

PARTICIPAÇÃO VOLUNTÁRIA E PROTAGONISMO: UM ESTUDO DOS EFEITOS DE SENTIDOS EM MEMES DE INTERNET

Alberto Rodrigues Pereira¹

RESUMO: O presente trabalho aborda os efeitos da discursivização memes de internet, aqui tratados como textos digitais verbo-visuais sintéticos, considerados em conjunto temático e/ou formal, que se espalha desenfreadamente, ganha versões e tem o seu significado alterado, reapropriado, conforme Shifman (2014). Procuramos observar se as visadas discursivas presentes nos exemplares do *corpus* analisado potencializam um tipo de efeito prevalente, e, se confirmada, se o efeito discursivo predominante nas visadas pode indicar certo protagonismo digital ou, por outro lado, sinaliza tratar-se de construções discursivas pontuais a partir de frases de efeito, com a finalidade de criar e/ou preservar a participação em redes de sociabilidade. Como diretriz de pesquisa, adotamos pressupostos da Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso, de Patrick Charaudeau, com relação aos modos de organização do discurso, ao contrato de comunicação e suas restrições, assim como aos imaginários sociodiscursivos e às identidades. E, considerada a relação produtiva entre palavra e imagem nos memes digitais, recorreremos a alguns conceitos de teóricos com estudos relevantes em verbo-visualidades, conforme Santaella (2012) e Barthes (2015). O *corpus* a ser utilizado na análise amostral é constituído de exemplares do meme conhecido como *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*, coletados no *Twitter* e no *Facebook*, a partir de suas primeiras postagens iniciadas em outubro de 2018 durante o período de discussões em torno das eleições gerais no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do discurso, Semiolinguística, gêneros discursivos, memes.

Introdução

Há mais de um conceito para memes e iremos ao longo deste artigo apresentar algumas acepções. Partiremos da noção geral de que representam

todo o conhecimento adquirido por réplica, tudo aquilo observado e imitado é considerado meme, como os hábitos, os valores, os padrões estéticos e qualquer produto cultural difundido. Uma vez copiado, o meme ajuda na implantação de crenças e valores, ganhando mais força a cada novo hospedeiro e garantindo sua autenticidade por meio da familiaridade. (MORAES, MENDES E LUCARELLI, 2011, p. 5-6)

Na internet, mais especificamente, os memes são compreendidos como ideias, brincadeiras, jogos, piadas, ou comportamentos difundidos por meio de sua replicação de forma viral, conforme Fontanella (2009, p. 8), cuja caracterização se dá a partir de determinados aspectos sociais, culturais, temporais, espaciais etc.

Como parte de nossa pesquisa de doutorado, decidimos selecionar e analisar dois exemplares de uma série intitulada *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*. Nossa observação

¹ Orientadora: Prof^a Dr^a Beatriz dos Santos Feres; doutorando no Programa em Estudos de Linguagem pela Universidade Federal Fluminense (UFF), albertoletras@yahoo.com.br

se deu a partir de outubro de 2018, durante o período de campanha eleitoral para as eleições gerais no Brasil, data em que surgiu essa série de memes utilizando a boneca Barbie com uma função política, com a finalidade de ironizar críticas feitas ao partido de esquerda e a pautas progressistas. Nesse sentido, nossa observação se dirigiu para duas plataformas onde ocorrem interações em larga escala, o *Facebook* e o *Twitter*. Tratam-se de espaços abertos a todos os usuários da internet que podem visualizar as postagens, assim como interagir com outros participantes a partir dos comentários feitos. Além disso, ressaltamos que os exemplos utilizados neste trabalho estão em domínio público e foram coletados ao longo de muitos meses.

Compreendemos os memes digitais como um gênero discursivo que proporciona aos sujeitos uma experiência significativa, por meio da qual eles podem criar e/ou sustentar identidades individuais ou coletivas, através de ideologias sociais e culturais compartilhadas. Temos interesse pelos memes nomeados de ação popular, conforme categorização de Chagas (2016), particularmente construídos a partir de temáticas complexas, com caráter conceitual.

Portanto, nosso olhar está voltado para os efeitos de sentido que esses memes produzem nos sujeitos envolvidos no ato de comunicação, assim como para o funcionamento dos respectivos contratos durante o processo de transação, no que tange às trocas languageiras, com base em Charaudeau (2012).

