

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**

EDUARDO CORREA DE GODOY

**MEMES NA INTERNET: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO,
DOS USOS E DOS SENTIDOS**

**SÃO PAULO
2020**

EDUARDO CORREA DE GODOY

**MEMES NA INTERNET: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO, DOS USOS
E DOS SENTIDOS**

Dissertação de Mestrado, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de mestre em Ciências da Comunicação.

Orientadora: Dr^a. Maria Clotilde Perez Rodrigues

SÃO PAULO
2020

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.

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

Godoy, Eduardo Correa de
MEMES NA INTERNET: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO, DOS USOS E
DOS SENTIDOS / Eduardo Correa de Godoy ; orientadora, Maria
Clotilde Perez. -- São Paulo, 2020.
119 p.: il.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em
Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes /
Universidade de São Paulo.

Bibliografia
Versão original

1. memeiros 2. metameme 3. Comunicação 4. Semiótica 5.
brasileiridade I. Perez, Maria Clotilde II. Título.

CDD 21.ed. - 302.2

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

RESUMO

GODOY, E.C. **Memes na internet: uma análise da produção, dos usos e dos sentidos**. Dissertação (Mestrado) – Escola de comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São paulo, 2020.

Os memes são replicadores em atividade intensa na contemporaneidade. Utilizamos abordagem multidimensional para compreendê-los no ambiente digital. Empregamos como métodos a netnografia e a análise semiótica aplicada. As observações e análises identificaram a ascensão dos memeiros. Fenômeno marcante da tomada de consciência sobre a produção dos memes no Brasil. Há grande variedade nos usos, funções e sentidos do meme. Incluindo descobertas de usos autocríticos na figura dos metamemes. O estudo constrói um panorama do ecossistema memético brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: memeiros; metameme; Comunicação; Semiótica; brasilidades.

ABSTRACT

GODOY, E.C. **Memes on the internet: an analysis of production, uses and meanings**. Master Thesis - School of Communications and Arts, University of São Paulo, São Paulo, 2020.

Memes are replicators of intense activity in contemporary times. We used a multidimensional approach to understand them in the digital environment. We have applied netnography and applied semiotic analysis as methods. Observations and analyzes identified the rise of memeiros. A striking phenomenon of awareness about the production of memes in Brazil. There is great variety in the uses, functions and meanings of the meme. Including discoveries of self-critical uses in the figure of metamemes. The study builds an overview of the Brazilian memetic ecosystem.

KEYWORDS: memeers; metameme; Communication; Semiotics; Brazilianities.

Agradecimentos

No ano de 2020, muitas vidas foram ceifadas ao redor do mundo durante a pandemia, não exclusivamente em decorrência do vírus. Direciono meus sentimentos de compaixão e respeito a todos que partiram e a todos que sentiram a separação. Todas as vidas importam, sempre. O sentimento coletivo que paira sobre as dificuldades requer que persistamos e mantenhamos nossa chama acesa. A chama da vida, a chama do conhecimento. Agradeço por estar vivo. Este é um agradecimento conveniente para todos os mortais a todo tempo, mas agradeço declaradamente, por estarmos vivos, lado a lado, em nosso momento compartilhado do desenvolvimento da vida nesse pedacinho acolhedor do universo. É uma fortuna que a humanidade precisa trazer à luz da consciência. A vida é a experiência maravilhosa, mesmo aclimada às nuvens tempestuosas. Agradeço especialmente a minha orientadora Clotilde, pessoa magna, tolerante, com precisão e sabedoria nas palavras. Agradeço aos leitores, pois nossos caminhos se unem nesse trabalho, sinto felicidade em compartilhar convosco meus singelos achados. Agradeço a cada um que esteve comigo durante a jornada, pois recebi tesouros que guardo em meu ser.

Lista de Imagens

Imagem 1 – Memes do passado	35
Imagem 2 – Multitude de grupos de <i>Whatsapp</i> em seus nichos	42
Imagem 3 – Signos autorais nos memes	57
Imagem 4 – Exemplo de apropriação de memes com signo autoral em destaque ...	59
Imagem 5 – Produtos comercializados nas lojas virtuais dos memeiros.....	62
Imagem 6 – Memes de arena política	64
Imagem 7 – O gado do Bolsonaro: memes de resposta (diálogo memético).....	65
Imagem 8 – Memes de resposta fechada	66
Imagem 9 – Memes de coerção	68
Imagem 10 – Memes de ensino geral	69
Imagem 11 – Memes trol.....	70
Imagem 12 – Registro da evolução dos memes na internet	72
Imagem 13 – Painel 1: Covid-19	75
Imagem 14 – Painel 2: animais antropomorfizados.....	77
Imagem 15 – Painel 3: personagens ficcionais em postagens reais.....	79
Imagem 16 – Painel 4: animações	81
Imagem 17 – Painel 5: quadrinhos.....	82
Imagem 18 – Painel 6: aleatórios	83
Imagem 19 – Painel 7: duelos	85
Imagem 20 – Painel 8: marcas.....	87
Imagem 21 – Painel 9 : futebol.....	88
Imagem 22 – Painel 10: paisagens brasileiras	89
Imagem 23 – Painel 11: design urbano.....	91
Imagem 24 – Painel 12: gastronomia brasileira	93
Imagem 25 – Painel 13: sexo	95
Imagem 26 – Painel 14: violência urbana	96
Imagem 27 – Painel 15: religião	97

Lista de Gráficos

Gráfico 1 – Modelo Dorime: período do início da curva até o segundo pico	48
Gráfico 2 – Ascensão dos memeiros (2004-2020)	54
Gráfico 3 – Ascensão dos memeiros (2004-2020)	54

Sumário

1	INTRODUÇÃO.....	4
2	OBJETO DA PESQUISA	7
2.1	JUSTIFICATIVA.....	7
2.2	OBJETIVOS.....	8
3	PESQUISA BIBLIOGRÁFICA	9
3.1	CONCEITUANDO O MEME	9
3.2	A PRODUÇÃO NO BRASIL.....	18
3.3	USOS NO AMBIENTE DIGITAL	23
3.4	O MEME SOB A SEMIÓTICA.....	32
4	METODOLOGIA.....	38
4.1	LINHAS GERAIS DO MÉTODO.....	38
4.2	DELIMITAÇÃO DO MEME, ESPAÇOS DE NETNOGRAFIA E DURAÇÃO.....	39
4.3	PROCEDIMENTOS DA NETNOGRAFIA.....	49
4.4	PROCEDIMENTOS DA ANÁLISE SEMIÓTICA APLICADA	50
5	RESULTADOS	51
6	ANÁLISE.....	52
6.1	A PRODUÇÃO DOS MEMES	53
6.2	USOS E FUNÇÕES DOS MEMES	63
6.3	RELAÇÕES MEMÉTICAS NO AMBIENTE DIGITAL.....	71
6.4	ANÁLISES SEMIÓTICAS APLICADAS.....	74

6.4.1	Covid-19	75
6.4.2	Animais antropomorfizados	77
6.4.3	Personagens ficcionais em postagens reais.....	79
6.4.4	Animações.....	80
6.4.5	Quadrinhos.....	82
6.4.6	Aleatórios.....	83
6.4.7	Duelos	84
6.4.8	Marcas.....	86
6.4.9	Futebol.....	87
6.4.10	Paisagens brasileiras	89
6.4.11	Design urbano	90
6.4.12	Gastronomia brasileira	92
6.4.13	Sexo	94
6.4.14	Violência urbana.....	95
6.4.15	Religião	97
6.5	ANÁLISES ADICIONAIS.....	98
7	CONCLUSÕES FINAIS	100
	REFERÊNCIAS.....	105
	APÊNDICE A – Memes da netnografia.....	114

1 INTRODUÇÃO

A presente dissertação inscreve-se na pesquisa dos meios e da produção mediática. Nosso foco é direcionado à compreensão dos memes, mais especificamente, analisando o conceito, a produção, os usos, as relações com o ambiente digital, as relações sógnicas e os efeitos de sentido decorrentes. Memes não necessitam da internet para existirem ou se difundirem, outras mídias podem servir perfeitamente a estes replicadores. Contudo, nossos tempos são marcados pela ubiquidade de conexão e pelo admirável e incessante fluxo de dados nas redes, de modo que o estudo dos memes nesse contexto configure um recorte mais alinhado a nossa contemporaneidade. Vale lembrar que em 2020, vetores pandêmicos catalisam ainda mais esse avanço das sociedades ao digital (NIELSEN, 2020). Nesse âmbito, a mídia de nosso enfoque é a internet e os produtos midiáticos que nos interessam são os memes na internet, ou seja, aqueles que fazem da internet seu meio de difusão. Tal delimitação considera a internet como suficientemente ampla para a compreensão do fenômeno comunicacional meme. De fato, além da amplitude, ela possui especificidades que devemos estudar. Acreditamos que as análises das dimensões acima explicitadas permitirão a composição de um panorama das relações entre meme e sociedade, integrando da conceituação de meme até seus desdobramentos comunicacionais, midiáticos, semióticos e culturais. Desejamos capturar e descrever um panorama que contemple a complexidade do sistema dos memes em sua compleição atual.

Delimitar o que são memes na internet é necessário ao nosso estudo, no entanto, os referenciais teóricos não parecem ter consenso simples sobre a conceituação desse fenômeno. O termo meme que surge pela primeira vez em 1976, inserido em obra que versa sobre transmissão genética e evolução, parece precisar de adequações. Exploraremos esta questão com mais atenção em nosso quadro teórico. Nesse momento, podemos antecipar que para nossa definição mesclaremos os elementos sógnicos da semiótica peirciana com as definições propostas pela memética. Além disso, em nosso contato com a produção e com os usos quotidianos dos memes, protagonizados por humanos, devemos esperar certa latitude quanto ao que cada grupo legitima sob o domínio desse conceito. Os usuários e produtores de memes sem dúvidas têm vasto repertório e conhecimento dos fenômenos nas redes,

mas não há garantias quanto ao domínio teórico que possuem. Nossa postura não será a de avaliar se estão corretos ou incorretos em suas postagens, mas o de observar como tais atores compõem esse ecossistema memético brasileiro a cada nova postagem.

Quando deixamo-nos levar pela rapidez em que os eventos ocorrem em nossa sociedade contemporânea, os memes parecem conhecidos de longa data. No entanto, a fim de melhor exemplificar o momento cronológico em que se situam os memes na internet, a *Wikipedia* nos mostra que o *Youtube* foi fundado em 2005 e o primeiro *smartphone* comercial com sistema operacional *Android*, foi anunciado publicamente em setembro de 2008 (WIKIPEDIA, 2019). Com o surgimento de novas tecnologias, as possibilidades de produção, difusão e uso dos memes foram ampliadas. Trata-se de um experimento bastante recente vivenciado pela humanidade. De modo que a última década não foi caracterizada por uma solidificação dos memes, mas sim caracterizada pela intensa mutação e replicação destes. Um cenário que deve perdurar pelos próximos anos. Além disso, do ponto de vista técnico, sua difusão tornou-se extremamente facilitada graças às conexões existentes entre variados tipos de tecnologias portáteis que utilizam a internet.

A popularidade dos memes no Brasil é notável, compondo rico campo para a atenção dos pesquisadores. Características culturais do brasileiro são positivamente correlacionadas com a produção e uso dos memes. Portais de notícia nos mostram matérias como “Criatividade do brasileiro eleva o país ao posto de potência global de memes” (SEIMOHA, 2017). Em texto de *El País*, “Memes, a única instituição funcionando plenamente no Brasil” (MARTÍN, 2017). Do início de nossa pesquisa até o término, o Brasil continua dizendo ocupar o status de maior produtor de memes do mundo (SALES, 2018). Além disso, existem grupos e comunidades referidas como fábricas de memes, que supostamente profissionalizaram a produção utilizando processos específicos realizados em comunidades (SOUZA, 2017). Notamos fluidez nesses processos, que se alteram rapidamente com a ascensão e descenso de atores humanos e dos próprios espaços dos memes. As fábricas de memes acompanhadas não se mantiveram. Em 2019 tornou-se mais aparente a profissionalização de produtores de memes, inclusive em sua segmentação e especialização. Pudemos ver um exemplo disso nos memes do futebol brasileiro que possuem páginas especializadas (CARNEIRO; TASSI, 2019). Em 2020 por sua vez, os limites de cada espaço pareceram mais tênues, dissolvendo as barreiras da segmentação de

conteúdo, mas ainda ratificam a especialização de atores na produção, exibindo fórmulas personalizadas. A especialização não aparece na temática, que transborda os espaços, mas nos traços de criação dos memes registrados. A título de conhecimento, identificamos que os memes são gerados: por humanos, algoritmos, robôs em redes e nas combinações destes três atores em todo o espectro que integra das conversas particulares até páginas com milhões de acessos diários. Isso ratifica a origem variada dos memes que circulam nas redes. A criação algorítmica dos memes faz parte do ambiente atual (BGR, 2020) (VOX, 2020) (CATRACA LIVRE, 2020) (KALIL; SANTINI, 2020). Citamos essa faceta que não pode ser negligenciada, ainda que estejamos focados nos memes concebidos por humanos.

No estado da arte de nossa pesquisa, há uma percepção de uma evolução digital e memética que apressa e atropela nossas sociedades. Tal afirmação tem em vista a presença de atores algorítmicos, aplicativos e robôs na criação de memes que há 2 anos eram vistos como possibilidades e agora são vistos como certezas (BGR, 2020) (VOX, 2020) (CATRACA LIVRE, 2020) (KALIL; SANTINI, 2020). A ocorrência pandêmica tempestiva apenas aguçou uma evolução que já vinha acelerada. Em termos de entendimentos de consequências sociais e comunicacionais desse atropelamento evolutivo, parece que apenas tomaremos consciência a posteriori de seus resultados. Cenário meritório para que mais estudos sejam realizados.

O estudo da produção do meme é de especial interesse ao nosso trabalho pois enseja a compreensão do fenômeno partindo de sua origem. Para compreendê-lo com profundidade, para além do saber corriqueiro e do uso comunicacional que vem se naturalizando, a investigação multidimensional dos memes é necessária. Nesse ponto de nossa exposição, é possível assingelar o direcionamento de nosso estudo, que já fora apresentado, solidificando nossas dimensões de análise em quatro eixos: o estudo teórico do conceito, o estudo da produção, o estudo dos usos e consumos no ambiente digital e o estudo semiótico do meme e de seus efeitos. Essa é a trajetória que propomos para incremento do conhecimento dos memes, integrando o estudo da definição, produção, usos e efeitos.

Como descritos aqui, os memes e as relações que eles possibilitam, constituem-se em objetos de estudo fecundos. São fenômenos recentes que se expandem rapidamente em nossas relações comunicacionais e que demandam pesquisa. Feita esta apresentação inaugural, prossigamos para as seções subsequentes, nas quais encontra-se o teor essencial de nosso trabalho.

2 OBJETO DA PESQUISA

2.1 JUSTIFICATIVA

Nosso objeto de pesquisa é composto pelos memes na internet e suas relações sob os quatro eixos citados: o estudo teórico do conceito, o estudo da produção, o estudo dos usos e consumos no ambiente digital e o estudo semiótico do meme e de seus efeitos. É o meme na internet nessas dimensões que desejamos investigar e compreender. Um conjunto de justificativas nos anima a estudar os memes na internet, buscando uma compreensão multidimensional desse fenômeno. Considerando os memes na amplitude que possibilitam, eles são signos, produtos midiáticos, ideias, complexos de sentidos que se difundem utilizando-se das mentes humanas e das mídias que desenvolvemos em conjunto. Interação na vida de cada humano em nosso planeta, de maneira mais acentuada naqueles que estão mais profundamente conectados nessa sociedade em que as redes incrementam suas ligações e entrelaçamentos a cada momento.

Para citar apenas alguns de seus papéis, os memes são responsáveis por replicar: emoções, humor, ideias, modos de pensar, culturas, modas, cenas célebres ou admiráveis. Os memes são utilizados como ferramentas para eleger presidentes, conformam limites de manifestações culturais, identificam grupos, expandem nossas formas de comunicação e têm mais possibilidades além destas citadas. Desse modo, é tema de extrema relevância para a pesquisa em comunicação.

O que está em jogo no estudo do meme é arrebatador. Inicia-se despreziosamente na observação dessas unidades replicadoras atingindo fins específicos enquanto se difundem, e avança teleologicamente até o ponto extremo de pensarmos que todas as causas que culminaram por gerar o *Homo Sapiens* tiveram como finalidade construir um receptáculo para os memes, que potencialmente poderão constituir nova sopa primordial, genitora de um desconhecido porvir. Trata-se de um objeto bastante relevante, atual e gerador de efeitos em nossas sociedades contemporâneas. Desse modo, a investigação do meme não é apenas justificável, é desejável para que aumentemos nossa consciência sob nossa compleição enquanto meio e talvez origem dos novos replicadores. O estudo desses fenômenos possui valor para organizações e sujeitos que fazem uso corrente da comunicação. Essa é uma das razões pelas quais observamos um crescente número de estudos acerca

dos memes, com uma plêiade de recortes distintos e fundamentados por escolas de pensamento variadas acerca dos memes.

Vale notar também o caráter primal dos memes na internet e seu potencial de desdobramentos enquanto ocorrem a adoção e o avanço tecnológico. Os usos contemporâneos dos memes originam temas novos para se pesquisar. A busca por bibliografia prévia acerca do tema confirmou a ausência de recortes parelhos ao proposto nesse estudo, de modo que justificamos nossa pesquisa também pela perspectiva de originalidade do tema.

2.2 OBJETIVOS

O presente estudo tem o objetivo principal de compreender o meme e suas relações sob um olhar multidimensional. Desejamos compreender o meme no ambiente digital brasileiro. Devemos capturar e exprimir um panorama representativo, capaz de descrever o fenômeno e suas relações.

As dimensões que nos propomos a investigar são: o estudo teórico do conceito, o estudo da produção, o estudo dos usos, relações no ambiente digital e o estudo semiótico do meme e de seus efeitos. No estudo do conceito visamos compreender a amplitude teórica disponível no domínio acadêmico, propor uma aproximação entre memética e semiótica. Acerca da produção, desejamos investigá-la descrevendo processos, mediações e compreendendo suas características. No estudo dos usos, desejamos compreender funções dos memes, compreender as mediações do ambiente digital e descrever suas características. Por fim, na dimensão semiótica, desejamos analisar a lógica do fenômeno e compreender efeitos de sentido decorrentes.

Com o intuito de agregar segunda forma de exibição aos nossos objetivos de pesquisa, rerepresentamos o último parágrafo estruturado em tópicos:

- Compreender a amplitude teórica disponível no âmbito acadêmico;
- Propor a aproximação entre memética e semiótica;
- Investigar e descrever características de produção;
- Investigar e descrever características dos usos e consumos;

- Compreender relações do meme com o ambiente digital;
- Analisar semioticamente o fenômeno;
- Compreender efeitos de sentido produzidos;

3 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

3.1 CONCEITUANDO O MEME

Há amplitude de possibilidades de olhares sobre o meme e dificuldade em escolher um suposto melhor método. Shifman que se deparou com essa mesma amplitude, precedendo nosso estudo, nos diz que:

Um problema central da memética, talvez o dilema central, é o significado exato do termo “meme”. Como mencionado acima, a definição inicial de Dawkins era bastante ambígua: ele se referia a um meme como “uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação ”... Desde então, o estudo dos memes tem sido objeto de disputas centradas na dicotomia mente-corpo ou genótipo-fenótipo, suportando três posições em relação à natureza dos memes: a mentalista, a comportamental e a inclusiva. (SHIFMAN, 2014, p. 37, tradução nossa).

Como a autora bem assinala, a definição incidental de Dawkins sobre o meme originou uma ambiguidade que não foi solucionada até o momento. Shifman nos apresenta três categorias distintas, segundo as quais agrupou as teorias atualmente utilizadas para o estudo dos memes. A primeira delas, segue a tradição de Dawkins em maior proximidade. Chamada de mentalista, ela cinde os memes (complexos de ideias) dos veículos do meme, veículo e meme tem natureza distinta (SHIFMAN, 2014, p. 38). O segundo grupo é chamado de comportamental. Nessa vertente não é possível separar o meme de seu veículo, está ligada às escolas do estudo da difusão, os memes são vistos como artefatos ou comportamentos bem definidos que podem ser identificados delimitados enquanto se difundem (SHIFMAN, 2014, p. 38). Há pouco espaço para o estudo do conceito de meme na abordagem comportamental, já que ele é rigidamente definido em função da análise de sua difusão, beneficiando a rastreabilidade. O terceiro grupo, nomeado inclusivo, tem como expoente recente e relevante Susan Blackmore. Nas teorias chamadas de inclusivas, os memes podem tanto ser vistos como práticas quanto como ideias, qualquer tipo de informação que possa ser copiada por imitação deve ser considerada um meme (SHIFMAN, 2014, p. 39). É a mais flexível das três, nisso reside tanto sua força quanto sua fraqueza.

Cientes das características de cada visão epistemológica sobre o meme, escolhamos a abordagem inclusiva para nosso estudo. Nosso principal argumento para isso incide sobre a longevidade da teoria de Peirce. A semiótica é ciência mais longeva do que as meméticas que costumeiramente vemos. Na semiótica a abordagem é inclusiva, a lógica do signo não cria cortes ou barreiras entre veículo e ideia, nem omite o pensamento para priorizar artefatos tidos como concretos, ela possui poder teórico para integrar fenômenos que são vistos como heterogêneos em outras teorias. Dado que a escola de Peirce tem o mérito de ter sobrevivido a passagem dos séculos, mantendo suas aplicações à análise de fenômenos contemporâneos e partilha de similaridades com a abordagem inclusiva de análise do meme, optamos por tal abordagem alicerçados em tal paridade.

Contudo, como adiantamos ao início de nosso trabalho, desejamos utilizar a Semiótica combinada à memética de Dawkins. A razão para isso é que os estudos meméticos possuem contribuições ao estudo dos memes, o mais obvio deles está na própria terminologia. Além disso, a memética se desenvolveu posteriormente à criação da internet, tem um especial apreço pela vitalidade dos replicadores e pode agregar ao olhar semiótico em algumas dimensões. Trata-se de uma relação de complementariedade que exploraremos ao combinar os olhares de ambas as escolas, considerando o poder do estudo do signo de Peirce como emenda essencial aos pontos negligenciados na distinção veículo-ideia de Dawkins. Integraremos as frentes compatíveis das duas escolas. Em seus pontos de divergência, como quanto à separação simplista de ideia e veículo, optaremos pela tradicional escola de Peirce.

Nossa opção não tem a pretensão de ranquear as escolas de estudo dos memes como melhores ou piores. Veja que há um fenômeno complexo em atividade e o conceito de meme em nosso momento é disputado por muitos pesquisadores. Isso não altera o fato de que há replicadores em jogo nas relações humanas atuais, um rápido olhar para o ambiente digital nos confirma esse fato. De fato, relações complexas estão compreendidas na evolução desses replicadores e de nossas sociedades, relações que devem ser investigadas além da superfície dos usos cotidianos. Assim, optamos pelo olhar semiótico-memético.

Historicamente, Richard Dawkins é considerado como precursor do meme. O termo meme tornou-se comum em nossa contemporaneidade e possui pluralidade de usos, geralmente empregado para se referir a fenômenos de comunicação de intensa propagabilidade, típicos do ambiente digital em rede. Contudo, a definição de meme

possibilita a compreensão tanto do digital quanto de nosso mundo tangível-espacial. O termo seminal está presente no livro “O gene egoísta”, em que Richard Dawkins explicita:

Exemplos de memes são ideias, frases “que pegam”, modas de roupas, maneiras de fazer potes ou de se construir arcos. Do mesmo modo como os genes se propagam por si próprios na pool genética saltando de corpo para corpo via espermatozoides e óvulos, os memes se propagam eles próprios saltando de cérebro para cérebro via um processo que, em sentido amplo, pode ser chamado de imitação (DAWKINS, 2006, p. 192).

No pareamento traçado pelo autor, o meme é visto como estrutura que se reproduz nos cérebros. Além disso, trata-se de um sentido amplo de meme, que pode abarcar ideias e conceitos dos mais variados. Embora no trecho o autor exponha o termo imitação para falar sobre o processo de propagação do meme, Dawkins (2006) também utiliza o termo replicação para este mesmo processo. Devemos esclarecer que o autor não era um pesquisador da área da Comunicação, de modo que a definição do meme pouco versa sobre sua forma. Isto é, quando falamos de comunicação, é essencial considerar o espectro sensorial humano. A comunicação possui uma existência física, sensível, como nas cores, movimentos, cheiros e estímulos sensoriais que frequentemente recebemos dentro ou fora do ambiente digital e que produzem sentido. Nosso leitor deve notar que é desse ponto que surge a necessidade de integrar os conceitos da Semiótica de Peirce para a obtenção de um olhar mais completo sobre os memes. Essa dimensão sócio-cultural é por vezes negligenciada nos estudos meméticos, deixando uma lacuna conceitual quanto à sua forma e expressão, bem como seus efeitos potenciais e verificáveis. Retomaremos a este ponto e à Semiótica após visitar mais algumas definições acerca do meme.

Daniel Dennett dá continuidade aos estudos meméticos, sem reinventá-los, o autor utiliza amplamente dos conceitos de Dawkins e os desenvolve incluindo a mídia necessária ao meme:

A existência de um meme depende de uma incorporação física em algum meio; se todas essas formas de realização física forem destruídas, esse meme se extingue. Ele pode fazer um reaparecimento independente e subsequente, assim como os genes dos dinossauros poderiam, em princípio, se unir novamente em algum futuro distante, mas os dinossauros que eles criariam e habitariam não seriam descendentes dos dinossauros originais - ou pelo menos não mais diretamente do que nós somos. O destino dos memes é similarmente determinado pelo fato de cópias e cópias de cópias deles persistirem e se multiplicarem, e isso depende das forças seletivas que atuam diretamente nos vários veículos físicos que as incorporam. Os memes, como os genes, são potencialmente imortais, mas, como os genes, dependem da existência de uma cadeia contínua de veículos físicos, persistindo em face da Segunda Lei da Termodinâmica. (DENNETT, 1995, p. 348, tradução nossa)

A obra de Dennett conta com um prefácio e com a adesão de Dawkins, de fato a obra do autor desenvolve o meme de Dawkins nas perspectivas evolucionistas de Darwin e repercutem como um grande desenvolvimento das potencialidades do conceito originário proposto em 1976. Os novos replicadores, dentro de uma visão bastante ampla de evolução, encontraram nos humanos contemporâneos a mídia adequada para sua replicação:

Assim como os genes para os animais não puderam vir a existir neste planeta até que a evolução das plantas abrisse o caminho (criando a atmosfera rica em oxigênio e o pronto suprimento de nutrientes conversíveis), a evolução dos memes não pôde ser iniciada até que a evolução dos animais abrisse caminho ao criar uma espécie - Homo sapiens - com cérebros que poderiam fornecer abrigo e hábitos de comunicação que poderiam fornecer meios de transmissão para os memes....A linguagem humana, primeiro falada, depois, muito recentemente, escrita, é certamente o principal meio de transmissão cultural, criando a infosfera na qual ocorre a evolução cultural. Falar e ouvir, escrever e ler - estas são as tecnologias subjacentes de transmissão e replicação mais análogas às tecnologias de DNA e RNA na biosfera. Não preciso me preocupar em revisar os fatos familiares sobre a recente proliferação explosiva desses meios, através dos memes de tipo móvel, rádio e televisão, xerografia, computadores, aparelhos de fax e correio eletrônico. Estamos todos bem conscientes de que hoje vivemos inundados em um mar de memes transmitidos por papel, respirando uma atmosfera de memes nascidos eletronicamente. Os memes agora se espalham pelo mundo na velocidade da luz e se reproduzem a taxas que fazem com que até moscas de frutas e células de leveduras pareçam glaciais em comparação. Eles saltam promiscuamente de veículo para veículo, de meio para meio, provando ser virtualmente incontroláveis. (DENNETT, 1995, p. 345-347, tradução nossa)

É estupefaciente a precisão com que o autor nos descreveu a difusão atual dos memes, a mais de duas décadas antes de experimentar os fenômenos que vivemos nesse momento. Vivemos a velocidade da luz na transmissão de informação da fibra ótica e as redes sem fio nos garantem uma conexão, para os fins humanos, instantânea e onipresente. Os memes podem se replicar a todo momento, sem barreiras e em velocidades sem precedentes quando comparados aos replicadores genéticos.

Após os estudos de Dawkins e Dennett, é a vez de Blackmore trazer contribuições ao estudo dos replicadores, transpondo o conceito para um olhar distinto. A autora desenvolve a relação entre os memes e o pensamento humano. Ela nota que embora nem todos os pensamentos sejam memes, quando o meme se mostra como replicador autônomo, até nosso controle sobre nós mesmos e nossos pensamentos deve ser relativizado:

Ao pensar sobre o pensamento, devemos lembrar que nem todos os pensamentos são memes. Em princípio, nossas percepções e emoções imediatas não são memes, porque são só nossas e nunca as podemos passar adiante. Podemos imaginar uma cena bonita da memória, ou fantasiar sobre sexo ou comida, sem usar ideias que foram

copiadas de outra pessoa. Podemos até, em princípio, pensar em uma maneira completamente nova de fazer algo sem usar memes de outra pessoa. No entanto, na prática, porque usamos muito os memes, a maioria do nosso pensamento é colorido por eles de uma forma ou de outra. Os memes se tornaram as ferramentas com as quais pensamos. (BLACKMORE, 1999, p. 15, tradução nossa)

Os memes sob esta ótica podem ser os responsáveis pelos modos como pensamos. As implicações dessa afirmação são vastas. Nesse sentido, podemos dizer que os memes são vetores do desenvolvimento tecnológico que vivenciamos, por autonomia e segundo interesses dos próprios memes. Falando sobre as tecnologias midiáticas existentes a autora nos diz:

Como e por quê todas essas coisas vieram a existir? Caso você nunca se fez essa pergunta, pode achar que a resposta é óbvia. Todas essas coisas são grandes invenções criadas por outras pessoas para tornar nossas vidas melhores ou mais divertidas. Mas será esta a resposta certa? A memética fornece uma resposta totalmente diferente, que é um pouco contraintuitiva. Eu sugiro que a seleção memética os criou. Assim que os memes apareceram, começaram a evoluir em direção a maior fidelidade, fecundidade e longevidade; nesse processo eles criaram mecanismos de cópia de memes cada vez melhores. Assim, livros, telefones e aparelhos de fax foram criados pelos memes para sua própria replicação. (BLACKMORE, 1999, p. 204, tradução nossa)

Para agregar mais complexidade ao nosso estudo, em demonstração minimalista da variedade de definições disponíveis sobre o fenômeno atualmente, podemos citar alguns autores. Eduardo Mansilla se refere aos memes na internet como dispositivos retóricos digitais, na medida em que possuem uma mensagem, são carregados de significados que podem ser decodificados e compartilham interpretações entre seus usuários (MANSILLA, 2017).

