

COMO A CULTURA SE RELACIONA COM OS MEMES

Ygor Wolf Batista Lima¹

Resumo: O Objetivo desse artigo é investigar, através de conceitos estabelecidos nas áreas da Biologia, Comunicação, Sociologia e afins, o impacto que os memes têm como parte conjunta das referências sociais da cultura em sociedade, em específico, da cultura pop e memética. Para isso, utiliza-se como base o evento “Guerra Memeal”, ocorrido na mídia social Twitter em 2016, onde usuários brasileiros e portugueses brigaram por causa de mensagens referentes aos memes construídos por eles. Além disso, o artigo apresenta exemplos meméticos referentes aos dois países: Brasil e Portugal. Analisando-os junto as teorias, busca-se identificar quais elementos estão relacionados com a sociedade contemporânea. Assim, se destacam as preocupações com o seu país de origem, acentuando um sentimento nacionalista nos memes. Outro forte elemento estabelecido nessa cultura é a apropriação dos famosos, já que sua imagem é aberta para todos, para a construção dessa identidade memética, bem como a referência mediática do que está acontecendo no momento, dos assuntos mais vistos pela massa. Por último, a consagração da internet e da televisão como fontes de materiais abundantes para a criação de novas peças meméticas e a apropriação dos símbolos culturais do mundo todo para o crescimento da cultura dos memes.

Palavras-chave: Comunicação; cultura; meme; mídia social; sociedade.

Introdução: Guerra Memeal: Brasil *versus* Portugal

Conhecido como Guerra Memeal, o evento ocorreu em 13 de junho de 2016 e entorpeceu as mídias sociais, especialmente o *Twitter*, onde a disputa começou. Um perfil com o nome @inportugalwe começou a utilizar-se de um meme conhecido como “In Brazil We Don’t Say...” com a adaptação de “In Portugal We Don’t”. Os internautas brasileiros não perdoaram e enviaram diversas menções, ou seja, respostas para o *tweet* dos portugueses com acusações de plágio.



Fonte: Reprodução do *Twitter*.

¹ Estudante do 7º Semestre do curso de Comunicação Social, habilitação em Comunicação Organizacional da Universidade de Brasília. E-mail: wolfygor@gmail.com



Fonte: Reprodução do *Twitter*.

O perfil português não resistiu à enxurrada de menções e resolveu excluir sua conta.



Fonte: Reprodução do *Twitter*.

A investigação neste se dá em relação à movimentação que o evento fez nas mídias sociais, identificando o impacto que os memes têm como parte conjunta das referências sociais da cultura em sociedade, em específico, da cultura pop e memética.

O que é meme?

O termo meme é teorizado por Richard Dawkins, etólogo e biólogo evolutivo, na Universidade de Oxford, em 1976. Em seus estudos sobre biologia evolutiva, Dawkins afirma que meme é uma unidade de cultura replicante que evolui com o tempo. Um exemplo são as palavras. Com o passar do tempo, pronúncias mudam, significados mudam e idiomas podem traduzir de formas diferentes, isso seria um meme.

Daniel Dennett (2013), filósofo cognitivista e professor norte-americano, afirma que eles são ferramentas de pensamento e ter essas ferramentas nos dá mais poder do que as nossas mentes poderiam de outra forma.

Segundo artigo no site da revista Super Interessante², o conceito de meme é amplo e inclui representações mentais que dependem dos recursos do cérebro humano para sobreviver e se difundir. Já a definição de meme na internet, em termos gerais, trata-se de uma imagem, vídeo ou frase bem-humorada que se espalha na internet como um vírus.

Vindo de uma perspectiva da semiótica, Horta configura em sua dissertação *O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica*, o meme como um signo, ou seja, o meme serve como forma de expressão, de representar e conhecer um objeto:

São maneiras de compreensão e pensamento característico da gramática e da cultura que essa linguagem envolve. Como pensamento e linguagem são indissociáveis, uma vez que nosso pensamento se dá em signos (e a linguagem é o uso desses signos), podemos dizer que o meme também configura uma forma de pensamento (HORTA, 2015, p. 105).

