

## **Memes(?) do Facebook: reflexões sobre esse fenômeno de comunicação da cultura ciber**

Humberto da Cunha Alves de SOUZA<sup>1</sup>

### **Resumo**

Este artigo teórico faz uma crítica à analogia da metáfora “meme” cunhada em 1976, pelo evolucionista Richard Dawkins, utilizada nas pesquisas em comunicação, em especial quando o que está em jogo são reflexões sobre os fenômenos de comunicação da cultura ciber. Como contribuições foram utilizadas a crítica de Gustavo Toledo Leal (2013) sobre a obra de Susan Blackmore (1999) e, a Pragmática em Jair Antonio de Oliveira (2006). O caldo da discussão contempla uma perspectiva culturalista importante para o campo, principalmente quando o que se pretende é defender a preservação do seu olhar. Por fim, sugere-se que seja prudente continuar utilizando o termo meme desde que realizados os devidos reparos e, ao final, arrisca-se uma proposta de meme que contempla a discussão do trabalho.

**Palavras-Chave:** Comunicação. Cultura ciber. Memes.

### **Abstract**

This paper criticizes the analogy of metaphor "meme" coined in 1976 by the evolutionist Richard Dawkins, used in research in communication, especially when they are reflections on communication phenomena of cyber culture. As contributions, were used the critical of Gustavo Toledo Leal (2013) on the work of Susan Blackmore (1999) and Pragmatics in Jair Antonio de Oliveira (2006). The bottom line of the discussion includes an important culturalist perspective for Communication, especially when the focus is to defend the preservation of his point of view. Finally, it is suggested that it is prudent to continue using the term meme since made the appropriate repairs and, in the end, it risks a proposal for a meme which includes the discussion of the work.

**Keywords:** Communication. Cyber culture. Memes.

---

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela UFPR. E-mail: hu.souza@gmail.com

## Introdução

Memes são compreendidos como palavras, imagens, fotos, bordões, desenhos, ideias, fragmentos de ideias, sons, gírias, comportamentos, falas, costumes, enfim, partindo da concepção original (que logo mais será criticada nos detalhes) é tudo aquilo que se multiplica a partir da cópia/imitação.

Neste trabalho teórico, o foco está em um tipo específico: os memes do Facebook<sup>2</sup>. Estes memes são geralmente postados nos comentários, em páginas do Facebook como “Dilma Bolada<sup>3</sup>” e “Jesus Manero<sup>4</sup>”, utilizam linguagem imagética e textual combinadas com um tom humorístico. Uns são bem populares já, outros são criados pelos seguidores das páginas e postados nos comentários podendo, ou não, tornar-se também populares. Estes memes do Facebook fazem perceber um tipo específico de comunicação, eivado da cultura própria de seu tempo, neste caso, uma cultura ciber.

A metáfora da “cultura ciber” evoca neste trabalho um prisma culturalista sobre o tecnológico. Entretanto, a cultura ciber não deve ser entendida como a única que vigora ou como apartada. Ela se funde às demais culturas emaranhadas no tecido social e passa a inferir sobre elas, tanto quanto recebe suas inferências. Por isso é que, a discussão entre *online* e *offline*, entre virtual e real, acaba por tirar essa mirada culturalista e transferir à tecnologia o *status* final da cultura. É justamente o que se pretende evitar com este trabalho. Ou seja, a cultura é ciber porque se apropria, também, de aparatos tecnológicos na construção de todo o conjunto complexo de ideias, comportamentos, e práticas sociais característicos de um espaço e tempo específico.

Por isso é que, a partir da cultura ciber, o meme deixa de ser resultado de um evento tecnológico e, pelo menos nesta visão, passa a ser compreendido como expressão, linguagem, fenômeno de comunicação. Neste caminho, Aleise Guimarães Carvalho, Alessandra Magda de Miranda e Dalva Lobão Assis (2012, p. 1) afirmaram que: “O surgimento de um gênero discursivo/textual pode estar relacionado à ocorrência

---

<sup>2</sup> Cf. <<http://www.facebook.com>>.

<sup>3</sup> Cf. <<http://www.facebook.com/dilmabolada>>.

<sup>4</sup> Cf. <<http://www.facebook.com/jesusmanero>>.

de novas motivações sociais, de novas circunstâncias e/ou suportes de comunicação”. Fica difícil, portanto, defender esta ou aquela razão para o surgimento dos memes do Facebook. É dizer que, a combinação entre o suporte – como o Facebook – e as circunstâncias e novas motivações sociais – como o humor ou a intenção em gerar capital social<sup>5</sup> nas redes sociais digitais – sejam todas ou, ainda, outras não apontadas, possíveis caminhos de interpretação do surgimento desse fenômeno. Como o interesse aqui não é cunhar como se deu esse surgimento, segue-se.