O conceito de humor é imprescindível neste trabalho e corresponde a um dos atributos fundamentais dos memes digitais. Travaglia (1990, p. 68) o considera como algo que vai além da capacidade de provocar o riso. Para ele, portanto, o humor permite a crítica onde ela seria impossível de outro modo. Vai além, acentua que o próprio Freud vê o humor como uma forma de descobrir prazeres reprimidos pela autoridade social e autocensura, sendo, pois, uma espécie de rebelião, de reação, de revolta do homem livre contra a repressão da autoridade, liberando-se de sua pressão em todas as facetas da vida diária.

O objetivo geral é, portanto, compreender os mecanismos pelos quais os memes digitais podem vir a influenciar as interações sociais das pessoas, particularmente em relação à produção de conteúdos sobre temáticas complexas. Mais especificamente, temos interesse em investigar se há uma visada discursiva prevalente entre os sujeitos,

no que se refere aos atos que podem caracterizar certo protagonismo digital ou a participação em rede de sociabilidade.

A escolha por esse conjunto de exemplares se deu por representarem construções linguageiras bem próprias aos estudos em desenvolvimento, à medida em que se considere uma ação surgida espontaneamente entre internautas contrários às críticas feitas à esquerda por alguns grupos de alinhamento político-ideológico de direita.

Temos por relevantes os estudos sobre esse gênero, pois parece decorrer de processos criativos de sistemas complexos em permanente transformação e marcadamente situados para a construção de sentido na leitura e na compreensão de novas semioses, normalmente ancoradas no texto-fonte, com quem constrói a intertextualidade. Portanto, busca-se aqui discutir sobre o fenômeno dos memes digitais cuja configuração se dá fundamentalmente por meio de sobreposições imagéticas e textuais difundidas na internet por meio de redes sociais, *blogs* e *chats*.

Além disso, temos por relevante essa discussão não apenas pela atualidade do tema, mas também levando em conta a escassez de estudos científicos no âmbito nacional, com raros repositórios de estudo e de catalogação desse fenômeno de massa, a exemplo do #MUSEUdeMEMES da Universidade Federal Fluminense.

Memes

A pesquisadora israelense Shifman (2014, p.39) definiu os memes como folclore pós-moderno, em razão de carregarem em si estruturas sociais e culturais. Para ela, os memes acontecem em nível micro, mas influenciam em nível macro, pois moldam as consciências e as práticas sociais.

A definição da autora para memes baseia-se em dois princípios: a) unidades de difusão que incorporam diversas dimensões e podem ser imitadas; b) grupos de unidades de conteúdo com características comuns. No entanto, para memes digitais, a pesquisadora os definiu como: **“a) um grupo de itens digitais compartilhando características comuns de conteúdo, forma e\ou posição, os quais foram criados com ciência uns dos outros e b) um grupo de itens digitais que foram circulados e imitados, e\ou são transformados através da internet por muitos usuários”** (SHIFMAN, 2014, p. 41).

Shifman (2014) considerou que um meme é sempre um conjunto (ou um acervo) de conteúdos que, além de se espalhar, ganha versões e tem o seu significado alterado, reapropriado.

Esse novo gênero midiático diferencia-se do viral, pois este compreende uma unidade cultural propagada na *web*, enquanto o meme é sempre carregado de sentidos e de referências. Além disso, com o advento da internet, esses conteúdos se transformaram e ganharam visibilidade de forma muito mais intensa. Um viral, por exemplo, é caracterizado por replicações desenfreadas sem ressignificações. Já os memes são reconhecidos exatamente por meio dessas novas semioses atribuídas a cada replicação.

Então, nesse viés discursivo, podemos compreender os memes como responsáveis pela transmissão de grupos de ideias, enquanto as redes sociais atuam como meios de expansão dessas ideias com muita velocidade. No entanto, ainda que o alcance massivo seja um aspecto importante, o ponto fundamental quando estudamos o gênero, parece estar mais relacionado à criação de conteúdos pelos usuários, conforme acentua Martino (2015, p. 127):

Para sua sobrevivência, os memes dependem de sua reiterada e constante apropriação, transformação e redistribuição pelas pessoas. Se isso não ocorre, eles estão fadados ao desaparecimento, como em uma variante do processo de seleção natural.