Shifman (2013, p. 367) por sua vez, sugere que olhemos para o produto cultural na internet “não somente como ideias ou fórmulas que se propagaram bem, mas como grupos de itens de conteúdo que foram criados com conhecimento uns dos outros e compartilham características comuns”. De fato, é observável nos memes que compartilham características comuns. Suas formas e conteúdos remetem a suas fontes, há uma mistura de originalidade e de recombinações de elementos prévios em cada novo meme.

Talvez seja com essa compreensão que Bennet e Segerberg (2012, p.745) nos propõem um meme como uma combinação simbólica que viaja facilmente ao longo de grandes e diversas populações. Para Bennet e Segerberg (2012) a facilidade de imitar adaptar e replicar também são intrínsecas aos memes. Analisando essa conceituação, notamos que apresenta diferenças em relação à definição inicial de

meme. Para Dawkins (2006) os memes eram bem-sucedidos quando conseguiam se replicar amplamente. Para Bennett e Segerberg (2012), replicar-se amplamente é condição necessária para que possamos nomear uma combinação simbólica de meme.

Além de distinções conceituais, notamos que não há consenso sobre os limites da autonomia que o meme possui, Jenkins, falando sobre a *Spreadable Media*, critica a ideia de que o meme se replique por si próprio e aponta ao agenciamento do humano no processo:

...embora a ideia do meme seja convincente, pode não explicar adequadamente como o conteúdo circula por meio da cultura participativa. Enquanto Dawkins enfatiza que os memes (como genes) não são agentes totalmente independentes, muitos relatos de memes e meios virais descrevem os textos midiáticos como "auto-replicantes". Esse conceito de cultura "auto-replicante" é paradoxal, pois a cultura é um produto humano e replica-se através do agenciamento humano. Versões simplificadas dessas discussões de "memes" e "vírus de mídia" deram às indústrias de mídia uma falsa sensação de segurança em um momento em que a antiga economia de atenção está em fluxo. Tais termos prometem um modelo pseudocientífico de comportamento da audiência. A maneira como esses termos são usados agora mistifica a maneira como o material se espalha, levando os profissionais de comunicação a fazerem buscas xixotescas para criar "conteúdo viral". (JENKINS, et al, 2013, p. 19, tradução nossa)

Nas palavras acima fica evidente que o autor atribui relevância ao agenciamento do humano, que possui escolhas sobre o que fará com o conteúdo que recebe. Esse debate é interessante pois tanto a autonomia do meme quanto o agenciamento humano são visíveis em nossa contemporaneidade. Não devemos negá-los. Durante nosso estudo devemos procurar compreender quais as extensões de ambas faces no processo de replicação do meme.

No intuito de experimentar conceituações sobre a expressão de nossa cultura anteriores ao pensamento memético de Dawkins, a evolução dos memes, suas recombinações e significados que se expressam sem que se esgotem, nos remete à filosofias como à fenomenologia de Maurice Merleau-Ponty, em sua obra *Le prose du monde*, ele nos diz:

A expressão jamais é absolutamente expressão, o exprimido jamais é completamente exprimido; à linguagem é essencial que a lógica de sua construção jamais seja das que se podem colocar em conceitos, e à verdade, que jamais seja possuída, mas apenas transpareça através da lógica confusa de um sistema de expressão que traz os vestígios de um outro passado e os germes de um outro futuro. (MERLEAU-PONTY, 1969, p 53)

Segundo essa compreensão, vemos que é importante que sempre haja algo por vir no universo simbólico dos memes. Passado e futuro da expressão são os

tempos que nos mostram a evolução do meme. A parcialidade com que conhecemos estes produtos culturais nos presenteia com a possibilidade de um futuro desconhecido, novo e desejável. Os olhares que consideram o meme em sua infinitude potencial, seja pela mutação, pela semiose ou pelo caráter intrínseco da expressão, nos parecem mais adequados ao entendimento do fenômeno. Uma observação rápida e ordinária dos memes na última década também serve como evidência de sua evolução, eles exibem uma grande mutabilidade, um futuro que recorrentemente difere, irrestrito.

Após analisarmos estas referências começa a tornar-se mais clara a vivacidade que o meme possui. Esse produto midiático possui essência tão vívida quanto os genes que carregam a informação originária da vida nas espécies. Talvez seja esta a dificuldade de enclausurar o meme sob um conceito definitivo. Ainda que o conhecimento genético esteja cada vez mais avançado, há pontos que permanecem contestados pelos pesquisadores no campo. O conhecimento memético nesse momento é mais rudimentar do que o conhecimento genético, pois ainda estamos desenvolvendo nossos instrumentos analíticos e algorítmicos para visualizar suas estruturas. Ao passo que, microscópios e outras tecnologias de visualização já vem sendo empregadas há séculos pelas ciências biológicas. Parece profícua a associação desse pensamento ao de Merleau-Ponty, pois estamos lidando com comunicação viva e simbólica. De fato, Merleau-Ponty (2004), nos dirá que as coisas se apresentam inesgotáveis a nós, em carne e osso, a expressão encarnada e viva.

Continuando nas correlações entre meme e os pensamentos do autor citado, identificamos uma profundidade no fenômeno midiático, que se assemelha à profundidade aos olhos de Merleau-Ponty:

O que chamo de profundidade é nada ou é minha participação num ser sem restrição, e primeiramente no ser do espaço para além de todo ponto de vista... É esse espaço sem esconderijo, que em cada um de seus pontos é nem mais nem menos, o que ele é, é essa identidade do Ser que subjaz à análise dos talhos doces. (MERLEAU-PONTY, 2004, p.27-28)

Os olhos analisam o meme, entrecortam suas múltiplas formas, e percebem essa ausência de restrição. O fenômeno é algo perceptível e compreensível, mas não em sua totalidade. A sua possibilidade de desenvolvimento surge dessa indeterminação. A compreensão desse ponto nos interessa, pois, ao desenvolver a pesquisa encaramos novas formas ou expressões de meme. Há razão em acreditar que novas formas ou mutações dos memes na internet continuarão surgindo

indefinidamente. O objeto que por natureza sempre tem algo a nos mostrar, não poderá ser preso em rótulos descritivos de suas formas, pois a forma está se transformando a todo momento. De fato, do início de nosso projeto até o final do estudo, em observação quotidiana incidental, identificamos certos memes tornando-se cada vez mais comuns em grupos de Whatsapp. Formas que inexistiam e passam a surgir. Observamos também o crescimento dos memes em vídeo, que antes eram menos numerosos. A cada novo avanço, seja ele nas tecnologias digitais ou na tecnologia humana, podemos esperar por novas formas de memes.

Após versar sobre a existência de olhares variados, torna-se evidente que a memética de Dawkins não é o único caminho para estudar os memes. O autor foi notável em seus pensamentos por nomear o meme de modo a despertar a consciência do mundo contemporâneo sobre o fenômeno. A memética evoluiu nas últimas décadas ganhando popularidade nos estudos midiáticos, principalmente nestes que observam os replicadores no ambiente digital. No entanto, devemos nos lembrar de que o olhar de Dawkins não é o único, não é hierarquicamente superior ou inferior e não é o mais antigo.

Nesse ponto podemos retomar Charles Sanders Peirce. Quando consideramos a longevidade da obra do autor e a sua extensão, percebemos que muito do que é visto na memética já estava contemplado na semiótica peirciana. Não temos registros de que Dawkins estudasse semiótica no período em que desenvolveu o conceito, razão provável pela qual relegou a escola de Peirce. A imitação ou replicação do meme tem correspondência na Semiose que pode ser entendida como ação do signo ao produzir um interpretante de si mesmo (RANSDELL, 1992), um efeito. Esse interpretante que surge é um novo signo e possuirá o mesmo tipo de poder produtivo, potencialmente agindo na produção de um novo interpretante (RANSDELL, 1992). Uma geração de signos em cascata e ilimitada. Desse modo, podemos entender o signo, ou meme, como objeto autônomo que produz ou reproduz novos objetos e efeitos comunicacionais e culturais. Na semiose, a geração do interpretante ocorre mais pelo agenciamento do signo por si próprio do que pelo agenciamento de um intérprete, ainda que o humano possa ser importante na criação e mudança de sentido, o signo não necessita desse agenciamento subjetivo para a produção de seu interpretante (RANSDELL, 1992). A interpretação de um intérprete deve ser considerada como percepção ou observação de um sentido que é exibido pelo próprio signo, por ação do signo (RANSDELL, 1992, SANTAELLA, 1983). Note a proximidade

da ação do signo com a ação do meme em protagonizar seus saltos entre as mentes humanas graças à sua potência própria.

Os memes ou signos, carregam sentidos e uma vez que o desenvolvimento de sentidos ou do nosso próprio pensar subjaz a apresentação dos memes, conforme apresentado anteriormente, os estudos da significação podem auxiliar na compreensão dessas manifestações empíricas. A semiótica de Peirce pode ser utilizada como olhar conjunto ao memético para analisar os memes trazendo ganhos à compreensão:

Para profissionais e pesquisadores na área de comunicação, o conhecimento das lógicas do signo e da semiose trazem possibilidades não apenas de entendimento, mas de ação sobre fenômenos comunicacionais em nossas sociedades. As classes de signo estão ausentes no conceito de meme de Dawkins, estas classes podem ser úteis por exemplo para decompor dado meme (...) segundo suas qualidades, mecanismos de chamar a atenção e convenções de sentido (GODOY; PEREZ, 2018, p. 13).

A semiótica dedicou-se ao avanço do estudo dos sentidos dos signos em diferentes níveis e classes. A memética, embora tenha o mérito de apontar as unidades que se replicam nas populações, não articula esse tipo de análise. Há convergências entre os conceitos de signo e de meme, entre semiótica e memética, de modo que a própria palavra meme possa ser considerada símbolo de um fenômeno da comunicação (GODOY; PEREZ, 2018). Assim, nossa análise ganha maior profundidade quando combinamos a abordagem memética da identificação das unidades replicadoras com a análise semiótica que amplia cada um desses memes-signos em seus sentidos e relações. As constatações sobre distinções, similaridades e complementariedades foram observadas em estudo primordial comparativo entre a escola memética e a escola semiótica (GODOY; PEREZ, 2018). Nesse sentido, verificamos que a semiótica fornece suporte teórico robusto para a análise dos memes na internet em conjunto com os conhecimentos meméticos que se tornaram mais populares em nossa contemporaneidade.

Conceituando o fenômeno sob um olhar mais estrito, utilizaremos as escolas fundadas em Peirce e Dawkins como núcleo para analisar e compreender os fenômenos comunicacionais e culturais que reconhecemos como memes na internet. Nos referimos a elas como nucleares pois outras teorias também agregam riqueza à compreensão do meme e aparecem ao redor desses núcleos sem necessidade de serem excluídas. A ideia de que somos máquinas de memes, seres úteis para a replicação dessa nova entidade criada em nossa espécie, a partir de nosso

desenvolvimento cerebral e evolução linguística, é ideia das mais ambiciosas (BLACKMORE, 2008). Talvez tão ambiciosa quanto o conceito de signo e sua abrangência. Assim, somos convidados a olhar os memes não apenas em visão antropocêntrica, mas considerando as possibilidades de entendimento da autonomia desse replicador. Devemos frisar que essa não é uma especulação distante, quando iniciamos o estudo em 2018 tratava-se de uma possibilidade, mas em 2020 temos notícias como “Robôs de Bolsonaro sobem hashtag errada no twitter e pagam mico” (CATRACA LIVRE, 2020). Portais internacionais de notícia confirmam que memes estão sendo gerados por inteligência artificial e algoritmos (VOX, 2020) (BGR, 2020). BGR que se descreve como um destino de notícias focadas em *mobile* e mercados eletrônicos, não apenas nos mostra os memes criados com IA, como também descreve tais memes como “ouro puro”, num juízo que confere aprovação humana ao meme criado por tecnologia (BGR, 2020). Em nosso estudo observamos os memes na internet, sob a comunicação e seus sentidos. No entanto, advertimos que ao levar o estudo de memes, replicadores como os genes, aos últimos desdobramentos, é possível pensar em máquinas auto-replicadoras (WIKIPEDIA, 2020). Razão pela qual Susan Blackmore (2008) nos aponta a potenciais perigos do novo nível de replicadores experimentados pela humanidade, os replicadores tecnológicos aptos a se replicarem autonomamente, seja viabilizando tal replicação com auxílio humano ou o fazendo por si próprios. Os novos replicadores tensionam essa relação entre o protagonismo do humano e o poder intrínseco do meme para sua replicação.

3.2 A PRODUÇÃO NO BRASIL

O Brasil se autoproclama como uma das maiores potências globais produtoras de memes, ou mesmo, a potência destaque na criação de memes no cenário mundial. O imaginário nas redes cria até guerras memeais transnacionais, nas quais o Brasil vence contra outras nações a disputa pela supremacia memética (R7, 2018). Não há uma organização das nações meméticas unidas, nem uma entidade de pesquisa capaz de rastrear a criação e os efeitos de todos os memes, de modo que não podemos comprovar essa aspiração de estar no topo do mundo quanto à produção dos memes na internet. No entanto, repare que quando um país se autoproclama uma autoridade criadora de memes e constrói conteúdos acerca dessa percepção,

simultaneamente, está atestando a importância que atribui ao fenômeno dentro de seu universo cultural próprio. Além disso, é inegável que muitas figuras icônicas e simbólicas de nossa cultura, como jogadores de futebol e até a Cuca do folclore e da literatura nacional (*Blonde Brazilian Alligator*), já foram exportadas com sucesso para outras nações (EVANGELISTA, 2017). Em todo caso, ao invés de procurar a confirmação da supremacia memética brasileira, procuremos indicadores das potencialidades meméticas desse país em relação ao mundo.

Primeiramente, o Brasil é bastante populoso, atualmente com uma estimativa populacional superior a 209 milhões de brasileiros, ocupa a sexta posição na lista de países com maiores populações (IBGE, 2019). O censo do IBGE de 2020 foi adiado em decorrência da Pandemia (AGÊNCIA DE NOTÍCIAS IBGE, 2020). De acordo com a pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua de 2017, mais recente encontrada nesse momento para a informação do percentual de domicílios que utiliza a internet, o percentual de domicílios que utilizam a internet é de 74,9% e a presença de celular está em 93,2% dos domicílios (IBGE, 2018). Além disso, quando consideramos o tempo de permanência na rede, visto em estudos realizados por *Hootsuite* e *We are social*, o brasileiro passa em média nove horas e 14 minutos por dia conectado (WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE, 2018). Com esse tempo de permanência, o Brasil ocupa a terceira posição no *ranking* global, sendo ultrapassado somente por Tailândia (com nove horas e 38 minutos) e Filipinas (com nove horas e 24 minutos). Também estamos no topo do uso de *Facebook*. Ocupando a terceira posição no ranking de países com maior número de usuários, o Brasil atingiu a marca de 120 milhões de usuários da rede social em abril de 2019 (STATISTA, 2019). Essas informações desenham uma nação com um elevado potencial de produção de memes, a imagem que o povo brasileiro possui de si tem fundamentos fáticos. Uma nação que tem tamanha abundância populacional, fortes vínculos com a criatividade e tamanha conexão com o ambiente digital tem um potencial gerador de memes gigantesco.

Pontuamos adicionalmente que o cenário é facilitador do crescimento memético, pois os custos de produção midiática e difusão aproximam-se cada vez mais de um custo zero (PARISER, 2011, p. 51). Situação parelha, em certa medida, às revoluções protagonizadas pela indústria no século passado, na redução dos custos de produtos, porém, dessa vez estamos falando da produção de produtos midiáticos por qualquer pessoa. De modo que grandes populações possam se engajar

na produção memética relativamente sem custos. Vivenciando essas primeiras décadas de desenvolvimento dos memes na internet, não temos certeza sobre quais serão seus impactos na expressão humana. É possível que o desenvolvimento amplo e naturalizado da comunicação memética em nossas sociedades seja nosso próximo passo inevitável. Parece interessante a correlação com a reprodutibilidade técnica de Walter Benjamin, que era pensada em um momento em que o cinema ocupava espécie de ápice do desenvolvimento técnico, em seu texto, o autor nos diz que:

Durante séculos, a situação da escrita foi de tal ordem que a um reduzido número de escritores correspondia um número de vários milhares de leitores. No início do século passado verificou-se uma mudança nesta situação. Com a crescente expansão da imprensa, que proporcionava aos leitores cada vez mais órgãos locais políticos, religiosos, científicos e profissionais, uma parte cada vez maior dos leitores começou, de início ocasionalmente, passar a escrever. Tudo isto começou com a imprensa diária a abrir aos leitores o seu "correio", e atualmente a situação é tal que quase não deve haver um europeu, inserido no mundo do trabalho, que não tenha tido possibilidade de publicar uma experiência laboral, uma reclamação, uma reportagem, ou algo afim. Assim, a diferença entre autor e público está prestes a perder o seu carácter fundamental. Esta diferença torna-se funcional, podendo variar de caso para caso. O leitor está sempre pronto a tornar-se um escritor. (BENJAMIN, 1983, p.18)

Ora, o autor observava o que havia ocorrido historicamente com a escrita que se tornou parte da vida de todos. Caso pensemos na facilidade de capturar vídeos e hospedá-los em sites variados em nossa contemporaneidade, notaremos que a gravação de vídeos também se tornou um tipo de expressão comum em nossas sociedades. É difícil sustentar que em 1955 o autor antevia as tecnológicas portáteis que utilizamos em nosso momento, no entanto a reprodutibilidade técnica traz alguns conhecimentos que podem ser vistos com atualidade em nosso cotidiano. Convoca nossa atenção a essa correlação do meme com a escrita, caso a história da expressão e comunicação humana se repita, poderemos ver letramentos meméticos tornando-se cada vez mais comuns. Com uma população demograficamente adequada à criação de memes, com custos reduzidos para produzi-los e seguindo os avanços técnicos num ciclo histórico que esboça se repetir, o Brasil pode ser uma potência global criadora de memes. É possível que os memes no ambiente digital reivindiquem sua posição apical no desenvolvimento técnico corrente de nossas sociedades, bem como o cinema o fez no passado.

Até esse momento, descrevemos o brasileiro sob dados numéricos. É necessário explorar também dimensões culturais, afinal, não somos máquinas criadoras de meme. O Brasil tem composição cultural riquíssima, que se inicia nos

povos nativos, passa pelas tensões da colonização e se expande com a chegada de cada nova cultura posterior. Como vimos, procuramos o entendimento do ser brasileiro nas literaturas de Darcy Ribeiro, Gilberto Freyre e Roberto Damatta. Eles são autores de obras vastas que percorrem vários sentidos de brasilidade ou de brasis sempre em noção plural e notadamente marcada por antagonismos. Antagonismos que tinham seu prelúdio na nova da colonização, o contato com o diferente que nos movimenta, a cada nova chegada cultural e étnica em nosso território, está presente na obra dos três autores. Respeitando a grandiosa contribuição de cada um deles para entendimentos culturais, sociais e ritualísticos do povo brasileiro, devemos também notabilizar que acrescentam bastante complexidade ao tema. Com isso devemos dizer que, embora existam traços de brasilidade no modo majoritariamente expressivo do brasileiro, no uso de eufemismos, diminutivos carinhosos, no povo sorridente, nos muitos expoentes de um povo no qual o humor viceja, na maneira de cumprimentar, enfim, nas várias demonstrações quotidianas que sem dúvidas constituem o jeito de ser de uma nação, não são estes assuntos o cerne das obras dos autores citados.

Respeitando a ordem cronológica, começamos com Freyre. O autor nos fala do indígena, do português e do negro (de variadas origens) como constituintes do povo brasileiro. Em citação simplista, podemos notar o indígena silvícola mais hábil com a mata do que o português, conformado com a chegada do povo europeu, poligâmico, foi visto como luxurioso pelos olhos libidinosos dos portugueses (FREYRE, 2003). O autor também descreve negros de variadas origens, de culturas e fisionomias distintas, que tiveram contribuições na técnica, na religiosidade, na sexualidade, na extroversão do povo brasileiro e em outras esferas (FREYRE, 2003). O povo português colonizador também carregara para a América os valores de um país burocrático, cristão e cheio de conflitos. O olhar do autor dá relevo a relações familiares, sexuais, hibridação biológica e cultural no contato entre todos os povos, nas relações do Brasil antigo. Extroversão, excitação e sexualidade aparecem como características essenciais à formação do país e do brasileiro. De modo que, quando encontramos humor, sexualidade e extroversão nos memes, podemos reconhecer as origens.

Prosseguindo para o segundo autor, para explorar o tema da adoção do meme pelo brasileiro, podemos resgatar a discussão de arcaico e moderno em Ribeiro. O autor nos diz que:

A passagem do padrão tradicional, tornado arcaico, ao padrão moderno opera a diferentes ritmos em todas as regiões, mas mesmo as mais progressistas se veem tolhidas e reduzidas a uma modernização reflexa. Isso não se explica, contudo, por qualquer resistência de ordem cultural à mudança, uma vez que um veemente desejo de transformação renovadora constitui, talvez, a característica mais remarcável dos povos novos e, entre eles, os brasileiros. Dada a homogeneidade cultural da sociedade brasileira, cada um dos seus membros tanto é capaz de comunicar-se com os contingentes modernizados, como se predispõe a aceitar inovações... As formas futuras que deverá assumir a cultura brasileira como desenvolvimento conduzirão, seguramente, ao reforço da unidade étnico-nacional pela maior homogeneização dos modos de fazer, de interagir e de se pensar. (RIBEIRO, 1995, p. 248-249)

Podemos confirmar o pensamento do autor quando observamos a rápida adoção de tecnologias contemporâneas de comunicação nos *smartphones*, bem como o rápido crescimento do uso da comunicação, por assim dizer, memética, nas redes. Sobre a homogeneidade cultural, no sentido de que todas as regiões podem se comunicar e compartilhar suas particularidades, também houve uma predição correta. Devemos apenas apontar ao fato de que algoritmos fazem um papel de segregação social em nossas sociedades atuais, replicando a positividade do igual e afastando a alteridade.

Por fim, DaMatta nos apresenta reflexões mais carnavalescas sobre a relação do brasileiro com o espaço e com a cultura e seus rituais. As reflexões que originalmente são para o espaço físico, podem ser transpostas ao espaço digital excitando nosso pensamento. O autor nos diz:

No Brasil, então, a passagem da casa para a rua é sempre ritualizada. Preparar-se para sair de casa é não só uma expressão corrente, mas um modo de tomar consciência...essa passagem de um lugar onde reina a complementaridade e a hierarquia, para outro, muito mais individualizado, onde se é anônimo... Numa sociedade tão centrada na imposição de formas e fórmulas fixas, na sua maioria com um formato jurídico definitivo, nos modos de fazer, reproduzir, comemorar, ritualizar. Seja na "rua" ou em "casa", o brasileiro está normalmente sujeito a regras fixas que demandam um relacionamento constante entre ele e o seu grupo. De fato, essas regras atrelam o indivíduo ao grupo, impedindo sua ação atomizada que sempre fica situada fora das normas e tende, como consequência, a ser vista e interpretada como ilegítima. Desse modo, o projeto da sociedade brasileira, com suas regras e ritos, é fazer dissolver e desaparecer o indivíduo... Mas no carnaval as leis são mínimas. É como se tivesse sido criado um espaço especial, fora da casa e acima da rua, onde todos pudessem estar sem essas preocupações de relacionamento ou filiação a seus grupos de nascimento, casamento e ocupação. (DAMATTA, 1997, p. 118-121)

Somos instigados a pensar a comunicação memética ora como carnaval ora como legislada, os indivíduos podem se ver constrangidos a utilizar certos tipos de comunicação em seus grupos, bem como podem criar espaços onde exercem sua individualidade pela utilização do meme. Enquanto objeto imediato, o meme pode

carregar essa dualidade brasileira, ora socialmente adequada às normas ora transgressora e libertina.

Todas estas brasilidades estão em jogo na produção do meme pelo brasileiro, o carnaval, as origens culturais, os contextos políticos, educacionais, demográficos e outros mais, são fatores que devemos considerar ao investigar a produção dos memes.

3.3 USOS NO AMBIENTE DIGITAL

Todo indivíduo que acessa as redes e vive no espaço digital de conexões aceleradas já possui alguma vivência com memes. No entanto, a rapidez e a naturalização da comunicação memética usualmente aniquilam as possibilidades contemplativas, lentas, de experiência e conhecimento das bases do fenômeno.

Há questões de elevada importância acerca de algoritmos e contemporaneidades digitais nesse meio que certamente modelam as formas dos memes e seus usos possíveis. De outro modo, deveríamos pressupor que memes religiosos difundidos em mídia impressa, memes propagados por pintura em espaços urbanos e os memes na internet não possuem diferenciações entre-si. Ao contrário, acreditamos que há particularidades a serem exploradas no meme em nossa contemporaneidade digital. Particularidades que não foram exploradas por Peirce ou Dawkins devido ao momento histórico de suas obras que precede as mais recentes revoluções tecnológicas. Influenciados pelos estudos evolucionários de Darwin, a semiótica e o seu signo, a memética e seu novo replicador, fazem referência a estas unidades ou complexos que viajam sendo comunicados pelos humanos e carregando sentidos.

Veja, uma das facetas de nossa realidade contemporânea é o dataísmo, que converge com a memética ao atribuir centralidade na difusão dos dados. Podemos compreendê-lo como perspectiva segundo a qual nosso universo consiste num fluxo de dados e o valor de qualquer fenômeno ou entidade é determinado por sua contribuição ao processamento de dados nesse sistema (HARARI, 2016). Percebamos que os memes são dados, *bits* que são processados nos computadores ou pelas mentes humanas para construir sentidos. Podemos dizer que toda comunicação humana necessita de nossa decodificação, mas há algumas

particularidades na comunicação utilizando memes. Não é como quando utilizamos um código alfabético e linguístico para formar frases segundo nosso crivo individual. Cada meme em si sintetiza e carrega uma mensagem pronta, elaborada por um terceiro ou por uma máquina, carrega sentidos pré-concebidos, distanciando-se da perspectiva humanista de vontades e experiências interiores guiando a comunicação. Em uma sociedade dataísta, o indivíduo apropria-se do meme que encontra na rede via algoritmos e difunde a mensagem para que na rede novamente ela ganhe sentido, seguindo assim o fluxo de dados. As pessoas desejam a comunicação, desse modo, integrando-se ao dataísmo:

As pessoas só querem ser parte de um fluxo de dados... O indivíduo está se tornando um pequeno chip dentro de um sistema gigantesco que, na realidade, ninguém entende... À medida que o sistema de processamento de dados se torna onisciente e onipotente, a conexão com o sistema se torna a fonte de todo significado. Humanos querem se fundir no fluxo de dados porque, quando você é parte desse fluxo, você é parte de algo muito maior que você mesmo. (HARARI, 2016)

Desse modo, a crescente popularização da comunicação utilizando memes é sintomática dessa mudança paradigmática (também pode ser tomada como religiosa) do humanismo para o dataísmo que Harari nos descreve. O sentimento de tornar-se parte de algo maior não é novo em nossas sociedades, a roupagem tecnológica ofusca a similaridade às crenças teológicas demasiadamente antigas. Embora seja uma perspectiva ousada para nosso momento histórico, é possível compreender o uso dos memes como novo tipo de linguagem, na qual o indivíduo não necessita mais elaborar suas próprias mensagens tanto quanto precisa apropriar-se de memes existentes, fazendo os dados fluírem pelas redes.

Há outros vetores que impulsionam essa adesão à comunicação memética. Quando pensamos na Sociedade do Cansaço de Chul-Han investigamos um indivíduo que está cansado demais para agir ou falar numa sociedade de excessos positivos. Citando trechos conclusivos da obra do autor:

...A sociedade do desempenho e a sociedade ativa geram um cansaço e esgotamento excessivos. Esses estados psíquicos são característicos de um mundo que se tornou pobre em negatividade e que é dominado por um excesso de positividade. Não são reações imunológicas que pressuporiam uma negatividade do outro imunológico. Ao contrário, são causadas por um excesso de positividade. O excesso da elevação do desempenho leva a um infarto da alma... (CHUL-HAN, 2016, p. 70)

O texto do autor é bastante denso, quando Chul-Han está falando de positividade está falando sobre o excesso de todas as coisas característico de nossa contemporaneidade. No caso dos memes e da comunicação digital podemos pensar nos excessos de estímulos sensoriais, excessos de diferentes plataformas, excessos de grupos, excessos de interações comunicacionais, excessos de contatos, excessos de assuntos e notícias sobre todos os temas e a lista continua a se exceder indefinidamente. O digital vem configurando um mar de excessos na conexão e produção de dados ilimitada. Isso ocorre em nosso cenário contemporâneo de *burnout*, de um humano que anseia por poder fazer cada vez mais e explora a si mesmo. Ora, não é razoável pensar que com o aumento de atividades, a dedicação a cada uma delas possa receber a mesma atenção e o mesmo tempo. Assim, podemos pensar o meme como escolha econômica de mensagem para sociedades assoladas por um cansaço crônico. O desalento resultante da pandemia prolongada de 2020 apenas fortalece o quadro. O cansaço é violento e arrasa até mesmo a proximidade entre os indivíduos e suas linguagens, trata-se de um cansaço silencioso e extenuado (CHUL-HAN, 2016, p. 71-72). Outro ponto muito interessante no autor é a ideia de ausência de negatividade. Essa negatividade é vista como alteridade, não temos o contato “viral” com algo estranho, trata-se de uma sociedade onde o igual se aglutina violentamente em excesso até que seja rejeitado (CHUL-HAN, 2016, p. 15-17). Quando expandimos esse raciocínio para os memes podemos observar que o uso em grupos faz com que cada “bolha algorítmica” tenha acesso apenas a um “pequeno” repertório. Pequeno em relação à totalidade da rede, mas grande o suficiente para entreter a atenção de um grupo. Assim, existem preocupações quanto a filtros que não permitem ao indivíduo o acesso livre à informação, no caso dos memes, confina a comunicação dos usuários às formas sugeridas como mais adequadas para seu grupo. Os algoritmos e o ambiente digital decidem por nós como devemos nos expressar sob uma lógica conservadora de replicação.