Pensando então este tipo específico de meme, o objetivo aqui é questionar a analogia com o termo cunhado Richard Dawkins (2007 [1976]). Para isso: a) utiliza-se da crítica de Gustavo Leal Toledo (2013) sobre a obra de Susan Blackmore (1999), considerada a grande expoente da Memética e da teoria dos Memes e; b) a Pragmática em Oliveira (2006) foi empregada como contribuição teórica para pensar o meme como linguagem em uso e, portanto, como ação intencional no mundo – ou, pelo menos, no espaço da cultura ciber.

É importante trabalhar para intensificar o olhar específico do campo sobre os objetos. Como lembrou Marialva Carlos Barbosa (2014), em Aula Inaugural do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens, da Universidade Tuiuti do Paraná, até mesmo uma camiseta pode ser objeto de estudo da comunicação, o que importa é aplicar sobre ele este olhar. Isto, contudo, não significa restringir o campo das observações e contribuições externas. A comunicação sempre foi um campo interdisciplinar, multidisciplinar ou transdisciplinar (como cada um preferir), quanto a isso não há com o que se preocupar. Mas, como será defendido aqui, a analogia com o termo cunhado em Dawkins não ajuda a intensificar um olhar comunicacional sobre os memes, pelo menos os memes do Facebook. Assim, este trabalho colabora para essa discussão.

Enfim, o propósito desse artigo teórico é provocar a reflexão e defender o meme do Facebook como um fenômeno de comunicação da cultura ciber.

---

<sup>5</sup> De acordo com Recuero (2009) e Zago (2008).

## Sobre a metáfora do “meme”

Em uma rápida pesquisa no site de buscas Google<sup>6</sup>, os resultados relacionados com a palavra-chave “meme” remontam ao termo cunhado em 1976, por Richard Dawkins, no livro “O Gene Egoísta”. Etimologicamente, “meme” vem do grego “mimema” e significa “imitação/algo que é imitado”. O termo foi cunhado em inglês como “meme” por Dawkins, pensando na semelhança com as palavras “gene” e “memória”.

Segundo o site youPIX<sup>7</sup>, Kenyatta Cheese, cocriador do site “*Know Your Meme*”, que funciona como uma enciclopédia de memes na Internet, disse ter sido em um festival de virais promovido pelo centro de pesquisas *Contagious Media*<sup>8</sup>, que o termo de Dawkins foi lembrado pela maioria dos participantes e associado para explicar tudo que se espalhava pela rede.

Para Dawkins, “um ‘meme de ideia’ pode ser definido como uma entidade capaz de ser transmitida de um cérebro para outro”. (DAWKINS, 2007, p. 200). Ou seja, uma “unidade mínima de memória”, “um gene cultural” que se espalha, indivíduo a indivíduo. A construção da metáfora está em sua lógica evolucionista, como se percebe em diversas passagens de seu livro. Dawkins, segundo ele próprio, tenta desviar-se dessa visão centrada nos genes:

O argumento que proporei, que talvez pareça surpreendente provindo do autor dos capítulos anteriores, é que para uma compreensão da evolução do homem moderno devemos começar desprezando o gene como a única base de nossas ideias a respeito de evolução. Sou um darwinista entusiasta, mas acho que o darwinismo é uma teoria grande demais para ser confinada ao contexto limitado do gene. O gene entrará em minha tese como uma analogia, nada mais. (DAWKINS, 2007, p. 195).

Entretanto, ao propor a metáfora do meme, acaba por fazê-la nos mesmos moldes do preposto. Embora quisesse estar distante de todos que pensavam em genes,

---

<sup>6</sup> Cf. <<http://www.google.com.br>>.

<sup>7</sup> Cf. <<http://www.youpix.com.br>>.

<sup>8</sup> Cf. <<http://www.contagiousmedia.org>>.

Dawkins encontrou um replicador para a cultura que, como o próprio gene, se reproduz apesar das consequências. E por isso o chamou de “O Gene Egoísta”.

“Exemplos de memes são melodias, ideias, "slogans", modas do vestuário, maneiras de fazer potes ou de construir arcos.” (DAWKINS, 2007, p. 196). Lembre-se, contudo, que a “maneira de fazer potes ou de construir arcos” já era descrita pelos gregos como *téchne*. E continua:

Se a ideia pegar, pode-se dizer que **ela se propaga, si própria**, espalhando-se de cérebro a cérebro. Como meu colega N. K. Humphrey claramente resumiu uma versão inicial deste capítulo: “. . . **os memes devem ser considerados como estruturas vivas, não apenas metafórica mas tecnicamente.** (DAWKINS, 2007, p. 196, sem grifos no original).

Veja que na analogia com o gene surgem afirmações que causam certo desconforto – ou pelo menos deveriam, nas ciências sociais, em especial na comunicação. Um gene cultural vivo, não apenas metaforicamente, que se auto reproduz a despeito das consequências ou intencionalidade dos sujeitos não estaria, de certa forma, retomando uma visão do interlocutor passivo, do “interlocutor conduíte” da ação desajuizada e em autômato dos memes? É o que parece sugerir Blackmore:

Imagine um mundo cheio de cérebros e muito mais memes do que os que possam encontrar lares. **Os memes estão tentando serem copiados.** Tentando, com aspas, isto é, uma abreviação para “se puderem ser copiados, serão”. **Os memes estão usando vocês e eu como suas máquinas de propagação e cópia, e nós somos as máquinas de memes.**<sup>9</sup> (BLACKMORE, 2008, sem grifos no original).