O mesmo autor, em sua pesquisa, classificou toda a cultura digital, com suas cópias, transformações e compartilhamentos de informação, como parte de um processo que ele denominou “hipermemético”. Essa característica, todavia, não se refere apenas à sua potência, mas também à sua disseminação digital em várias plataformas, em termos próximos ao que chamamos na teoria textual de “hipertexto”.

Isso nos parece recorrente nos memes, ou seja, um ou mais dispositivos que orientam a compreensão e a interpretação da mensagem, tanto na parcela verbal quanto na imagética. Há sempre um elemento que os mantém relativamente estáveis, guardando relação com o texto-fonte. Essa relativa regularidade composicional é uma das características que nos permite compreender os memes como gêneros discursivos, a partir das concepções de Marcuschi (2008) e de Bakhtin (2011).

Portanto, ratificamos nossa compreensão em favor do estudo de gêneros textuais numa perspectiva discursiva, tomando-o como bem definiu Marcuschi (2008, p. 198) como

texto concreto, social e historicamente situado, recorrente, culturalmente sensível, dotado de relativa estabilidade do ponto de vista estilístico e composicional, servindo como instrumento comunicativo com propósitos específicos como forma de ação social.

Portanto, ainda que os memes sejam fenômenos anteriores ao processo intenso de desenvolvimento tecnológico dos últimos anos, é recorrente o entendimento de que a internet tem provocado uma revolução no modo de os indivíduos interagirem, aprenderem e se adaptarem. Tanto é verdade que, em relação aos memes, as transformações e recombinações têm sido desenfreadas. Sobre esse aspecto, Lévy (2010, p. 81) afirma: “a possibilidade de reapropriação e de recombinação material da mensagem por seu receptor é um parâmetro fundamental para avaliar o grau de interatividade do produto”.

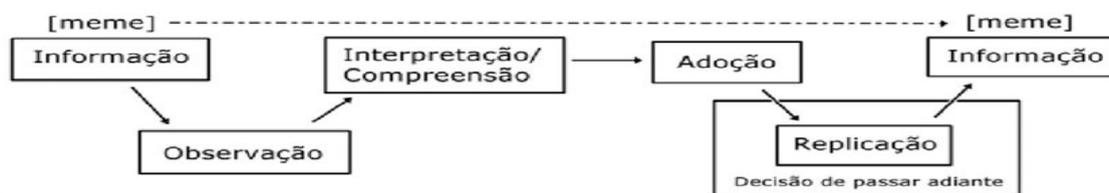
Assim, quanto maiores forem as possibilidades de interatividade, maiores serão as transformações sofridas pelos memes replicados. Tudo isso se inscreve num jogo comunicativo do *curtir* e do *compartilhar em memes da internet*. Portanto, no ambiente digital, sobretudo nas mídias sociais, os interactantes podem se valer de duas formas básicas de interação enquanto navegam no ciberespaço. Estamos falando dos botões *like* (“curtir”) e *share* (“compartilhar”). Até onde temos informação, o ato de “curtir” remete a um *status*, que, quanto mais numeroso, implicará maior credibilidade ao site. Isso se dá, na prática, através de contadores que registram os “likes”. Já o botão “compartilhar”, por sua vez, permite ao usuário enviar conteúdos para outros usuários.

Portanto, temos por explicitado que ao clicar em “curtir”, o interlocutor encontra na voz do outro um ponto em comum, pois, a propósito do que diz Souza (2013, p. 136), é na fala do outro que a construção dos sentidos de sua própria fala faz sentido. Assim, é o dizer do outro que parece dar sentido ao seu próprio dizer, caracterizando, assim, um atravessamento de discursos.

Utilizamos a representação adaptada por Souza (2013, p. 136), do modelo básico de replicação em agentes cognitivos de Castelfranchi (2001, p. 4), por meio do qual

busca-se representar o processo de concretização de uma informação como meme, a partir de sua replicação.

