

O estudo da relação entre memes e culturas

El estudio de la relación entre memes y cultura

Julyana Aleixo Fragoso¹

Lara Lima Satler²

Resumo

Este artigo tem como objetivo realizar uma pesquisa bibliográfica, com o intuito de buscar fontes de estudo que irão auxiliar no aprofundamento e desenvolvimento de uma pesquisa em construção, que visa analisar o comportamento humano em relação aos memes. Assim, objetiva-se conceituar sobre o significado do meme e abordar pesquisas que realizaram coleta de dados no âmbito da interação memes e público. Por meio de levantamentos bibliográficos, como abordagem metodológica, espera-se contribuir com a área de estudos que se interessam pela cultura memética.

Palavras-chave: Cultura memética; Interatividade; Memes; Pesquisa bibliográfica.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo realizar una búsqueda bibliográfica con el fin de buscar fuentes de estudio, que ayuden a la profundización y desarrollo de una investigación en curso, que tiene como objetivo analizar el comportamiento humano en relación con los memes. De esta forma, se busca conceptualizar el significado del meme y acercar investigaciones que llevaron a cabo la recolección de datos en el ámbito de los memes y la interacción pública. A través de la investigación bibliográfica como abordaje metodológico, se espera contribuir a la investigación que se interese por la cultura memética.

Palabras llave: Cultura memética; Interactividad; Memes; Investigación bibliográfica.

1. Introdução

Os memes são identificados pela maioria das pessoas como foto-legendas, *gifs*³ e vídeos curtos de conteúdo humorístico, que em sua maioria são compartilhados nas redes sociais. No entanto, o meme não se limita a isso, Dawkins (1973) nomeou e o descreveu como "uma unidade de transmissão cultural ou uma unidade de imitação" (DAWKINS, 1973, p.148). Sua interpretação vem sendo amplamente discutida por pesquisadores/as sociais a fim de entender o que influencia a propagação dos memes. A presente pesquisa mostra uma linha de interpretações de estudiosos/as da cultura memética, com o objetivo de entender o estado da arte do tema. Esse resumo é um recorte de uma pesquisa maior, que tem como análise de caso os memes regionais goianos. A hipótese é que a causa do compartilhamento desses memes está atrelada aos valores simbólicos, culturais e sociais.

¹ Aluna do Programa de Pós-Graduação em Performances Culturais, Faculdade de Ciências Sociais, Universidade Federal de Goiás - UFG; Goiânia, Goiás, Brasil; julyaleixo@gmail.com.

² Doutora em Arte e Cultura Visual (PPGACV/ FAV / UFG), Universidade Federal de Goiás -UFG; Goiânia, Goiás, Brasil; satlerlara@gmail.com.

³ *Gifs* são utilizados para pequenas animações e clipes de vídeo de baixa resolução. Fonte: wikipédia.

Parte-se do princípio que a proliferação memética depende exclusivamente dos usuários da internet, por isso tem-se como base estudos de outros pesquisadores/as, que buscaram entender a interligação dos valores citados anteriormente com os memes. Embora as pesquisas selecionadas sejam das áreas da educação, linguística e comunicação, o objetivo é buscar uma interlocução, a fim de nortear a análise e o levantamento de dados da pesquisa memética regional, ainda a ser criada. Portanto, reúnem-se abordagens metodológicas de pesquisas bibliográficas interdisciplinares, destacando a importância do tema tanto para o cenário digital, quanto para os estudos de transmissão cultural e comportamental.

2. Contextualizando o meme

A internet trouxe novas formas de interação social e, proporcionalmente ao seu crescimento, surgiu o fenômeno dos memes. Normalmente, eles são relacionados às foto-legendas, vídeos compartilhados em redes sociais e *weblogs*, mas essa ainda é uma visão limitada. O seu conceito teve origem nos estudos da genética, com o britânico Richard Dawkins, que se baseou na palavra “*mimese*” para criar a palavra “meme”, pois além de significar “imitação” em sua origem grega, também soava parecido com “gene”. Nesse momento, Dawkins (1976) considera tudo que pode ser imitado como meme, incluindo melodias, ideias, slogans, modas - seus próprios exemplos. Essa perspectiva é reforçada por Blackmore (2018), que afirma “sempre que você tiver informações copiadas com variação e seleção, precisará obter evolução” (BLACKMORE, 2018, *on-line*), o melhor exemplo disso é a linguagem. Para esses pensadores toda cultura humana é um algoritmo evolutivo que detém poder próprio de replicação, resultado de um processo de armazenar e recombinar memes, que vieram antes, excluindo assim a consciência humana.