Por um lado fica evidente a controvérsia entre “se puderem ser copiados, serão” e, “máquinas de propagação e cópia [...] nós somos as máquinas de memes”. Tal controvérsia pode-se dizer, está na intencionalidade. Se naquela os memes dependem da intencionalidade dos sujeitos para serem copiados e propagados, nesta são os sujeitos são os que dependem das intenções dos memes, que parece ser a de auto reprodução.

---

<sup>9</sup> Tradução de: “*Imagine a world full of brains and far more memes than can possibly find homes. The memes are all trying to get copied. Trying, in inverted commas, i.e., the shorthands, that's the shorthand for, if they can get copied, they will. They're using you and me as their propagating, copying machinery, and we are the meme machines.*”

Blackmore, entretanto, defende:

É importante permanecer com esta definição. A memética é muito mal falada, mal compreendida, muito temida. Mas muito desses problemas pode ser evitado lembrando-se da definição. Um meme não equivale a uma ideia. O meme não é uma ideia. Ele não é equivalente a nada, na verdade. Permaneça com a definição. É aquilo que é imitado, ou a informação que é copiada de pessoa para pessoa.<sup>10</sup> (BLACKMORE, 2008).

Parece que, ao causar desconforto, retoma-se a definição inicial que, nem de longe traz essa “intenção ou vontade do meme”. Ficam pelo caminho esses questionamentos levantados. Na definição inicial, o meme não quer ser copiado, ele é ou será. Com isso, uma ideia, uma música, uma frase, uma imagem, um modo particular de andar ou vestir-se – tudo afinal – será um meme desde que copiado de pessoa para pessoa.

Como a definição inicial não é mantida e acrescentam sobre ela a “perspectiva do meme”, tem-se geralmente a confusão. Como avaliou Gustavo Leal Toledo, em sua crítica à memética de Susan Blackmore, “a imagem da memética criada por ela é um dos motivos de má compreensão dessa ciência”. (TOLEDO, 2013, p. 182). Entretanto, parece que nem Toledo está livre de gerar confusão.

Mas o que há de novo é que podemos finalmente falar também do ponto de vista oposto, o ponto de vista dos memes, para os quais os seres humanos e sua capacidade de escolha não são nada além de seu ambiente. Nasce, assim, a chamada *perspectiva-dos-memes* (DENNETT, 1998). A memética trata a cultura não do ponto de vista dos humanos, mas do ponto de vista da própria cultura. Em última instância é isso o que significa **tratar a cultura como uma replicadora por conta própria. Podemos dizer que são os memes que querem ser replicados e não nós que os queremos replicar.** É esse ponto de vista, a do **meme como sujeito**, que a memética nos traz e é essa sua grande inovação. (TOLEDO, 2013, p. 185, sem grifos no original).

---

<sup>10</sup> Tradução de: “*It's important to stick with that definition. The whole science of memetics is much maligned, much misunderstood, much feared. But a lot of these problems can be avoided by remembering the definition. A meme is not equivalent to an idea. It's not an idea. It's not equivalent to anything else, really. Stick with the definition. It's that which is imitated, or information which is copied from person to person*”.

Essa fala de Toledo está parafraseando Blackmore, conforme ele mesmo aponta, mas as de Blackmore geram mais desconforto e, por isso reproduz-se aqui um fragmento:

Em vez de pensar em nossas ideias como nossas próprias criações, e trabalhando para nós, temos que pensar nelas como memes egoístas autônomos, trabalhando apenas para serem copiados. Nós, seres humanos, por causa do nosso poder de imitação, nos tornamos apenas os “hospedeiros” físicos que os memes necessitam para se propagar. É como o mundo se parece, na perspectiva dos memes<sup>11</sup>. (BLACKMORE, 1999, p. 7-8).

Se a Memética propõem pensar as ideias não como nossas criações, ela precisa, no mínimo, desenrolar isso. Talvez seja esse o ponto alto da crítica de Toledo quanto à falta de dados empíricos na obra de Blackmore, embora neste ponto pareça concordar com ela, a despeito de dados empíricos. Como se vê, a autora apenas pede que “pensem dessa forma”.

Tratar os memes como sujeitos, seres que querem ser replicados, implica em retirar do ser humano a intencionalidade de sua comunicação. Em última análise, ainda que se admitisse tratar apenas de uma simples analogia, ela ultrapassa e gera outras questões, inclusive, de ordem filosófica.