Além disso, podemos recortar o conteúdo “gramatical” de um meme na internet, partindo do entendimento que a estabilidade e a regularidade dessa prática, depende de certa forma, da concordância de nossas interpretações das regras estabelecidas. Alguns autores consideram o meme apenas como manifestações com repetição de um modelo, não só nas repetições de forma, mas de uma repetição temática também, adicionadas a um processo de apropriação e recriação, chamada de paródia. Isso, segundo Horta, configura uma linguagem e seus diferentes modos de significar.

Dessa forma, a memética se configura como uma forma cultural da sociedade comunicar. Partindo dessa ideia de que os memes se configuram de duas formas: como repetição e paródia, chamados de categorias de análise primárias, que identificam os “memes como memes”, é possível associar essas formas a outras categorias, de análise secundárias: a carnavalização, o exagero, o excesso, o absurdo e o humor. Essas categorias estão integradas com as primárias e fazem parte da cultura do meme da internet (HORTA, 2015, p.109).

² Multimídia. Memes. Super Interessante. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/multimidia/memes-682294.shtml>>.

Comunicação, Cultura e Representações sociais

Segundo Stuart Hall (2005), em seu artigo *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*, a cultura é uma condição constitutiva da vida social. Quando há uma mudança de paradigma, considerada uma virada cultura, amplia-se a compreensão acerca da linguagem para a vida social. Nesse sentido, fala-se de linguagem como constituinte dos fatos e não como instrumentos deles.

Os Seres humanos são seres interpretativos, instituidores de sentido. A ação social é significativa tanto para aqueles que praticam quanto para os que a observam: não em si mesma mas em razão dos muitos e variados sistemas de significado que os seres humanos utilizam para definir o que significam as coisas e para codificar, organizar e regular sua conduta uns com os outros. Estes sistemas ou códigos de significado dão sentido às nossas ações. Elas nos permitem interpretar significativamente as ações alheias. Tomados e seu conjunto, eles constituem nossas ‘culturas’. (HALL, 2005, p. 1)

O autor afirma, em sua obra *A identidade cultural na pós-modernidade*, que as identidades modernas, tratadas aqui, como parte das representações sociais, estão sendo “descentradas”, isto é, deslocadas ou fragmentadas. Uma vez que a identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado ou representado, a identificação não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida. Ela se torna politizada. (HALL, 2007, p. 21). Outra característica da identidade para Hall é que ela nunca se completa, pois ela está sempre em processo. Ela seria formada através de processos inconscientes.

Outro conceito importante para nós é o de representação social. Para Howard Becker (2009), em seu artigo *Falando da Sociedade*, o conceito de representação social relaciona-se com as experiências de nossa vida diária, ou seja, as representações sociais seriam maneiras de falar sobre a sociedade ou sobre parte dela. Com isso, a realidade social estaria envolvida pelos fatos e pelas interpretações. Os fatos seriam as descrições de como as coisas são, carregados por teorias e aceitos como tais pelas pessoas para quem são relevantes. A interpretação é quando alguém fala pelos atos, interpretando seu significado. Um relato da sociedade consiste em declarações de fatos, baseadas em evidências aceitáveis para algum grupo, e interpretações desses fatos, igualmente aceitáveis pelo público (BECKER, 2009, p. 26).

Partindo para uma perspectiva comunicacional, faz-se necessário entender o conceito de atualidade mediática, proposto por Luiz C. Martino, em seu artigo *A atualidade mediática: o conceito e suas dimensões*. Para ele, a atualidade mediática não está ligada a redução da noção da demanda de informação, atribuída as qualidades inerentes do ser humano, especificamente a curiosidade e a sede do conhecimento, mas que essas características passam a ser representadas através dos meios de comunicação. Além disso, os meios tecnológicos também são constituintes dessa atividade. A atualidade é algo que surge com o agravamento da sociedade e o desenvolvimento das tecnologias da comunicação (...) um produto da atividade dos meios de comunicação em consonância com a organização social da sociedade complexa (MARTINO, 2009, p 5). Com isso, elementos formam camadas estruturais na atualidade mediática. Martino emprega o termo dimensões para identificar essas características:

