesco" que vêm desde a sua origem e é respeitado por quem reaproveita estes conhecidos personagens.

As mensagens incluídas na quarta categoria se assemelham por seus objetivos, ou seja, pela solução comunicativa que representa. Mensagens com este apelo, especialmente suas cópias, são antes de tudo pragmáticas pela facilidade que proporcionam a quem deseja criar uma mensagem original. Os aspectos sintáticos e semânticos já se encontram resolvidos, mas deixam margem para criar algo personalizado. Por exemplo, o fotograma do personagem Willie Wonka do fime "A fantástica fábrica de chocolate", se presta como complemento a qualquer frase que contenha ironia sobre atitudes do cotidiano. É uma forma rápida de fazer sucesso, desde que respeitado o que da imagem se espera: ironia sobre comportamentos cotidianos.

A quinta categoria é mais evidente por congregar mensagens em que sua estrutura, sua forma ou estética são o mote para as demais reproduções. A ênfase é sintática em mensagens nas quais duas imagens são comparadas, ou a estrutura dividida em quatro partes é reutilizada para mostrar como uma mesma situação pode ser vista de formas diferentes de acordo com quem está olhando. O contexto (escola, trabalho, vida pessoal) se altera, porém a construção permanece. Esquemas gráficos também se encaixam nesta categoria, como balões, setas e fórmulas matemáticas.

Com os exemplos concretos, numa quantidade razoável e classificados a fim de apresentar algumas práticas recorrentes na comunicação no Facebook pudemos inferir algumas habilidades exercitadas pelos usuários. Identificamos a habilidade adquirida, ou

recuperada (se lembrarmos dos desenhos rupestres de Lascaux[44]) de associar imagens e palavras para fins de comunicação. O desenvolvimento da habilidade linguística de sintetizar nasce da necessidade de se destacar e ser visto em meio a quantidade gigantesca de mensagens que disputam atenção em um mesmo espaço, como é o caso do Facebook em especial. Também se observou a necessidade de conexão a outros usuários num trabalho conjunto chamado por Jenkins (2009), entre outros autores, de Inteligência coletiva. E finalmente a apuração da expressão cômica gráfica, que exige adaptações na linguagem para funcionarem como verdadeiro entretenimento. Esta última capacidade demandou do usuário habilidades próximas das necessárias a um roteirista profissional no qual foi exercitado o sentido de ritmo, tempo certo de comédia, senso de oportunidade, capacidade e habilidades de um observador detalhista da realidade que o cerca voltadas à síntese em linguagem visual-verbal.

A última reflexão é que a autonomia adquirida pelo frequentador assíduo e participante das redes depende do que foi sua base: os recursos disponibilizados que possibilitaram todo este exercício. Estas ferramentas tanto abriram portas para novas linguagens e conexões como determinaram os limites até onde, mesmo o mais engajado usuário, pode chegar. Porém, deixando claro que as barreiras impostas estão a todo tempo sendo alteradas através de novas ferramentas e novas demandas.

A investigação revelou um momento em que a relação entre os *memes* visuais que circulam no Facebook, as habilidades decorrentes desta prática e o alcance público e privado dos usuários frequentadores da redes sociais colaboram na definição de traços culturais emergentes desse novo ambiente incipiente.

[44]Lascaux é um complexo de cavernas localizada em Montignac na França, famoso pela suas pinturas rupestres. Suas paredes estão pintadas com diversas cenas de caçadas e animais. Arqueólogos presumem tratar-se de um santuário, criado há aproximadamente 17 mil anos atrás. História Digital [*blog* pessoal].Michel Goulart, 2009. Criciúma, SC. Objetivo: divulgar e debater o uso mídias digitais na educação e experiências criativas em sala de aula. [citado 26 mar. 2012]. Disponível em: http://www.historiadigital.org/visitas-virtuais/visita-virtual-a-caverna-de-lascaux/#.

Bibliografia

AGAMBEN, G. **O que é o contemporãneo e outros ensaios.** Chapecó: Argos, 2009.

AZEVEDO, L. G. N. G. **Implicações políticas das relações de amizades mediadas pela internet.** São Paulo: Universidade de São Paulo, 2010.

BARBOSA, A.; CAPPI, J.; TAVARES, R. **Redes Sociais**: revolução cultural na internet. 5. ed. São Paulo: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, 2010.

BARNES, J. A. **Class and Committees in a Norwegian Island Parish**. Human Relations, 7, 1954. 39-58.

BARTHES, R. **Essais Critiques**. Paris: du Seuil, 1964.