A ascensão da bolha filtro não afeta somente como processamos esses produtos midiáticos, ela pode afetar também o modo como pensamos (PARISER, 2011, p. 76). No caso dos memes, modificam as formas de expressão emotiva, comunicação e diversão. Deste modo, as bolhas algorítmicas agregam um enredamento nas relações meméticas da internet, visto que existem influências em *looping*, reiteradas, que partem tanto dos cálculos dos algoritmos quanto dos cálculos

das pessoas (GILLESPIE, 2014). A bolha algorítmica também tem poder sobre os memes e formas de expressão do espaço numérico.

Devemos ponderar estas possibilidades de comunicação memética em redes que observamos, que fazem sentido apenas em nossa sociedade atual. Os usos que fazemos dos memes nesse momento, são mediados pelo contexto tecnológico e pelos valores sociais de nosso tempo. Nossa contemporaneidade tem uma realidade altamente mediada, de modo que podemos falar em *deep mediatization* e mídia multiforme (*media manifold*) como nos apresentam Couldry e Hepp. Os autores nos dizem que a midiatização ocorreu em ondas: mecanização, eletrificação e digitalização; cada uma dessas ondas transforma todo o ambiente midiático e suas inter-relações de modo geral em nossas sociedades (COULDRY; HEPP, 2016). Sobre a mídia multiforme (*manifold*) os autores nos dizem:

O termo "mídia multiforme" nos permite manter em vista tanto a posição do ator social dentro de um ambiente institucionalizado muito maior de mídia interdependente quanto a complexidade situada das escolhas cotidianas de mídia desse ator. Precisamos entender as duas e suas inter-relações, uma vez que a dinâmica desse ambiente mais amplo, particularmente suas pressões primordiais em direção à dataficação, são de grandes consequências para todos os atores e para a organização da vida social como um todo. (COULDRY; HEPP, 2016, p. 56, tradução nossa)

Tal definição coloca em contraponto a infinidade de opções que as mídias digitais nos oferecem com o contingenciado uso real que fazemos. Escolhas pessoais ou algorítmicas limitam o que podemos acessar. Essas relações na era digital, entre dados infinitos disponíveis e dados realmente consumidos, também reafirmam a dataficação. Não devemos pensar em midiatização de uma maneira isolada, mas em uma mediação que perpassa toda nossa sociedade mudando e moldando nossas realidades. Os memes em 1976 não tinham as mesmas potencialidades de nosso momento. A comunicação memética se acelera e se integra às transformações sociais que vivemos.

Essas transformações contemporâneas, nos incitam a investigar nossa própria percepção de contemporaneidade, uma palavra sintética, que carrega em si incontáveis sentidos de nosso tempo. Por isso, analisar a contemporaneidade é desafiador. A fim de melhor entender a tônica de nossa relação com nossa contemporaneidade, procuramos o olhar de Agamben que procura compreender a situação temporal desse presente:

De fato, a contemporaneidade se escreve no presente assinalando-o antes de tudo como arcaico, e somente quem percebe no mais moderno e recente os índices e

assinaturas do arcaico pode dele ser contemporâneo...Aqueles que procuram pensar a contemporaneidade puderam fazê-lo apenas com a condição de cindi-la em mais tempos, de introduzir no tempo uma essencial desomogeneidade...Não apenas esse tempo é cronologicamente indeterminado...mas ele tem a capacidade singular de colocar em relação consigo mesmo todo instante do passado, (AGAMBEN, 2009, p. 69-71)

Enquanto nos descreve o contemporâneo, Agamben vai explorar conhecimentos de poesia, neurofisiologia ótica, astrofísica, moda e teologia. Desse modo, nossa visão a partir de seu texto é parcial e direcionada a contemporaneidade nos contextos digitais que estudamos. O contemporâneo é visto como esse ponto indeterminado cronologicamente, que fica situado entre o passado e um presente que carrega a assinatura da sua origem, mas que logo foge para novas perspectivas, novas tecnologias e novas relações sociais. Assim, quando falamos de memes na contemporaneidade digital, podemos falar de designs e formas que estamos vendo nesse momento, podemos identificar origens de memes de alto impacto, mas ao mesmo tempo, devemos saber que se tornam obsoletos enquanto realizamos o estudo. Essa dificuldade não deve impedir o estudo dos objetos no ambiente digital, mas devemos prosseguir nossas análises com conhecimento de que há vácuos e *desomogeneidades* no olhar dos objetos de pesquisa agora. Vivemos esta contemporaneidade, da qual quase não somos mais contemporâneos, por estarmos constantemente buscando um futuro que sempre avança um pouco mais.

Nesse estudo dos memes, vemos designs intrínsecos ao meme que podemos verificar ao procurar pelos objetos culturais na internet. Há múltiplos designs reconhecidamente próprios dos memes na internet, de fato há tentativas de organizá-los e categorizá-los. No Brasil, o Museu de Memes (MUSEU DE MEMES, 2019) possui um acervo organizado em categorias como: *4 pane*, ação popular, *hashtag*, *snowclone*, *reaction face*, etc.

Isso faz dos memes designs dentro de designs, ou seja, designs imagéticos e sonoros dentro dos designs numéricos característicos da internet. No entanto, aqui devemos chamar a atenção para o fato de que o formato dos memes, dentro e fora da internet, não é fixo, é antes mutável e capacitado a evoluir (DAWKINS, 2006). A cada nova possibilidade apresentada pela internet, surge uma nova forma de meme. Olhando para a história podemos citar como exemplo o caso de *Rickroll*, quando um videoclipe de 1987 com baixa visibilidade voltou a vida nos espaços do *Youtube* a partir de 2006 e 2007 (DUBS et al, 2018). Essa ressurgência do vídeo, agora transformado em meme, só foi possível graças a presença do *Youtube* no espaço da

internet, um formato que surgiu vários anos após o aparecimento, ascensão e esquecimento de *Never Gonna Give You Up* (título da obra musical de Rick Astley) nas mídias predecessoras.

Esse design inscrito no mundo digital faz com que os memes na internet possuam seu DNA vinculado ao design de um espaço numérico. Assim, vemos esses fenômenos como um bom exemplo de *coevolução*:

Quer você goste de aritmética, quer não, é difícil negar os profundos efeitos que os números têm tido sobre o desenvolvimento da civilização humana. A evolução da cultura e da matemática vêm andando de mãos dadas nos últimos quatro milênios. Seria difícil separar causa e efeito. Eu hesitaria em afirmar que inovação matemática provoca mudanças culturais, ou que necessidades culturais determinam a direção do progresso matemático. Mas ambas as afirmações contêm um grão de verdade, porque matemática e cultura coevoluem. (STUART, 2014, p. 22)

Os números são os códigos que conferem aos memes seus formatos, no formato digital compõem os algoritmos que auxiliam sua difusão, os indicadores sobre a viralização e sua relevância. Cada um desses aspectos faz com que o meme continue sua evolução, em parte causada por fatores antropogênicos, em parte pelas máquinas nas relações de dados e em parte por si próprio enquanto signo. Essa perspectiva de evolução por ação própria pode ser analisada quando consideramos o meme na internet enquanto símbolo dentro da semiótica peirciana, um dos olhares possíveis. Peirce mostra que “um símbolo, uma vez existente, é comunicado entre as pessoas”, no uso e na experiência seu significado cresce (PEIRCE, 1894, p. 51). A observação de memes que circulam na internet pode facilmente confirmar essa afirmação. Uma vez que um símbolo se faça presente nas redes e na mente das pessoas, dificilmente irá cessar, ele será comunicado em maior ou menor velocidade no processo de semiose.

Isso nos leva a algumas questões quanto a circulação dos memes. Há um universo de memes circulando na internet que tende ao infinito. Computadores podem estimar seus números, mas humanos não tem perspectivas de conhecer a totalidade existente. Nesse ponto, apenas podemos concordar com o fato de que curadores, sejam eles humanos ou *softwares*, tem um papel cada vez mais importante (PARISER, 2011, p. 51). Esse papel de curadoria e prospecção memética por vezes é feito por amigos e grupos, mas filtros algorítmicos estão frequentemente presentes nas buscas e agem como intermediários. Eles acabam por influenciar o que vemos e os modos como nos expressamos utilizando memes. Sobre intermediários, Pariser nos mostra um ponto bastante interessante:

A maioria das pessoas que alugam apartamentos não "vão direto" - elas usam o intermediário da Craigslist. Os leitores usam o Amazon.com. Os pesquisadores usam o Google. Amigos usam o Facebook. Essas plataformas possuem uma imensa quantidade de poder - em muitos aspectos, tanto quanto os editores de jornais, gravadoras e outros intermediários que os precederam. (PARISER, 2011, p. 59, tradução nossa)

Pensando nosso objeto, somos obrigados a aplicar o mesmo raciocínio procurando pelos intermediários desse produto midiático e cultural na internet. Um dos intermediários é sem dúvidas o algoritmo. Os algoritmos de recomendação mapeiam nossas preferências e sugerem *bits* e produtos culturais para que nós encontremos (GILLESPIE, 2014). Alguém poderia objetar a isto afirmando que os memes ainda são difundidos exclusivamente nas relações sociais humanas dentro da rede, mas tal pensamento, na melhor das hipóteses, é demasiadamente reducionista. Utilizando-nos da herança da filosofia de Sexto Empírico, no argumento do regresso, caso os memes fossem realmente passados sem auxílio de algoritmos somos obrigados a pensar que toda vez que um meme inicia sua circulação na rede, um homem o cria do zero em ato de total originalidade (SEXTO, 2018). Ora, isso não condiz com a observação empírica do ambiente. Os memes são frequentemente pesquisados pelos indivíduos, muitas vezes utilizando-se dos algoritmos do *Google*, de aplicativos e sites especializados como *knowyourmeme.com*. Além disso, uma breve busca por aplicativos retornará dezenas de resultados de aplicativos geradores de memes. Desse modo, podemos ver que o homem, não é único agente nesse processo de produção e circulação dos memes. Os algoritmos são atores fortes nesse ambiente digital. Assim, ainda que privilegiemos certo recorte da produção e uso por humanos para que nosso estudo seja factível, não podemos esquecer essa influência. Adicionalmente, quando nos referimos a algoritmos não devemos considerá-los de modo abstrato, ainda que no dataísmo os algoritmos assumam tal dimensão incompreensível e dogmática. Os algoritmos devem ser vistos também sob enfoques sociológicos guiados por escolhas institucionais e humanas (GILLESPIE, 2014). Isso agrega maior complicação ao uso do meme na internet, pois os algoritmos, assim como os memes, são mutáveis e evoluem. Coexistem em um cenário de mutação e evolução de ambas as partes. Embora parte dos usuários não esteja preocupada em considerar criticamente os algoritmos, essa sequência de raciocínios e ordens programadas continuará tendo um papel que não é neutro nem estável, agindo como intermediário desses produtos culturais. Gillespie nos diz que:

De fato, os algoritmos podem ser alterados de maneira fácil, instantânea, radical e invisível. Embora grandes atualizações possam acontecer apenas de vez em quando, os algoritmos estão sendo regularmente “ajustados”. As mudanças podem ocorrer sem que a interface do algoritmo mude minimamente ... (GILLESPIE, 2014, p.178, tradução nossa)

Em meio a estas mudanças invisíveis, os memes são forçados a seguir novos jogos algorítmicos para se tornarem ou permanecerem populares. Os memes na internet enfrentam uma luta por atenção, similar à darwinista sobrevivência do mais apto (DARWIN, 2009). Pariser identificou essa luta que notamos nos memes, nas notícias da internet. O autor nos diz que cada artigo ascende nas listas encaminhadas ou morre, usualmente nessa economia de atenção vencem os escritos mais superficiais, escandalosos e virais (PARISER, 2011, p. 65). No caso do meme não é diferente, apenas devemos aumentar o rol de características dos vencedores. Devemos lembrar que os memes amplamente vistos, são aqueles que se mostraram eficazes replicadores na *pool* memética, de modo que os memes com as características mais aptas é que serão os mais vistos no ambiente da internet (DAWKINS, 2006, p.196). Os memes lutam sob a égide das leis de sobrevivência na selva algorítmica e digital. A visibilidade e uso corrente são as medidas da sobrevivência do meme nas redes.

Quando falamos dessa visibilidade dependente de algoritmos, o primeiro pensamento recai sobre os memes, fenômenos comunicacionais, digitais, em formatos variados encontrados na *web*. No entanto, as relações do meme nas redes não implicam somente em questões da visibilidade do meme em si. A exposição do humano enquanto utiliza os memes para comunicar-se também tem visibilidades importantes em jogo. Falamos acerca de privacidade, visibilidade e socialização. Thibes situa a abertura da vida privada em duas faces:

... há dois aspectos em questão: por um lado, os excessos de abertura da vida privada podem ter consequências danosas, mas, por outro, a exposição de si também proporciona gratificações importantes, de ordem simbólica e material. Acreditamos que não é possível compreender devidamente o problema sem levar em consideração esses dois lados. (THIBES, 2017, p. 330)

No uso dos memes a intimidade e a exposição de si também se fazem presentes. Quando o usuário coloca suas mensagens meméticas em fluxo, faz uso de construções simbólicas de sentido da qual não necessariamente foi autor originário. Isso preserva e dá conforto ao emissor, que de certo modo, caso não gostem de sua forma de comunicação, pode atribuir a responsabilidade de autoria a um terceiro. No

caso de autoria própria isto pode se reverter, buscando as gratificações da exposição. Além disso, em usos públicos de meme, pode utilizar-se de memes de efeitos comunicacionais previsíveis para comunicar-se assertivamente. Assim, é possível utilizar o meme de maneira a proteger a privacidade ou a abandoná-la. O meme também pode ser utilizado como exposição máxima do humano, quando pensamos que vários dos memes rotineiramente utilizados são imagens capturadas de celebridades ou personalidades anônimas em algum sentido admiráveis. Podemos pensar o uso do meme tanto para preservação quanto para a exposição da individualidade.

Essa questão é de elevada relevância pois a visibilidade na internet não é garantida. Em trabalho que estuda a visibilidade segundo a arquitetura do algoritmo do *Facebook*, Taina Bucher nos diz que: “Não conformar-se às regras estabelecidas pelo programa arquitetônico é, portanto, punível. Isto é, não participar do *Facebook* vai te punir tornando-o invisível” (BUCHER, 2012, p.1175). Cada site, algoritmo e território dentro do espaço numérico possui seus próprios designs. É assim que o visível e o invisível se estabelecem. Quando algum tipo de expressão, em nosso caso a memética, falha em se adaptar a estes parâmetros, torna-se invisível nessa mídia. Assim, note que o uso dos memes tem variações quanto à visibilidade, matizando possibilidades que variam da invisibilidade completa até a mais alta exposição possível. Isto vale tanto para os memes quanto para seus usuários.

Não é fácil compreender para que direção nossas sociedades na era digital estão acelerando, mas é possível visualizar seus contornos. O uso do meme parece estar se tornando natural para a comunicação nesse ambiente digital em desenvolvimento. Ele converge com valores e necessidades dataístas de uma sociedade hipercapitalista do desempenho. Os memes na internet fazem parte do cotidiano das populações com ubiquidade de conexão, desse modo tendem a ser vistos erroneamente como intuitivos, descritos por vezes de forma demasiadamente simplificada, baseados unicamente na experiência diária com este produto midiático e cultural. Como vimos, é valioso ao olhar científico dar um passo atrás. Não se deve tomar o território da internet como dado, nem extrapolar os memes de modo a desconsiderar as influências de seus meios em suas formas e possibilidades de interação. Os memes na internet possuem uma dinâmica única em virtude das relações intrincadas que possuem com sua mídia.

Além disso, a replicação do meme e sua viralização na internet estão diretamente ligadas aos algoritmos, que designam o que é necessário fazer para vencer nas listas e ordenações. A competição é constante pois os critérios mudam ao longo do tempo, é um jogo que se dá em diversos momentos sucessivos decidindo quem pode estar no topo, a cada momento, segundo critérios mutáveis.

Ao analisarmos o uso no ambiente digital contemporâneo dos memes, é interessante tentarmos pensar na função que ele possui em nossas sociedades. Esses produtos midiáticos servem normalmente aos indivíduos para se expressarem e compartilharem informações, culturas e sentimentos. Desse modo, são produtos bastante quentes e humanos. Quando evidenciamos que essas possibilidades de expressão estão delimitadas por algoritmos e lógicas dataístas, devemos compreender que, de fato, há fortes vetores de transformação social em atividade hoje. Não somos apenas criadores das tecnologias que utilizamos, somos recodificados por estas tecnologias que agem sobre nossas formas de expressão, pensamento e sentidos.

3.4 O MEME SOB A SEMIÓTICA

Lipovetsky nos diz que ainda que estejamos completamente envolvidos em uma vida agitada e da produtividade na hipermodernidade, há um número crescente de indivíduos que possui gosto gratuito pela criação ou a expressão estética, tornando-se criadores de conteúdo (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 246). A estetização do mundo é um dos testemunhos da relevância da Semiótica nos estudos contemporâneos.

Para o estudo a partir da semiótica peirceana cabe recordar suas categorias de análise: primeiridade, secundidade e terceiridade. Desse modo, o autor nos diz que há três tipos de interesse que podemos ver em uma coisa:

Primeiro, podemos ter um inicial interesse por ela mesma. Segundo, podemos ter um secundário interesse sobre ela devido às suas reações com outras coisas. Terceiro, podemos ter um interesse mediado sobre ela, pelo que se sabe expressa à mente uma ideia sobre uma coisa. Desse modo, é um signo, ou o mesmo que representação (PEIRCE, 1894, p. 48).

Os interesses estão ligados às categorias. Na posição de intérpretes dinâmicos, humanos, com nossos interesses possíveis, podemos identificar as lógicas nos signos

e podemos explorá-los com profundidade. Na semióse apresentada por Peirce os signos podem ser classificados em três categorias. Vamos utilizar as próprias palavras de Peirce para conservar com fidelidade o entendimento em suas definições:

Há três tipos de signos. Primeiro, há a semelhança, ou ícones, que expressam ideias das coisas que eles representam simplesmente por imitá-las. Segundo, há indícios, ou índices, que mostram algo sobre as coisas, atualizam-se sendo fisicamente conectados a elas. Tal qual uma sinalização, que indica a direção do fluxo de uma rua, ou um pronome relativo, que é colocado justamente depois do nome das coisas que se pretende sejam denotadas, ou uma exclamação de vocativo, como “Oi, você aí!”, que age sobre os nervos da pessoa que a ouve com uma força a chamar sua atenção. Terceiro, há símbolos, ou coisas gerais, que se veem associadas com seus significados de uso. Tais são as palavras e frases, e diálogos, e livros e livrarias. (PEIRCE, 1894, p. 48)

Os memes na internet são usualmente analisados enquanto símbolos, seu caráter comunicacional e cultural remete às coisas gerais e significados de uso. Peirce nos diz que palavras são exemplos de símbolos na medida em que existem ideias conectadas a elas (PEIRCE, 1894, p. 50). O símbolo em si não identifica aquilo que representa, mas pressupõe de nós que sejamos capazes de imaginar as coisas que estão associadas a ele (PEIRCE, 1894, p. 51) e, nesse sentido, o símbolo é capaz de representar. Nas palavras de Souza; Drigo (2013, p.126) “símbolo é também, a celebração de um contrato ou convenção”, portanto a comunhão, os acordos encapsulados no símbolo. Assim, a palavra meme não nos mostra um meme em específico, mas pressupõe que possamos imaginar o que é um meme com base nas associações do símbolo e seus significados de uso. De fato, a palavra meme foi o símbolo que se tornou popular na internet nas últimas décadas para se conectar, no âmbito das ideias e usos, a um tipo de objeto comunicacional e cultural bastante utilizado nas redes. Símbolos não representam coisas em particular, mas sim tipos de coisas (PEIRCE, 1894, p. 51). Peirce nos diz que “a palavra vive nas mentes daqueles que a usam” (PEIRCE, 1894, p. 51). Portanto, podemos entender que os símbolos vivem na mente daqueles que os utilizam, ou seja, que os memes vivem nas mentes. Essa afirmação tem o mesmo teor das afirmações proferidas pela memética décadas depois da publicação dos trabalhos de Peirce. Memes e símbolos habitam em nossas mentes. Também podemos encontrar elementos icônicos e indiciais, mas como descrito acima, a dimensão simbólica parece preponderante aos memes na internet em geral.

A análise que utilizamos neste estudo é a análise semiótica aplicada, aprofundada na obra de Santaella (2004). Um ponto de partida para nosso estudo

está na conceituação de objeto imediato e objeto dinâmico. A título de exemplificar, Santaella nos diz que:

Quando olhamos para uma fotografia, lá se apresenta uma imagem. Essa imagem é o signo e o objeto dinâmico é aquilo que a foto capturou...O objeto imediato de um ícone só pode **sugerir** ou evocar seu objeto dinâmico. O objeto imediato de um índice **indica** seu objeto dinâmico e o objeto imediato de um símbolo **representa** seu objeto dinâmico. (SANTAELLA, 2004, p. 14-16)

Esse conhecimento é relevante para nós, pois desejamos analisar os memes enquanto signos. Em certo sentido equívoco, há casos em que celebridades ou personalidades protagonistas de conteúdos que circulam nas redes são chamadas de memes. Observe, essa é uma confusão entre objeto imediato e objeto dinâmico. Quando uma figura política dúbia ou um artista com expressão memorável, a partir de certa captura prévia (usualmente visual ou sonora), difunde-se rapidamente pelas redes, tal figura não se torna um meme. O meme de que falamos é o signo ou complexo signico, o objeto imediato e seus sentidos. A pessoa que protagonizou esse conteúdo, emprestando sua imagem para esta comunicação de finalidades incontroláveis, não se tornou um meme. Ela é um objeto dinâmico com infindáveis possibilidades.

Os memes exibidos a seguir são exemplos coletados da internet, como encontrados ao início de nossa pesquisa, objetos imediatos, escolhidos por conveniência para apresentar tipos de design do meme na época.

Repare que as imagens possuem designs específicos. Há certas organizações de fontes, alguns são vídeos, alguns são frases e certas formatações são esperadas quando pesquisamos por memes na internet. Existem incontáveis variações de cada um desses designs. Esses são exemplos ilustrativos de memes na internet no Brasil ao início dessa pesquisa, mas existem muitos outros designs que podem ser encontrados ao realizar uma pesquisa algorítmica padrão em nossos navegadores. São apenas exemplos do fenômeno meme que habita nossas redes e mentes, que serão analisados com o suporte da Semiótica.

Imagem 1 – Memes do passado



Fonte: Museu de Memes (2019)

Santaella nos diz que devemos explorar o poder sugestivo, indicativo e representativo do signo; deve-se observar as qualidades, as relações do objeto com seu objeto dinâmico e analisar o signo em sua propriedade de lei (SANTAELLA, 2004, p.41). Recomenda-se analisar o signo de maneira progressiva, seguindo as relações lógicas de primeiridade, secundidade e terceiridade, decidindo o alcance de cada etapa de acordo com o objetivo arbitrário da análise (SANTAELLA, 2004, p.41). Esse corte arbitrário na análise deve obrigatoriamente ser realizado pois a semiose é infinita. Ainda que seja possível explorar ampla e satisfatoriamente os efeitos de

sentido contidos em dado signo, não é possível acessar a sua totalidade de interpretantes possíveis. Devemos levar em consideração a autonomia do signo em relação ao intérprete, percebendo que somos intérpretes singulares que acessam parcialmente um interpretante dinâmico e não devemos ser taxativos pois todo signo pode ser analisado sob as dimensões de iconicidade, indexalidade e simbolicidade (SANTAELLA, 2004, p.42).

Seguindo tais diretrizes, apresentamos uma análise inicial, a título de exemplificar o caráter da análise que o leitor encontrará adiante neste trabalho, do meme “É Verdade Esse Bilete”, contido na Figura 1, anteriormente apresentado. Analisando primeiridade, secundidade e terceiridade. A primeiridade exibe uma folha de papel, branca sobre fundo amarelo azul e verde. Há manuscritos sob linhas horizontais. O objeto imediato é quase em totalidade a folha branca e o manuscrito tortuoso, o plano de fundo é secundário ocupando as periferias do olhar. Olhando para a secundidade, quando analisamos os aspectos indiciais, podemos perceber que o tal “bilete” tem cortes pouco cuidadosos na folha de papel de um caderno, o corpo da letra indica a presença de uma caneta estremeçada com rabiscos e falhas gramaticais que apontam ao nível educacional de uma criança que escreveu esta mensagem. Na terceiridade, este signo tem uma dimensão simbólica preponderante a começar pela sua composição majoritariamente escrita. As palavras escritas em português, bem como a bandeira nacional ao fundo, possuem simbolicidade. De fato, esse *bilete* representa um aviso escolar, aos moldes de um legítimo “comunicado aos senhores pais”. Faz referência a esta forma de comunicação institucional. Há efeito de humor ao ver o componente indicial apontar ao autor que tentou reproduzir um legisigno com astúcia, mas execução incompatível com o convencionado. Quando falamos de brasilidades, na educação, o país tem dificuldades reconhecidas pela população e pelos governantes. Além disso, podemos pensar numa referência à malandragem, ao jeitinho brasileiro e até à “fofura” do menino que fez a mensagem. Há vários sentidos que retomam a cultura nacional.

Quando falamos de contemporaneidade, vemos bastante riqueza nesse meme. A motivação por detrás da elaboração era o desejo do menino de maratonar séries, não o desejo de assistir alguns episódios, ou falta de vontade de ir à escola, estamos falando do desejo de consumo intenso de produtos midiáticos de vídeos sob demanda. De fato, embora o costume de maratonar venha se tornando cada vez mais comum, um entendimento da origem da palavra, do contexto em que humanos correm

42,195 KM, testando os limites de seu corpo, nos faz questionar os modos de fazer coisas em nosso suposto lazer contemporâneo. Parece que novamente resgatamos a hipermodernidade de Lipovetsky (LIPOVETSKY; SERROY, 2015), na qual consumo moderado não é o bastante em tempos do *hiper*. Além disso, a afirmação “é verdade esse bilete”, em tempos reconhecidos como tempos de pós verdade e *fake-news*, é muito pertinente. Nos revela que são questões tão correntes do mundo atual, que mesmo entre crianças de ensino fundamental, no Brasil, já existe a consciência de um mundo no qual não se pode confiar em todos os dados. Na sociedade dataísta, nem todo dado produzido e compartilhado preza pela veracidade. O conhecimento de códigos normativos, como visto em DaMatta (DAMATTA, 1997), já se fazem presentes nas crianças, que procuram modular sua mensagem de acordo com a expectativa social do grupo e suas restrições impostas (ainda que de modo equívoco e cômico).

Veja que esse exemplo de análise semiótica nos mostra sentidos carregados pelos memes e efeitos de sentido a partir da visão de uma criança brasileira contemporânea que simula códigos e deseja consumir séries intensamente. Este foi um exemplo para aclimar as análises semióticas que veremos em seção subsequente. No entanto, já podemos vislumbrar os ganhos na compreensão do meme graças ao uso da Semiótica. A semiótica não se restringe ao estudo dos objetos imediatos, exemplo disso são Perez e Trindade (2018), que propuseram dimensões para compreensão de mediações comunicacionais do consumo, utilizando-se da Semiótica de Charles Sanders Peirce, os autores nos dizem:

A lógica, última das ciências normativas na concepção de Peirce é também chamada de semiótica e tem a função de classificar e descrever todos os tipos de signos logicamente possíveis, está assim vinculada às ideias de raciocínio, interpretação e representação...quando entramos na dimensão lógica, estamos no âmbito do funcionamento dos signos, e no caminho da lógica do consumo, podemos subdividi-la em: a) Lógicas da produção; b) Lógicas do mercado e dos negócios e c) Lógicas da formação e da pesquisa. (PEREZ; TRINDADE, 2018, p. 13)

Em sua pesquisa, os autores enfocam lógicas de consumo, contextualmente se referindo a um ambiente mercadológico-publicitário clássico. Façamos uma ponte ao uso dos memes e evidenciaremos lógicas de consumo similares, ainda que não estejam ligadas a lucro em todos os momentos, há moedas não financeiras que podemos investigar. Assim, podemos também pensar em a) lógicas da produção; b) lógicas da difusão e da sobrevivência do meme e c) Lógicas da compreensão acerca dos memes na internet.

4 METODOLOGIA

4.1 LINHAS GERAIS DO MÉTODO

Nosso trabalho possui uma abordagem exploratória e qualitativa de pesquisa. Utilizamos três métodos complementares com finalidade de auferir riqueza de dados de nossas fontes primárias. Além disso, a abordagem multimetodológica foi uma resposta à amplitude e à complexidade do fenômeno meme. O ponto de partida foi o método de revisão bibliográfica, necessário para nossa estruturação conceitual e entendimento da latitude de nosso objeto de pesquisa.