O fenômeno social: unifica o campo da existência e permite o estabelecimento de novos elos sociais. Neste sentido é uma matriz social; **fenômeno cultural:** porque esta dimensão se expressa como valor; gera valores que deslocam aqueles da tradição, fazendo com que o presente se torne o sistema de referência, o centro em torno do qual gira a vida social; **fenômeno de representação:** geração de uma representação social dinâmica, de acesso universal, servindo de base para a vida social. Neste sentido, é tanto fenômeno de representação social como representação social do fenômeno; **fenômeno histórico:** inscrito na história, mas com historicidade própria, já que altera a nossa relação com ela; **fenômeno técnico:** a atualidade mediática se encontra no ponto de junção de duas linhas de evolução da técnica: tecnologias de ação e tecnologias de representação; **fenômeno singular,** na medida em que a tecnologia de comunicação começa a compor a organização social e surge um novo tipo de meio de comunicação, os meios-máquina (MARTINO, 2006, p. 8-9).

Assim, o autor define o conceito central de atualidade mediática como a articulação da cultura de massa e dos meios de comunicação. Logo, a atualidade mediática está localizada na centralização social, diretamente ligada à comunicação, onde os agentes sociais (pessoas e instituições) usufruem de seus elementos para se representarem.

Com a conceito de atualidade mediática definido podemos pensar em como a massa trabalha a relação com os meios comunicacionais. Logo, partiremos de outro conceito de Martino: *pathos mediático*. *Pathos* é uma palavra grega que significa

paixão, excesso, ligação efetiva. Na Comunicação, o *pathos mediático* é o afeto, a afinidade, atração para com os meios de comunicação. Ele está extremamente ligado à sociedade industrial e indica por que nos interessamos tanto pela televisão, pelo rádio, e especialmente no século XXI, a internet.

Segundo um estudo comparativo para entender os usos e funções sociais dos meios de comunicação, em especial, a sua ação sobre a cultura, os meios deram suporte ao que o autor chama de alargamento da cultura, que altera não somente a sua dimensão espacial, mas o sentido do patrimônio cultural. Logo, se tem mais coisas que passam a ser consideradas cultura e mais informações que passam a ser valorizadas como patrimônio. O autor ainda afirma que essas mudanças criam uma versão diferenciada da cultural que se conhecia:

Criaram um tipo de cultura inédito e uma relação diferenciada do indivíduo com o coletivo, na medida em que cada um de nós passa a ter uma inserção única e diferenciada na cultura. Estas condições vão gerar uma situação onde o próprio elo social passa a ser construído (MARTINO, 2010, p. 31).

Raquel Recuero (2000), no *ensaio A Internet e a Nova Revolução na Comunicação Mundial*, afirma que os meios de comunicação causaram diversas modificações na sociedade, desde os primórdios da comunicação oral, passando pela escrita, pelos instrumentos: rádio, TV, telefone, e pela última grande revolução para as telecomunicações: a internet.

A internet, no entanto, é uma comunicação mediada por computador, aqui, lançamos a ideia de mediada pelas telas, proporcionou a extensão de diversas capacidades naturais, como por exemplo, ver coisas que nossos olhos naturalmente não veem. Podemos interagir com pessoas do outro lado do mundo e que não falam nosso idioma, tocá-las em sua realidade virtual, segundo Recuero, construir nosso próprio raciocínio não linear em cima da informação, ouvir aquilo que desejamos, conversar com quem não conhecemos. Fundamentalmente, podemos interagir com o que quisermos. (RECUERO, 2000)

Além disso, a Internet apresenta uma convergência de mídias. Nas telas já é possível assistir televisão, ouvir rádio, ler jornal, pedir o almoço, reservar a compra de uma passagem aérea. Enfim, uma série de utilidades em que todas as mídias tradicionais incluem um *plus* da interatividade:

Pode difundir mensagens e ideias através de *e-mail*, *chats* ou mesmo em listas de discussão e *websites*. Pode difundir sua música através da gravação da mesma em um formato que seja manipulável através da Internet. Pode gravar um vídeo em uma câmera digital e divulgá-lo. Enfim, as possibilidades são inúmeras. Cada indivíduo é um emissor e um receptor simultaneamente na Rede (RECUERO, 2000).

