

A PROPAGAÇÃO DOS MEMES NAS REDES SOCIAIS

CARINA DOS REIS¹; SÍLVIA PORTO MEIRELLES LEITE²;

¹Universidade Federal de Pelotas – *carinadosreiss@gmail.com*

²Universidade Federal de Pelotas – *silviameirelles@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

A internet propicia aos usuários da rede um advento diferenciado de interações entre os nós que constituem o espaço virtual. As mídias sociais são exemplo disso, pois nos últimos anos são usadas em modos diferenciados, tanto como profissional e pessoal, pelos atores da web. Segundo Pierre Lévy (1999) o pensamento de que a internet é um meio de potencializar a disseminação de conceitos está associada à liberdade de acesso e participação concedida pela mesma.

Com o auxílio de mecanismos das mídias, informações de diferentes âmbitos são propagadas de modo ágil para um maior alcance de público. Um exemplo é o denominado meme, conhecido por ser em sua grande maioria, de cunho humorístico e compartilhado em multimídia, com imagens compostas por desenhos, frases e expressões, e vídeos, que segundo Fernando Fontanella (2009), são geralmente criados por usuários comuns e transmitidos de forma epidêmica.

O termo meme significa imitação¹, conceito ateu evolucionista criado por Richard Dawkins, onde dá a ideia de que qualquer informação pode ser capaz de se multiplicar.

Com isso, o presente artigo tem como objetivo discutir o modo com que os memes se propagam dentro das redes sociais. Para isso será feito um estudo específico referente ao meme "Não sou capaz de opinar" que ocorreu com a atriz Glória Pires, para a compreensão do fenômeno na web.

A escolha desse tema deu-se pelo motivo de não existir uma grande quantidade de estudos feitos sobre o assunto, mesmo havendo importância para a compreensão do comportamento dos usuários, além de ser uma expressão cultural cibernética.

Segundo Raquel Recuero (2009), a presença de memes é relacionada ao capital social, na medida em que a motivação dos usuários para espalhá-las é, direta ou indiretamente, associada a um valor de grupo.

2. METODOLOGIA

Esta pesquisa tem o cunho qualitativo², por buscar entender o fenômeno através de artigos e teorias referentes aos memes. Também foi utilizado o recorte temático para a análise do objeto na internet e sua repercussão nas redes, inclusive no ciberjornalismo.

A escolha desse assunto deu-se pelo fato de que mesmo se passando seis meses, a frase do meme ainda é lembrada pelos usuários da rede. O fato obteve repercussão nas redes sociais, como: Instagram, Twitter e Facebook, sendo utilizado gifs, imagens e vídeos para ilustração. Pela grande repercussão, o

¹ Definição do site Significados.

² Teoria estudada por Fragoso, Amaral e Recuero (2011).

ciberjornalismo tornou o assunto uma notícia nos canais, principalmente por se tratar de uma atriz no maior evento do cinema.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O meme "Não sou capaz de opinar" iniciou no dia 28 de fevereiro de 2016, de forma espontânea, quando a atriz Glória Pires foi a convidada para comentar sobre os filmes que estavam nas categorias para a premiação do Oscar do referido ano. A identificação inicial do meme ocorreu por consequência da atriz não dar opiniões justamente na transmissão feita pela Rede Globo, em que foi convidada. Isso trouxe um tom humorístico e irônico sobre a situação, tendo a frase compartilhada em outros momentos dentro e fora da internet.

O referido meme recebeu adaptações para cada formato, sendo criados *gifs*, imagens sobre diferentes temas, inclusive utilizando a frase como resposta.

Segundo Dawkins (1999), as principais características dos memes são: longevidade, fecundidade e fidelidade das cópias. A longevidade está relacionada ao tempo que o meme é propagado na rede. A fecundidade é discutida como uma característica essencial por definir o poder de difusão, e a fidelidade por manter a ideia principal do meme. A partir dos critérios de Raquel Recuero (2009), baseados no estudo de Dawkins, pode-se observar a personalização do meme, pois a essência do sentido da frase foi inalterada. Um exemplo foi a utilização da página Graduação da Depressão, como a seguir:

Quando eu não souber uma resposta da prova, vou escrever: "não sou capaz de opinar"



Figura 1- Imagem retirada da página Graduação da Depressão

Também foi possível observar a fidelidade, pois houve baixa variação à cópia original. Quanto à longevidade, este meme foi caracterizado como persistente, pois permaneceu replicado por um longo tempo e atualmente ainda é lembrado. Em relação à fecundidade, foram epidêmicos por terem sido espalhados instantaneamente por diferentes redes sociais. Em relação ao seu alcance, tornaram-se globais por terem alcançado laços distantes dentro da web, mesmo não possuindo ligação direta ou interação entre os atores.

A imagem acima foi escolhida por apresentar uma interação de atores da rede, evidenciando o assunto pelo número de curtidas (23.000), comentários (586) e compartilhamentos (4.235). Os comentários da imagem foram feitos por pessoas comuns, envolvidas com a universidade em que estuda, por isso houve uma ligação com o assunto, referente a vida dos estudantes.

4. CONCLUSÕES

Nesse estudo foi possível observar que as novidades na área comunicacional trouxeram notoriedade ao meme, conceito já antigo e utilizado também em outras atmosferas. Também foi possível observar que o aumento de memes deu-se pela presença dos atores na rede, e principalmente, pelas suas participações, sejam elas nos compartilhamentos, curtidas ou comentários, gerando o Capital Social.

Como em tudo na Era Digital, o tempo dos memes não possui definição, mas existem características que podem contribuir para o entendimento de seu sucesso na rede, como o tema citado e público a ser dirigido. O meme faz parte da cultura cibernética, e por isso deve ser analisado como uma ferramenta de propagação de ideias e interação dos usuários da rede, podendo ser utilizadas em diferentes ramificações, como humorísticas ou sociais.

Em pesquisas futuras, indica-se a função dos memes no comportamento social como forma de expressar ideias, principalmente ligados ao ciberjornalismo para a definição de conteúdos jornalísticos e ilustrações de notícias.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. 1976. Disponível em <<http://www.projetovemser.com.br/blog/wpincludes/downloads/Richard%20Dawkins%20-%20O%20Gene%20Ego%EDsta.pdf>>.

FONTANELLA, Fernando. **O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera**. 2009. Disponível em <http://www.abciber.com.br/simposio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/2_entretenimento/eixo2_art18.pdf>. Acesso em 01.08.2016.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de Pesquisa para a Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: ed. 34, 1999.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.