Temos assim que vários fatores, principalmente psicológicos, mas também biológicos e até mesmo culturais (meméticos), interferem na probabilidade de um determinado meme ser aprendido, retido na memória e passado posteriormente. Isso influencia diretamente quais memes serão mais comuns — porque são os mais prováveis de serem passados e retidos por outros — e quais serão mais raros. Mas sabemos que memes podem mudar. Não entraremos aqui na questão de se essa mudança é dirigida por um sujeito ou não. O fato é que eles mudam e isso é o suficiente para a memética. Essas mudanças podem torná-los mais ou então menos prováveis de serem copiados e passados. Quanto mais provável de ser imitado, quanto mais adaptado ao seu meio, que é a mente humana, mais comum ele será. E poderá se tornar ainda mais comum se sofrer novas modificações que o tornem ainda mais provável de ser imitado. (TOLEDO, 2013, p. 184).

---

<sup>11</sup> Tradução de: “*Instead of thinking of our ideas as our own creations, and as working for us, we have to think of them as autonomous selfish memes, working only to get themselves copied. We humans, because of our power of imitation, have become just the physical ‘hosts’ needed for the memes to get around. This is how the world from a ‘meme’s eye view’.*”.

Para exemplificar melhor, utilizemos a citação acima e façamos uma analogia com o meme do Facebook. Antes, cabe questionar: se vários fatores como os psicológicos, biológicos e culturais interferem na possibilidade do meme ser apropriado e propagado, como pode o meme, trabalhar ele próprio pela sua propagação? Para os autores os memes se adaptam e não são adaptados.

Tomando agora como exemplo o meme do Facebook – já delimitado na Introdução como aquele de linguagem imagética e textual, de tom humorístico e utilizado nos comentários do Facebook – caso um usuário tenha criado um desses memes, ele provavelmente se utilizou de uma imagem e de um texto para fazer sentido. Além disso, o meme surge com um sentido e uma intenção que pode ser apenas entreter, informar, criticar, “trolar<sup>12</sup>”, entre outros. Assim, têm-se um sentido comum e compartilhado com os outros usuários (nem todos evidentemente) que o usuário deseja propagar via meme com alguma finalidade. Qualquer outro usuário que partilhe da linguagem textual e imagética, e do sentido do meme pode, mediante conhecimento das técnicas, modificar qualquer um desses elementos do meme e gerar um novo meme; ou apenas propaga-lo – levando ainda em consideração que, por mais que não se altere as características textual ou imagética, ao propaga-lo, o usuário pode estar “alterando seu sentido”.

A maioria dos memes de Facebook é produzida a partir de imagens e textos conhecidos na Internet o que torna mais fácil o contágio, apropriação e propagação do meme. Por isso conforme apontou Toledo (2013), quanto mais adaptado ao seu meio mais comum o meme será. Mas ainda que produzido, por exemplo, a partir de uma imagem recém-tirada e não disponível na internet, o meme tem condições de se tornar um “meme de sucesso”. Tudo dependerá do que os usuários encontrarem de relevante nele.

Neste rápido exemplo, é possível identificar várias variáveis para o sucesso do meme: imagem, texto, sentido, domínio das técnicas. Por isso reforço: como um meme poderia dominar tudo isso ao seu favor, para fazer-se relevante? É por isso que, sustentar a ideia de que os memes reproduzem-se a revelia dos seres humanos, não parece ser prudente nessa perspectiva.

---

<sup>12</sup> Trolar é mais uma das metáforas da cultura ciber. Significa dizer “causar tumulto”, “aprontar alguma” e/ou criticar de forma “engraçadona” nas redes sociais.



Para reforçar a confusão, outra fala Toledo logo na sequência:

O sucesso de um meme não se dá a despeito dos seres humanos, e sim por causa deles. Do ponto de vista dos memes, os seres humanos são o ambiente ao qual eles devem se adaptar. Mas do ponto de vista dos seres humanos, escolhemos passar os memes de que mais gostamos. (TOLEDO, 2013, p. 184).

Não é confortável (pelo menos por enquanto) pensar que uma ideia esteja, neste momento, trabalhando para estar adaptada a qualquer novo indivíduo que passe por ela, a não ser que se pense na possibilidade de fazer uma nova analogia, desta vez com um vírus, um organismo vivo, autômato e desajuizado lutando por sua sobrevivência, sem que sequer saiba por qual razão deve continuar vivendo.

“Ele [Dawkins] pegou a palavra grega ‘mimeme’ que significa ‘aquilo que é imitado’. Lembre-se que, essa é a definição central: o que é imitado. E abreviou-a para meme, só porque soava bem e fazia um bom meme, um que efetivamente se espalhou<sup>13</sup>” – lembrou Blackmore (2008). Ora, Dawkins adaptou o conceito para torna-lo útil e fácil de espalhar, ou o meme hospedou Dawkins e fez dele sua máquina de reprodução? Aí está revelada a intenção do sujeito (Dawkins) o usar o meme “meme”.

Em um último exemplo, para não estender aqui, Toledo diz que:

Publicitários sabem disso [*que replicamos comportamento das pessoas que gostamos*] há muito tempo e utilizam essa informação para espalhar seus memes, ou melhor, os memes que eles são pagos para espalhar, colocando pessoas, normalmente artistas de que as pessoas gostam, para vender produtos, mesmo que esses produtos não tenham absolutamente relação nenhuma com tais artistas. (TOLEDO, 2013, p. 191).