Gráfico 1 - Representação do processo de replicação de um “meme”



Fonte: Adaptado do modelo básico de replicação em agentes cognitivos por Castelfranchi (2001, p. 4)

Nessa perspectiva, observamos que cada internauta pode fazer uso do botão “curtir” e isso se dá inicialmente após ter observado um exemplar e lançado sobre ele uma interpretação, adotando-o por afinidade filosófica, ideológica etc. Então, decide compartilhá-lo e isso pode ocorrer por replicação relativamente fiel ao conteúdo inicial, ou sujeitando-o a novas semioses, reinterpretações e mutações, no entanto, mantendo a sua estrutura inicial.

Redes de Sociabilidade

Quando pensamos nos efeitos discursivos produzidos pelos memes digitais e na repercussão desenfreada que eles produzem, também nos propomos refletir sobre a hipótese de, ao visualizar, curtir, compartilhar e repostar, os sujeitos que os produzem estarem mais voltados à sua inserção e/ou manutenção como membros de grupos de sociabilidade, por meio de frases de efeito, marcadamente políticas ou ideológicas.

A fim de investigar essa questão, recorreremos a Castells (2003) com o propósito de entender melhor a compreensão desse pesquisador a respeito das comunidades como formas significativas de sociabilidade. Ao abordar o assunto, o autor acentua que houve um desaparecimento da comunidade residencial e isso não se deu em função dos padrões de povoamento da população. Para ele as pessoas não formam seus laços significativos em sociedades locais, não porque deixaram de ter raízes espaciais, mas por selecionarem suas relações com base em afinidades. Portanto, esse pesquisador acentua que os padrões espaciais não tendem a ter um efeito importante sobre a sociabilidade.

Invariavelmente, Castells (2003) não tinha o objetivo de descartar a existência de sociabilidade baseada em lugar, mas, para ele, as sociedades não evoluem rumo a um

padrão uniforme de relações sociais. Então, sugere que o passo analítico necessário para se compreender as novas formas de interação social na era da internet seja tomar por base uma redefinição de comunidade, procurando dar mais ênfase ao seu papel de apoio a indivíduos e famílias, e desvinculando sua existência social de um tipo único de suporte material. Nessa mesma perspectiva, (WELLMAN, 2001, p. 1) diz: “Comunidades são redes de laços interpessoais que proporcionam sociabilidade, apoio, informação, um senso de integração e identidade social”.

Em sua abordagem, Castell (2003) destaca, ainda, que a questão decisiva é o deslocamento da comunidade para a rede como forma central de organizar a interação. Ressalta que as redes são montadas pelas escolhas e estratégias de atores sociais, sejam indivíduos, famílias ou grupos sociais. Portanto, acredita que a grande transformação da sociabilidade em sociedades complexas ocorreu com a substituição de comunidades espaciais por redes como formas fundamentais de interação.

Como já dissemos, as conversações cotidianas em redes sociais na internet têm alterado o comportamento social de milhares de indivíduos no mundo. E quando tratamos da emergência de gêneros com forte apelo popular, como os memes digitais recorrentes no *Facebook* e no *Twitter*, mais ainda parecem evidenciar habilidades comunicativas daqueles que os produzem, antes pouco exploradas por parte do usuário comum, amador, o qual encontrou no humor próprio desse gênero discursivo, a oportunidade para manter ou amplificar sua reputação social entre amigos, seguidores e visitantes.

Protagonismo Digital

A tecnologia e a mídia exercem hoje em dia um papel central na vida dos indivíduos, na medida em que tanto influenciam como atuam no desenvolvimento de novas capacidades e modos de pensar, tornando-os mais independentes e rápidos de raciocínio, se comparados às gerações passadas. Muito menos lineares e bastante *hipertextuais* e *hipermodais*, o desenvolvimento cognitivo ocorre em meio a muitos estímulos e processos.

Nessa esteira, é preciso analisar a deia de cultura e de cibercultura, a partir da quebra de paradigma de uma visão idealizada de mundo. O diferencial é observar as

formas com que os sujeitos se organizam, suas preferências e hábitos em diferentes situações. Nessa perspectiva, é fundamental considerar os diferentes universos que se configuram, provenientes das diferentes culturas e modos pelos quais os jovens se estabelecem nos contextos em que estão inseridos.