Logo, a autora confirma que enquanto usuários da rede, cada indivíduo é um emissor massivo de informações em potencial e ao mesmo tempo receptor dessas informações, colaborando para difusão da ideia de identidades culturais híbridas, conceituada por Hall.

Análise de memes: Brasil e Portugal

Brasil

Feliz e Triste – Chico Buarque

O meme do cantor e compositor Chico Buarque - triste x feliz - é um dos mais conhecidos no país. Geralmente, é usado para representar situações contrárias, gostos e preferências, como nos exemplos abaixo: o Panetone com frutas cristalizadas e o Panetone com chocolate, indicando a preferência pelo segundo e o *match* e *unmatch*, remetendo aos termos utilizados nos aplicativos de relacionamento.



Fonte: Google Imagens.

Ana Paula – “Olha ela!”

Esse meme foi instaurado em 2016, no reality show Big Brother Brasil. A participante Ana Paula, usou a expressão “Olha ela”, referindo a si mesma após sua

suposta eliminação, quando, na verdade, estava observando todas os outros participantes em um quarto exclusivo. O sucesso foi tanto que as mídias sociais aderiram ao termo como referência memeeal.



Fonte: Google Imagens.

Glória Pires – Não sou capaz de opinar

O meme foi criado na última de edição do Oscar. A atriz Glória Pires era convidada especial e comentarista da cobertura do evento para a TV Globo. Ao ser questionada sobre os filmes indicados na premiação, Gloria disse que não tinha assistido aos filmes e que não era capaz de opinar sobre o assunto. Com grande repercussão, o nome da atriz entrou nos *trending topics*, assuntos mais comentados, do Twitter.



Fonte: Google Imagens.

Glória Maria sob efeito de maconha

A jornalista e apresentadora, Glória Maria é conhecida por fazer matérias internacionais para o programa Globo Repórter, da TV Globo. Em uma das ocasiões, Glória Maria viajou à Jamaica e usou a erva da maconha, que é legalizada por lá. Sua expressão facial foi veiculada e logo se espalhou pelas mídias sociais.



Fonte: Google Imagens.

Inês Brasil

Conhecida por um vídeo feito para seletiva de um *reality show*, Inês Brasil virou febre na internet. (BRAGA, 2010) Cantora, compositora, dançarina, atriz, Inês Brasil se tornou uma web-celebridade em razão de seus diversos bordões exuberantes, como “Me chama que eu vô”, “alô alô, graças à Deus!” e “Vamo bora fazendo”.



Fonte: Google Imagens.

Portugal

Lindo dia de Sol, mas ...

O meme foi criado na situação em que os portugueses preferiram ir ao shopping do que ir à praia, mesmo em um dia de sol. A imagem mostra o estacionamento de um shopping lotado e o céu limpo.



Fonte: Facebook.com/Só quem vive em Porto sabe.

Jantar fora sem reservar com antecedência

Em Portugal, a ideia de jantar fora sem fazer reserva é vista de forma negativa, por não ser planejado anteriormente. A cultura do formal no país é levada a sério e o meme mostra a reação das pessoas quando não fazem as reservas.



Fonte: Facebook.com/Só quem vive em Porto sabe.

Futebol

O futebol também é visto com frequência nos memes portugueses. No exemplo abaixo, o goleiro da seleção portuguesa, Rui Patrício, é criticado por sua atuação no jogo. Isso acontece também com Cristiano Ronaldo, atacante da seleção portuguesa e várias vezes ganhador do prêmio de melhor do mundo, criticado positivamente ou negativamente, dependendo da sua atuação em jogos.



Fonte: Facebook.com/Só quem vive em Porto sabe.