Em seguida, utilizamos o método netnográfico (KOZINETS, 2002) (KOZINETS, 2010) e análises semióticas aplicadas (SANTAELLA, 2004). A nossa escolha por estes métodos teve como objetivo trazer vivacidade às relações dos humanos com os memes no ambiente digital. Desse modo, foi possível entrar em contato com conhecimentos ainda não documentados ou pouco documentados acerca do fenômeno. A observação e interação em primeira pessoa carrega traços positivos e negativos frente à construção do conhecimento científico. A abordagem traz como bônus a novidade, a vivacidade e proximidade com o objeto de estudo. Traz também o ônus que reside na subjetividade residual intransponível, mesmo que deliberadamente tensionada pela tentativa de um olhar curioso e livre de julgamentos. Essas características devem ser levadas em consideração pelos pesquisadores e leitores.

A netnografia buscou particularidades nas relações digitais tanto pelas vias de criação dos memes quanto pela navegação e interação possível dentro desses espaços. Os grupos, páginas e perfis de memes mostraram-se como espaços em que as relações gravitam em torno dos memes e de seus sentidos. A navegação netnográfica, dentro de tais espaços, nos revelou por meio de rastros digitais, ora delicados ora relevados, aspectos subjacentes à criação dos memes e de suas possibilidades de significação.

Antes da execução da pesquisa, pensávamos a partir da netnografia ser possível contemplar o cotidiano do uso dos memes com riqueza qualitativa e descritiva. Tal suposição se concretizou, categorias emergem do objeto a partir da observação de repetições e similaridades bastante explícitas ao longo do tempo. A riqueza qualitativa da observação do cotidiano também foi encontrada, tendo como

grande expoente a participação ativa e numerosa das pessoas nesses espaços dos memes. A netnografia é método que naturalmente pode combinar outros métodos:

A netnografia é participante - pesquisa observacional baseada em trabalho de campo online. Ela usa comunicações mediadas por computador como uma fonte de dados para chegar à compreensão etnográfica e representação de um fenômeno cultural ou comunal. Portanto, assim como praticamente toda etnografia se estenderá quase naturalmente e organicamente de uma base em observação participante para incluir outros elementos como entrevistas, estatística descritiva, coleta de dados arquivísticos, análise de caso histórico estendido, videografia, técnicas projetivas como colagens, análises semióticas e uma gama de outras técnicas, assim também se estenderá a netnografia. (KOZINETTS, 2010, p. 60, tradução nossa)

Utilizamos a coleta de dados arquivísticos para capturar a progressão dos memes, que são bastante efêmeros. A netnografia serviu também como facilitadora da análise semiótica aplicada, tendo como objeto os memes vistos durante a netnografia, agrupados e analisados por temática dentre os coletados no registro de pesquisa netnográfico. Vimos o pluralismo metodológico como caminho positivo dentro dos estudos de comunicação (AGUIAR, 2011). A autora ressalta as contribuições importantes da etnografia, comumente utilizada como netnografia na comunicação, que se adequa aos estudos em redes sociais (AGUIAR, 2011). Quando pensamos nos 3 métodos sucessivos, pensamos seguindo Lopes (2016), que nos diz que construir metodologicamente uma pesquisa implica em adotar uma teoria da pesquisa que constrói sua estrutura em níveis e fases que são operados e realizados. Assim, apresentamos o conjunto de métodos, sua perspectiva de viabilidade e progredimos para seus aspectos ligados à operação. Nossa perspectiva é de que cada problema/objeto exige especificidades que só poderão ser contempladas se tivermos configurações múltiplas (AGUIAR, 2011). Desse modo, alisamos os memes sucessivamente com o olhar inicial da revisão bibliográfica, da netnografia sucedido da semiótica aplicada.

4.2 DELIMITAÇÃO DO MEME, ESPAÇOS DE NETNOGRAFIA E DURAÇÃO

Uma primeira questão surge na delimitação do objeto meme. Ele não possui composição fixada e limitada, de fato, está em constante evolução com suporte tanto na evolução vista em Dawkins e Darwin quanto no crescimento signico de Peirce. Na seção conceituando o meme, apresentávamos as definições de meme bem como a

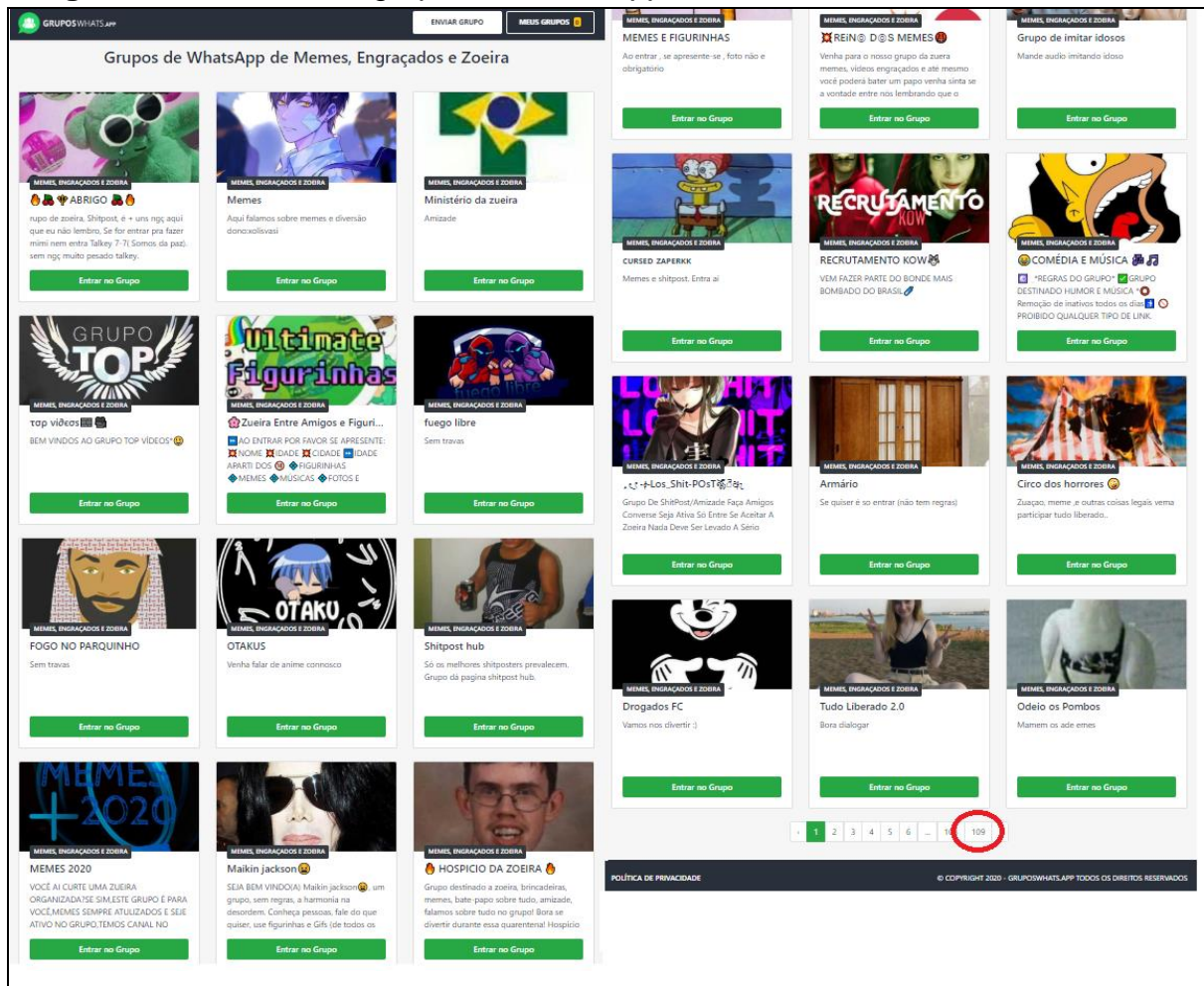
aproximação possível entre memética e semiótica, no entanto, os espaços estudados não estão preocupados em sujeitar suas postagens aos entendimentos resultantes da pesquisa acadêmica. Ao invés disso, a partir de conhecimento cultural e contextual fazem as postagens dos conteúdos que serão conhecidos em suas composições variadas como memes da internet. Não cabe ao pesquisador emitir juízos sobre quais postagens são memes e quais não são. Cabe observar o que as atividades nas redes apresentam como meme. As páginas e postagens são geradoras do fenômeno como podemos testemunhar em sua forma viva, são geradoras dos memes que se difundem e se replicam globalmente. Graças à amplitude das teorias Memética e Semiótica, a compatibilidade entre o que é entendido como meme nos conhecimentos de domínio popular e acadêmico se alinham em totalidade. Porém, no espaço digital, há elementos estranhos ao nosso foco que foram subtraídos de nossa análise. Isto é, os únicos fenômenos que não consideramos como meme durante a imersão no ambiente digital foram: os anúncios e publicidades incluídos no design das páginas e o próprio design das páginas. Quanto aos anúncios, falamos de anúncios tradicionais como *Google ads* e *Facebook ads*. Estes não são considerados como memes por nós, são antes considerados ações publicitárias tradicionais, criadas explicitamente por empresas, com exposição contratada e garantida dentro de espaços. Analisar diretamente o próprio design da rede social também foge de nosso recorte e pressupõe a página como objeto em detrimento das postagens nela disponíveis (objeto meme). A necessidade de fazermos tal apontamento está no fato de que há postagens de memes que têm em seu teor conteúdo marcário, publicitário e de produtos. Também há memes que utilizam da relação da postagem com a arquitetura do espaço digital que utilizam. Desse modo, os dois últimos casos que citamos competem ao recorte de nosso presente estudo, mas a análise da publicidade tradicional e a análise do design das páginas em si não competem. Estas foram as exceções.

Quanto aos espaços observados, primeiramente devemos apontar à vastidão existente tanto nas possibilidades de criação do meme quanto nos meios que são utilizados para sua difusão. Memes são feitos com aplicativos próprios ou editores convencionais de imagem, som e vídeo. Podem ser criados por pessoas em conversas particulares, grupos especializados em compartilhar memes ou podem ser criados por robôs e serem difundidos oportunamente pelas redes. Podem ter origem signica do meio televisivo tradicional, podem ser buscados em sentidos de um período

cronologicamente distante ou estarem associados à notícia mais recente. Em suma, não parece possível contemplar a totalidade dos memes pela variedade de mídias, temas e atores que tomam parte no ecossistema memético. É possível observá-los buscando facetas representativas, mas não em sua totalidade.

Ao se deparar com tal imensidão de ambientes digitais que transitam entre a origem algorítmica e a humana, entre a conversa privada e páginas com milhões de acessos diários com incontáveis comentários e discussões, tivemos que fazer escolhas. Segundo relatório (WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE, 2020) globalmente os 5 aplicativos de mobile mais baixados considerando o ano completo de 2019 foram: *Facebook messenger, Facebook, Whatsapp messenger, Tiktok e Instagram*, ocupando o ranking dos 5 mais na ordem em que citamos. O relatório do ano de 2020 não analisou o Brasil separadamente, mas no relatório de 2019 (WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE, 2019) as plataformas de redes sociais mais utilizadas no Brasil apareciam na seguinte ordem: *Youtube, Facebook, Whatsapp, Instagram e Facebook Messenger* (com youtube ocupando a primeira posição). Considerando estas 6 redes sociais distintas pudemos notar que o *Youtube* tem grande presença por hospedar os vídeos que usualmente são publicados nas outras redes, *Facebook* (incluindo o *Facebook messenger*) e *Instagram* são espaços dos mais adequados para a produção de memes, pois permitem a estruturação em perfis e grupos que auxiliam a encontrar e reagir aos conteúdos. Visíveis na organização tipo *feed*. O *Whatsapp* por sua vez também é um grande ambiente criador de memes, porém a organização das postagens não é visualizada com simplicidade e as reações a cada meme vão se perdendo em conversas extensas. O espaço é oportuno para criação de memes, mas também é extremamente difuso. Toda conversa pode ser um espaço gerador de meme e os grupos são demasiadamente numerosos e segmentados, como podemos ver na imagem a seguir:

Imagem 2 – Multitude de grupos de *Whatsapp* em seus nichos



Fonte: Grupos Whats (2020)

Em busca inicial por grupos de *Whatsapp* de memes encontramos centenas de resultados, cada um deles com descrições que sugerem polarização de conteúdos que podem gravitar ao redor de referenciais midiáticos de séries e animações, celebridades, memes opressivos, memes políticos ou memes politicamente incorretos, etc. Desse modo, torna-se difícil entender qual o grau de representatividade do cenário memético que cada um desses grupos de *Whatsapp* individualmente possui. Considerando os recursos humanos à nossa disposição, utilizar o *Whatsapp* em uma exploração minimamente representativa da rede mostrou-se inviável. Como nosso objetivo arremete na direção de exprimir um panorama capaz de descrever o meme no ambiente digital brasileiro, procuramos por um conjunto de espaços digitais representativos dos demais. O *Whatsapp* possui tamanha dispersão de conteúdos que não seria exagero a necessidade de uma equipe maior de

pesquisadores focados exclusivamente na rede para apreendê-lo minimamente. Assim, optamos por retirá-lo do presente estudo.

A rede social *Tiktok*, também se revelou inadequada a nossas perspectivas. Ela é focada na expressão pessoal dos indivíduos. Algumas das publicações tornam-se memes, como ocorreu com “Roi...Letícia, né?”, atrelado ao perfil de Izmaario (MUSEU DE MEMES, 2020). No entanto, a rede não apresenta espaços focados na criação de memes como *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*. Assim, a análise direta da rede *Tiktok* também foi retirada de nossa pesquisa. Vale a pena notar que apesar de não incluirmos o *Tiktok* e *Whatsapp* em nossos espaços de pesquisa, quando memes surgem com força em tais redes, eles aparecem de forma transversal nos perfis, grupos e sites. De modo que, memes significativos são vistos múltiplas vezes em diferentes espaços e transbordam essa exclusão da observação direta de *Tiktok* e *Whatsapp*. Considerando essas informações, o nosso conjunto de páginas selecionadas foi composto pelas seguintes páginas:

Quadro 1 – Seleção de espaços representativos do ecossistema memético brasileiro

	Denominação	Endereço
1.	Acervo recente, Museu de Memes	https://www.museudememes.com.br/acervo/
2.	Site, Ah Negão!	https://www.ahnegao.com.br/
3.	Site, <i>Brazil 9gag</i>	https://9gag.com/brazil
4.	Página de <i>Facebook</i> , Pensador Sincero	https://www.facebook.com/pensamentosdopensador/
5.	Página de <i>Facebook</i> , Memes com Humor	https://www.facebook.com/osmemescomhumor/
6.	Página de <i>Facebook</i> , Ajudar o povo de humanas a fazer miçanga	https://www.facebook.com/ajudaropovo/
7.	Página de <i>Facebook</i> , O Brasil Que Deu Certo	https://www.facebook.com/obrasilquedeucerto/
8.	Página de <i>Facebook</i> , memeirooooo	https://www.facebook.com/memeirooooo/
9.	Grupo de <i>Facebook</i> , memes da vida	https://www.facebook.com/groups/2250830291908606
10.	Grupo de <i>Facebook</i> , MEMES DO BRASIL – (Postem_Memes ヽ)	https://www.facebook.com/groups/318385522387377

11.	Perfil de <i>Instagram</i> , SAM <i>South America Memes</i>	https://www.instagram.com/southamericamemes/?hl=en
-----	--	---

Fonte: Elaboração Própria

Essa definição foi o resultado de um processo de 3 fases de netnografia. A primeira delas, chamada de fase teste, não possuía amostra fixada. Os espaços observados foram encontrados a partir de ampla pesquisa em buscadores, de redes sociais, de pedidos de indicação para contatos do pesquisador e de conhecimento adquirido ao longo do estudo. Realizamos tal observação netnográfica preliminar com intuito de averiguar a eficácia na observação desses espaços para obtenção de dados sobre o objeto meme, contemplando os objetivos de pesquisa previamente propostos.

A fase retornou resultados positivos e viabilizou o reconhecimento de páginas com maior intensidade de postagens e engajamento público. A partir dessas páginas reconhecidamente adequadas para monitorar a produção de memes prosseguimos à chamada **fase inicial** com uma seleção de espaços já conhecidos e direcionados, mas com trocas ocasionais de parte deles para identificar particularidades. Essas trocas nos levaram a identificar particularidades de cada espaço, como periodicidade das postagens, tipos de postagens, volume das postagens, formato de meme, nível de interação da comunidade, etc. Houve a constatação de que as páginas por suas diferenças constitutivas, tanto nos componentes digitais quanto nos componentes humanos desses espaços, apresentam diferenças notáveis entre si e são percebidas com atmosferas diferenciáveis. Assim podemos descrever superficialmente os 11 espaços segundo as características que representam na tabela a seguir:

Quadro 2 – Características dos espaços de netnografia

	Espaço digital	Descrição
1.	Museu de Memes	O museu de memes alimenta um acervo que serve como registro histórico dos memes de maior destaque. Compilando dados sobre sua origem e suas representações. Importa-se principalmente com os maiores eventos meméticos e é alimentado por múltiplos atores. Serve como baliza para os memes vistos.
2.	Ahnegao	A página é uma potência memética com dezenas de memes publicados diariamente. Coincidentemente iniciou a postagem de coletâneas de memes dentro do período de

		realização de nossa netnografia. A postagem de coletâneas de memes ainda continua.
3.	<i>Brazil 9gag</i>	O “ <i>Brazil</i> com z” denuncia o olhar misto sobre o Brasil. A página tem grande fluxo de memes ora de origem brasileira ora estrangeira, diferenciados pelo idioma e conteúdo. Local onde os olhares nacionais e estrangeiros se encontram acerca de brasilidades.
4.	Ajudar o Povo	Página de <i>Facebook</i> dentre as que possui maior número de seguidores, (5.299.975 seguidores). A página tem repertório variado, grande fluxo de publicações, está no topo de páginas da categoria e como destaque é possível apontar à grande presença da autoria feminina de memes e as postagens de sites parceiros.
5.	Pensador Sincero	Página de <i>Facebook</i> dentre as que possui maior número de seguidores, (2.978.651 seguidores). As postagens seguem uma fórmula pessoal que se repete na forma dos memes. Uma limitação do proprietário da página que permite o reconhecimento da fonte.
6.	O brasil que deu certo	Página de <i>Facebook</i> dentre as que possui maior número de seguidores, (2.430.794 seguidores). Possui conteúdos variados, memes de autoria múltipla e foco em loja virtual de produtos relacionados.
7.	Memes com Humor	Página de <i>Facebook</i> dentre as que possui maior número de seguidores (1.504.153 seguidores). As postagens são de vários membros com conteúdos variados, presença de postagens caçadoras de clicks.
8.	Memes Memeirooooo	Página de <i>Facebook</i> dentre as que possui maior número de seguidores (1.455.159 seguidores). Possui conteúdos variados em formas e conteúdo, autoria única e não possui sites parceiros ou loja virtual.
9.	Memes da vida	Grupo público dentre os mais relevantes 284,3 mil membros. Comparativamente pequeno em relação às páginas. Há postagens de membros moderadas por administrador. Os grupos incentivam explicitamente o envio de memes.
10.	Memes do Brasil	Grupo público relevante com 121,2 mil membros. Comparativamente pequeno em relação às páginas. Há postagens de membros moderadas por

		administrador. Os grupos incentivam explicitamente o envio de memes.
11.	SAM	Página do <i>Instagram</i> com postagem de memes variados que possui 3.100.000 seguidores. A South América memes tem mais seguidores no <i>Instagram</i> atualmente do que membros no <i>Facebook</i> . Essa página figurava entre as maiores ao início de nosso estudo, mas com o crescimento de outros grupos e páginas, pode-se dizer que perdeu espaço relativo que ocupava no <i>Facebook</i> . Mudou também seu funcionamento, retirando do ar o grupo “Tribunal de Memes” e deixando apenas a página “Prints Tribunal SAM”, como registro do que aconteceu num passado recente.

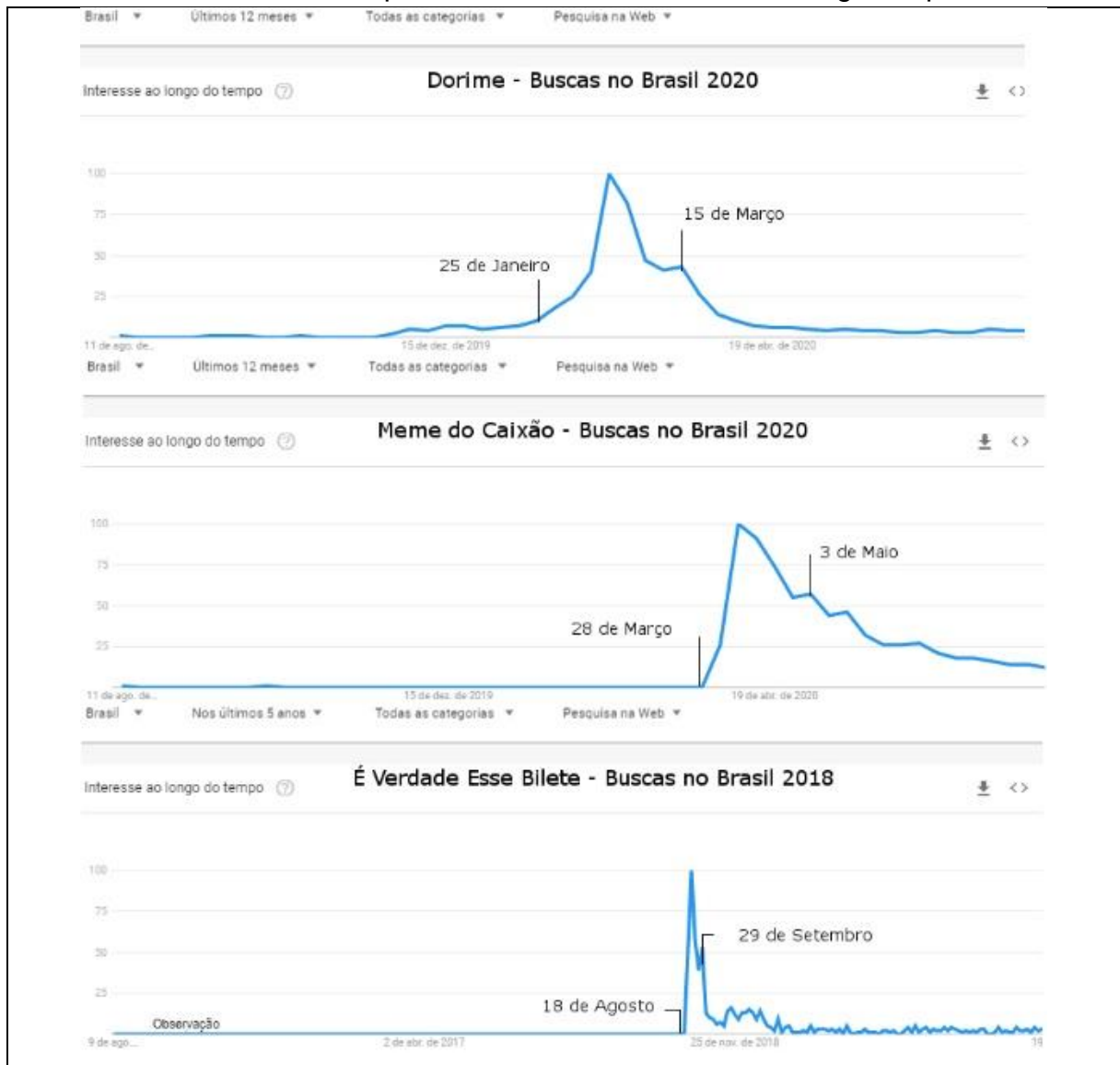
Fonte: Elaboração Própria

É possível observar como cada espaço digital tem características próprias tanto baseadas em indicadores qualitativos quanto em quantitativos. Há também uma dinâmica temporal de eventos que transcorrem em cada espaço relatados adiante nos resultados. Esses espaços foram selecionados e fixados para nossa netnografia, considerando sua representatividade do panorama memético brasileiro. Foi no momento que fixamos tal conjunto de espaços que concluímos a fase inicial da netnografia e progredimos assim para a chamada **fase final** na qual não houve mais alterações no conjunto de espaços observados.

Além da definição de espaços a serem investigados com a netnografia, uma segunda questão igualmente importante surge na duração de realização da pesquisa. No desenvolvimento do presente método, nos vimos desafiados a compreender qual seria a duração adequada para observar o fenômeno. A criação de memes é incessante, ainda que possamos identificar o nascimento de memes, faz pouco sentido falar do fim de um meme. É possível notar ciclos que compreendem a ascensão dos memes (crescimento da curva), sua disseminação máxima e sua saída de cena aos poucos, conservando uma circulação mínima remanescente ao longo do tempo. Esse pensamento foi a chave para propormos a duração de nosso estudo netnográfico. Com auxílio da ferramenta *Google trends* procuramos por grandes memes reconhecidos do passado e do presente, como: É verdade esse bilete de 2018, Dorime (o ratinho) que chegou no Brasil pré-COVID-19 e o meme do caixão que se difundiu no Brasil juntamente com a pandemia ao final de março de 2020. No caso do bilete temos um meme situado no idioma português e de circulação interna, no

caso de Dorime e do meme do caixão (*coffin dance*) são memes que circularam ao redor do mundo. Curiosamente notamos semelhanças nas curvas desses memes nas buscas no *Google*. Os 3 exemplos no Brasil tiveram as máximas de suas curvas dentro de um período de aproximadamente 2 meses. Além disso, mesmo quando analisamos os dados globais do *Google trends* notamos duração similar. Quando um mesmo meme contagia países distintos, é possível observar os picos em cada um desses países sucedidos no gráfico. Pode haver picos múltiplos, porém, o período de maior intensidade de buscas por um meme fica situado num período que compreende de 2 a 3 meses. A maior parte da curva fica contida num período de 2 meses, com 3 meses agrega-se a parte longa remanescente da curva do meme, incluindo a sua circulação mais reduzida remanescente. Esta constatação, fez com que Dorime, passasse a ser nosso modelo temporal de observação. Legitimando um horizonte temporal como suficientemente representativo para observação de memes, baseado nos casos de grandes expoentes atuais. Trata-se de uma aproximação desenvolvida com base na análise dos ciclos de grandes memes para confirmação do tempo relevante de observação. Os gráficos a seguir exibem as curvas resultantes de pesquisa no *Google trends*.

Observe que marcamos nas curvas o trecho do início do crescimento até a segunda máxima de cada curva memética. Após as duas máximas de número de buscas, fica notável a redução do interesse pelo meme específico, encaminhando o gráfico para níveis mínimos que tendem a se manter. Nos 3 casos analisados estamos falando de intervalos de 51, 37 e 43 dias respectivamente. O intervalo que utilizamos foi de 48 dias, um pouco além da média dos casos tomados como base. Nosso recorte que considerou do início do crescimento da curva até a segunda máxima tem como embasamento a definição de Dawkins que se refere aos memes como vírus da mente (Dawkins, 2006). Ora, a resposta imune humana contra vírus ocorre usualmente em dois picos, sendo a resposta secundária mais intensa do que a resposta primária e levando ao desaparecimento do vírus no corpo (MESQUITA et al, 2010). Não podemos falar em equivalência direta, mas há uma semelhança curiosa quando consideramos que os memes, bem como os vírus, são sensivelmente reduzidos após o segundo pico de interação humana. Trata-se de uma observação bastante fortuita na direção de aproximar o meme e o vírus em suas lógicas.

Gráfico 1 – Modelo Dorime: período do início da curva até o segundo pico

Fonte: Google Trends (2020)

Intitulamos como **modelo Dorime** — o modelo que considera o ciclo de difusão memético, incluindo o crescimento inicial da curva, máxima e segunda máxima relativa para delimitação do tempo de observação representativo. Com a análise da duração desse período no ciclo de grandes expoentes meméticos contemporâneos, há o intuito e a possibilidade de definir o tempo relevante de observação. Esse modelo leva em consideração o fato de que os memes tem um ciclo e bem como seus análogos biológicos, os vírus, tem um momento de maior intensidade e um momento de redução de circulação. No caso biológico atribuímos o desaparecimento dos vírus à nossa resposta imunológica e no caso dos memes à resposta humana que tem seu interesse reduzido após certo limiar de exposição. Observar o ambiente digital memético nesse

horizonte temporal permite ao pesquisador acompanhar parte relevante ou a totalidade do ciclo de difusão de um novo meme.

4.3 PROCEDIMENTOS DA NETNOGRAFIA

As incursões netnográficas foram realizadas durante os meses de junho, julho e agosto do ano de 2020. Durante todo o ano de 2020 o mundo se viu em uma situação crítica de pandemia. A doença COVID-19 ceifou centenas de milhares de vidas ao redor do mundo. Tornou-se assunto de maior relevância nos meios de comunicação e também tomou grande parte do espaço digital com seus memes. Ao início do ano, deliberadamente adiamos o início da pesquisa netnográfica com intuito de não sofrer demasiadamente com ruídos causados pelo contexto pandêmico. No entanto, pouco a pouco tornou-se evidente que a crise global não seria resolvida em nosso horizonte temporal. Assim, ainda que as pessoas venham se adaptando a um tipo de vida alterado com restrições, a agenda da COVID-19 marca presença também nos memes e ocupou parte relevante de nosso estudo. Trata-se de um evento que era imprevisível no momento de nosso planejamento. Esse contexto de exceção altera o cenário em relação ao inicialmente imaginado. Além das dificuldades, traz oportunidades de testemunhar como um incidente que afeta profundamente nossas sociedades marca presença entre memes na internet.

A netnografia utilizou registros diários escritos em programa editor de texto e gravação da tela do computador em vídeo durante 31 dias não necessariamente sucessivos de execução. A fase teste da netnografia foi realizada ao início de junho de 2020. A fase inicial teve seu primeiro dia em 21 de junho, avançou para a fase final em 13 de julho e teve como última coleta de dados em campo digital a noite de 7 de agosto. Os 31 dias de netnografia compreendem apenas as observações da fase inicial e da fase final. As atividades da fase testes não foram contabilizadas e não compõem nosso material de análise.