Tal posicionamento é divergente com que argumenta Conte (2000), uma vez que, segundo o autor “memes não são constituintes formativos da mente da mesma forma que os genes constroem o corpo, mas sim são parte do ambiente que permite que a mente se desenvolva” (CONTE, 2000, *apud* Shifman, 2013, p. 366). Para essa linha de pensamento, o indivíduo, nesse processo, é um ator, que detém o poder da decisão de imitar/replicar ou não. O fundamental é entender o fator influenciador que leva o indivíduo a replicar, seja por crença, obrigações ou objetivos. A partir dessas ideias, na internet, o meme é definido como “grupos de itens de conteúdo, que foram criados com consciência uns dos outros e compartilham características comuns” (SHIFMAN, 2013, p.266), correlacionando assim às características dos memes de serem “remixados” ou “recombinados”.

Afinal, quais são os mecanismos de propagação do meme de internet? Conforme Blackmore (2007), a seleção memética ocorre porque alguns memes são mais poderosos emocionalmente, engraçados, fáceis de lembrar e inclui a facilidade de cópia. Soma-se que “a primeira regra dos memes, como é para os genes, é que a replicação não é necessariamente para o bem de qualquer coisa” (DENNETT, 1991, p.203, *apud* BLACKMORE, 2007, *on-line*). Recuero (2007) explica que o motivo do compartilhamento de memes está na percepção do ganho social que as pessoas obterão com a replicação da informação. Torna-se importante considerar que “mesmo que eles se espalhem em uma base micro, o impacto dos memes está na macro: eles moldam as mentalidades, formas de comportamento e ações dos grupos sociais” (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007, *apud* SHIFMAN, 2013, p.365).

Há três elementos fundamentais para entender o processo evolutivo dos memes, conforme estudos realizados por Dawkins (1976): Mutação - capacidade de o meme sofrer pequenas variações cada vez que é passado adiante pelas pessoas; Seleção natural - habilidade de alguns memes chamarem mais atenção e serem replicados por mais tempo do que os outros; Hereditariedade - elemento que faz com que um novo meme seja produto da variação

e recombinação de uma ideia original. Shifman (2013) destaca ainda, três dimensões culturais das quais as pessoas imitam: conteúdo, forma e postura. O conteúdo diz respeito à mensagem específica, referenciando apenas às ideias e às ideologias transmitidas pelo meme. A forma relaciona-se com a estrutura física da mensagem que nossos sentidos percebem, como o visual e auditivo. A postura significa entender como o usuário posiciona-se em relação ao meme recebido. “Como forma e conteúdo, a postura é potencialmente memética” (SHIFMAN, 2013, p.367), os usuários podem decidir se irão “memetizar” uma ou mais partes.

Recuero (2007) faz uma análise detalhada sobre os tipos de memes no ambiente de *weblogs* e categoriza-os conforme a fidelidade, longevidade, fecundidade e alcance de suas cópias. A fidelidade associa-se ao reconhecimento original do meme. “A longevidade determina a sobrevivência do meme, ou seja, por quanto tempo ele permanece sendo replicado. O processo de recriação dos memes é o principal motivo da longevidade, os memes exigem que não se identifique o autor, pois implicaria na diminuição de sua ‘autonomia’” (MARTINO; GROHMANN, 2017, p. 4). A fecundidade diz respeito à quantidade de replicações de um meme e sua rapidez. O alcance é definido conforme aparece nas redes, ou ainda, “quais tipos de nós ele atinge mais, os que estão mais próximos ou mais distantes entre si.” (RECUERO, 2007, p. 26).

3. Levantamento Bibliográfico de pesquisas

Inicia-se um levantamento de pesquisas bibliográficas de outros pesquisadores/as brasileiros/as, objetivando descobrir as abordagens realizadas e procedimento do levantamento de dados. Foram realizadas buscas em sites acadêmicos durante o mês de setembro de 2020, utilizando palavras-chaves combinadas, como por exemplo: meme + interação, meme + comportamento, meme + consumo, meme + percepção. Porém, não apresentaram resultados expressivos, talvez por ser um tema específico. Logo, realizou-se a busca apenas com o termo meme e constatou-se através do levantamento de cultura, que há vários trabalhos publicados em áreas interdisciplinares da linguística e comunicação. Dentre os trabalhos selecionados para serem discutidos nesse artigo estão três pesquisas que analisam a interação entre humanos e memes. O objetivo maior é entender como foram realizados os levantamentos de dados nas diferentes pesquisas.