Para manter a linha dos questionamentos desenvolvidos aqui: seria possível dizer, na perspectiva dos memes, que eles atuam de modo a criar artistas para ter hospedeiros mais queridos? Será que os memes atuam sobre os laços sociais<sup>14</sup> para

---

<sup>13</sup> Tradução de: “he took the Greek word “mimeme,” which means that which is imitated. Remember that, that’s the core definition: that which is imitated. And abbreviated it to meme, just because it sounds good and made a good meme, an effective spreading meme”.

<sup>14</sup> De acordo com Recuero (2009).

umentar sua taxa de replicação/propagação? Os memes usam os publicitários ou os publicitários usam os memes?

Afinal, este é um ponto que a memética precisa resolver antes de prosseguirmos sob suas asas. Não basta simplesmente dizer que são a mesma coisa, pois não são. Como disse Toledo (2013, p. 192): “só o fato de que existem duas explicações diferentes [*para um mesmo exemplo de Blackmore*] já é o suficiente para perceber a necessidade de mais pesquisas”. E, não é apenas a falta de dados empíricos que prejudica a aceitação da memética, mas, também o determinismo que se realiza ao enfrentar os exemplos com o darwinismo universal. Todas essas questões, que geram controvérsias, compõe o contexto do meme e, ignorá-las "foi o problema central da análise de Blackmore". (TOLEDO, 2013, p. 183).

Parece tão pouco prudente para as ciências sociais, em especial a comunicação, fazer uso dessa analogia sem seus devidos reparos. Se ainda hoje, há dificuldade no desentranhamento do “objeto comunicacional”, tal qual afirmou José Luiz Braga (2007, p. 3), utilizar essa analogia “biologizante” poderá ser mais um obstáculo nesse processo. Basta lembrar o exemplo de Marialva Barbosa no início do artigo: a camiseta como objeto da comunicação.

E, se por um lado Blackmore não ajuda no desentranhamento do objeto da memética, por outro a crítica de Toledo também não resolve essas questões - e não que este fosse o objetivo do autor. Mas ambas, contudo, deixam claro que a memética - por tudo que foi explorado aqui - não é a mais adequada analogia para alguns memes, em especial, os memes do Facebook, principalmente quando tomado como um fenômeno de comunicação da cultura ciber. A analogia pode até servir em tal ponto, mas na condição de ciências sociais aplicadas, temos o dever de desenvolvê-la sob nossos olhares.

### **Meme do Facebook: Fenômeno de comunicação da cultura ciber**

Feitas as considerações anteriores a respeito da metáfora do meme, deve-se esclarecer ainda que o objetivo não foi destruir a metáfora (até porque nada ainda se tem para propor no lugar), mas desconstruí-la dentro da ideia proposta em Derrida (1973

apud OLIVEIRA, 2006, p. 5), a saber: “colocar sob suspeita não é destruir, mas estar atento ao uso do termo”. Revelam-se assim as camadas de ideologia e/ou limitações presentes em qualquer metáfora, neste caso, as raízes “biologizantes” da metáfora meme que não corroboram com nosso olhar comunicativo dos fenômenos. Estas raízes serão descartadas, pois:

Diante das limitações atuais para a recuperação do mundo sensível dos interlocutores, torna-se necessário “limpar” o terreno das metáforas que convencionam e naturalizam esquemas de ação com os computadores em moldes de uma realidade fundamental, isto é: desconsideram o fato de que o mundo da técnica é feito de arranjos arbitrários e artificiais. (OLIVEIRA, 2006, p. 2).

Faz-se necessário, então, demonstrar o tipo de meme que trata este trabalho. Abaixo estão reproduzidos alguns exemplares dos memes do Facebook, coletados dos comentários da página “Jesus Manero” no Facebook, selecionados entre as postagens de janeiro de 2014.

Figura 01 – Memes do Facebook



Fonte: Google (2014)

Estes memes possuem linguagem imagética e textual combinadas dando suporte ao sentido que se deseja e/ou está sendo produzido e compartilhado. Como dito, alguns deles são mais conhecidos, porém nada impede que qualquer usuário possa “criar” um novo meme e posta-lo na rede.

Embora os memes da figura acima (Figura 01) tenham sido coletados entre todas as postagens do mês de janeiro de 2014, é possível dizer que eles podem ser usados juntos em outra postagem qualquer, inclusive em outra página, se assim intentarem os usuários da rede. Abaixo um exemplo de uma postagem na página “Dilma Bolada” que os memes acima poderiam ser usados.