BARTHES, R. **Elementos de semiologia**. São Paulo: Cultrix, 1971.

BARTHES, R. **Image, music, text**. London: Fontana Press, 1977.

BARTHES, R. **A retórica da imagem**. In: BARTHES, R. O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III. Riode Janeiro: Nova Fronteira, 1990. p. 27-43.

BAUDRILLARD, J. **Tela total** - mito-ironias da era do virtual e da imagem. Porto Alegre: Sulina, 1997.

BERTO, M. **Diálogos online**: as intersemioses do gênero Facebook. Ciberlegenda, 2011. 100-110.

BLACKMORE, S. **A Máquina Meme** , Oxford e New York, Oxford University Press, 1999.

CALIL, P. L. **Mapa de navegação para uma trama digital**: análise da linguagem hipermidiática. São paulo: FFLCH -- FAC DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS - USP, 2004.

CAPRA, F. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável.** 5a reimpressão da 1a edição. ed. São paulo:

Cultrix, 2005.

CASTELLS, M. **Sociedade em Rede**: a era da informação. 10a edição. ed. São paulo: Paz e Terra, v. 1, 2007.

CHAUÍ, M. **A contração do tempo e o espaço do espetáculo.** Cpflcultura, 2 set. 2010. Disponivel em: http://blagdoprofessor.blogspot.com.br/2012/06/cafe-filosofico.html. Acesso em: 10 set. 2010.

CONTRERA, M. S.; BAITELLO, N. **A dissolução do outro na comunicação contemporânea.** Matrizes, São Paulo, julho 2010. 101-111.

CÔTÉ, S. **Les rapporta intersémiotiqus dans l'iconetexte**: Nadja et L'Amour fou d'André Breton. L'Espirit Créateur, Baltimore, junho 2003. 48-59.

DAWKINS, R. **O Gene Egoísta.** Belo Horizonte: Itatiaia, 2001.

DRUCKER, P. F. **Administrando em tempos de grandes mudanças.** 7a reimpreesão da 1a edição. ed. São Paulo: Pioneira Thompson, 2006.

ECO, U. **Apocalípticos e integrados.** São Paulo: Perspectiva, 1998.

ECO, U. **Obra Aberta.** 3a reimpressão da 9a edição de 2003. ed. São paulo: Perspectiva, 2010.

FIORIN, J. L. **A internet vai acabar com a língua portuguesa?**. Texto Livre, Belo Horizonte, 1 outubro 2008. 1-8.

FLICHY, P. **O individualismo conectado**: entre a tecnologia digital e a sociedade. Telos, cuardernos de comunicación e inovación, Madrid, julho 2006.

FLICHY, P. **Le sacre de l'amateur**: Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique. Paris: Seuil, 2010.

FLUSSER, V. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Editora Cosac Naify, 2007.

FLUSSER, V. **A escrita**: há futuro para a escrita? 1a Edição. ed. São Paulo: Anna Blume, 2010.

GUATTARI, G. D. E. F. **Mil platôs:** capitalismo e esquizofrenia. Rio de Janeiro: 34, v. 01, 1995.

JAMESOM, F. **O Pós-modernismo e a sociedade de consumo**. In: (ORG.), E. A. K. O mal-estar no pós-modernismo - teorias e práticas. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2a Edição. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KIM, A. J. **Community Buiding on the web** - secret strategies for successful online. [S.l.]: Peachip Press, 2000.

LAVE, J. e WENGER, E. **Aprendizagem Situada**: participação periférica legítima., Cambridge University Press, 1991.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Loyola, 1999.

LI, C. **Social Technographics:** mapping participation in activities forms the foundation of a social strategy. Texas community college teachers association, Austin, 19 abril 2007. Disponivel em: <http://www.tccta.org/links/Committees /pub-archive/Social-Technographics.pdf>. Acesso em: 4 agosto 2013.

LOPES, R. S. **A imagem na era da reprodutibilidade eletrônica.** [mestrado]. São paulo: Departamento de Filosofia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo; 1995.

MARCUSCHI, A. L. **Análise da Conversação.** São Paulo: Ática, 2006.

MCKENNA, R. **Acesso Total**: o novo conceito de marketing de atendimento. Rio de Janeiro : Campus, 2002.

MEIRA, S. **O poder do indivíduo na sociedade em rede.** Cpflcultura, 23 de abril, 2010. Disponivel em: <http://www.cpflcultura.com.br/2010/04/23/o-poder-do-individuo-na-sociedade-em-rede-silvio-meira/>. Acesso em: 23 junho 2011.