As entradas em campo transcorreram de maneira sistematizada. O pesquisador abria o documento de registro escrito, preparava as abas de navegadores com os espaços digitais fixados, iniciava a captura de tela e a netnografia em si. Na atividade netnográfica cada página era investigada em todas as postagens daquele dia, isto é, as páginas eram investigadas com base em seu conteúdo recente. Quando

postagens antigas eram identificadas passava-se para a análise do próximo espaço e de seu novo conteúdo. Durante a netnografia observamos os memes, seus comentários e reações. Também interagimos com os comentários, compartilhamos links de memes em grupos de *Whatsapp* e acessamos *links* externos relacionados aos memes. Há casos em que os memes fazem referências que merecem ser buscadas para melhor compreendê-los. No topo de cada registro diário de campo ficam marcados o dia, a hora de início e a hora de término da netnografia. No corpo do diário de campo, em ordem numerada e atrelada ao transcorrer da netnografia de cada dia, há pensamentos do pesquisador, comentários, *links* de páginas, vídeos e imagens, capturas de tela de memes e imagens de memes. Um registro pensado para ser retomado múltiplas vezes em análise e armazenar os memes de nossa amostra analisada no estudo semiótico.

4.4 PROCEDIMENTOS DA ANÁLISE SEMIÓTICA APLICADA

A análise semiótica aplicada procedeu em série nas dimensões de primeiridade, secundidade e terceiridade (SANTAELLA, 2004). Visou compreender o poder sugestivo, indicativo e representativo do meme. Desenvolvemos com maior intensidade a terceiridade, na dimensão simbólica. Observada na netnografia, usualmente, como dimensão mais intensa em sentidos. As três dimensões são relevantes, mas em nosso recorte analítico privilegiamos a terceiridade. Os objetos da análise semiótica são memes coletados na netnografia. Organizados e editados em painéis. O volume de memes na internet é colossal. Assim, como recurso de apresentação dos memes, optamos por organizá-los em agrupamentos temáticos. Isto é, após identificar lógicas recorrentes, definimos grupos representativos. Os painéis foram produzidos como recurso para exibir múltiplos memes em forma condensada. A edição teve certa liberdade nos tamanhos de exibição, posição e sobreposição dos memes nos painéis. O intuito foi de organizá-los equilibradamente para a visualização neste documento. Caso o leitor deseje visualizar as imagens no ambiente digital, poderá consultar o link no apêndice dessa dissertação.

5 RESULTADOS

O Brasil é reconhecido pela riqueza de sua origem étnica variada e pela biodiversidade notável de seus ecossistemas (RIBEIRO, 1995) (IBGE, 2013) (MAURY, 2002). Similarmente, encontramos no espaço digital brasileiro o que poderíamos chamar de uma selva memética, com estratos variados e rica diversidade cultural.

Nossa netnografia adquiriu material relevante para as análises. O registro netnográfico escrito totalizou 723 páginas, número que não deve causar espanto pois contém centenas de imagens de memes, links e a escrita do pesquisador que ocupa parte menor dessa extensão. A gravação de vídeo de tela registrada no formato MP4 totalizou 29 horas e 38 minutos. Esse estudo é qualitativo, de modo que apresentamos estes números não com intuito de compará-los com o universo total de memes, mas com o intuito de dimensionar ao leitor o volume de dados que apreendemos para o desenvolvimento de nossas análises e conclusões. Tivemos um desafio duplo quanto à amostra de memes que utilizamos nessa pesquisa. O primeiro, previamente descrito em nossa metodologia, refere-se ao fato de que com base nos espaços selecionados buscamos amostra de memes suficientemente representativa do panorama memético brasileiro. O segundo desafio foi encontrar lógicas que se repetissem, filtrando a amostra de fato coletada para um número sensível, pertinente ao presente trabalho. Do total de imagens coletadas, 248 foram escolhidas sob arbítrio do pesquisador para fundamentar análises, escolhidas por relevância percebida dentro do conjunto.

Resultado curioso foi perceber que a proximidade cotidiana com os memes, pode trazer uma falsa ou parcial noção de conhecimento acerca do objeto. Quando empenhamos um método estruturado de observação podemos notar facetas que não são visíveis nas relações individuais corriqueiras. Segundo relatório recente, 140 milhões de brasileiros ou 66% aproximadamente da população é ativa nas redes sociais (WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE, 2020). Houve um crescimento de 8,2% no número de usuários das redes sociais entre o período de abril de 2019 e janeiro de 2020 (WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE, 2020). Como as redes sociais são território natural do meme, temos boas razões para acreditar que tomam parte das experiências dos usuários em geral. No entanto, considerando o viés de cada indivíduo e a lógica das bolhas filtro (PARISER, 2011), é provável que não conheçamos tanto sobre os memes quanto pensamos conhecer.

Um resultado de nossa pesquisa é servir como possibilidade de captar o panorama dos memes no Brasil. Ainda que não possamos conhecer a totalidade dos memes em circulação, foi empenhado esforço para compor esta representação relevante de sua configuração atual.

Durante a netnografia notamos ondas de memes, com repetições observáveis e provedoras de categorias de análise. Trata-se, desse modo, de um breve registro histórico. Registro útil para pensar futuramente em termos de mudança e permanência dos temas e características da cultura memética brasileira. A resposta se dará no tempo.

6 ANÁLISE

Considerando nossos objetivos de (6.1) Investigar e descrever características de produção, (6.2) investigar e descrever características dos usos e consumos, (6.3) compreender relações do meme com o ambiente digital e (6.4) analisar semioticamente o fenômeno, demarcamos nossa análise em 5 seções. Uma seção correspondente a cada um dos objetivos na ordem citada, adicionadas de uma seção extra. A (6.5) seção de análises adicionais aborda temas que não foram vistos com a mesma magnitude dos demais e não estavam previstas nos objetivos iniciais, mas são relevantes para enumeração e discussão. Como exemplos significativos das análises adicionais, encontramos metamemes e as transições do meme entre ambiente físico e digital. As seções da análise utilizam imagens de memes pontuais como exemplos. Especialmente na seção de análise semiótica, utilizamos como recurso agrupamentos temáticos de memes em painéis. Isto é, conjuntos de imagens exemplares das categorias vistas com maior relevância no estudo. Essa escolha teve como desígnio apresentar ao leitor 103 imagens de memes, de modo condensado e viável. De fato, é curioso notar como a leitura memética muitas vezes relegada como casual, também reivindica seu tempo de assimilação. Essa foi a estratégia pensada para que os memes não sejam apenas imaginados nas categorias, mas vistos e registrados em sua forma hodierna.

6.1 A PRODUÇÃO DOS MEMES

Sobre a produção de memes no Brasil, é capital que iniciemos por um achado afortunado de nossa pesquisa: a ascensão dos memeiros. Não encontramos artigo acadêmico expondo este fenômeno anteriormente, de modo que é provável que sejamos os precursores a reportar esse episódio na história memética brasileira. Trata-se de fenômeno recente, datado do ano anterior ao desfecho do presente estudo (de 2019). Parece coerente não haver exposições prévias na literatura acadêmica. Isto é, hoje o termo memeiro é utilizado coloquialmente por parte da população brasileira, mas não havia chegado ao registro analítico da literatura acadêmica. Ao utilizar o buscador do *Google* para pesquisar o termo memeiro nesse momento, a ferramenta nos retorna 432.000 resultados. O interesse por regiões, considerando as buscas globais acerca do termo, identifica o Brasil como única fonte de buscas. Não há buscas identificadas nos demais países, mesmo nos de língua portuguesa. Novamente recorrendo a ferramenta de pesquisa *Google trends*, com filtro no território nacional, procuramos pelo termo. O memeiro não era nosso conhecido de pesquisa ao planejar este estudo e hoje a palavra circula pela internet. Tal negligência inicial ao termo não era sem razão. A primeira vez em que o termo tem seu registro de busca segundo a ferramenta *Google trends* é no mês de abril do ano de 2013. As buscas eram pouco numerosas e intermitentes. Como um ensaio de uso da palavra nas redes. É possível observar no gráfico que vários pequenos relevos de buscas, são sucedidos por meses sem volume de buscas relevantes do termo, ou mesmo períodos sem busca alguma. Este cenário perdurou de 2013 até fevereiro de 2019, quando as buscas pelo termo cresceram intensamente e não mais deixaram o novo patamar de buscas. Observe o gráfico:

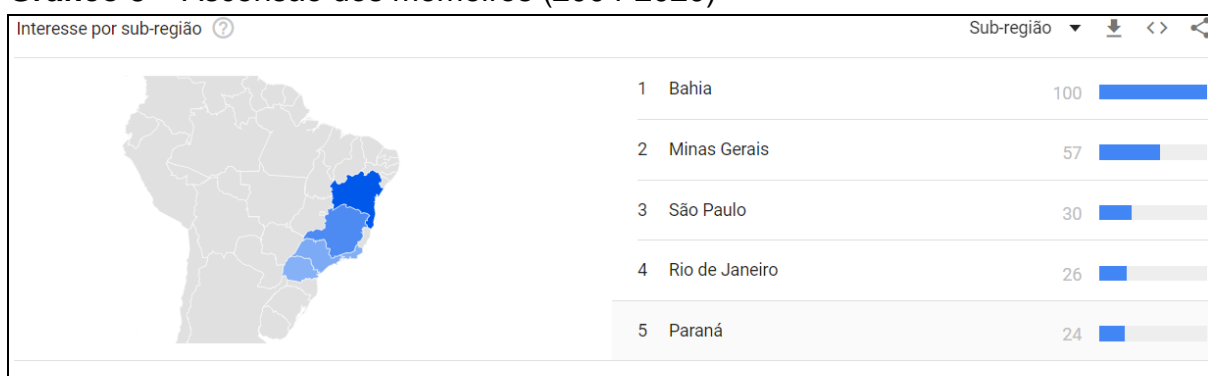
Gráfico 2 – Ascensão dos memeiros (2004-2020)



Fonte: Google Trends (2020)

A ferramenta analítica do buscador mais utilizado no mundo, *Google*, nos mostra que de 2013 para 2020 as máximas do gráfico incrementaram 400% no número de buscas (os indicadores avançaram de 20 para 100). O gráfico contém o registro de buscas a partir do ano de 2004. A ausência de buscas registradas no início do período atesta que estamos falando de fenômeno novo no Brasil. Além do aumento repentino registrado, a ferramenta também nos permite observar a distribuição das buscas pelo território nacional, de modo que notamos uma concentração geográfica notável nas buscas:

Gráfico 3 – Ascensão dos memeiros (2004-2020)



Fonte: Google Trends (2020)

Observe que o uso do termo memeiro é recente. Há uma grande concentração de buscas no estado da Bahia e no sudeste brasileiro. É provável que estejamos falando de um processo de difusão que ocorre nesse momento e veremos os outros estados aumentando seus resultados de buscas acerca do termo. Essa conjectura é

baseada nas relações com a penetração da internet nos estados brasileiros. Analisando a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do IBGE (IBGE, 2018), no acesso à internet, à televisão e posse de telefone celular (TIC), notamos que a concentração das buscas do termo memeiro não está limitada pelo percentual de domicílios particulares permanentes com acesso à internet nos respectivos estados. Observando a ordenação das 27 unidades federativas quanto ao percentual de domicílios em que havia utilização da internet em 2018 (4º trimestre), a Bahia figurava como 21º colocada com 70% de domicílios conectados, Minas Gerais figurava como 11º colocada com 79,3%, São Paulo figurava como 2º colocado com 87,1%, Rio de Janeiro figurava como 3º colocado com 86% e Paraná figurava como 8º colocado, com 80,5%. O Distrito Federal possuía o maior percentual de domicílios com utilização de internet (94,1%) e Piauí o menor (61,4%). Assim, não podemos justificar o maior número de buscas da Bahia pelo seu percentual de acesso à internet. O número absoluto de população também não se relaciona diretamente ao volume de buscas. São Paulo é o estado mais populoso mas ocupa a terceira posição nas buscas de memeiro. A ordenação no *ranking* de buscas nos permite deduzir que o interesse pelo termo nesses estados deve ser atribuído mais à cultura e à natureza das relações digitais atuais nessas populações, do que a fatores duros como população e acesso à tecnologia. Como não há limitação dura da tecnologia ou do contingente populacional, conjecturamos tratar-se de questão de tempo para que o termo memeiro seja difundido pelo país.

Até aqui focamos especificamente no termo memeiro e suas buscas, mas a relevância de tal observação não está nos dados das buscas em si. O sentido desse crescimento das buscas é que realmente nos interessa. O nascimento de um termo que antes não circulava no ambiente digital brasileiro, sucedido de um crescimento intenso no interesse por ele, representa um novo episódio da relação do brasileiro com o meme. O termo memeiro, resultante da palavra meme adicionada de sufixo oportuno, possui sentido intuitivo: pessoa que cria meme. Nesse momento o termo ainda é alheio a grande parte dos dicionários, em pesquisa online, encontramos o Dicionário Informal definindo a palavra, que teve publicação do termo em setembro de 2019, pouco mais de um ano atrás (DICIONÁRIO INFORMAL, 2019). Assim, parece estar se integrando à cultura neste momento. Observamos na netnografia memes que diziam “marque aqui seu amigo memeiro”, ou contavam experiências dos memeiros com suas postagens de sucesso e de fracasso. Encontramos páginas de

Facebook de memeiros, notícias de memeiros (VITORIO, 2019), e até contratação de memeiros por empresas, como no caso da empresa *Budweiser* que deseja contratar *Chief Meme Officer* (GRANATO, 2020), todos eventos recentes. Assim, os **memeiros** são vistos como profissionais produtores do meme. Vem ganhando aceitação como ocupação relevante às nossas sociedades, seja na aspiração de tornar-se criador, na fruição do trabalho do memeiro ou nas necessidades mercadológicas das empresas de contratar profissionais capacitados para conectar-se com seus públicos através do meme. É uma passagem de um âmbito informal e pouco atento à criação do meme para um novo momento de reconhecimento social desse papel. A ampliação do uso do termo é potencial indício do aumento de consciência, em curso, sobre o que é o meme e o fazer meme.

Assim, identificamos e nomeamos como **ascensão dos memeiros** essa conjuntura em que houve surgimento do termo, o aumento intenso de sua circulação no ambiente digital, desenvolvimento da consciência acerca do produzir meme, aumento de pessoas que se intitulam memeiras e aparecimento de demanda explícita por profissionais memeiros. Trata-se de uma confluência de acontecimentos específicos e relevantes observados, de modo que seja adequado nomeá-la para estudos posteriores. Como já observamos em nossa literatura, os memes na internet são bastante recentes, a proximidade quotidiana nos traz uma ideia de naturalização intuitiva dos acontecimentos. No entanto, os dados de nossa observação e pesquisa apontam ao caráter excepcional dos anos de 2019 e 2020 para o panorama memético brasileiro. O engajamento crescente observado das pessoas e das organizações na criação do meme, incluindo a observação netnográfica, indica não tratar-se de evento passageiro. É possível que os memeiros tenham papel relevante na comunicação dos próximos anos. Catalisada pelas circunstâncias pandêmicas do ano de 2020, a criação memética pode evoluir ainda mais rapidamente. É possível também que a ascensão dos memeiros encontre declínio, mas nesse momento da observação, o crescimento de usos do termo nas redes pelos sujeitos, bem como a grande atividade observada em primeira pessoa nos meses de junho a agosto nos leva intuir o contrário.

A atividade de produzir memes tem suas especificidades que transparecem ao pesquisador por meio da observação netnográfica. Há detalhes perceptíveis nos memes e nos ambientes digitais observados que nos apontam às relações de criação do meme. Acabamos de descrever o reconhecimento do memeiro e o aumento da

consciência sobre a produção do meme. Em linha com esta constatação, podemos notar a presença do que chamamos de **signos autorais** do meme. Nessa esfera, o crescimento da importância do meme para as relações comunicacionais também acompanha a necessidade de tornar singular a autoria de cada meme. Especificando ao nível de reconhecimento da organização e sujeito que o produziu.

Imagem 3 – Signos autorais nos memes



Fonte: Elaboração Própria

Como não há nenhum tipo de regulação dos memes na internet ou restrições de forma. Fato socialmente importante, aliado da liberdade de expressão e dos regimes não totalitários. Cada memeiro pode decidir como fazer o seu meme, além disso, pode decidir se vai manifestar sua autoria e como o fará. Durante a netnografia havia memes sem expressão de autoria, no entanto, os memes com signos autorais corresponderam à maior parte da observação. Estes memes foram observados em suas supostas páginas de origem. Assim, pela titularidade da página, identificação de conta pessoal de protagonista das postagens, notas da página que explicitam quem fez a atualização dos memes ou outros traços digitais, seria possível conhecer o autor do meme naquele espaço. No entanto, os memeiros estão atentos à circulação de seus memes que ocorrerá para além de seu controle, por meio de compartilhamentos variados em dispositivos e redes. Há um entrelaçamento grande entre os ambientes digitais, de modo que os memes podem circular por variadas redes na rapidez dos toques humanos. A título de exemplificar, eventos como a gravação de uma reação

pessoal à vídeo do *Tiktok*, publicadas no *Youtube*, postadas como memes em grupos do *Facebook* e compartilhadas por pessoas em grupos de *Whatsapp*, são recorrentes no ambiente digital. Assim, essa perspectiva de espaço original fica contestada, pois no próprio meme já pode haver transversalidade. Ao especificar a autoria, os memeiros estimulam o público a procurar por seu espaço particular de criação daquele meme, incrementando métricas de acesso de página e aumentando a relevância do espaço específico nas redes. Trata-se de uma estratégia ligada à competição pela sobrevivência dos memes e dos memeiros no ambiente digital.

Há uma ampla variedade desses signos autorais, com características notáveis à descrição. Em sua forma geral observada, estes signos são confeccionados como selos, marcas d'água, brasões, nomes próprios, logomarcas, fotos dos indivíduos e imagens de memes. Assim, o nível de ligação desses signos autorais com os memeiros podem variar de uma representação mais artificial e convencional por meio de textos e imagens arbitrárias, até uma representação dos traços biológicos com fotos do próprio criador do meme. Devemos lembrar ao leitor que há memes em formato de vídeo e neles os signos autorais também estão presentes. Ao invés de representações fotográficas a própria voz e gravação do memeiro pode se fazer presente em parte do vídeo caso ele deseje. Seções de créditos falsas, retiradas de vídeos da indústria cinematográfica tradicional, acelerados e colocados ao final do meme em vídeo também são comuns. Os selos e brasões podem ganhar movimento e sons, nos demonstrando que expressão da autoria faz uso dos meios possíveis adaptando-se aos formatos. Em comunidades de criação de meme nas quais há múltiplos memeiros, é comum a prática de usos individualizados destes signos autorais. Como observado na página *South America Memes* e *Memes Br*, o texto exibido na circunferência dos signos autorais nomeia a página de publicação e ao centro do mesmo é possível observar uma foto, ou imagem diferenciada, personalizada, que remete ao autor específico na criação daquele meme.

Com número crescente de memeiros e postagens circulando rapidamente por múltiplos espaços, a ocorrência de apropriação de memes se torna comum.

Imagem 4 – Exemplo de apropriação de memes com signo autoral em destaque



Fonte: Elaboração Própria

Observamos memes que se repetiam nas diferentes páginas, exceto pelo fato de que ganhavam os signos autorais do espaço específico quando publicados. Em alguns dos casos, além do signo autoral, os memes ganhavam alguma edição adicional. Assim, poderíamos atribuir a autoria a esta ligeira evolução do meme que modifica seu original. Em virtude de tal interação, poderíamos dizer que o memeiro adquire autoria sobre este meme modificado (evoluído). Há casos em que se trata de uma simples apropriação, sem que mudança alguma seja feita, o signo autoral é estampado. Nesse endereçamento é que alguns deles exibem explicitamente: “cópia não comédia”, ou frase de similar teor. Trata-se de um signo que visa proteger da cópia e exibir a fonte. Uma demonstração da consciência sobre como a apropriação sucede.

Na produção do meme encontramos traços particulares dos memeiros. Preferências, estilos e limitações por temas e formas ficam aparentes ao acompanhar o trabalho do memeiro ao longo do tempo. Vimos na página Pensador Sincero um estilo visual de meme que se repetia sem exceção: memes compostos por foto ao fundo, sobreposta de frase de pensamento e signos autorais apontando ao *Facebook* e *Instagram*. Na página Ajudar o povo de humanas a fazer miçanga, vimos que memes com sujeito, eu lírico, feminino, eram mais comuns. No site Ah Negão vimos a maior concentração de memes de duelo. Assim, torna-se claro o papel do memeiro e de seu canal em contribuir ao ambiente memético brasileiro com certos conjuntos

de características distintivas. Podemos pensar os memeiros como criadores artísticos que deixam suas marcas pessoais em sua obra, também podemos pensá-los como curadores de certos temas, abordagens e formas de memes. A netnografia permitiu verificar as diferenças nos memes de páginas distintas com clareza, no entanto, as razões subjacentes a estas características específicas de cada memeiro não podem ser acessadas com o método. É possível que as características no recorte memético de cada memeiro sejam geradas a partir de limitações intencionais ou não intencionais. Relacionadas à percepção do que é meme para aquele sujeito ou agenda do que se deseja expressar.

Além do meme em si, as próprias lógicas temporais e de volume de publicações são distintas de canal para canal. A título de exemplificar, a página Ah Negão apresentava um ciclo chamado de coletâneas de memes no período de nossa netnografia. As atualizações da página com novo conteúdo eram realizadas durante as noites de segunda-feira à sexta-feira. Sábado e domingo não possuíam novas publicações. As páginas de *Facebook*, *Instagram* e *9Gag* com maior número de seguidores usualmente mantiveram publicações todos os dias da semana, incluindo sábados e domingos. O volume de publicações diárias variava bastante, as coletâneas de memes do Ah Negão eram as publicações mais numerosas, contendo dezenas de novos memes diários. Usualmente, mesmo as maiores páginas como: *Ajudar o Povo*, *SAM* e *Pensador Sincero*, não atingiam volume de memes diários compatível. As coletâneas de memes do Ah negão se destacaram frente ao restante dos ambientes observados. A página Memes com humor teve uma pausa nas publicações no dia 22 de julho, sem que houvesse comunicado sobre razão da interrupção nas postagens. A página que possuía 1.504.153 seguidores não voltou a publicar atualizações no restante do período da netnografia, curiosamente, o número de seguidores da página mesmo sem publicações crescia um pouco durante nossa observação, mesmo sem atividade. Assim, não houve resposta imediata a interrupção de publicações que levasse à perda de seguidores. O volume e a periodicidade nas publicações das páginas são variáveis. Nos espaços chamados de páginas e sites há uma maior centralização das atividades de publicação na figura de seus proprietários. Nos grupos, há múltiplos moderadores e publicações dos membros, conferindo um caráter potencialmente mais difuso às publicações. No entanto, não encontramos razões ou padrões claros para justificar diferenças de volume e periodicidade observadas entre os espaços digitais.

Outro aspecto notável é a dimensão econômica no espaço dos memes. As páginas podem ter como uma de suas finalidades gerar receita a partir do fluxo de acessos que os memes possibilitam. No entanto, não há conversão direta de acessos em receita. Em publicação fixada na página de Pensador Sincero, o autor confessa ao seu público que não há pagamento direto por ter uma grande página no *Facebook*, a narrativa toca vários pontos da dimensão econômica:

Galera, vou fazer um desabafo aqui sobre os links que tenho postado 3x ao dia (sendo que posto mais de 10 memes) e toda vez que posto um link é aquela choradeira. Seguinte... Muitos de vocês devem pensar que quem tem páginas grandes no facebook ou instagram é rico e ganha rios de dinheiro com internet, MENTIRA! As redes sociais não pagam absolutamente nada para os criadores de conteúdo, quem ganha dinheiro com internet ganha com publicidade, ponto. Nunca fiz nenhum tipo de publicidade no facebook e se ainda mantenho essa página é APENAS porque já preciso criar conteúdo pro instagram que ainda me dá algum retorno. Criei a loja do Pensador com o intuito de me manter a partir dela, tava tudo indo perfeitamente bem, as vendas estavam legais, mas aí veio essa quarentena e tudo despencou, 80% da minha renda foi embora, não existe mais e aí acabei tendo que voltar a postar essas merdas de links que ganho 0,4 centavos por cada pessoa que clica pra ver se consigo pelo menos tirar uma ajuda pra conta de luz. Sempre dei meus corres, fazendo outras coisas e tirando meu sustento fora da internet também, mas se eu tenho essa página que pode me ajudar com isso nos momentos que eu preciso, porque não vou aproveitar? Se você tá se estressando com os links a ponto de parar de seguir a página por conta disso, vai na fé mermão, vaza de mansinho, não precisa ficar anunciando em todo link que eu posto que você tá dando dislike, se os mais de 12 mil memes que já postei aqui são anulados por causa de um link que você não pode passar reto ou somente clicar pra me ajudar, eu não faço questão de te ter mais aqui. É isso, tô explicando tudo porque realmente tem gente que não sabe. Aos que continuam curtindo os memes e ainda de quebra clicam em uma notícia ou outra, muito obrigado! (PENSADOR SINCERO, 2020)

Essa publicação é exemplar e sintetiza alguns pontos da economia do meme nos ambientes digitais. Nós observamos dias em que houve menos de 10 memes publicados pelo memeiro, de modo que o discurso do proprietário da página possui certa liberalidade. No entanto, o que nos interessa são os contornos gerais dessa expressão na dimensão econômica de gerir uma página. A netnografia nos mostrou que as lojas online e a publicidade paga por clique são as estratégias utilizadas. Não apreendemos na observação outro tipo de geração de receita. Sabemos que memeiros profissionais podem ser contratados, mas não registramos essa ocorrência durante a netnografia. Observamos variações nessas estratégias. Uma delas são os memes caçadores de cliques, com chamadas provocantes, como: “coisas que você não sabe, descubra o que significa, 10 coisas, ela não sabe mas...”, etc. O conhecido *clickbait*. De fato, estas simples frases atizadoras da curiosidade tornaram-se memes na internet, mas nessas páginas são acompanhadas de imagens tornando-as mais

fortes. O objetivo é conseguir o click do público em *link* adicionado no topo da postagem. Não importando de fato o destino do clique. A estratégia pareceu não ser eficiente, pois tais postagens exibiam um número de reações drasticamente menor em relação as demais postagens (não caçadoras de cliques) da mesma página. Outra estratégia é o uso de sites parceiros de notícias e curiosidades. Estratégia bastante utilizada pela página Ajudar o povo, que em meio às postagens diárias, exibe notícias e curiosidades do site parceiro: www.criatives.com.br. Ao clicar no *link* da notícia somos levados ao site externo ao *Facebook* no qual há conteúdo e também um verdadeiro bombardeio de anúncios. Nesses sites parceiros e privados, é possível vender espaço publicitário para além das limitações do *Facebook*. Assim, o fluxo de acesso da página memeira pode ser convertido em cliques para a página parceira.

Outra estratégia, citada no discurso de Pensador Sincero (2020) e amplamente observada nas páginas é a de venda de produtos em lojas virtuais.

Imagem 5 – Produtos comercializados nas lojas virtuais dos memeiros



Fonte: Elaboração Própria

A venda de produtos, para além da questão mercadológica, nos chama atenção ao fato inusitado de que os produtos podem comportar-se como correlatos dos memes nesses espaços. Produtos são reproduzidos por fabricação e não são em si memes. No entanto, as capturas de imagens desses objetos físicos, compreendidas como objeto imediato, representações, são compartilhados nas redes, despertam o interesse do público e possuem sentidos. É possível estampar produtos como canecas, capas de celular, bens de uso cotidiano, artigos de vestuário e moda, etc.

Assim, o meme visto na internet se desloca para um tipo de mídia física, não digital, e pode fazer o caminho reverso uma vez mais na publicidade online da loja. O meme chega aos nossos sentidos seja na mídia física ou seja na mídia digital. Os produtos são caricaturais, como a famigerada meia foda-se. São produtos que se apropriam dos sentidos contidos nos memes para tornarem-se desejáveis e podem ser vendidos em larga escala. O curioso nessa relação é contemplar um meme visto na internet compondo produto tangível. Um produto que possui os sentidos dos memes ou é ele mesmo a representação do meme. Assim, nos parece que tais produtos, quando considerados na posição de signos, são representações dos memes tanto quanto os memes vistos no ambiente digital. Trata-se de uma relação intrincada, que pode fomentar estudos posteriores sobre os limites entre os formatos de mídia do meme. Analisar potenciais distinções entre conter, ser e representar o meme. Considerados na posição de meme e signo ou não, tais produtos são capazes de gerar vendas, receita e financiar a continuidade desses espaços digitais de produção dos memes.

6.2 USOS E FUNÇÕES DOS MEMES

A análise da totalidade da netnografia permitiu reunir observações de usos e funções frequentes dos memes. Chamamos de usos as possibilidades de ação dos sujeitos na interação com o meme. Nas funções, nos referimos a potencialidades próprias do meme nos ambientes digitais. Trata-se de um olhar sobre a relação do indivíduo com o meme, compreendendo o par intérprete (sujeito) e objeto (meme). Essa análise fundada no objetivo de investigar e descrever os usos dos memes, emprega a distinção entre uso e função pois foram observadas particularidades nas reações e nas intenções manifestas no meme.

Iniciemos com exemplo oportuno que mostra intensidade tanto nas funções quanto nos usos. Os memes que tem função de arena política. O Ano de 2020 no Brasil não foi marcado apenas pela crise pandêmica, foi marcado também por severa crise política no governo. Apoiadores e opositores do governo vigente estão divididos e polarizados. Assim, memes políticos buscam construir e desconstruir sentidos, carregam intencionalidades de seus memeiros na defesa ou ataque ao regime vigente. Os sujeitos podem reagir a tais memes fazendo comentários livremente, postando novos memes relacionados ao assunto e rivalizando o espaço, ou postando

mais memes nos comentários. Nossa observação tende a descrever a função de tais memes como função de arena política, pois o que vemos tipicamente nos usos desses memes não são debates, mas embates políticos. Veja exemplos, de uma realidade muito mais numerosa, mas que nos permitem ilustrar essa função de meme:

Imagem 6 – Memes de arena política



Fonte: Elaboração Própria

A questão política é mais abrangente, faz referência a ações da polícia federal e variados episódios em todos os níveis da União. Porém, há um destaque midiático, que se repete nos memes, enfocando à figura presidencial do ano de 2020. Destaque fundamentado em séries de polêmicas e controvérsias que não são conhecidas apenas do território nacional, mas dos veículos de notícias ao redor do mundo e posições declaradas de organizações internacionais.