A primeira pesquisa *Memes na Internet: Entrelaçamentos entre a Educomunicação, cibercultura e a “zoeira” de estudantes nas redes sociais*, de Douglas de Oliveira Calixto, trata-se de uma dissertação de mestrado no campo da comunicação. Calixto (2017) investiga a relação entre alunos do ensino fundamental com os memes de internet. A pesquisa descreve o termo “zoeira” como provocar, ironizar, brincar ou parodiar as situações do cotidiano. O estudo demonstra que os estudantes preferem os memes com mensagens genéricas, que geram empatia e são facilmente compartilháveis. O autor utiliza a metodologia de pesquisa de dados unindo à análise e descrições qualitativas. A amostragem é de representatividade social (não-estatística), pois foi abordado um grupo reduzido de estudantes, sendo um micro estudo, que focaliza nos detalhes de observação. Utilizou-se perguntas como: “Quantas vezes por dia utiliza as redes?”, “Como se sente quando fica sem acessar as redes sociais por muito tempo?”, “Quais redes sociais costuma acessar?”, “Sabem dizer o que é um meme?”, “Que tipo de meme costuma compartilhar, curtir ou comentar?”, “Qual página ou perfil tem os memes que mais gosta?”. Num segundo momento, o autor pede para salvar os memes favoritos em uma pasta no computador. O objetivo é compreender quais são as percepções dos estudantes em relação aos memes, quais são os tipos de memes que mais circulam entre eles, identificar o propósito e como os estudantes costumam utilizar os memes. Constatou-se

que as preferências eram por três tipos de memes: 1) os que representavam o cotidiano com imagens de escola, amigos e família, 2) os que abordavam um contexto de sentimentos e percepções afetivas, 3) e os memes de “zoeira” com brincadeiras e provocações. Após a escolha dos memes, foram feitas perguntas para averiguar se viam alguma diferença nos memes escolhidos, se existia algum que gostavam mais e se existia algum meme que representava o que queriam dizer. A parte mais rica da pesquisa está nos depoimentos dos estudantes referentes às perguntas acima.

A segunda pesquisa *What do you meme? Humor, comunicação, cognição e relevância*, faz parte de uma dissertação de mestrado do curso de Pós-Graduação de Letras. A autora Vanessa Vanzan (2020) faz uma análise através dos comentários de internet postados por usuários e categoriza-os em: bem sucedida ou mal sucedida. O trabalho analisa as interações linguísticas considerando a relação de processamento do humor e imagem. A pesquisadora entende que a comunicação humana “funciona com um mecanismo dedutivo, o qual obedece ao princípio da relevância; seleciona-se a interpretação que parece ser mais adequada em um conjunto de suposições; e consegue prever caminhos interpretativos” (VANZAN, 2020, p. 48). É reforçada a importância dos comentários, que segundo Recuero (2006), é uma ferramenta fundamental do ambiente virtual, pois é a partir deles que os espaços virtuais passam a ser de maior interação, a ponto de que se estabelece uma comunicação com alguém que possui afinidade identitária, através de comentários registrados cronologicamente pelo *software*. Não é considerado o número de compartilhamentos, mas analisado cada comentário, tanto os escritos, quanto os que são compostos por *emojis*⁴, a partir das interações bem ou mal sucedidas considerando o meme em recorte de análise.

A terceira pesquisa *Os memes e as interações sociais na internet: uma interface entre práticas rituais e estudos da face*, é uma tese de doutorado no campo da linguística, realizada por Krícia Helena Barreto (2015). A pesquisadora analisa os comentários do site *9gag*, conhecido pelo uso recorrente de memes; e compreende o compartilhar memes como práticas rituais do grupo, que está condicionado aos valores simbólicos, culturais e sociais, contribuindo para a formação de conjuntos de interesses compartilhados. A autora cita Durkheim (1912) que explica os ritos como ações coletivas, capazes de gerar um sentimento de exaltação, que o autor chama de “efervescência coletiva”. O estudo de faces considera a identidade criada pelo usuário, que não necessariamente corresponde ao real, no entanto, funciona como atores, sendo possível observar as interações entre eles. Segundo Goffman (1972), as pessoas interagem para apresentar uma personalidade, obter conhecimento dos outros e para melhorar a imagem de si mesmas ou para outros. A tese utiliza a pesquisa qualitativa e um estudo de caso. O importante na pesquisa é o fato de agrupar as informações dos comentários, que não segue forma cronológica, mas diálogos que acontecem uns com os outros. Pela interatividade percebida nos comentários, chega-se à conclusão que os memes são capazes de gerar padrões de comportamento, auxiliando na implantação e disseminação de crenças e valores, impactando as interações sociais e a manutenção da comunidade como um todo.