E, por falar em cultura, temos a destacar o fato de os memes digitais estarem bastante relacionados à cultura popular, como já abordamos anteriormente. Inclusive, temos observado a partir do *corpus* até aqui levantado que eles são produzidos com narrativas curtas, estrutura simples e temas de natureza complexa e controvertida. Isso, em alguma medida, pode explicar parte da resistência que esse gênero emergente encontra perante alguns grupos conservadores. Historicamente tem sido assim: as manifestações populares tendem a ser consideradas inferiores, de menor prestígio.

Essas novas formas de organização se inscrevem numa nova dinâmica global de produção de sentidos em que os sujeitos atuam colaborativamente e isso é devido em muito à internet. Nessa nova dinâmica que marca o comportamento participativo, a rede mundial de computadores exerce um papel fundamental no processo de transição de uma cultura centrada na escrita para uma cultura multimidiática, como bem define (SANTAELLA, 2014, p. 211).

Assim, no mesmo ato de comunicação, é possível: ver, ouvir e ler. Isso, diz a autora, acabou por conduzir à realidade da hipermídia, entendida como a mistura entre hipertexto e multimídia. Esse fenômeno tem sido chamado por alguns autores de “*convergência midiática*”, e, entre eles, Briggs; Burke (2016), ao destacarem que só a partir da década de 1980 esse conceito foi aplicado ao desenvolvimento tecnológico digital, propondo a integração de texto, números, imagens e sons.

Metodologia e Análise Amostral

A escolha desse conjunto de exemplares se deu em função de eles serem bastante prototípicos, na medida em que se considere uma ação surgida espontaneamente entre internautas contrários às críticas feitas à esquerda brasileira postadas por alguns grupos de alinhamento de direita. Assim, ao utilizar uma das

bonecas mais conhecidas do mundo, a Barbie², e seu namorado, Ken, os sujeitos comunicantes construíram personagens cuja discursivização é atravessada por uma polifonia a sugerir muitas vozes e um tom crítico ao se considerar as parcelas verbal e imagética, nos exemplares analisados, capazes de encaminhar reflexões acerca das hipóteses apresentadas nesta pesquisa.

Realizamos nossa observação a partir de outubro de 2018, durante o período de campanha eleitoral para as eleições gerais no Brasil, data em que surgiu essa série de memes utilizando a boneca Barbie com uma função política, ou seja, ironizar críticas feitas ao partido de esquerda e a pautas progressistas. Nesse sentido, nossa observação se dirigiu para duas plataformas onde ocorrem interações em larga escala, o *Facebook* e o *Twitter*. Tratam-se de plataformas abertas a todos os usuários da internet que podem visualizar as postagens, assim como interagir com outros participantes a partir dos comentários feitos.

O senso comum em torno das características que marcam a boneca Barbie, ou seja, o fato de ser branca, magra, loira, heterossexual e rica, quando essas características aparecem associadas às frases de natureza política e social, abordando temas relacionados a cotas, racismo, violência urbana, homofobia, machismo ou ditadura, por exemplo, parece fazer referência direta a representações sociais sob viés irônico, cômico, muito comum aos efeitos que essas frases provocam em certos grupos dentro do debate político.

O meme que consta no exemplo (1) apresenta duas bonecas vestidas com elegância: uma, loura, carrega no colo seu cãozinho de estimação; outra, de cabelos escuros, conversa com ela: “As minorias já têm direitos, o que não dá é pra terem mais direitos do que a gente, sabe?”. No fundo, uma ambientação externa, com ruas calçadas e arborizadas. Folhas avermelhadas nas árvores e pelo chão, além da indumentária, sugerem o outono.

Exemplo 1 - Meme de ação popular

² Lançada em março de 1959, a boneca Barbie é usada como brinquedo infantil, e é produzida pela *Mattel*, empresa norte-americana. Ela foi criada pela empresária Ruth Handler e foi baseada na boneca alemã Bild Lilli. Desde seu lançamento foi considerada a marca mais famosa e lucrativa da empresa, ícone da cultura pop. Diante de seu sucesso a Barbie já recebeu várias coleções, roupas, cenários e amigos, bem como seus próprios filmes, quadrinhos, jogos eletrônicos e desenhos animados.



Bic Müller
@bicmuller

“ - As minorias já tem direitos, o que não dá é pra terem mais direitos que a gente, sabe?”