A questão política frequentemente é cara aos sujeitos e notamos comentários numerosos pois é permitido que assim o façam. Observamos comentários que defendem ou atacam o meme específico, a conflagração se desenvolve nos comentários, que usualmente mudam do foco no meme, para o ataque direto entre as pessoas que publicam nos comentários. Jocosamente, vimos em nossa pesquisa a representação dos apoiadores do governo como gado do Bolsonaro e dos opositores como comunistas. Essa função de arena política nos revela sua intensidade quando observamos que as posições nos memes são disputadas ponto a ponto. Foi comum observar memes de oposição e de apoio um seguido do outro no site *9gag*. É mais

fácil observar estes memes de posicionamentos políticos em sites de origem difusa do meme, pois para páginas de memeiros específicos, revelar tais posicionamentos pode incorrer na perda de seguidores em decorrência da polarização política instaurada no país e falta de tolerância ou diálogo na população. Os memes são levados a sério, nos comentários por vezes tiram as pessoas do sério. Intercalam memes de apoio e oposição. Isso aponta ao conflito de memeiros disputando a presença nesses espaços. Os memes postados nos comentários também são fato notório, um meme passa a ser respondido com outro meme, do ponto de vista de uso da linguagem, este é um exemplo de substituição da comunicação discursiva tradicional para uma outra possibilidade mais imagética, que pode conter em si o código escrito ou não. Resultam em um **diálogo memético**, no qual memes são utilizados para responder memes. Veja exemplos de memes utilizados nos comentários dos memes nos embates:

Imagem 7 – O gado do Bolsonaro: memes de resposta (diálogo memético)

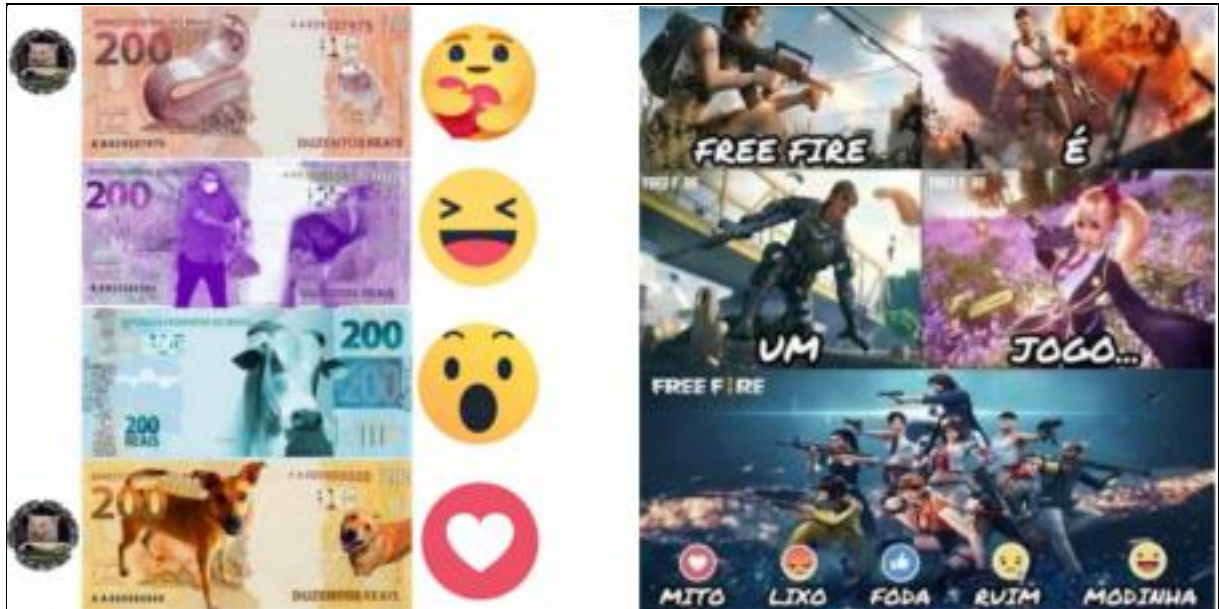


Fonte: Elaboração Própria

Esses comentários são carregados de sentidos, mesmo quando não utilizam da linguagem discursiva. Memes respondidos com mais memes são um traço curioso desses ambientes digitais e meméticos. Este primeiro exemplo ilustra um tipo de dinâmica de ações e funções dos memes que observamos.

Há memes de natureza distinta, que exibem enquetes ou escolhas. Nestes memes, que solicitam uma resposta fechada, observamos padronização nas respostas. Veja exemplos de memes que solicitam reações fechadas:

Imagem 8 – Memes de resposta fechada



Fonte: Elaboração Própria

Não há no sentido algorítmico uma restrição na formatação de respostas que impeça as pessoas de fazerem uso da resposta discursiva ou da resposta utilizando meme. No entanto, a maior parte ou totalidade das respostas a tais memes segue o padrão solicitado. Assim, em um meme pontual estudado, havia uma solicitação para que escrevêssemos os números correspondentes ao nosso peso, idade e tamanho de calçado em certa formatação. Nos comentários haviam respostas exatamente como solicitado. Fizemos um pequeno experimento nesse meme e escrevemos números absurdos, mas na formatação indicada. O comentário do pesquisador foi respondido por outro internauta que, portanto, leu os comentários e manifestou ter observado nossos números intrusos. Esse tipo de ocorrência na netnografia aponta a uma elevada relevância dos comentários e reações. Os memes na internet são mais do que objetos de sentido, também são convites para interações. Interações que variam de meme para meme, de espaço para espaço, que podem tornar-se tão relevantes quanto o meme em si. Eventualmente contendo seus próprios memes. Os sujeitos tendem a uma conformação aos jogos, ou solicitações propostas no meme, seguindo em maioria aquilo que é pedido. Há memes que solicitam postagem de fotos

com animal de estimação, há memes que perguntam dados pessoais, há memes, talvez os mais comuns entre enquetes e escolhas, que listam visualmente associações das reações disponíveis na rede social com categorias sobre qualquer assunto, tornando o simples reagir dentro da plataforma um processo lúdico de escolhas. As reações limitadas facilitam a reação do indivíduo.

Há também memes com um grau maior de liberdade de interação. Tais observações de campo estavam além de nossas expectativas iniciais do que encontrar no meme. Há memes com o enunciado: “Toda pergunta feita aqui será respondida”. Assim, os comentários originam um oráculo irrestrito num caos de perguntas e respostas. A ocorrência dessa estrutura foi observada múltiplas vezes. Observamos memes de interação aberta, sobre temas distintos, como memes para compartilhar cantadas, conversar com a última pessoa a responder a postagem ou discursar sobre certo tema. Há memes com uma proposta bastante peculiar de fingir que a postagem é uma casa conjunta, originando nos comentários uma conversa entre os moradores desse ambiente imaginário sobre questões do cotidiano de uma casa, como objetos quebrados, luzes dos cômodos, carregadores perdidos, etc. Essa interação toda fomentada por uma simples, mas ambiciosa, proposta: “vamos fingir que esse *post* é nossa casa e moramos todos juntos”. As observações foram de tal sorte, que não nos pareceu correto em análise tratar os usos do meme no singular. Os memes na internet sem dúvidas possuem as lógicas do compartilhar, do apreender sentidos dos memes, mas extrapolam estes usos na medida que passam a constituir possibilidades de interação ampla e visível. Entram em jogo lógicas de interação e visibilidade.

Há também memes de corrente de marcação ou memes que buscam a reação do público fazendo uso da ameaça. São memes que intimidam o público dizendo que a falta de reação irá incorrer em má sorte ou evento ruim na vida. Seja pela ameaça de ocorrências negativas ou pela promessa de ocorrências positivas, tais memes tem uma função coerciva de reação. Exibindo mensagens apelativas, buscam pela difusão na rede. Um uso possível, além de ignorá-lo, é ceder à coerção e responder como pedem.

Imagem 9 – Memes de coerção



Fonte: Elaboração Própria

O meme também exibe função de notícia. Vimos que a ligação entre a publicação de memes e fatos cotidianos é muito grande. Memes são produzidos em relação ao contexto atual. Ocorrências como o lançamento da nova cédula de R\$200, prisões de figuras políticas, a explosão no porto de Beirute, pontos críticos de discursos de figuras políticas, recebimento de auxílio emergencial, desenvolvimentos da pandemia, enfim, os acontecimentos que são noticiados nos meios tradicionais, aparecem nos memes com a mesma rapidez. No entanto, o meme mostra a notícia sempre em certa perspectiva fragmentária e provocante. Devemos perceber a relação com o ambiente digital. Não é grave receber a notícia de forma parcial a partir do meme, quando em poucos segundos o sujeito pode pesquisar com mais profundidade, em múltiplas fontes, aquilo que a exposição intensa dos memes instigou. Assim, a partir da observação dos memes é possível acessar os principais acontecimentos e notícias. Um uso do meme para conhecimentos de atualidades.

O meme pode ser utilizado com função de ensino geral. Vimos memes com diagramas ou mensagens sintéticas, ensinando política, gastronomia, gramática ou comportamentos. Um uso do meme que resulta em aprendizado ou consciência sobre certo assunto. São memes que contêm um saber, seja ele qual for.

Imagem 10 – Memes de ensino geral



Fonte: Elaboração Própria

O meme também pode trazer registros nostálgicos de décadas passadas e eventos da história recente. Complementando as funções previamente citadas. Foi curioso notar funções típicas de outras mídias trazidas para os memes. Notícia, ensino e registro histórico, são funções que não são primariamente imaginadas numa visão estereotipada do meme. Não obstante, foram visualizadas com regularidade, compreendidas como comuns no panorama memético brasileiro atual. Demonstração possível de crescentes usos do meme no Brasil.

Outra função bastante peculiar dos memes é o trolar, o termo estrangeiro abrasileirado, comum na internet, referindo-se à chateação, à irritação, à perturbação do sujeito que vê o meme. São memes feitos como pegadinha e podem ter efeitos dos mais variados, dos lúdicos aos nocivos à saúde.

Ao seguir o que os memes da imagem 11 recomendam, o sujeito conseguirá duas coisas, primeiramente fazer uma expressão facial caricata, inspirada na expressão facial *ahengao* e se dar conta de que foi enganado. No segundo caso, ao buscar pelos supostos ovos de galinha pigmentado, o sujeito vai se deparar com vasto conteúdo genital na internet e também se dará conta de que foi passado para trás. Vimos muitos memes *trols* diferentes.

Imagem 11 – Memes trol



Fonte: Elaboração Própria

Alguns deles pedem para que o usuário digite múltiplas mensagens nas repostas, rapidamente, isso resultará numa punição temporária vinda do *Facebook* impedindo o usuário de digitar mensagens por horas ou dias. Memes que sugerem utilizar álcool gel em órgãos sexuais, comportamento nocivo à saúde. Memes que solicitam resposta utilizando outras partes do corpo, por exemplo, nariz ou a língua, ao invés dos dedos na digitação. Assim, a trolagem não tem limites. As reações aos memes na internet não são limitadas ao ambiente digital, memes na internet podem pedir reações no mundo tangível agregando outro nível de consumo midiático. Dentro do ecossistema memético brasileiro, parece que esses tipos de meme contribuem de maneira indireta para um sentimento de excitação e inquietação. Considerando que ver o meme pode ter efeitos inesperados, imprevisíveis, dentro e fora do ambiente digital, o meme nesse ambiente torna-se uma espécie de aventura, incentivando ainda mais a busca por essa sensação de fruição do meme. Os desdobramentos de estudar relações psicológicas e emocionais desencadeadas pelo uso do meme parece oportuno, mas excede nosso horizonte. Ver memes na internet pode ser arriscado e seus desdobramentos são imprevisíveis. Fator que potencialmente atíça mais o desejo de ver memes e apresenta riscos. Observamos memes conhecidos como Cabeleleila leila, que continuam como comentários endêmicos, pessoas dizendo que não conseguiam tirar as frases do vídeo de suas cabeças. Assim, podemos dizer que os memes possuem esse risco latente de contagiar a mente ou afetar o corpo. Uma

vez que seja consumido, seus efeitos podem sair do controle do sujeito. Após entrar em contato com essa variedade de usos e funções, devemos notar que o consumo midiático do meme possui uma latitude muito grande de possibilidades. Transita entre o tangível e o digital. Apresenta riscos, formas variadas de socialização, atividades lúdicas e instrutivas. É um novo terreno que flerta com as limitações das tecnologias digitais mais recentes e explora novas formas de usos e consumos midiáticos. Os memes ultrapassam o território da zoeira e não exibiram sinal de consolidação de suas possibilidades de uso e consumo no momento de nossa netnografia.

Nas relações com o ano de 2020 especificamente, embora outros anos possam trazer suas próprias preocupações, os memes contribuíram também com função de escapismo psicológico. Memes discorreram sobre o COVID-19 e o isolamento social. Memes com temáticas que imaginavam um fim da pandemia idílico e as coisas que poderiam ser feitas na comemoração, que discorrem sobre as dificuldades diárias de viver o Brasil em crise, memes que buscavam força na comunidade, memes suicidas, memes variados que servem aos sujeitos como local de compartilhar suas vivências perante aos desafios.

6.3 RELAÇÕES MEMÉTICAS NO AMBIENTE DIGITAL

O Ambiente digital traz suas possibilidades ao meme. Uma das questões é a ressurgência de memes antigos. A internet possui registros do passado, de modo que com as buscas corretas é possível encontrar remanescências do passado memético. Grandes memes do passado podem refazer pequenas aparições. Em nossa metodologia exploramos o ciclo dos memes e acompanhamos o meme Dorime, que já havia chegado ao seu estágio final, de menor circulação. Não obstante, quando executamos a netnografia, fez pequenas aparições. Ressurgências espaçadas e raras, mas vistas de tempos em tempos. Em formas já distintas do original. Por vezes as postagens saudosistas de algum memeiro evocam que não esqueçamos um meme do passado e publicam esse trecho da história. Característica do ambiente digital. Como há registros dispersos e persistentes, de tempos em tempos, memes do passado podem conseguir sua retomada. No entanto, dentro do período de nossa observação, com intensidade baixa em relação aos memes atuais.

Característica aliada ao ambiente digital é poder acompanhar e registrar a evolução ou crescimento sgnico dos memes. Pudemos observar e registrar um ciclo de evolução de memes com o *shiba*, raça de cachorro originária do Japão, da hipocrisia:

Imagem 12 – Registro da evolução dos memes na internet



Fonte: Elaboração Própria

A evolução, que parte de conceito biológico,  claramente visível no âmbito cultural e digital. Estudando os memes na internet podemos registrar em série como as interações de modificações nos memes são realizadas. De modo que esse crescimento sgnico e evolução do meme não nos aparece como possibilidade, mas

explícito com evidências. A confirmação da evolução do meme é importante. Múltiplas páginas observadas, com múltiplos memeiros, mudavam pouco a pouco o meme, seja alterando seu texto ou imagem trazendo incrementos e mutações de sentido a cada etapa. Vimos vários dos memes observados evoluindo, mas o exemplo do *shiba* foi o mais aparente, possuindo o maior número de publicações, dentre as quais trouxemos pequeno número de exemplares para esta dissertação.

Observamos também a **interlocução algorítmica**. Grande número de memes solicitavam ao sujeito que deixasse seu corretor automático completar uma frase. Frases lacunares como: “não posso ir porque____, eu não namoro porque____,” etc. Outra possibilidade era a de escrever frases específicas, códigos e descobrir seus resultados. Um exemplo que circulou bastante durante a pesquisa era: “escreva bisou se fica vermelho e pq já foi traído, cadê os corajoso agora”. Outro exemplo: “comenta W123 se a lanterna do teu celular acender ele é original”. Assim, os próprios algoritmos são utilizados como interlocutores, aqueles que tomam parte na conversa memética e respondem aos sujeitos. Esse nível de interação lúdica do humano com os dispositivos foi bastante frequente nas observações. Exemplos de conversa entre humano e tecnologia digital.

Nos grupos de *Facebook*, nos submetemos a questionários filtros de admissão a grupo de memes. No momento em que solicitamos para entrar nos grupos, pequenos questionários personalizados pelos administradores da página são exibidos e devem ser preenchidos. Estes questionários traziam perguntas variadas, como: “você gosta de gay?” Com respostas pré-definidas significando sim ou não. Também perguntavam se nos comprometeríamos a adicionar mais um número arbitrário (variando de página para página) de amigos no grupo. Também com respostas em múltipla escolha, pré-definidas. Os questionários respondidos pelo pesquisador aparentemente tinham propósito de filtrar os novos membros e inculcá-los com ideia de adicionar mais membros. Fomos aceitos nas páginas, sem saber se acertamos ou não nas respostas. Não adicionamos nenhum novo membro, apesar de responder afirmativamente que adicionaríamos. Não fomos excluídos de nenhum dos grupos durante a pesquisa. Em todo caso, tais questionários nos apresentam problemáticas. A pergunta filtro sobre gays, nos mostra o potencial nos grupos de meme tanto de negar a intolerância e o preconceito quanto de reforçá-los. A partir das respostas os moderadores tem poder de arbitrar sobre quais membros serão aceitos e quais não serão. Esse filtro discriminatório, que foi visto e respondido na netnografia acerca da

sexualidade, poderia ser utilizado também para todos os outros tipos de discriminação. Por conta disso, recurso perigoso. A preocupação demonstrada nesses questionários de admissão com indicações de mais membros, nos remete ao viral, incentivando o fluxo de novos membros.

Além dos questionários, os espaços digitais com suas arquiteturas delimitam quais as reações possíveis. No *Facebook* há botões de reação e comentários que omitem os mais antigos a não ser que ativamente clique para vê-los. Nas páginas, apenas observamos novos memes postados, enquanto nos grupos o sujeito pode adicionalmente postar seu meme que será avaliado pelos moderadores para posterior publicação. Pode ser banido do grupo caso o meme não siga as políticas da página. Corretamente, as páginas estudadas no *Facebook* se posicionavam contra preconceitos e fobias. No site Ah Negão, fazer comentários era um pouco mais difícil, pois eles não estavam dispostos abaixo de cada meme, seguiam ao final da página unificados, com a necessidade de um cadastro prévio para responder. No *Instagram* e no *9gag* os comentários ficam ocultos até que se clique no meme. Assim, há nuances de um espaço para outro, memes de reação fechada não transitam bem de um espaço ao outro pois as reações possíveis não são as mesmas. Outro detalhe é a proteção contra cópia, que remonta às questões anteriormente discutidas sobre autoria. Há possibilidade algorítmica de proteger os espaços contra a função copiar imagem. É o caso de *South america* memes no *Instagram*. Assim, para registrarmos tivemos que utilizar funções diferentes de *software*. Este tipo de proteção nos ambientes digitais gera uma situação na qual não podemos facilmente obter as imagens observadas. No momento de compartilhar, à princípio, é necessário passar o *link* de acesso original ao seu contato.

6.4 ANÁLISES SEMIÓTICAS APLICADAS

Apresentamos sucessivamente 15 análises semióticas de agrupamentos temáticos. São análises breves que exploram os sentidos contidos nos memes, considerados como objetos imediatos e signos. As categorias buscam representar a diversidade dos memes no ambiente digital brasileiro em seus temas mais comuns. É uma aproximação representativa para cobrir os principais temas observados em circulação. Os temas, que a princípio são infinitos, mostram repetições situadas dentro

do contexto cultural brasileiro. Assim, tentamos representa-los nestes limites. Os agrupamentos possuem grande transversalidade, um mesmo meme contém múltiplos sentidos e pode estar associado a temáticas distintas. É notável esta capacidade de conter múltiplos temas recorrentes de uma única vez. Devemos imaginar os agrupamentos temáticos não como confinadores do meme, mas como categorias qualificantes que podem ser observadas em lógicas combinatórias. Os memes transitam entre estas temáticas, combinando tantos sentidos quanto forem capazes.

6.4.1 Covid-19

Imagem 13 – Painel 1: Covid-19



Fonte: Elaboração Própria

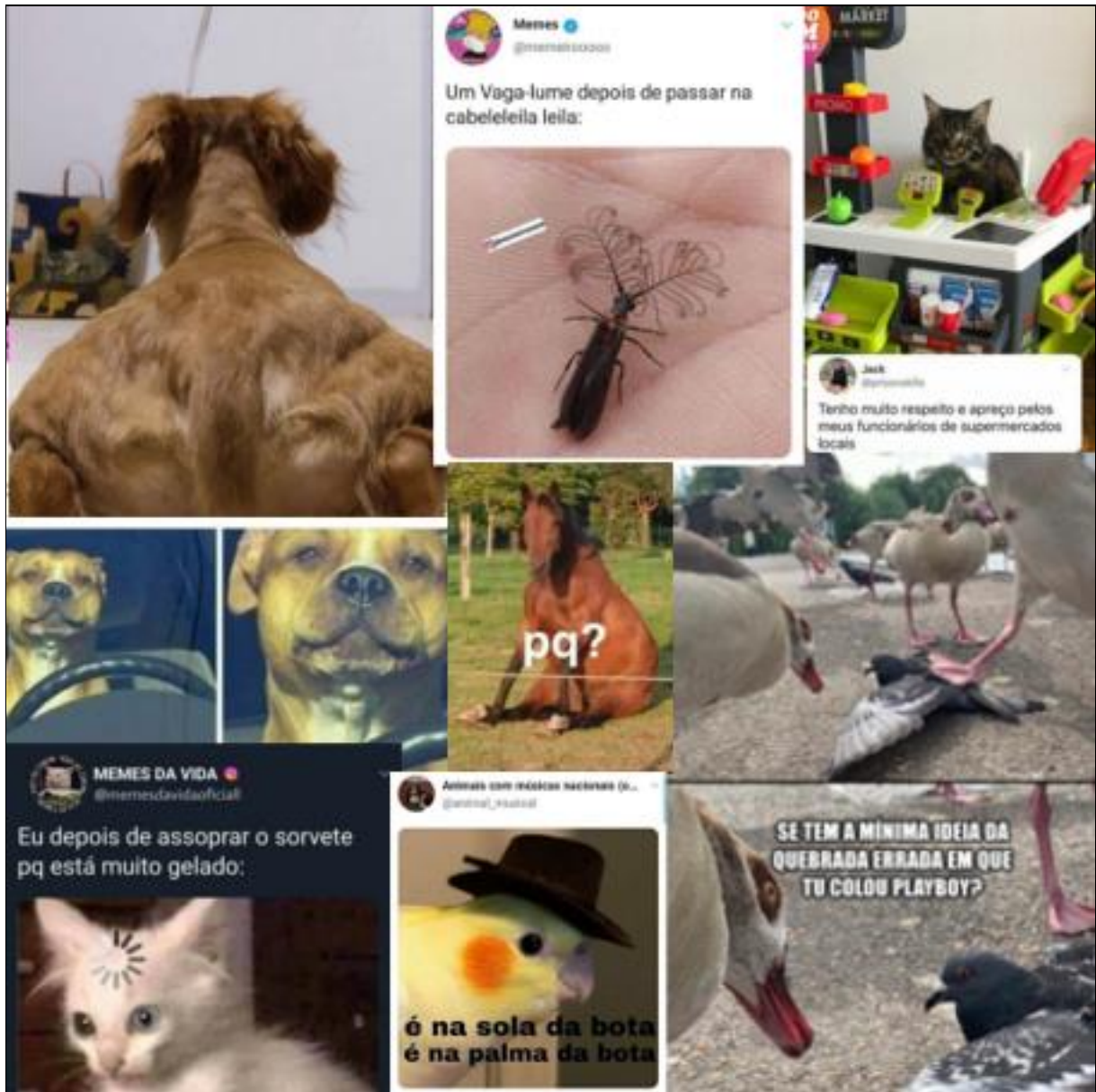
Na primeiridade, as cores verde, marrom, preto, branco e azul preponderam. Formas textuais, seres e ambientes compõem o painel. Texturas lisas, tecidos, líquidos, brilhos e opacidades estão distribuídas. Há luz e há sombras. Formas textuais. Na secundidade, podemos ver a presença de humanos, feras e seres estranhos. Há relações de cobertura e de revelação, como no tecido verde que cobre o ser azul ou na vestimenta verde do ser humano. Os líquidos pulverizados e pingando indicam movimentações e dinamismos. O quadro ao canto direito superior é composto de duas fotos sucedidas que apontam momentos unidos pela repetição dos personagens e separados pela diferença de expressões. Há exposição de dentições e de líquidos no primeiro quadro, depois, um sorriso é esboçado e os dentes molhados são cobertos pelo tecido azul. Os seres variados ocupam posição de destaque em relação aos planos de fundo. Com foco em suas faces mais do que em seus corpos. O quadro ao canto direito inferior é composto por 3 humanos e fundos distintos, apontando a locais e situações independentes. Os quadros relacionam seus elementos com sobreposições, seja com elementos de cobertura ou com objetos sendo sustentados pelos corpos.

Na terceiridade, as feras e seres estranhos são: um urso animal que representa o país Rússia, fera conhecida pelo seu poder, pela sua fofura e potencial de predar até mesmo humanos, alienígenas cinematográficos que devoram seres humanos e representações do próprio corona-vírus personificado. Vladimir Putin, atual presidente da Rússia, monta o urso veloz, exibindo o peito, carrega a vacina nas costas cruzando um rio. Trata-se de uma relação simbólica complexa, cruzar o rio é o que o mundo deseja, deixando a pandemia no passado. Os líquidos representam tanto a vacina quanto o potencial de contágio do vírus. Montar o urso mostra o poder da nação Russa, político e científico, mas também o risco intrínseco da alta velocidade na produção das vacinas. Com a coragem do peito desnudo busca-se dominar a fera microscópica que devora a humanidade, utilizando o poder da ciência aliado da selvageria e velocidade. A seringa contendo a vacina é gigante, poderosa, bélica e fálica. Simboliza a guerra do mundo contra a pandemia. As coberturas na figura da máscara, da fantasia e do lençol fletam com a relação de risco e proteção. Uma máscara protege o indivíduo contra o vírus, mas o lençol que vai cobrindo o infectado ou a fantasia que cobre o corpo completamente, nos remete a evolução do vírus no corpo, que é coberto pouco a pouco, até que seja tomado e ocultado da vida. Os textos

são todos relacionados à pandemia, incluindo a vida conjugal de Bolsonaro, que é representado junto de um deputado e não de sua esposa, suposta comprovação por resultado de testes positivos para COVID-19. Estes memes apresentam função de notícia e função de educação, estão relacionados à produção de vacina na Rússia, estado de saúde do presidente brasileiro e recomendam o uso da máscara.

6.4.2 Animais antropomorfizados

Imagem 14 – Painel 2: animais antropomorfizados



Fonte: Elaboração Própria

Na primeiridade, texturas de pelos e penas. Cores em tons de marrom, preto, branco e cinza. Seres de formas muito variadas. Formas textuais pequenas. Na secundidade, são animas de espécies distintas, diferenciáveis pela pelagem, bicos, patas, músculos, apêndices e formas. Os corpos dos animais usualmente não aparecem inteiros, estão cortados pelos enquadramentos das imagens no painel, estes cortes conferem destaque a certas partes e omitem outras. Apontam às escolhas de enquadramento. Em alguns dos casos, a divisão de quadros com mesmo animal criam uma narrativa sucedida de momentos. Há objetos que remetam à parte de um todo, como o volante e o vidro de um carro. Chapéu que remete ao vestuário, quadro na parede que remete à casa, brinquedos que remetem a um caixa de supermercado.

Na terceiridade, percebemos todos estes animais como antropomorfizados, cada animal simboliza o ser humano, estão arbitrariamente ocupando um espaço daquilo que representam para a confecção de um efeito de sentido humorístico. São animais transformados em humanos. Os enquadramentos cuidadosamente escolhidos na secundidade, são ajustados gerando conteúdo simbólico remetendo às expressões humanas. Como a exposição do corpo de um fisiculturista no recorte cuidados do corpo de um cãozinho, que transforma suas pernas traseiras em ombros e o rabo em coluna vertebral aos olhos do intérprete. Os pássaros tornam-se membros de uma gangue, o olho interpretado com olheiras, estalado, aberto, remete aos membros do tráfico de drogas, com linguagem que apoia essa leitura remetendo à quebrada. Os locais urbanos brasileiros perigosos à circulação. Nas figuras de cavalo pensador, gato empregado, vaga-lume que frequenta salão de beleza, gato pensador, pássaro cantor sertanejo e cão motorista de carro, estes memes estão mostrando essa relação de animais simbolizados como humanos. Os textos reforçam a mensagem imagética, não são exibidos com destaque pois não são inteiramente necessários ao entendimento destes memes. Isto é, trazem o mesmo sentido carregado em seu correlato visual, reforçando a mensagem, mas sua omissão não faria o sentido cessar. A função destes memes é primariamente humorística, mas também nos descreve o comportamento humano.

6.4.3 Personagens ficticiais em postagens reais

Imagem 15 – Painel 3: personagens ficticiais em postagens reais



Fonte: Elaboração Própria

Na primeiridade, azul, branco e preto em cores chapadas, formas textuais e círculos. Na secundidade, pequenas imagens circulares ao lado de nomes nos apontam à uma ligação entre estes elementos. Ligando imagem e nome pelo alinhamento e tamanho da fonte. Cada quadro do painel é delimitado por um quadro de cor homogênea. Os tamanhos e tipos de fontes diferenciam por comparação as partes dessas composições visuais. Negrito, alinhamentos, tamanhos de fontes, datas e números.

Na terceiridade, estes memes são postagens da internet, possuem uma sintaxe convencionalizada que revelam autor, texto principal, registro de momento de publicação e métricas de visualização e interação. Os autores dos posts contam com uma peculiaridade adicional, são personagens ficticiais. Gerenciados por pessoas, estas personagens servem como máscara e possuem um nome fantasia. O curioso é ver que os sentidos das postagens são cuidadosamente ajustados com sentidos do próprio personagem, eu lírico da mensagem. Um Pokémon com cauda de fogo fala sobre inferno. *Crush* me nota fala sobre a rejeição da pessoa desejada. Henrique novo fala sobre o futuro. Página lixo apresenta baixa autoestima. Dougras faz referência a pensamentos sob drogas. Como estes posts tem preponderância de uma mensagem discursiva, na replicação do meme, difundem os sentidos da construção escrita nas mentes dos intérpretes.