A Francesinha

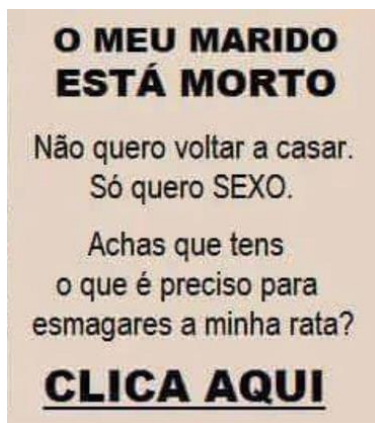
A Francesinha é um prato típico do Porto, feito em formato de sanduíche, e constituído de vários tipos de carne. (Presunto, linguiças, bifes, alguns adicionam salame também) O meme seria uma reação dos portugueses às pessoas que perguntam se o prato é feito de carnes.



Fonte: Facebook.com/Só quem vive em Porto sabe.

Tens o que é preciso

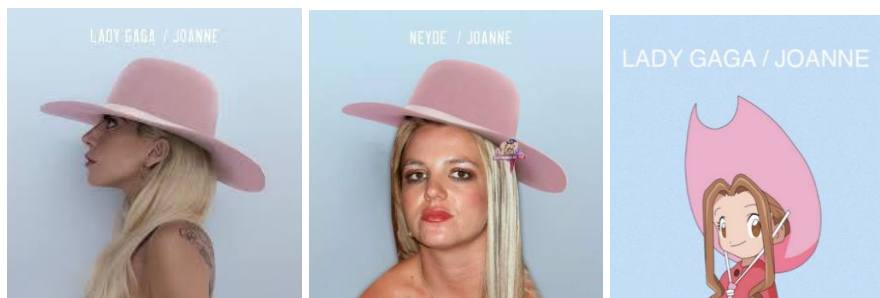
Esse meme nasceu após a midiatização na internet de um banner à procura de sexo. A frase que marca o meme é “Achas que tens o que é preciso para esmagares a minha rata?” e faz referência a vagina.



Fonte: Google Imagens.

Considerações Finais

Com isso, é possível identificar alguns aspectos dos memes em relação às representações sociais que os fazem: **1) Sentimento nacionalista** - O nacionalismo está envolto na cultura memeeal. Nos exemplos da guerra memeeal, tanto do Brasil quanto de Portugal identifica-se o sentimento de amor e defesa de seu país; Hall salienta o nacionalismo exacerbado na identidade cultural das pessoas, em como as representações sociais estão ligadas ao país de origem (2006). **2) Atualidade midiática como modelo referencial** - A atualidade midiaticizada, termo conceituado pelo professor Drº Luiz Martino (2009), é referência no sentido de pautar os memes realizados. O meme da Ana Paula, por exemplo, foi realizado na época em que o *reality show* estava no ar, assim como o Oscar e o meme da Glória Perez, referindo-se ao que estava sendo discutido e comentando pela massa naquela determinada época. O mesmo acontece com os jogos de futebol dos portugueses, como no exemplo analisado neste artigo. Isso acontece por que as representações sociais do momento estão ligadas a esses acontecimentos. **3) Celebidades como fonte** - As celebridades, por serem referências à população, acabam contribuindo para a cultura dos memes. Quando uma gafe é cometida, a internet se enche com memes referentes aquela situação. Segundo Ana Jorge em seu livro *O que os famosos tem de especial*, a celebridade não existe sem a audiência, e essa audiência está ligada aos fãs. (JORGE, 2014, p. 76) Exemplo dessa situação se dá com o lançamento do novo disco da cantora Lady Gaga. Ela divulgou uma foto com um chapéu rosa que se tornou meme e diversos fãs recriaram com outros significados, conforme exemplos abaixo:



Fonte: Google Imagens.