4. Conclusão

Foi possível perceber novas possibilidades de se pesquisar os memes e as captações de dados, para ilustrar a pesquisa em andamento sobre a relação entre os memes regionais

⁴ Emojis são ideogramas utilizados em mensagens eletrônicas e páginas da web. Surgiu nos celulares japoneses no ano de 1997, a partir de 2010 foram inseridos em vários sistemas operacionais móveis. Fonte: wikipédia.

goianos e seu público, presumindo seus valores culturais e sociais. A pesquisa qualitativa pode proporcionar experiências e resultados surpreendentes, assim como analisar os comentários em redes sociais, observando tanto a opinião dos seguidores para o meme, como também a relação que pode surgir entre seus seguidores. Compreende-se que o meme está sujeito ao agente humano como o grande propagador, que, também, é limitado por suas crenças e objetivos. A pesquisa que está em andamento passa a ser norteadada com objetivo de averiguar quais são as crenças que alimentam ou repudiam a relação entre memes goianos e seus seguidores.

5. Referências

BARRETO, Krícia Helena. *Os memes e as interações sociais na internet: Uma interface entre práticas rituais e estudos de face*. Juiz de Fora, 2015. Tese (doutorado). Disponível em: <[https://www2.ufjf.br/ppglinguistica/files/2009/12/BARRETO-Kr% c3% adcia-Helena-TESE-2015.pdf](https://www2.ufjf.br/ppglinguistica/files/2009/12/BARRETO-Kr%c3%adcia-Helena-TESE-2015.pdf)>. Acesso em: 23 set. 2020.

BLACKMORE, Susan. *A evolução das máquinas de memes*. Artigo de 18-21 mai. 2002. Disponível em: <https://www.susanblackmore.uk/conferences/the-evolution-of-meme-machines-portuguese-translation/>. Acesso em 12 ago. 2020.

_____. *Memes, mentes e imaginação*. Mentes Imaginativas (Anais da Academia Britânica). Ed. Ilona Roth, Oxford University Press, pp. 61-78. Disponível em: <https://www.susanblackmore.uk/chapters/memes-minds-and-imagination/>. Acesso em: 07 ago. 2020.

CALIXTO, Douglas de Oliveira. *Memes na Internet: Entrelaçamentos entre Educomunicação, cibercultura e a “zoeira” de estudantes nas redes sociais*. Dissertação (mestrado). São Paulo, 2017. Disponível em <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-01112017-102256/pt-br.php>>. Acesso em: 23 set. 2020.

DAWKINS, Richard. *O gene egoísta*. Companhia das Letras, 1976. Disponível em: <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxwc2ljb2xvZ2lhYmVoYXZpb3Jpc3RhGd4OjY1YTJmMTFIOTIzYjk5OTk>. Acesso em 02 jul. 2020.

MARTINO, Luís Mauro Sá e GROHMANN, Rafael. *A longa duração dos memes no ambiente digital: um estudo a partir de quatro geradores de imagens online*. Revista Fronteiras – estudos midiáticos. 01 janeiro/abril 2017. Disponível em <<https://doi.org/10.4013/fem.2017.191.09>>. Acesso em: 23 set. 2020.

RECUERO, Raquel da Cunha. *Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia*. Revista Famecos, Porto Alegre, abril de 2007. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3411/2675>>. Acesso em 26 nov. 2019.

SHIFMAN, Limor. *Memes em um mundo digital: reconciliando-se com um criador de problemas conceitual*. Journal of Computer-Mediated Communication, v 18, ed. 3, 1º de abril de 2013, p. 362-377. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>. Acesso em 10 jul. 2020.

VANZAN, Vanessa. *What do you meme? Humor, comunicação, cognição e relevância*. Dissertação (mestrado). Porto Alegre, 2020. Disponível em: <<https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/16683/1/000498264-Texto%2BCompleto-0.pdf>>. Acesso em 23 set. 2020.