6.4.4 Animações

Na primeiridade, temos um arco-íris de cores, variadas e bem distribuídas. Formas textuais. Vários personagens. Texturas simples, cores chapadas. Na secundidade há personagens desenhados variados. Vestimentas chamativas, personagens acompanhados ou sozinhos. Expressões variadas de rostos e mãos. Múltiplas frases. Quadros intercalados e sucedidos contando pequenas histórias.

Na terceiridade temos animações, quadrinhos e anime. São estilos distintos de desenhos animados. Os usos são variados, a partir da troca dos enunciados estes quadrinhos exibem vários sentidos. Tipificam expressões faciais durante a quarentena, fazem referência ao relacionamento amoroso do homem-aranha, mostram lutas entre dois personagens, na forma de duelos, fazem *trolagem* com a ideia perigosa do pato da *Disney* e tem piadinhas misturando essa conotação sexual e inocente. O uso da expressividade de mãos e rostos é ponto conhecido nas animações. Usualmente, são produtos culturais produzidos para jovens, no entanto, quando aparecem nos memes, seus sentidos não são limitados por faixa etária. Frequentemente, a pretensa inocência das animações serve como contraponto para uma abordagem de temática mais adulta. Numa espécie de equilíbrio antagônico de sentidos, que coloca a infantilidade da animação em conjunto com uma mensagem adulta. Tal ocorrência foi observada com elevada frequência. Os memes de

animações são muito variados e a relação do par imagem e mensagem textual são utilizadas para construção do sentido. Os memes nesse painel exibem função de notícia e educação no quadro superior à esquerda. Exibe também funções de trolagem e enquetes com resposta fechada.

Imagem 16 – Painel 4: animações



Fonte: Elaboração Própria

6.4.5 Quadrinhos

Imagem 17 – Painel 5: quadrinhos



Fonte: Elaboração Própria

Na primeiridade, cores sem profundidade, exibindo branco, azul, cor-de-rosa, cinza, vermelho, alaranjado. Formas textuais. Linhas pretas e brancas que se repetem por toda imagem. Na secundidade vemos estas linhas como as separações entre os quadrinhos, que constroem a lógica de momentos diferentes na repetição de personagens. Há presença dos balões de fala. Personagens que trocam olhares entre si, revelando interação entre os elementos representados.

Na terceiridade, tratam-se de memes em histórias em quadrinhos, diferenciando-se das animações na medida em que nos mostram sempre uma sucessão de fatos. A

conversa do estudante com deus, a proteção da hidroxocloroquina contra DST's representando eficácia similar à que possui no tratamento da COVID-19, relações de família, conversas na prisão, entradas grátis no cinema ou a solidão de ser o último a restar. Os quadrinhos contam histórias, que podem apresentar proximidade à comportamentos sociais. Possuem como recurso o uso do fantástico, como visto nas conversas com deus ou animais, também utilizam situações inverossímeis, para oferecer releituras do cotidiano.

6.4.6 Aleatórios

Imagem 18 – Painel 6: aleatórios



Fonte: Elaboração Própria

Na primeiridade, cores realistas com nuances de iluminação, efeitos de luz e sombra, formas variadas. As cores branca e cinza preponderam, com verdes em tonalidades distintas e preto. Formas textuais. Na secundidade, vemos capturas por foto, o traço da realidade e vivacidade contida no objeto dinâmico fica parcialmente registrado no objeto imediato. Palavras e frases sobre as imagens. Animais, humanos, objetos variados se dispõem lado a lado sem relações claras entre eles.

Na terceiridade vemos sentidos de relações arbitrárias, pandeiro calculadora e código penal são objetos que não carregam ligações de sentido usuais entre si. Um orelhão, telefônico, serve como banheira, fixado no chão construído sobre tijolos e cimento, constitui um uso fora do comum, mas planejado e executado para que essa ligação arbitrária de função original de uso explicita sua intencionalidade. Escrito em português, é possível ver patos tão numerosos correndo no Vietnam que são chamados de rio de patos. Há uma arbitrariedade sem ligação usual de local e contexto nesse meme. A sombra de prendedores na parede faz referência ao símbolo religioso e místico do pentagrama. Uma foto de corrida, aliada de um amplo discurso sobre dormir. Uma placa de posto de gasolina, que exibe o nome Las Veras, que possui proximidade estética emuladora de Las Vegas, nas palavras e nos estilos. Os memes aleatórios, como são chamados na internet. São memes de relações arbitrárias, explicitamente fora de contexto, que desorganizam os ambientes geográficos, funções de objetos e sentidos. A interpretação de sentidos nesse caso é desafiadora, pois parece carregar em si os sentidos de uma proposital associação arbitrária e desarranjada de sentidos. Potencial efeito humorístico surge da identificação dos limites do intérprete em entender as lógicas confusamente propostas de relações entre sentidos. Las Vegas e mato grosso, ou banho e cabine telefônica (OI). Objeto cotidiano de pendurar roupas e sombra mística. Esses memes podem apresentar a função de deslocar o intérprete na linearidade de observação dos memes.

6.4.7 Duelos

Na primeiridade, formas textuais, cores realistas, cores chapadas, preponderância da cor branca, elementos e formas variadas. Na secundidade, balões

de fala, frases que se organizam em colunas ou aliam-se por proximidade aos personagens dos memes.

Imagem 19 – Painel 7: duelos



Fonte: Elaboração Própria

Na terceiridade estes são memes de duelo, são propostas de conflitos, mas de um tipo de conflito específico que é polarizado em apenas duas entidades. Uma estrutura de embate de um elemento com o outro. A comparação é vista como conflito. O corcunda falando do careca. O produto Coca-cola contra o produto Guaraná. Mulheres e suas vestimentas em comparação de moda. Gato animal e gato bolo, com textos flutuantes que indicam achocolatados Toddy e Nescau. Numa associação

simbólica dos atributos dos gatos com os atributos dos produtos. O duelo entre personificações do ensino superior e do ensino técnico, com sentidos de descrédito aos títulos numa sociedade irritada com hierarquias. O desdém num cenário de acesso incipiente ao nível de ensino superior. As imagens nos mostram essa dupla polaridade. É interessante pensar que não há limitação ao número de entidades que se pode comparar em conflitos nos memes. No entanto, os duelos, são de longe os mais comuns. Curiosamente, habitam o mesmo país que possui polarização política também em dois eixos e enfrenta desafios severos na educação. Parece mostrar-se como um reflexo dos tipos de lógicas binárias amplamente operantes.

6.4.8 Marcas

Na primeiridade, formas textuais, branco, azul, preto, verde e vermelho preponderantes. Objetos variados. Na secundidade vemos, chocolates, cartas, bicicletas, roupas, cachorros e textos. As fontes das frases diferenciam as palavras. Pequenos círculos com faces indicam indivíduos.

Na terceiridade vemos produtos, marcas e discursos acerca do consumo e das marcas. Sem exhibir a logomarca diretamente, a postagem faz referência a comprar produtos da *Natura* sempre que a empresa fala um “A”, expressão idiomática para ações desencadeadas por qualquer pequena fala. *Uno* também faz uso de expressão popular na brincadeira sobre ser arrumadinho e ser bonito. Dizendo que somente o produto é realmente belo. Memes que pedem ao sujeito para escolher seu chocolate preferido, ou alimento preferido, ativam a imaginação e nosso próprio aparato sensorial gustativo. Para que possamos responder à pergunta sobre gosto preferido. Alguns dos memes de marcas em si não estão enfocando os produtos, *Hyundai* tem como notícia a contratação de um cão como funcionário numa loja de carros. O aplicativo da caixa econômica teve uma postagem irônica de cliente, que deu 5 estrelas ao serviço, pois o banco conseguiu fazer o melhor *bank simulator* existente, a começar pelo fato de que ao entrar no aplicativo é necessário entrar numa longa fila de espera que dura horas. Um homem deitado na cama contempla suas roupas e acessórios da marca *Adidas*, que anseia por utilizar na primeira aglomeração pós pandemia. A bicicleta *Monark*, faz referência a estilos de vida, com o anseio de se aposentar para utilizar uma bicicleta com uma caixa atrás. Os produtos carregam

sentidos que são explorados nos memes. Quanto ao meme referente à marca natura, ele está associado ao contexto de ações da empresa que fez peças publicitárias inclusivas. O uso do aplicativo da caixa econômica federal associado ao recebimento de benefícios financeiros chamados de auxílio emergencial em virtude da pandemia.

Imagem 20 – Pannel 8: marcas



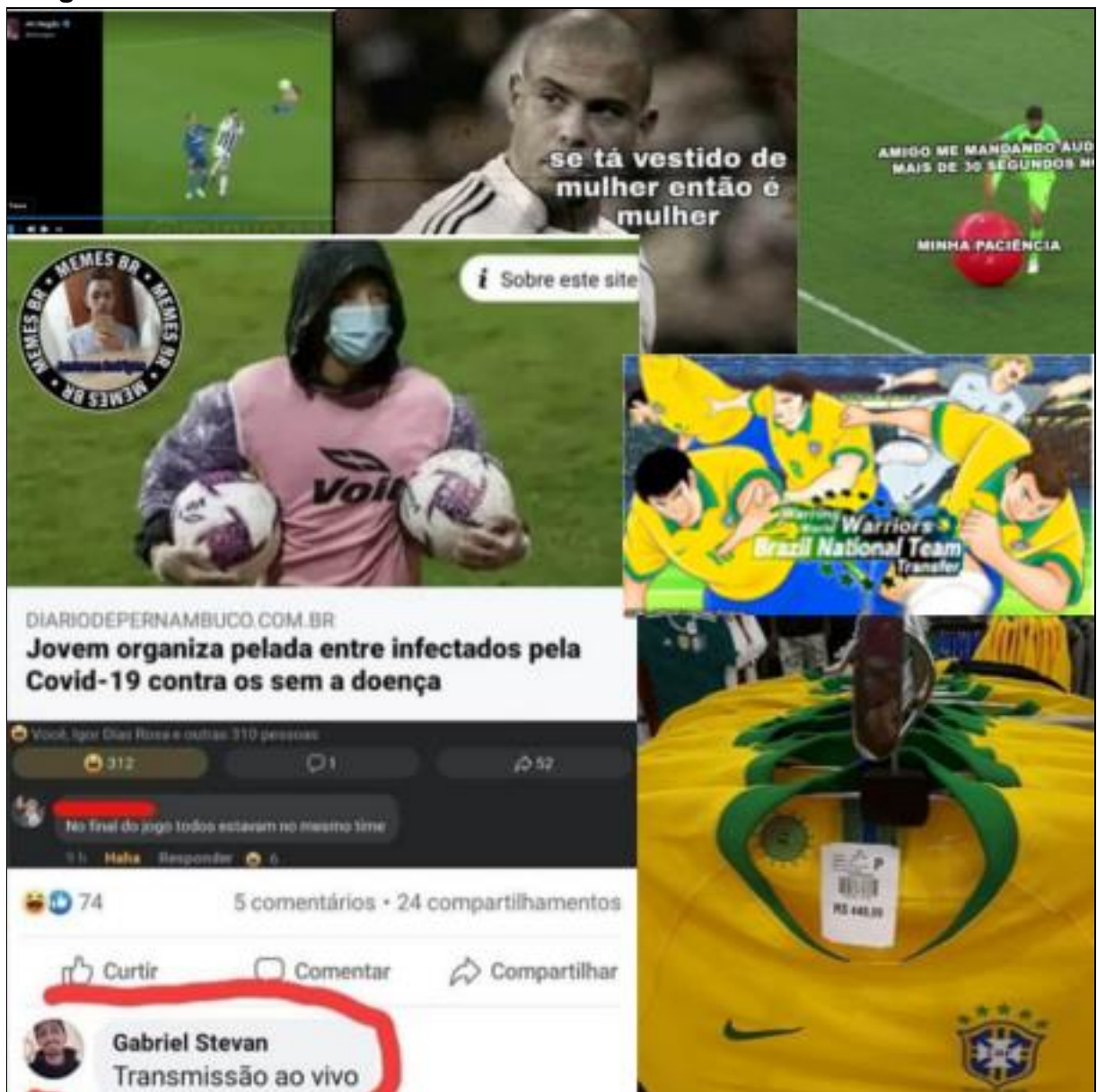
Fonte: Elaboração Própria

6.4.9 Futebol

Na primeiridade, as cores, verde, amarelo e branco. Formas textuais. Na secundidade, grama sob os pés, a parte que indica o todo do campo de futebol. Bolas

são seguradas, máscaras, vestimentas, frases e faces, desenhos e fotos. Os corpos interagem com as bolas e apresentam movimentos variados. Frases que aparecem em locais variados, ora sobre os personagens ora separados da imagem em diagramação específica

Imagem 21 – Painel 9 : futebol



Fonte: Elaboração Própria

Na terceiridade, são memes de futebol, contém uniformes da seleção brasileira e outros uniformes. A bola representa o jogo, mas também é forma para representar indivíduos e conceitos. Um dos memes representa uma pelada com infectados pela COVID-19 contra os sem doença. Um trocadilho de expressão nos diz que ocorrerá transmissão ao vivo. Em quadro exibindo majoritariamente o uniforme da seleção

brasileira e seu preço, o sentido exibido é o sentido contido no uniforme. Ronaldo, ícone do futebol brasileiro nas décadas passadas, nos fala sobre sua definição de mulher, que remonta às discussões de gênero e representação atuais. As representações combinam as personalidades famosas do futebol, com acontecimentos quotidianos e suas associações. A bola, o campo e o jogo não representam apenas associações diretas ao esporte, mas podem representar de maneira alegórica e metafórica outras relações de nossas sociedades.

6.4.10 Paisagens brasileiras

Imagem 22 – Painel 10: paisagens brasileiras



Fonte: Elaboração Própria

Na primeiridade, uma combinação equilibrada de cores, com tons verdes, azuis e tonalidades claras como branco e amarelo bem distribuídas ao longo do painel. Pequenos seres aparecem em algumas fotos. Na secundidade, a ausência da escrita. Paisagens naturais variadas, cachoeiras, mares, rios, nuvens, uma presença espalhada de água por todas as partes, intercalada por trechos sólidos de vegetação, superfícies rochosas e areia. O equilíbrio visto na qualidade das cores da primeiridade, é visto também nas relações entre os elementos na secundidade que apresentam relações entre solo e céu, líquido e sólido, equilibrados nas posições das fotos. Seja nas rochas verticais que resistem às cachoeiras ou nas dunas que ondulam formando bolsões de água. Os seres humanos são representados em tamanho ínfimo frente às paisagens que os contém. Representações grandes de peixe e uma construção arquitetônica circular são exceções entre os equilíbrios citados.

Na terceiridade estas são paisagens famosas brasileiras, pontos turísticos, belezas da natureza do país que são reconhecidas internacionalmente. Cataratas de Foz do Iguaçu, Lençóis Maranhenses, Rio de Janeiro, praias, cavernas, representações amplas da natureza brasileira. Quanto as exceções, os peixes grandes são feitos de garrafas PET e são obra de manifestas pela conscientização de manutenção da limpeza nas praias. Os plásticos sujam a paisagem e são ameaças à vida marinha. A construção de arquitetura circular trata-se do Tropical hotel tambaú, fica mais conectado à praia de João Pessoa do que as demais construções.

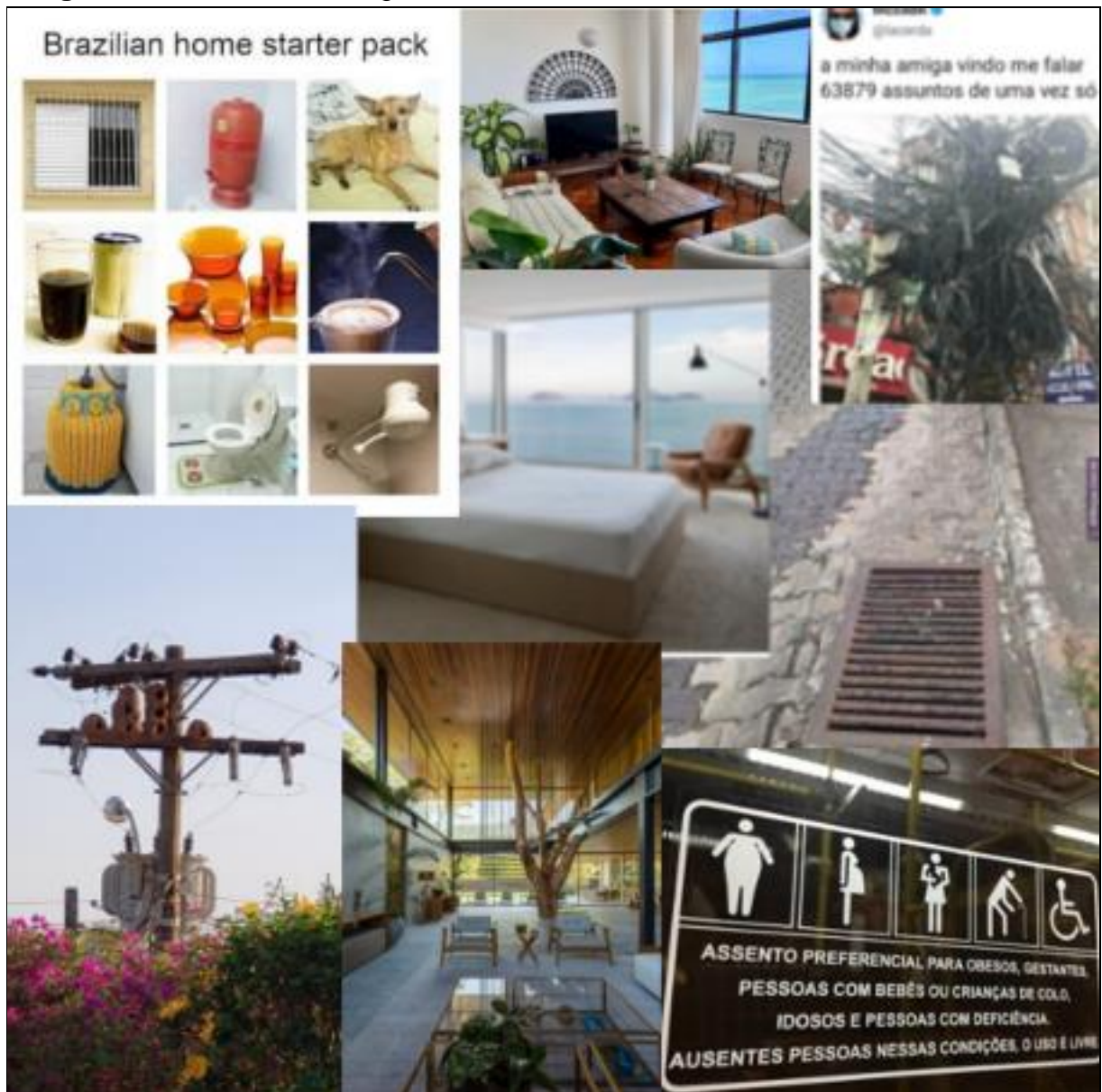
Estes memes foram vistos em maior parte no site *9gag*, que tem público nacional e estrangeiro, tais paisagens eram frequentes nesse ambiente, mas pouquíssimo presentes nos grupos e páginas exclusivamente brasileiros. Isto potencialmente nos mostra o interesse pelo turismo, mas também pode significar um perigoso descaso do povo brasileiro com suas próprias paisagens. Estes locais e seus sentidos circulam quando há público estrangeiro, mas são omitidos nos grupos de público majoritariamente brasileiro.

6.4.11 Design urbano

Na primeiridade, cores cinza, marrom, azul claro, amarelo e preto. Texturas opacas, brilhantes, transparentes e sombrias. Objetos de formas variadas, formas textuais. Na secundidade, uma vastidão de objetos distintos ocupa os espaços de

forma sobrecarregada. Casinhas de barro empilhadas sobre postes de eletricidade, sobre flores que se amontoam. Utensílios de cozinha, animais, banheiros, janelas, praias, camas, árvores, madeira, cordas e cabos que constroem a arquitetura hora verticais ora emaranhados. Cadeiras, plantas, sujeira e vidro. Textos e imagens. Um excesso de estímulos com elementos de naturezas distintas que se apresentam em sintaxe uns com os outros. Casas com grades que confinam, espaços urbanos com ampla vista do céu e espaços mistos que integram o interior e o exterior de imóveis, sem criar barreiras entre natureza, paisagem e arquitetura. Formas geométricas e planos, ruas de relevos e elementos de pavimento irregulares.

Imagem 23 – Painel 11: design urbano



Fonte: Elaboração Própria

Na terceiridade, estes são memes que contém design urbano brasileiro. Mostram os espaços variados do interior e do exterior das casas, ecoam com as desigualdades sociais e de renda no país. Os memes de design urbano mostram o exótico da natureza e o exótico das habitações. As casinhas sob o poste são casas de João-de-Barro, pássaros especializados em construir ninhos feitos de barro, que na foto construíram suas habitações umas sobre as outras como se fossem prédios. O emaranhado de fios sobre um poste também é real. Há casas pequenas, fechadas com grades de proteção, apartamentos de luxo com vista para o mar. Mansões que misturam jardins tropicais e interiores, casas isoladas, pavimento irregular com problemas no escoamento de água, que ocasionalmente incorrem em alagamentos. Peculiaridades simbólicas de transportes urbanos. Toda essa variedade de memes, que apresenta até mesmo utensílios e animais de distintas paisagens urbanas brasileiras constroem um retrato rico da diversidade de fato vista pelo país. No entanto, não são isentas de reverberações da desigualdade social, que retratam designs urbanos ora fantásticos, ora deficientes, privados, perigosos.

6.4.12 Gastronomia brasileira

Na primeiridade, cores brilhantes e cores opacas, branco, amarelo marrom, preto e alaranjado preponderam. Formas textuais. Na secundidade, pratos ocupam espaços privilegiados em seus quadros, os alimentos centralizados ficam em posição de atenção nos recortes propostos. Frases se alinham em relações com os alimentos. Esse encadeamento de frase e imagem é importante para a produção dos sentidos planejados. As formas são diferentes entre-si, tanto nos elementos que compõem o painel quanto na forma desses encadeamentos.

Na terceiridade, notamos memes da gastronomia brasileira. Pratos típicos como o pudim de caramelo, o bolo de cenoura, bolinhos de queijo, coxinhas, churrasco e experimentos exóticos (o exótico que é característica corrente do povo brasileiro) como a pizza de sushi, sushi no copo e o sushi burger. Especificamente quanto a esta gastronomia exótica, ela brinca com a chamada falta de limites do povo, observada como lugar comum no discurso dos internautas sobre o brasileiro. Manifesta como: “o brasileiro não tem limites”. Os pratos originados em outros países ganham o toque nacional, misturando e bagunçando os sabores. No caso desse

painel, exemplo explora as possibilidades do sushi, prato de origem japonesa miscigenado com a culinária advinda de outros países.

Imagem 24 – Painel 12: gastronomia brasileira



Fonte: Elaboração Própria

A gastronomia japonesa presente nos memes do Brasil, testemunha a elevada relevância da imigração para formação do povo brasileiro, que entre várias dimensões, contribui também para construir a gastronomia e seus sentidos. A comida tem usos simbólicos, pode representar pessoas, como as coxinhas e a empada fodas, que faz um trocadilho sexual e remete a uma situação de relações sociais artificialmente construídas. Como a relação metonímica entre assistir *Netflix* e fazer sexo, ou a relação de permanecer próximo às pessoas impedindo relações físicas. No

canto direito inferior do painel, há texto descritivo e uma moto que tem afixada a seu escapamento carne coberta no papel alumínio. Este meme tem função de ensino sobre como fazer um churrasco de escapamento. Os memes também discutem pratos favoritos, apelam humoristicamente para pratos que deram errado e mostram aspirações de comer. Assim, vemos que a gastronomia brasileira é representada nos memes em toda sua amplitude. A relação profunda do povo com sua gastronomia traz outras esferas de sentido embutidas, como política, sexo, meios de transporte, características culturais do povo e ensino. É curioso como os sentidos mudam, por exemplo, no bolo queimado que tem cobertura de asfalto e na moto que assa churrasco em seu escapamento enquanto cruza o asfalto. O copo, de sushi no copo, não é apenas embalagem, mas referência ao açaí no copo.

6.4.13 Sexo

Na primeiridade, tons variados de coloração de pele, branco opaco, linhas pretas e alaranjado. Formas textuais. Na secundidade, encadeamentos em quadrinhos, representações de corpos humanos descobertos, sem roupas. Sorvete, balões de fala, animações, um rabo com ponta ogival.

Na terceiridade, estes são memes de conteúdo sexual. Quadrinhos contendo cenas de sexo. Acessórios eróticos. Notícias com declaração política sobre sexo. Os memes de sexo representam, além do ato sexual, sexualidades, questões de gênero, notícias e trocadilhos. Dois sorvetes com seus nomes fazem referência a um tipo de prática sexual. A ministra Damares discursa sobre sexo declarando que transar é de esquerda. O quadrinho de sexo oral, no canto esquerdo superior, não apenas contém sexo, como contém a notícia da trágica explosão no porto de Beirute, sob perspectiva econômica simplista do setor vidraceiro. As representações são abrangentes, integrando masturbação, acessórios eróticos, etc. As relações sexuais podem ser transportadas para outros temas, como entretenimento, política, humor, etc. Trazem o traço de um brasileiro de sexualidade intensa, que mistura essa dimensão de sentidos com outras que integram o interesse cotidiano dos sujeitos. É comum a oposição entre representação infantil dos quadrinhos e o conteúdo adulto sexual. No canto direito inferior há personagens da animação *Toy Story*, Woody e Buzz, que foram observados na netnografia, inequivocamente, ligados a relações homoafetivas

masculinas. Esse meme fez múltiplas aparições, ligado ao discurso de um homem que fez sexo com seu amigo, com o único intuito de testar se seu amigo era gay ou não. Estes memes usualmente mesclam esses sentidos do infantil, humorístico e sexual.

Imagem 25 – Painel 13: sexo



Fonte: Elaboração Própria

6.4.14 Violência urbana

Na primeiridade, formas textuais variadas. Cores, branco, preto, cinza, azul verde, cores escuras, pouco brilho. Na secundidade, os textos estão em suportes

variados, nas paredes, sobre as imagens ou separadas delas em sua periferia. As pessoas olham frontalmente ou ficam de costas. Roupas escuras. As mãos ocupam posições específicas ora apontando, ora mostrando a palma, ora sobre as cabeças. Bicicletas nas paredes, armas na mão.

Imagem 26 – Painel 14: violência urbana



Fonte: Elaboração Própria

Na terceiridade, são memes da violência urbana no Brasil. Pichações com recompensa para assassinar policial que ri do risco de morte com a arma na mão. Personalidades famosas internacionais, como Keanu Reeves e Terry Crews tem reações sobre projéteis e aplicativos. A tela do aplicativo Onde tem tiro, do Rio de Janeiro, nos conta sobre uma realidade cotidiana, que obriga a adaptação da rotina

da população local aos tiroteios. Pessoas enquadradas com mãos na cabeça, ajoelhadas e de costas para a captura da foto, são vítimas de uma piada sobre a semelhança entre a postura corporal num ambiente religioso e a mesma postura frente ao poder policial. O poder das armas é o poder de deus. As bicicletas nas paredes reforçam o veto à movimentação. As frases compõem os memes com certo sentido de ironia e sarcasmo, pois trazem um humor ligado ao crime, ao policiamento e ao risco de morte. A risada daquilo que é naturalizado e potencialmente fatal.

6.4.15 Religião

Imagem 27 – Painel 15: religião



Fonte: Elaboração Própria

Na primeiridade, cor intensa vermelha, branco e bege com texturas sombreadas, cabelos e formas textuais. Luz e sombras. Na secundidade, pessoas se posicionam ao redor de uma mesa. Um veículo exibe nomes em sua parte traseira. Pessoas deitadas, sentadas, penduradas, em pé, em posições variadas. Paredes remetem a ambientes fechados e nuvens remetem a ambientes abertos.

Na terceiridade, estes são memes religiosos. Há uma preponderância, quase total, do universo simbólico cristão nesses memes. De fato, não encontramos outras religiões para composição do painel. Santos, Jesus Cristo, pichações em paredes de igreja, frases na traseira de caminhões. Os temas são variados. A ambiguidade de pedir ajuda para Jesus, no caso, para passar fase em jogo de vídeo game. Há diálogos que enredam um questionamento sobre conhecimentos religiosos, como Jesus reclamando do abandono do pai sendo que o pai nos manuais religiosos é também identidade de Jesus. Podemos ver também o jogo mental de dizer que José é pai de Jesus. Frase associada a questões midiáticas atuais sobre homens trans na paternidade e adoção. O motorista de caminhão que coloca Jesus e Wolverine lado a lado numa mistura de religião e fanatismo. Um pequeno traço de um sincretismo religioso presente no brasileiro. Há também releituras das próprias imagens, obras de arte feitas no passado, transformando as representações de aura em chapéu de lâmpada. Assim, a religião e seu amplo repositório imagético, de obras de arte confeccionadas durante séculos ancestrais, permite a apropriação desses objetos para construções simbólicas variadas que basicamente colocam a religião em uma tangente que pode tocar qualquer outro assunto.

6.5 ANÁLISES ADICIONAIS

Observação mais rara, mas presente, é a de memes críticos dos memes, **metamemes**. São memes que em seus enunciados questionam as reações disponíveis nas redes, questionam o fazer meme, confrontam o que as pessoas consideravam como meme no passado e o que consideram hoje. Como quando questionam as meme *faces* e *rage faces*, que ainda estão presentes no cenário atual memético, mas possuíam maior destaque nos anos anteriores. Estes memes autocríticos alegorizam a consciência brasileira sobre o fazer meme. Com

observações aguçadas, estes memes descrevem os designs das redes em que circulam, descrevem questões sobre o fazer memes e sobre o consumir memes.