Fonte: <http://www.museudememes.com.br/sermons/barbie-e-ken-cidadaos-de-bem/>³

A personagem é apresentada como alguém incapaz de perceber seus privilégios e, de certa forma, procura estabelecer uma relação direta com a hipocrisia e com a falta de relevância dos discursos desses grupos sociais. O posicionamento indica superficialidade conceitual e desconhecimento do que são minorias, de pautas sociais, assim como de se dão as relações de subordinação vivenciadas entre os grupos.

O exemplar sugere reflexões sobre manifestações sociais e seus efeitos, além de apontar a urgência do debate acerca de privilégios e da desigualdade social, como realidades materiais próprias das sociedades modernas. Também revela em alguma medida uma crítica aos pensamentos dos segmentos mais conservadores da sociedade muito preocupados em manter-se no extrato social que ocupam historicamente.

As representações sociais comparecem nesse exemplo conforme encontramos em Moscovici (2015, p. 33), quando o autor diz que “o mundo em que vivemos é totalmente social”. Em função disso, as informações de que dispomos já foram distorcidas por representações “superimpostas” aos objetos e às pessoas. Portanto, ao contemplar os indivíduos e objetos, é acionado um conjunto de elementos que se reúne para fazê-los tais como os vemos. Isso diz respeito à nossa predisposição genética herdada, às imagens e hábitos que nós já aprendemos e as recordações que nós preservamos e, por último, às nossas categorias culturais. Tudo isso está explicitado nesse exemplo que discursivamente pretende produzir efeito de adesão entre aqueles

³ Acesso em: out. 2018.

que, sentindo-se ameaçados pelo teor das pautas de grupos reivindicatórios, procura salvaguardar seu espaço de dominação e privilégios.

O exemplar 2, abaixo, explicita como os efeitos discursivos pretendidos não estão restritos essencialmente ao risível.

Exemplo 2 – Meme de ação popular



Fonte: <http://www.museudememes.com.br/sermons/barbie-e-ken-cidadaos-de-bem/>⁴

Esse meme apresenta o enquadramento de uma única Barbie e como é peculiar às personagens por ela representadas na série, essa aparece também elegantemente vestida, loira, óculos de sol e tranças a sugerir, aliado à luminosidade e ao verde do ambiente, um cenário típico de verão. A parcela verbal atribuída à personagem declara: “Não quero que o Brasil vire uma Venezuela”.

A fim de ampliar nossa compreensão acerca da comparação metafórica feita, temos a acrescentar o fato de a Venezuela, país latino-americano vizinho do Brasil, estar vivendo uma das maiores crises, de natureza socioeconômica e política. O país tem sofrido desde o final do governo de Hugo Chávez até o atual governo de Nicolás Maduro. Os efeitos são tão severos ao ponto de o Produto Interno Bruto (PIB) nacional e o *per capita* terem sido mais graves do que nos Estados Unidos na chamada Grande Depressão.

A crise é vista por alguns especialistas como resultado de políticas populistas e se iniciaram como parte da "Revolução Bolivariana" do governo de Hugo Chávez. A crise se intensificou no governo de Maduro pela queda dos preços do petróleo no começo de 2015. Além disso, a corrupção, a escassez de produtos básicos, o fechamento de empresas e a deterioração da produtividade e da competitividade têm sido algumas das consequências da crise. Em síntese, de acordo com estudos publicados em 2018 por três universidades do país, quase 90% dos venezuelanos agora vivem na pobreza.

⁴ Acesso em: out. 2018.

A analogia aqui construída tenta fomentar um senso comum em torno do que seria evitar o caos, a inominável tragédia venezuelana cuja base ideológica se assenta em governos declaradamente socialistas. Nesse sentido, como acentua Jodelet (2001), as representações sociais atuam como guias quanto a maneira de nomear e definir em conjunto os diferentes aspectos da realidade cotidiana, na maneira de interpretá-los, estatuí-los e, se for o caso, de tomar uma posição a respeito e defendê-la. Portanto, o apelo em um nível mais profundo seria em desfavor de sistemas de governo que se assemelhem ideologicamente aos vivenciados na Venezuela.