MEIRA, S. **Uma teoria geral para o espalhamento de boatos em redes sociais.** Dia a dia, bit a bit. 28 de maio de 2012. Disponivel em: <http://terramagazine.terra.com.br/ silviomeira/blog/2012/05/28/uma-teoria-geral-para-o-espalhamento-de-boatos-em-redes-sociais/>. Acesso em: 03 junho 2012.

MODESTO, A. T. T. **Processos Interacionais na Internet:** análise da conversação digital [doutorado]. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Ciências, Letras e História USP, 2011.

MONTE MOR, W. **Linguagem digital e interpretação:** perspectivas epistemológicas. Trab. linguist. apl., Campinas , v. 46, n. 1, jun de 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-18132007000100004&lng=en&nrm=iso>. Accesso em: 25 Mar. 2014. 31-44.

MORRIS, C. **Fundamentos de la teoría de los signos.** 1a edição. ed. Barcelona: Paidós, 1985.

NADER, V. H. **A interação virtual em diálogos da Internet:** novas possibilidades para a análise de discurso [mestrado]. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, USP, 2001.

NERLICH, M. **Qu'est-ce qu'un icontexte?** Dans iconotextes. Paris: Alain Montandon, 1990.

NIKOLAJEVA, M.; SCOTT, C. **Livro ilustrado**: palavras e imagens. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

OLIVEIRA, W. C. . &. V. S. G. **A heterogenia cibernética:** sistemas sociais, comunidades virtuais e tecnologia no ciberespaço. IV Congreso de la CiberSociedad: Crisis analógica, futuro digital. Realizado online: [s.n.]. 2009 p. file:///C:/eca/intercom/A%20heterogenia%20cibern%C3%A9tica%20%20sistemas%20sociais,%20comunidades%20virtuais%20e%20tecnologia%20no%20ciberespa%C3%A7o.htm.

PASSARELLI, B. **Gerações interativas no Brasil:** crianças e adolescentes diante das telas. São Paulo: Escola do Futuro - USP, 2012.

PRENSKY, M. **Digital Natives, Digital immigrants** Part 1. On the horizon, Georgetown, 9, n. 5, october 2001. 1-6.

RECUERO, R. **Memes e dinâmicas sociais em weblogs:** informação, capital social e interação em redes sociais na Internet. Anais do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.. Porto Alegre: Núcleo de Pesquisa de Tecnologias da Informação e da Comunicação. 2006.

_____. **Memes em weblogs:** proposta de uma taxonomia. Revista FAMECOS, Porto Alegre, abril 2007. 23-31.

_____. **Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és:** a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 38, p. 118-128, abril 2009.

RHEINGOLD, H. **Mindful Infotention**: Dashboards, Radars, Filters. SF Gate, San Francisco , 1 setembro 2009.

_____. **Net Smart**: How to Thrive Online. Boston: The MIT Press, 2012.

ROMÃO, L. M. S. **Nós, desconhecidos, na grande rede.** Revista Linguagem em (Dis)curso, Unisul, Tubarão, SC, vol5, 71 a 91p., 2004

SANTAELLLA, L. **Matrizes da linguagem e pensamento:** sonora , visual, verbal. 3a edição. ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SCHOOL, U. O. E. B. **More Facebook friends means more stress, says Business School report**. University of edinburgh business school. university of edinburgh business school, 26, nov., 2012. Disponivel em: <http://www.business-school.ed.ac.uk/about/news-and-press-office/?a=51582&heading_id=2&path=>. Acesso em: 11 outubro 2013.

SCHWARCZ, J. **The picture book comes of age:** looking at child through the art of illustration. [S.l.]: Amer library assn, 1991.

SFEZ, L. **Crítica da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994.

SFEZ, L. **As tecnologias do espírito.** In: SILVA, F. M. M. E. J. M. Para navegar no século XXI - tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto Alegre: Edipucrs, 1999.

TREPTE, S.; REINECKE, L.; JUECHEMS, K. **The social side of gaming:** How playing online computer games creates online and offline social support. Computers in Human Behavior, Hamburg, 28, n. 3, maio 2012. 832-839.

URBANO, H. **Uso e abuso da linguagem da internet.** São Paulo: sdi-fflch-usp, 2002.

VIRILIO, P. **Speed and Information:** Cyberspace Alarm! Ctheory.net, 27, ago.,1995. Disponível em: www.ctheory.net/articles.aspx?id=72, Acessado em: 12/03/2012.