4) Pathos midiático (internet e televisão) - O *Pathos mediático* é a afinidade para com os meios de Comunicação, aqui uma atenção especial para a televisão e internet, como propulsoras de material para a criação dos memes. Quanto mais acompanhamos a televisão e internet, mas temos acesso à informações, e quando se tem uma hipermediatização, se tem mais propagação de ideias. Conforme os autores apresentados neste artigo afirmam em cada um dos conceitos aqui marcados, esses meios comunicacionais proporcionam subsídios para a cultural memética. **5) Apropriação de símbolos culturais** - E nesse sentido, símbolos que não necessariamente são do país em que vive, desprovendo a ideia de identidade nacional privada, mas de compartilhamento das identidades em diversas localidades. Um exemplo claro disso é o meme “Tu tens o que é preciso”, de Portugal. O brasileiro se apropriou do meme e utilizou dele de forma que representasse alguma vivência da sociedade no país. Com isso, podemos fazer um paralelo com as ideias de Hall sobre a linguagem estar ligada ao sistema de produção dos memes como constituinte dos fatos. Hall afirma, as culturas nacionais, vivências, são as nossas fontes mais ricas de identidade cultural. (2009) Só sabemos o que significa “Brasil”, por exemplo, devido ao modo como o “jeitinho brasileiro” veio a ser representado - como um conjunto e significados, conforme Hall indica, pela cultura nacional brasileira.

Quando estamos navegando na internet ou zapeando nas mídias sociais, vez ou outro encontramos algum tipo de meme. Eles são carregados por representações sociais e não necessariamente de uma carga de humor, mas de vivências, pelo qual, as pessoas passam.

A cultura de cada país também é aspecto constituintes dos memes e destaca a linguagem com qual a mensagem é passada. Além disso, os memes se constituem como produção de uma realidade social, sendo assim, um instrumento para tais representações.

As identidades híbridas, associadas ao compartilhamento que hoje, graças à internet é possível, estão cada vez mais capazes de formar opinião de grupos sociais quanto aos mais diversos assuntos. É a possibilidade de uma configuração de novas linguagens modernas, mas até que ponto o meme pode ser considerado linguagem e constituinte da realidade social? Seria possível desvincular a internet dos memes? São questões que devem ser objeto de estudo nos próximos anos.

Referências Bibliográficas

BECKER, Howard S. “Falando da Sociedade” e “Representações da sociedade como produtos organizacionais”. In: BECKER, Howard S. **Falando da Sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009. p. 7-39.

Daniel Dennet – **O que é um meme?** Youtube. Disponível em: ><https://www.youtube.com/watch?v=71BSQHn56NU><. Acesso em: 23 de Setembro.

Facebook. **Só quem vive em Porto sabe**. Disponível em: ><https://www.facebook.com/soquemvivenoportosabe/?fref=ts>>. Acesso entre 02 à 10 de Outubro.

Google Imagens. Disponível em: <<https://www.google.com.br/imghp?hl=pt-PT>>. Acesso de 24 de Setembro à 4 de Outubro.

HALL, Stuart. **A Centralidade da Cultura**: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. UEBEL, R.; BUJES, M. I.; COSTA, M. V. (trad.). Santa Maria: UFSM/Departamento de Geografia, 2005.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. SILVA, T. T.; LOURO, G. L. (trad.). Rio de Janeiro, 2006.

HORTA, Natália Botelho. **O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica**. 2015. 191 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

JORGE, Ana. **O que os famosos têm de especial?** A cultura das celebridades e dos jovens portugueses. Alfragide: Texto Editores, 2014.

MARTINO, Luiz C. **A atualidade mediática: o conceito e suas dimensões**. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/2146067/atualidade_mediatica_-_compos_2009_revisado_2>. Acesso em 26 de Setembro.

MARTINO, Luiz C. **Memorial (Luiz C. Martino)** Disponível em: <http://www.academia.edu/14534647/Memorial_Luiz_C._Martino_> Acesso em: 19 de Dezembro.

Multimídia. **Memes.** Super Interessante. Disponível em:
<<http://super.abril.com.br/multimedia/memes-682294.shtml>>. Acesso em 23 de Setembro.

O DNA das ideias. Super Interessante. Disponível em:
<<http://super.abril.com.br/ciencia/o-dna-das-ideias>>. Acesso em: 23 de Setembro.

RECUERO, Raquel. **A Internet e a Nova Revolução na Comunicação Mundial.** Disponível em: < <http://www.raquelrecuero.com/revolucao.htm>>. Acesso em: 19 de Dezembro.