Figura 02 – Postagem na página “Dilma Bolada”

The image is a screenshot of a Facebook post from the page "Dilma Bolada". The post features a black and white photograph of a woman, presumably Dilma Rousseff, standing on a beach. The text of the post reads: "Dilma Bolada É uma sereia? Não. É Anfítrite? Não. É a Presidenta do Brasil encantando a todos com sua beleza, charme e desenvoltura nos mares da Bahia... ÉTA PRESIDENTA ENCANTADORA!!! Brasil, país rico é país com Presidenta rainha dos 7 mares. #RainhaDaNação #DivaDoPovo #SoberanaDasAméricas #DilmasaDoVerão #RainhaDaÁguas #PresidentaPopozuda #Divando — em Ilha dos Frades. Curtir · Comentar · Compartilhar · 4 de janeiro". The post is part of an album titled "Simplesmente Dilma!". To the right of the post, there are several advertisements, including one for "O Teatro Mágico", "Vanessa da Mata", "Dinho Ouro Preto", "Tiago Iorc", "Viagem pagando pouco!", "Cursos de Gestão ESPM", and "Profissional em Facebook?".

Fonte: Página “Dilma Bolada” no Facebook (2014)

Dizer que os memes (Figura 01) poderiam ser usados todos juntos num mesmo contexto (Figura 02), é dizer que há toda uma gama de expressão e interpretação possível no uso desses memes. Isto equivale a dizer que os memes são linguagens, que

numa análise ampla de seu uso revelam a intenção do usuário.

Jair Antonio de Oliveira (2006) discutiu a intencionalidade dos usuários na comunicação na Internet. Neste trabalho o autor lembrou que os usos linguísticos são comportamentos motivados por intenções:

É preciso considerar que os usos da linguagem são comportamentos sociais e culturais que possuem motivos. Portanto, usar a linguagem é sempre solicitar uma pergunta do tipo: com que fins? Destina-se a quê? Como? Por quê? Neste aspecto, os enunciados não são apenas instâncias articuladoras da vontade individual, mas também refletem a atmosfera social valorativa em que pessoas estão inseridas. Embora a intenção esteja relacionada a um motivo, ou melhor, a um continuum de motivos, não se trata de uma simples relação causa x efeito, o que reduziria a intencionalidade a um processo mecânico de retorno a um estímulo de qualquer natureza. (OLIVEIRA, 2006, p. 3).

É possível usar a linguagem até mesmo para comunicar. E, se há intenção no uso da linguagem, quando ela é usada para a comunicação pode-se dizer que há intenção na própria comunicação. Linguagem é ação, “Dizer é Fazer!” para a Pragmática – o ramo da linguística que investiga a linguagem no contexto de seu uso na comunicação. A Pragmática está preocupada com a linguagem em uso e com a performatividade da linguagem. (OLIVEIRA, 2013).

A performatividade pura implica a presença de um vivente, e de um vivente que fale uma única vez, em seu nome, na primeira pessoa. De maneira, ao mesmo tempo espontânea, intencional, livre e insubstituível. A performatividade exclui, portanto, em princípio, em seu momento próprio, qualquer tecnicidade maquinal. (DERRIDA, 2004, p. 38 apud OLIVEIRA, 2006, p. 5).

A performatividade da linguagem – capacidade da linguagem de realizar ações quando enunciada – é um ato único, humano e social, dito uma única vez, nada pré-estabelecida. É por isso que, confrontada com a Pragmática a teoria dos memes causa desconforto. A tecnicidade maquinal exclui, portanto, performatividade e intenção dos usos linguísticos, dos fenômenos de comunicação, dos memes. Por isso, defendeu-se anteriormente que não pode um meme ter a intenção de se reproduzir, já que intenção é um comportamento humano.

A lógica da máquina, sustentada pela calculabilidade e repetição, só tenciona nos moldes das teorias que circunscrevem a pragmática (os usos da linguagem) a esquemas regidos por regras determinísticas, onde a prática da linguagem é previsível e regrada. As falhas, os tropeços, as singularidades são considerados elementos acidentais e quase sempre fatais para essas concepções. O vírus no sistema, por exemplo, causa tensão ao desestruturar a intenção marcada por regras heurísticas, e contamina a previsibilidade programada. Os processos biológicos do corpo humano também se ressentem pela contaminação do celular, mas os desdobramentos de tais acontecimentos nem sempre são reguláveis ou previsíveis. (OLIVEIRA, 2006, p. 5).

Essa lógica da máquina está atada em regras previsíveis e determinísticas, isto é: “Se isso, então aquilo”. É evidente que essa “linguagem” para a máquina irá evoluir e incorporar um número maior de regras em sua programação, de tal modo que, em dado momento ela será “exatamente igual” à linguagem humana. E isso já vem ocorrendo. Em agosto de 2013, provocados por Walter Benjamin e sua obra “O autor como produtor”, discutíamos em aula sobre a capacidade de uma programação em computador postar algo pelo usuário em redes sociais digitais, que fosse confundido como genuinamente dele. (MARQUIONI, 2013). Como exemplo, o aplicativo “*What woul I say?*”<sup>15</sup> reordena fragmentos das postagens e comentários públicos dos usuários do Facebook e gera novas frases que o usuário pode ou não postar em seu perfil. E, embora grande parte do conteúdo seja “*nonsense*”, algumas vezes as frases são assustadoramente perfeitas.