Outra faceta bastante comum aos memes são diversões na fala e na escrita, trocadilhos, brincadeiras com idiomas e gramática. É possível, por exemplo, numa brincadeira idiomática, utilizar as palavras em inglês *free* e *you*, para criar a palavra frio em português. Há memes que exploram as alterações de sentido em português com a troca de posições de vírgulas nas frases. Os duplos sentidos também têm destaque. Nos parece que o idioma português permite uma série de diversões utilizando essas riquezas e particularidades da linguagem.

A conversa nos aplicativos e suas particularidades também originam memes na internet. Seja na observação de uma corrente de *fake news*, numa conversa mal-entendida em grupo de família ou em uma abordagem de cortejo com resultados frustrados. As conversas são salvas nos dispositivos, por vezes os nomes dos participantes são borrados e as capturas de tela publicados como memes.

Memes de desprezo aos títulos profissionais e acadêmicos foram observados muitas vezes. Provável reflexo das notícias e das relações sociais atuais no país.

Memes preconceituosos e reacionários circulam pelo ambiente digital. Ainda que em número bastante reduzido, foram vistos durante a netnografia.

O site *9gag*, que possui público nacional e internacional tem demonstrações de um olhar exterior. Por vezes direcionado ao turismo, por vezes com olhares preconceituosos. Parece que nesses canais podemos ver os memes de um “*Brazil* com Z” o país visto pelos públicos exteriores, compreendido por meio de uma visão contaminada. Identificamos memes racistas.

O meme do caixão, teve um episódio atípico. O objeto dinâmico inicial do meme do caixão é uma dança realizada em funerais do país Gana, que ganhou o mundo todo. No Brasil, vimos gravação de vídeo, de campanha municipal de conscientização contra transmissão do vírus, constando um grupo de pessoas fazendo uma intervenção teatral nas ruas com as mesmas roupas, caixão e dança do meme. Um exemplo curioso de reverberação dos memes para além do digital, numa replicação teatral. O objeto dinâmico de Gana foi capturado, ganhou o mundo por meio de memes na internet, foi trazido para o mundo tangível por imitação dos indivíduos no Brasil, foi capturado novamente e retornou ao digital. Chamamos de episódio atípico, pela raridade nesse caso que teve fluxo completo que começa em Gana e reveza mundo digital e mundo físico duas vezes. Para casos menos excepcionais, as ruas brasileiras

são palco comum para memes de acidentes no trânsito, intervenções policiais, intervenções do crime (observamos uma *live* de assalto, passeatas do tráfico, etc), danças de pessoas e animais, registro de calamidades e intempéries. Vimos meme zombando de ciclone que atingiu Santa Catarina, no sul do país, com indivíduo correndo pelas ruas e gravando o clima fechado no exato momento que o evento climático causava danos à cidade. Arriscando sua própria integridade física. Acidente de trânsito com motociclista sendo arremessado dentro de bueiro e fuga do local do acidente por parte do outro envolvido. As ruas do Brasil são berço esplêndido para o nascimento de memes. Nesse ponto, parece que o as mesmas ruas que servem como palco para o carnaval, servem perfeitamente à folia de infinitos memes possíveis.

7 CONCLUSÕES FINAIS

A ascensão dos memeiros marca um período determinante para a história memética brasileira. Consideremos a posição de protagonismo do Brasil inscrito no cenário global dos memes. A apresentação dos memeiros, a identificação do fenômeno e seu registro na literatura acadêmica, constituem legado deste estudo. Os memeiros, denominação e atividade, ensaiaram seu surgimento em 2013 e aumentaram sensivelmente a sua presença no ambiente memético nos anos 2019 e 2020. São fenômenos recentes. Caso consideremos os *smartphones* como marco tecnológico referencial, estaríamos contabilizando pouco mais de uma década dos memes na internet (WIKIPEDIA, 2019). Ainda que fizéssemos uso de outros marcos referenciais tecnológicos, dilatássemos nossa percepção do que pode ser considerado como meme na internet, dificilmente estenderíamos esse período para além de duas décadas. Frente a outras formas de linguagem e mídias, os memes são juvenis. São novos replicadores (DAWKINS, 2006) (BLACKMORE, 2008) que pouco a pouco experimentamos. A ascensão dos memeiros é marco da tomada de consciência sobre o fazer meme. Sem a consciência do produzir memes, estes signos circulavam na internet como aquilo que é dado, tanto no sentido digital quanto no sentido lógico da palavra. Aquele que era dado como presente no ambiente, sem inquirir sobre suas origens, como se tivesse sido espontaneamente gerado.

A autoria do meme é reconhecida e passa a ter destaque. Os memeiros passam a se aprofundar na produção. Identificamos traços autorais específicos, temáticas e

jornadas de publicação de memes distintas. As implicações da autoria explícita são amplas. Há interesses econômicos dos memeiros, no desejo de aumentar seguidores, visualizações e métricas de interação. Há efeitos sociais potenciais da autoria do meme quando tentamos observá-la em seu desenvolvimento. Notamos os contornos de um desejo de posse de direitos autorais sobre o meme, com o intuito de explorá-lo economicamente. Em outra dimensão, a autoria declarada enseja responsabilidades sobre a criação e difusão do meme, de modo que, parte da liberdade de expressão é tolhida. O meme, normalmente, é composição de origens variadas, feito a partir de edições de conteúdo que circula pela internet. A autoria do meme aparece num sentido de sobrescrever as autorias precedentes. Esse ponto parece delicado aos nossos olhos, pois ela exerce papel importante em indicar à fonte, ao mesmo tempo, caso a autoria passe a ser compreendida num sentido de propriedade, posse do meme, isso reduziria as possibilidades expressivas. Façamos uma analogia de memes com as palavras, na medida que ambos são complexos de sentidos, os algoritmos que bloqueiam a cópia de memes ou questões futuras de propriedade que viessem a limitar a circulação dos memes, agiriam sobre a comunicação memética de modo similar a proibições de usos de palavras em um idioma. Estas são questões pequenas nesse momento, de cunho teleológico, mas ajudam a explorar quão ampla a autoria do meme é em seus desdobramentos e efeitos potenciais.

Os metamemes, memes autocríticos que descobrimos na netnografia, são exemplares da conquista de consciência acerca do consumo midiático dos memes. Memeiros e seus públicos passam a compreender não apenas a produção dos memes, mas suas relações com as arquiteturas digitais de suporte e as relações de usos dos memes. Esse processo em curso em nossas sociedades não deve ser banalizado, uma vez que nossas sociedades despertam para a produção, usos e potencialidades dos memes, despertam também para o desenvolvimento de novas relações no ambiente memético futuro.

Concluimos que a netnografia foi instrumento eficaz para a compreensão do ambiente memético brasileiro. No entanto, há desafios no método. Para nos referirmos ao ambiente memético também fizemos uso da denominação ecossistema memético. Pensar um ecossistema memético tem proximidades com a realidade observada, pois o meme pode ser selvagem, um monstro evolutivo difícil de cativar. Cada espaço digital com suas particularidades pode ser considerado como bioma específico. Observamos variações em: temáticas, reações possíveis, criação do meme

unidirecional ou participativa, volume de postagens, estratégias econômicas e efeitos de sentido, etc. Como descrito em nossas análises, o consumo midiático do meme apresenta efeitos que rompem as barreiras do digital e podem chegar ao nosso mundo tangível. Não é diferente de discurso persuasivo de figura influente, que pode fazer ideias virarem ações. Em nossa etapa do desenvolvimento midiático memético, trata-se de verificação surpreendente de suas potencialidades. Descrevemos riscos corporais e mentais em nossa análise. Em meio a múltiplos atores, estratos de interação e ambientes diversos, pensar em selva memética e ecossistema memético para representar a vivacidade e complexidade das relações é caminho viável. Assim, a construção de um panorama do ambiente e a representação dos memes contemplam uma vastidão mutável que pode ser entendida de forma parcial.

A observação dos ciclos de vida de grandes memes, como Dorime, que intitulou o modelo que empregamos para delimitar a duração da coleta de dados, é útil para entender os memes. Ela confere uma segurança importante ao pesquisador. Em ambientes qualificados pela mutação intensa, quiçá descontrolada, o aspecto cíclico e impermanente torna-se justamente a constante que buscamos delimitar como fundamento. A observação das regularidades da mudança, parece nesse momento, mais profícua do que o estudo de formas fixas do meme. Os memes tem funções além do que imaginávamos. Parece que justamente por ser relegado ao trivial, “só um meme”, ele passa a explorar suas potencialidades com maior liberdade. Humor, ensino, jogos, enquetes, espaços de embate, oráculos populares, espaços de interação, espaços de expressão, simulação de situações, etc, são possibilidades dos memes na internet.

O método semiótico serve como caminho importante para revelar os sentidos dos memes. A observação cotidiana naturalizada, costumeiramente, inibe a compreensão do que está contido em cada meme. Uma imagem sintética ou poucos segundos de vídeo pode conter ricos sentidos. A profundidade da apreensão depende do investimento da nossa mente e sentidos na interpretação. Os grupos temáticos apreendidos ficam registrados como representação do panorama memético brasileiro desse tempo. Permitem ao leitor buscar por consonâncias e dissonâncias ao observar os memes diariamente, bem como servem de baliza para estudos posteriores.

Os sentidos contidos nos memes têm ressonâncias com as características esperadas no ambiente digital do povo brasileiro (RIBEIRO, 1995) (DAMATTA, 1997) (FREYRE, 2003). O meme mostrou-se viável para estudo antropológico da nação.

Notamos uma cobertura ampla dos memes sobre as características do povo brasileiro. Os memes representam o meio ambiente, os espaços urbanos, a gastronomia, a sexualidade, a violência, a religiosidade, o entretenimento, as desigualdades sociais, as polarizações políticas e até mesmo traços de modos do pensar, na medida que podemos observar quais são as abordagens escolhidas para produzir os memes. Criados e difundidos sem barreiras geográficas, servem como objeto de estudo cultural do povo brasileiro. São como uma população memética correlata da população de fato.

Algumas curiosidades devem ser notadas. O uso constante do animal antropomorfizado aponta a uma qualidade do brasileiro de reconhecer no animal um dicionário de expressões humanas, para ler na face animal a expressão humana. A exclusividade de memes que exibem a natureza brasileira em sites de navegação mista internacional parece nos advertir à falta de consciência ou apreço do brasileiro sobre os recursos naturais do país. Memeiros especializados em temas políticos foram identificados, porém, a falta de postagens políticas permeia grande parte dos memeiros não especializados e pode ser reflexo de uma censura, no sentido fraco da palavra, à liberdade de expressão.

A autonomia do meme deve ser matizada. O meme depende do agenciamento humano em algumas dimensões, mas em outras nos convida a sair da visão antropocêntrica. No domínio tecnológico, a presença dos algoritmos e dos robôs, nos mostra outra possibilidade para além do agenciamento humano. Ainda não são tecnologias completamente autônomas, mas caso tornem-se tecnologias auto-replicadoras, tornariam-se independentes. No domínio das lógicas de sentidos dos memes, há evoluções cíclicas, as postagens se desencadeiam em ondas, propostas meméticas recentes ou notícias. Assim, memeiros estão frequentemente situados dentro de ondas de sentido recentes, que podem sobrepujar suas individualidades. São sentidos avassaladores. Considerando o evento pandêmico de 2020 e seus memes demasiadamente numerosos, talvez tenhamos tanto controle sobre o surgimento dos novos memes quanto temos sobre o surgimento de um novo vírus. Os relatos capturados na netnografia de sujeitos dizendo que não conseguiam tirar memes da cabeça, também nos apontam ao fato de que, os memes relativizam o agenciamento controlado do humano. Os memes podem agir como guias invisíveis das lógicas do pensamento. Estruturas como *top 10* coisas, duelos retratando oposição direta, violência, coerções e formas específicas de humor, ao longo do

tempo, podem educar ou condicionar o público a certo tipo experiência. Há uma dupla interpretação possível: estas estruturas são reflexos do humano e estas estruturas são guias para sua configuração. Observamos o poder de adaptação do humano, utilizado em favor da replicação dos memes para a evolução destes. O encontro com um meme pode gerar efeitos subsequentes que apontam a ele próprio como protagonista de sua difusão. Assim, a autonomia do meme e o agenciamento humano, ambos são visíveis em certo nível. Talvez estejamos contemplando a coevolução (STUART, 2014) e a integração do humano em lógicas dataístas (HARARI, 2016).

O interesse em potencial estudo de letramento memético surge como consequência do registro do aumento da consciência sobre o meme. A leitura memética demanda empenho bem como a leitura do código escrito discursivo tradicional. A leitura do meme contém o aprender sobre suas possibilidades de usos, formas esperadas de respostas e características de produção memética. Os memes podem ter gatilhos para referências externas, funções de notícia, funções de ensino, entre outras. Assim, parece que os memes apresentam uma gramática difusa e liberal própria, que quando aprendida, pode ser utilizada pelo sujeito na leitura e produção memética. O meme pode ser utilizado como apropriação da mensagem de um terceiro, mas também pode ser produzido individualmente. Isso leva a questionamentos sobre o grau de pessoalidade da mensagem. Comunicar-se por meio de mensagens de terceiros possui uma perda potencial de autenticidade na comunicação. A netnografia viu diálogos meméticos, memes respondendo memes. Assim, utilizados como comunicação exclusiva, vale ponderar sobre quanto exprimem o indivíduo e suas intenções. Na prática dos usos, há um conforto maior em apropriar-se de memes prontos. O resultado possível é uma comunicação mais padronizada, homogênea, menos humanista e mais dataísta.

Nosso recorte aproximou o meme do signo. Utilizamos signos como sinônimos dos memes em alguns momentos. Os conceitos não se sobrepõem em totalidade, mas exibem vários pontos de convergência. A abordagem mostrou-se profícua, entre outros pontos, pelo fato de que a memética fundadora (DAWKINS, 2006) pouco tem a nos dizer sobre sentidos. O entendimento do meme a partir de múltiplas teorias, numa visão inclusiva, parece correta para descrever o objeto investigado e vívido, que tem como característica mais notável a replicação. O poder vital do meme de persistir.

Após analisar as teorias disponíveis e observar o meme em suas relações também facultamos nossa contribuição à definição do fenômeno. Entendemos os

memes como complexos de sentido organizados, contidos em objetos de formas das mais variadas. Eles possuem difusão facilitada, são capazes de afetar múltiplos intérpretes com eficiência. Memes apreendidos podem replicar seus sentidos e formas. Na replicação evoluem. Os memes na internet seguem este ciclo, difundindo seus sentidos e formas nos meios e nas mentes.

Os memes no Brasil mostram imenso potencial para pesquisas futuras. Vimos caminhos possíveis para a continuidade desse estudo no entendimento de letramentos meméticos, aprofundamento no consumo midiático, efeitos psicológicos, estudo de outros espaços digitais, estudo dos memeiros enquanto objeto de pesquisa, estudo da produção algorítmica dos memes, estudos descritivos feitos com instrumentos quantitativos, estudos de democracia e liberdade de expressão nos memes e tantas outras dimensões possíveis. O fenômeno dos memes no ambiente digital brasileiro é recente, relevante e amplo o suficiente para que novas pesquisas sejam realizadas.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? E outros ensaios**. Chapecó: Argos, 2009.

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS IBGE, **Censo é adiado para 2021; coleta presencial de pesquisas é suspensa**. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/27160-censo-e-adiado-para-2021-coleta-presencial-de-pesquisas-e-suspensa>. Acesso em 1 de agosto de 2020.

AGUIAR, L. M., Por uma epistemologia transmetodológica no campo da comunicação, **XX Encontro da Compós**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

ANDROID. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: **Wikimedia Foundation**, 2019. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Android>. acesso em: 1 de maio 2019.

BAUER, M. W., GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Editora Vozes Ltda. 2. Ed. Tradução Pedrinho A. Guareschi, 2003.

BENJAMIN, W. **A Obra de Arte na Época de suas Técnicas de Reprodução**. In: Textos Escolhidos; trad. José L. Grunnewald et al. - São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Os Pensadores).

BENNETT, W. L.; SEGERBERG, A. The logic of connective action. Londres: Routledge, **Information, Communication and Society**, v. 15, n. 5, 2012.

BGR, AI is making memes now, and they are pure gold, **Science** Disponível em: <<https://bgr.com/2020/04/30/ai-memes-imgflip-meme-generator/>>. Acesso em 1 de agosto de 2020.

BLACKMORE, S. **The meme machine**. Inglaterra: Oxford University Press. Primeira edição, 1999.

BLACKMORE, S. Sobre memes e “temes”. **TEDTalks**, publicado em fev. de 2008. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/susan_blackmore_memes_and_temes?language=pt-br#t-857670> . Acesso em: 1 de agosto de 2020.

CARNEIRO, G.; TASSI, T. Fábrica de memes: existem mentes brilhantes no humor para torcedores. Futebol. São Paulo. **UOL**, 2019. Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2019/02/27/maquina-de-memes-como-funcionam-as-paginas-de-humor-para-torcedores.htm>>. Acesso em: 1 de maio de 2019.

CATRACA LIVRE, Robôs de Bolsonaro sobem hashtag errada no Twitter e pagam mico, **Cidadania** Disponível em: < <https://catracalivre.com.br/cidadania/robos-de-bolsonaro-sobem-hashtag-errada-no-twitter-e-pagam-mico/>>. Acesso em 1 de agosto de 2020.

CHUL-HAN, Byung. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis, Rj: Vozes, 2016.

COULDRY, N.; HEPP, A. **The Mediated Construction of Reality** (Polity forthcoming 2016)

DAMATTA, R. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**, 6ªed, Rio de Janeiro, 1997.

DARWIN, C. **A origem das espécies**, São Paulo, Planeta Vivo, ed.1, 2009.

DAWKINS, R. **The selfish gene**. Estados Unidos: Oxford University Press, Trigesima Edição, 2006.

DENNETT, D. C. **Darwin's dangerous idea**, Evolution and the meanings of life. Inglaterra: The Penguin Press, 1995.

DICIONÁRIO INFORMAL, **Memeiro**. Busca de definições, website, 2019
<<https://www.dicionarioinformal.com.br/memeiro/>> Acesso em: 1 de agosto de 2020.

DUBS, J. et al. Rickroll, Part of a series on bait and switch vídeos/pictures, **Know your meme**, website, 2018, Disponível em:
<<https://knowyourmeme.com/memes/rickroll>>. Acesso em: 1 de maio de 2019.

EVANGELISTA. R. Os gringos decidiram importar a nossa Cuca para fazer memes. **Buzz Feed News**. 2017. Disponível em:
<<https://www.buzzfeed.com/br/raphaelevangelista/os-gringos-decidiram-importar-a-nossa-cuca>> Acesso em: 1 de agosto de 2020.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed Bookman, 3.ed. Tradução Joice Elias Costa, 2009. Acesso em: 1 de maio de 2019.

FREYRE, G. **Casa-grande & senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal**, 48ªed, Recife-Pernambuco-Brasil, 2003.

GILLESPIE, T. The Relevance of Algorithms, **Media Technologies: Essays on communication, materiality, and society**. MIT Press, v.167, 2014.

GODOY, E. C.; PEREZ, M. C. . Semiótica e Memética nos Estudos de Comunicação. In: **Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Joinville, 2018.

GOOGLE TRENDS, Veja o que o mundo está pesquisando. **Dorime**. Disponível em: <<https://trends.google.com/trends/explore?geo=BR&q=dorime>> Acesso em: 1 de setembro de 2020.

GOOGLE TRENDS, Veja o que o mundo está pesquisando. **Meme do Caixão**. Disponível em:

<<https://trends.google.com/trends/explore?geo=BR&q=meme%20do%20caix%C3%A3o>> Acesso em: 1 de setembro de 2020.

GOOGLE TRENDS, Veja o que o mundo está pesquisando. **É verdade esse bilete.** Disponível em: <<https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=BR&q=%C3%A9%20verdade%20esse%20bilette>> Acesso em: 1 de setembro de 2020.

GOOGLE TRENDS, Veja o que o mundo está pesquisando. **Memeiro.** Disponível em: <<https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=BR&q=memeiro>> Acesso em: 1 de setembro de 2020.

GRANATO, L. CEO? Não, a BUD Light Seltzer está contratando um Chief meme Officer. **EXAME**, carreira, 2020. Disponível em <<https://exame.com/carreira/ceo-nao-a-bud-light-seltzer-esta-contratando-um-chief-meme-officer/>> Acesso em: 29 de agosto de 2020.

GRUPOS WHATS, **Grupos de WhatsApp de Memes, Engraçados e Zoeira.** Disponível em: <<https://gruposwhats.app/category/memes-engracados>> Acesso em: 1 de agosto de 2020.

HARARI, Y. N. **Homo Deus: uma breve história do amanhã.** São Paulo: Cia. Das Letras, 2016.

IBGE. Projeção da população do Brasil e das Unidades da Federação. **População do Brasil.** Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html>>. Acesso em: 1 de maio de 2019.

IBGE. Acesso à internet e à televisão e posse de telefone celular para uso pessoal 2017. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua.** Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf>. Acesso em: 1 de maio de 2019.

IBGE. Acesso à internet e à televisão e posse de telefone celular para uso pessoal 2018. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua.** Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/17270-pnad-continua.html?edicao=27138&t=downloads>>. Acesso em: 1 de agosto de 2020.

IBGE. Características Étnico-Raciais da População. Classificações e Identidades. **Estudos & Análises 2013.** Disponível em:

<<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv63405.pdf>>. Acesso em 1 de agosto de 2020.

LOPES, M. I. V. Um percurso epistemológico para a pesquisa empírica de comunicação. In: Maria Immacolata Vassalo de Lopes. **Epistemologia da comunicação no Brasil: Trajetórias autorreflexivas**. 1ª Ed. São Paulo, p.185-208, 2016.

JENKINS, H. et al. **Spreadable Media**. Creating value and meaning in a networked culture. Estados Unidos: New York University Press, 2013.

KALIL, I. & SANTINI, R. M. “Coronavírus, Pandemia, Infodemia e Política”. Relatório de pesquisa. Divulgado em 01 de abril de 2020. 21p. São Paulo / Rio de Janeiro: FESPSP / UFRJ. Disponível: https://www.fespsp.org.br/store/file_source/FESPSP/Documentos/Coronavirus-einfodemia.pdf> Acesso em: 1 de agosto de 2020.

KOZINETS, R. V. The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. **Journal of Marketing Research**, vol 39, N°1, Sage Publications, Inc, 2002.

KOZINETS, R. V. **Netnography**. Doing ethnographic research online. Londres: Sage Publications, 2010.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**, cia das letras, São Paulo, 2015.

MANSILLA, E. V. Memes menomas e lols: expressão e reiteração a partir de dispositivos retóricos digitais. São Paulo: Revista **MATRIZES**, Vol.11 N°2, 2017.

MARTÍN, M. Memes, a única instituição funcionando plenamente no Brasil. Rio de janeiro: **EL PAÍS**, 2017. Disponível em:<https://brasil.elpais.com/brasil/2017/05/18/politica/1495122702_582065.html>. Acesso em: 1 de maio de 2019.

MERLEAU-PONTY, M. **La prose du monde**. Paris: Gallimard, 1969.

MERLEAU-PONTY, M. **O olho e o espírito**, Cosac & Naify, 2004.

MESQUITA, D. et al. **Sistema Imunitário – Parte II Fundamentos da resposta imunológica medida por linfócitos T e B**. Rev. Bras. Reumatol. In. Scielo. 2010. Disponível em : < <https://www.scielo.br/pdf/rbr/v50n5/v50n5a08.pdf>> Acesso em: 1 de agosto de 2020.

MUSEU DE MEMES. **Museu de memes**, 2019. Acervo e coleções. Disponível em: <<http://www.museudememes.com.br/acervo/>> Acesso em: 1 de maio de 2019.

MUSEU DE MEMES. **Museu de memes**, 2020. Acervo e coleções. Disponível em: < <https://www.museudememes.com.br/sermons/roi-leticia-ne/>> Acesso em: 1 de agosto de 2020.

MAURY, C. M. **Biodiversidade Brasileira**. Ministério do Meio Ambiente, 2002. Disponível em: <<https://www.mma.gov.br/estruturas/chm/arquivos/biodivbr.pdf>> Acesso em: 1 de agosto de 2020.

NIELSEN, COVID-19: O catalisador inesperado para a adoção da tecnologia, **Insights**. 2020. Disponível em: <<https://www.nielsen.com/br/pt/insights/article/2020/covid-19-o-catalisador-inesperado-para-a-adocao-da-tecnologia/>> Acesso em: 1 de agosto de 2020.

PARISER, E. **The filter bubble. What the internet is hiding from you**. Nova York: The Penguin Press, 2011.

PENSADOR SINCERO, Galera, vou fazer um desabafo aqui sobre os links que tenho postado 3x ao dia. Publicação Fixada. 27 de abril, 2020. **FACEBOOK: Pensador Sincero**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/pensamentosdopensador>>. Acesso em 1 de agosto de 2020.

PEREZ, C.; TRINDADE, E. Três dimensões para compreender as mediações comunicacionais do consumo na contemporaneidade. **Compós**. Belo Horizonte. 2018.

PEIRCE, C. S. O que é um signo? **The Monist**, Tradução Ana Maria Guimarães Jorge, 1894. Disponível em: <http://www.faap.br/revista_faap/revista_facom/facom_18/ana.pdf>. Acesso em: 1 de dezembro de 2018.

RANSDALL, J. Teleology and the autonomy of the semiosis process, **Signs of Humanity**, v. 1, 1992. Disponível em:

<<http://www.iupui.edu/~arisbe/menu/library/aboutcsp/ransdell/AUTONOMY.HTM>>. Acesso em: 1 de maio de 2019.

RIBEIRO, D. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do brasil**, 2ªed, São Paulo, 1995.

R7. O Brasil venceu a guerra de memes contra Portugal. **Hora 7**. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/hora-7/o-brasil-venceu-a-guerra-de-memes-contra-portugal-16062018>>. Acesso em 1 de maio de 2019.

SALES, B. Como começou a cultura de memes no Brasil? Segredos do Mundo. São Paulo. **R-7**, 2018. Disponível em: <<https://segredosdomundo.r7.com/como-comecou-cultura-de-memes-no-brasil/>>. Acesso em: 1 de maio de 2019.

SANTAELLA, L. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica Aplicada**, São Paulo, 2004.

SEIMOHA, K. Criatividade do brasileiro eleva o país ao posto de potência global de memes. São Paulo: **iG**, 2017. Disponível em: <<http://gente.ig.com.br/cultura/2017-07-25/memes-brasil-grande-potencia.html>>. Acesso em: 1 de maio de 2019.

SELF-REPLICATING MACHINE. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: **Wikimedia Foundation**, 2020. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Self-replicating_machine>. acesso em: 1 de agosto de 2020.

SEXTO. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. **Wikimedia**, 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Sexto_Emp%C3%ADrico> . Acesso em: 1 de maio de 2019.

SHIFMAN, L. Memes in a Digital World: Reconciling with a conceptual troublemaker. International Communication Association: **Journal of Computer-Mediated Communication**, nº18, 2013.

SHIFMAN, L. **Memes in digital culture**. Inglaterra: The MIT Press, 2018.

SOUZA, L.C.P; DRIGO, M.O. **Aulas de semiótica peirceana**. São Paulo: Annablume, 2013.

SOUZA, F. Fábrica de memes: como brasileiros profissionalizaram criação de vídeos e fotos que bombam nas redes. São Paulo: **BBC BRASIL**, 2017. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/salasocial-39402172>>. Acesso em: 1 de maio de 2019.

STATISTA. **Countries with the most facebook users 2019**. Website, 2019. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>> Acesso em: 1 de maio de 2019.

STUART, L. **Em busca do infinito, Uma história da matemática dos primeiros números à teoria do caos**, Ed. Zahar, 2014.

THIBES, Mariana Zanata. **O mercado da intimidade: a relação entre vida pessoal e esfera econômica**. Estudos de Sociologia, Araraquara v.22 n.43 p.321-341 jul.-dez. 2017

VALOR GLOBO, **55% de publicações pró-bolsonaro são feitas pro robôs**. Política, Valor Globo, 2020. Disponível em: <<https://valor.globo.com/politica/noticia/2020/04/03/55-de-publicacoes-pro-bolsonaro-sao-feitas-por-robos.ghtml>> Acesso em: 1 de agosto de 2020.

VITORIO, T. “departameme”: conheça o novo departamento de Kim Katagui. **EXAME**, BRASIL, 2019. Disponível em <<https://exame.com/brasil/departameme-conheca-o-novo-departamento-de-kim-katagui/>> Acesso em: 1 de agosto de 2020.

VOX, These AI-generated coronavirus memes are better than human-generated ones, **By Aja Romano** Disponível em: <<https://www.vox.com/2020/5/1/21243747/coronavirus-memes-ai-fake-computer-generator-imgflip-quarantine>>. Acesso em 1 de agosto de 2020.

WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE. **Digital in 2018**. Essential insights into internet, social media, mobile, and ecommerce use around the world. 2018. Disponível em: <<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018#:~:text=The%20new%202018%20Global%20Digital,the%20world%20using%20the%20internet.&text=The%20number%20of%20internet%20users%20in%202018%20is%204.021%20billion,7%20percent%20year%2Don%2Dyear>> . Acesso em 1 de agosto de 2020.

WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE. **Digital 2020 Global Digital Overview**. Essential insights into how people around the world use the internet, mobile devices, social

media, and ecommerce. Disponível em: < <https://wearesocial.com/digital-2020>>
Acesso em 1 de agosto de 2020.

YOUTUBE. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: **Wikimedia Foundation**, 2019. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/YouTube>>. acesso em: 1 de maio de 2019.

APÊNDICE A – Memes da netnografia

Do total de memes observados e coletados na netnografia, foram selecionados os mais relevantes para os desenvolvimentos analíticos da presente dissertação. O leitor pode acessar esse conjunto de imagens pelo seguinte link:

<https://imgur.com/a/T0vDoH3>