Naturalmente, nenhum brasileiro consciente, lúcido há de desejar que o país entre numa crise sem precedentes como o país vizinho. Não é essa argumentação que nos parece prevalente. O fato é que os efeitos discursivos da parcela verbal não atuam colaborativamente com a parcela imagética. Como acentua Moscovici (2015) há uma função principal das representações sociais que é a convencional. Esta, em primeiro lugar, convencionaliza os objetos, pessoas ou acontecimentos que encontram, dando-lhes uma forma definitiva e localizando-os em certa categoria. Além disso, gradualmente vão colocando-os como modelo de determinado tipo, distinto e partilhado por um grupo de pessoas.

Considerações Finais

Há, nos exemplares analisados, a recorrência do tom satírico, ao abordar dois temas bastante complexos: direitos sociais no Brasil e crise econômica na Venezuela. Notamos que os efeitos de sentido evocados favorecem uma compreensão crítica dos sujeitos, em relação aos posicionamentos das personagens caracterizadas como brancas, de classe social privilegiada e indiferentes às questões sociais de seu entrono. Além disso, há flagrantes equívocos conceituais acerca dos temas tratados, o que pode sugerir o percurso reflexivo, necessário à construção ativa do conhecimento.

Essa característica, de uma esteira aparentemente risível a conduzir a uma compreensão crítica, a partir de posicionamentos autorais e ponderados, pode sugerir a respeito desses gêneros emergentes, uma função predominantemente crítica, sobredeterminada à aparência estrita do lúdico, restrito ao risível.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. M. **Gêneros do Discurso**. Estética da Criação Verbal. Trad. Paulo Bezerra. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

- BRIGGS, A; BURKE, P. **Uma história social da mídia: De Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.
- CASTERFRANCHI, C. Towards a Cognitive Memetics: Socio-Cognitive Mechanisms for Memes Selection and Spreading. **Journal of Memetics – Evolutionary Models of Information Transmission**, v.5, p. 1-21, 2001. Disponível em: http://cfpm.org/jom-emit/2001/vol5/castelfranchi_c.html. Acesso em: fev. 2018.
- CASTELS, M. **A galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CHAGAS, V. **A revolução será memetizada**: engajamento e ação coletiva nos memes dos debates eleitorais em 2014. Trabalho apresentado no XIII Politicom, 2015.
- CHAGAS, V. “Não tenho nada a ver com isso”: cultura política, humor e intertextualidade nos memes das eleições de 2014. *In*: CERVI, Emerson U; MASSUCHIN, M. G; CARVALHO, F. C. (Org.). **Internet e eleições no Brasil**. Curitiba: CPOP, 2016.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução Angela S. M. Corrêa. 2. ed, 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2012.
- FONTANELLA, Fernando Israel. **O que é um meme na Internet?** Proposta para uma problemática da memesfera. *In*: III SIMPÓSIO NACIONAL ABCiber. Dias 16, 17 e 18 de Novembro de 2009 - ESPM/SP - Campus Prof. Francisco Gracioso.
- JODELET, D. Representações sociais: um domínio em expansão. *In*: Jodelet D. (Org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: UERJ. 2001. p. 17-44.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 2010.
- MARCUSCHI, L.A; XAVIER, A.C. **Hipertexto e gêneros digitais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2008. 196 p.
- MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes, redes. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.
- MORAES, F; MENDES, G; E LUCARELLI, T. **Memes na internet**: A web 2.0 como espaço fecundo para propagação. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife, PE, 2011.
- MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2015.
- SANTAELLA, L. Gêneros discursivos híbridos na era da hipermídia. **Bakhtiniana**. São Paulo, 9 (2): 206-216, Ago./Dez. 2014.
- SHIFMAN, L. **Memes in a Digital Culture**. Cambridge: The MIT Press, 2014.
- SOUZA, Carlos Fabiano de. Memes: formações discursivas que ecoam no ciberespaço. **VÉRTICES**, Campos dos Goytacazes, v. 15, n. 1, p. 127-148, janeiro a abril de 2013.
- TRAVAGLIA, L. C. Uma introdução ao estudo do humor pela linguística. **DELTA**, v. 6, n. 1, p. 55-82, 1990.
- WELLMAN, Barry. **Physical Place and CyberPlace**: The Rise of Personalized Networking. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00309>. Acesso em: set. 2018.