Vejo que todos os esfiapados que, como eu, sentem sua construção identitária meio bamba, também foram atacados por isso em alguma medida — conta o autor de “Ramerrão” (7Letras). — Pouco a pouco, o bot começou a se elevar do material originário e a propor construções que eu jamais alcançaria sozinho. De repente, passei a exercer uma função meramente curatorial diante do meu bot. Aquele aplicativo conseguia ir muito mais longe do que a minha mente subjetiva e criadora/criativa. (TORRES, 2013).

---

<sup>15</sup> Cf. <<http://what-would-i-say.com/>>.

Ora, embora no exemplo a lógica da máquina tenha realizado uma perfeita imitação da linguagem humana ela continua sujeita à “programação” dos viventes<sup>16</sup>, o que, neste caso, foi feito antes pelo histórico de postagens e comentários públicos do usuário e, depois, continua na “curadoria” do que foi gerado pelo aplicativo. Dessa forma, a lógica da linguagem para a máquina não estará inteiramente “livre” do seu *status* “maquinal”, se lembradas as “falhas, tropeços e/ou singularidades” de um vivente. Tampouco, do performativo que pode ser realizado no ato de fala, condição exclusiva como defendeu Derrida (2004, p. 38 *apud* OLIVEIRA, 2006, p. 5)<sup>17</sup>.

Pensar é (in) tencionar, portanto, ação vinculada às condições existenciais concretas dos seres humanos. Não há uma intencionalidade pré-social, uma vontade a-histórica instilada em indivíduos agindo de acordo com desejos metafísicos. A intenção é sempre o desejo de alterar estados mentais do sujeito ou estados de coisas da realidade. Em outras palavras, a noção de intenção se apóia [*sic*] nas leis do comportamento humano. (OLIVEIRA, 2006, p. 2).

Oliveira também alertou para que não se caia num fundacionismo que a perspectiva da Pragmática rechaça, qual seja: a intenção não é uma condição interior do sujeito, ela não está pré-determinada, é meramente uma palavra usada para justificar um comportamento, um “processo ativo e singular de responder às condições objetivas e psicológicas dos vários eventos em que participam no mundo”. Ou seja, a intenção é realizada com o próprio ato. (OLIVEIRA, 2006, p. 3).

Portanto, estes memes do Facebook são aqui compreendidos como a “materialização” de uma ação que é comunicativa<sup>18</sup>. Eles são algo muito maior do que apenas o conjunto de imagens e/ou textos, eles são a ação dos usuários no Facebook que, entre toda a gama de possibilidades, podem escolher entre republicar, participar da corrente do meme, informar, entreter, fazer rir, criticar, “trolar”. Isto é, o meme não encontra um campo fértil para se reproduzir, ao contrário, ele é um dos campos férteis

---

<sup>16</sup> Vivente é uma metáfora da Pragmática para referir-se ao indivíduo, sujeito que usa a linguagem. Optou-se por utilizá-la aqui apenas para tentar manter, o máximo possível, fidelidade à perspectiva pragmática.

<sup>17</sup> É bem verdade que, na perspectiva crítica deste trabalho, o conceito de Derrida também necessitaria ser tencionado para averiguar se, da sua expansão, seria possível interpretar que não necessariamente o vivente precisa falar “em seu nome, na primeira pessoa”. Dentro do jogo de linguagens o vivente pode executar ações não apenas para si, muitas das vezes. Enfim, fica apenas a provocação.

<sup>18</sup> Não se quer, com esta expressão, dizer o mesmo que Habermas (1984) em sua “ação comunicativa”, uma ação que busca o entendimento mútuo. Aqui, a ação é comunicativa “apenas”, sem juízo de valor, ou seja, se ela busca entendimento, se é boa, se má, se desfaz laços, se os refaz.

para a mente humana. E, por tudo isso, o meme do Facebook é um acontecimento – que inclusive requer contínua observação –, um fenômeno de comunicação, próprio de um vivente da cultura que é ciber.

## Considerações finais

A metáfora do meme, cunhada e usada desde Dawkins foi muito rapidamente apropriada pelo “mundo dos negócios”. Em geral, entusiastas da tecnologia e gurus das mídias sociais fizeram da própria metáfora o que poderia ser chamado de um meme de sucesso, isto é, nos moldes de Dawkins, aquilo que conseguiu ser tão bem imitado e perdurar no tempo. Eles se esqueceram, contudo, de “memetizar” também uma perspectiva crítica.

Tal qual avaliou Alex Primo (2013), o terreno movediço de metáforas que inauguram o “novo”, que trazem a promessa da emancipação do passado, do “tudo está resolvido agora com essa nova metáfora”, deveria causar preocupação na comunidade acadêmica. Ao contrário, em alguns casos a metáfora “biologizante” de Dawkins foi adotada integralmente.

Há que se cuidar, portanto, para que a comparação de Dawkins entre meme e gene não “naturalize<sup>19</sup>” um fenômeno comunicativo, esquecendo-se que ele é social e cultural e, portanto, uma construção. De modo que se tentou desconstruir a metáfora e revelar suas limitações para o olhar do campo da comunicação. Pois, se por um lado a comunicação é uma ciência receptiva, por outro ela jamais deve se esquecer de preservar seu olhar. É a forma como olhamos os fenômenos do mundo que caracteriza a especificidade e relevância de nossa ciência.

Embora este trabalho não tenha tocado no assunto, também há que se ter cuidado com a taxonomia proposta em Dawkins. Talvez fosse mais adequado falar em contágio, apropriação e propagação dos memes, em vez de longevidade, fecundidade e fidelidade, como o autor propôs. A capacidade de gerar cópias não necessariamente justifica a relevância de um meme, mas sim, pode ser uma simples característica dele;

---

<sup>19</sup> A expressão foi bem lembrada pela Profa. Dra. Joana Paulin Romanowski (PPG Educação/PUC-PR), em banca de defesa de mestrado, como um alerta para as ciências sociais.



isto é: pensando social e culturalmente, o que importa é a capacidade de gerar sentido e não cópias, o que é diferente.

Na tentativa de ousar neste final, embora arriscado, mas confiante da compreensão, propõe-se um meme nos mesmos moldes dos memes do Facebook. Juju, personagem do programa humorístico de televisão Zorra Total<sup>20</sup>, da Rede Globo, após dançar para seu marido Jajá lançava o seu bordão que, pensando na crítica deste trabalho, cai muito bem aqui: “Me possua!”.

Figura 03 – Meme “Me Possua!”



Fonte: O Autor (2014)

Embora a ideia de desconstrução trazida neste trabalho não requeira necessariamente a destruição ou a substituição das metáforas, propõe-se continuar utilizando a metáfora meme, contudo, tomando-a como um “fenômeno de comunicação”. Tentando, se for o caso, desviar o foco de sua natureza biologizante; quando necessário, alertar e assentar a crítica sobre isso. Se servir de justificativa, uma das opções para continuar usando a metáfora meme é para classificar tudo aquilo que se espalha rapidamente nas redes sociais digitais por imitação/compartilhamento. Entretanto, cumpre também pontuar: como muito do que emerge na cultura ciber se

<sup>20</sup> Cf. <<http://youtu.be/NGptyWH74cQ>>.

transforma ou acaba, pode ser que, em breve, uma nova metáfora apareça. Sobre isto também é preciso estar atento.

## Referências

BARBOSA, Marialva Carlos. Aula Inaugural - Sistema midiático brasileiro: multidão e expressão de uma arena política. 20 fev. 2014. 1 p. Notas de Aula.

BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. In: GT EPISTEMOLOGIA DA COMUNICAÇÃO DA COMPOS, 2007, Curitiba. **Anais...** Curitiba: UTP, 2007.

BLACKMORE, Susan. **Memes and "temes"**. 2008. [Vídeo]. Disponível em: <[http://www.ted.com/talks/susan\\_blackmore\\_on\\_memes\\_and\\_temes](http://www.ted.com/talks/susan_blackmore_on_memes_and_temes)>. Acesso em: 14 jan. 2014.

\_\_\_\_\_. **The meme machine**. Oxford: Oxford University Press, 1999.

CARVALHO, Aleise; MIRANDA, Alessandra; ASSIS, Dalva. MEMES DO FACEBOOK: UMA ANÁLISE DAS MÁXIMAS CONVERSACIONAIS. In: XXVI Jornada Nacional do Grupo de Estudos Linguísticos do Nordeste - GELNE, 2012, Natal - RN. **Anais da Jornada do Grupo de Estudos Linguísticos do Nordeste, 04 a 07 de setembro de 2012**. Natal: RN/BSE-CCHLA, 2012.

CORDIOLI, Aristides Volpato. **TOC: Manual de terapia cognitivo-comportamental para o transtorno obsessivo-compulsivo**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2014. Cap. 2.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta [1976]**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria da ação comunicativa**. São Paulo: Moraes, 1984.

OLIVEIRA, Jair Antonio. **A In-tenção na internet**. 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-jair-intencao-internet.pdf>>. Acesso em: 18 dez. 2013.

\_\_\_\_\_. **A pragmática da comunicação organizacional**. 2013. Disponível em: <[http://compos.org.br/data/biblioteca\\_2032.pdf](http://compos.org.br/data/biblioteca_2032.pdf)>. Acesso em: 20 dez. 2013.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. **Aula 06 - materialidades da cultura ciber (Parte 2: corpo, software e robotização)**. 08 nov. 2013. 1 p. Notas de Aula.

PRIMO, Alex. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In: PRIMO, Alex. **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013. cap. 1, p.13-32.

TOLEDO, Gustavo Leal. **Uma crítica à memética de Susan Blackmore**. Revista de Filosofia Aurora. Curitiba, v. 25, n. 36, p. 179-195, jan./jun. 2013. Disponível em: <<http://www2.pucpr.br/reol/index.php/RF?dd1=7770&dd99=view>>. Acesso em: 01 jan. 2014.

TORRES, Bolívar. **Literatura do acaso**: as experiências com o bot 'What would I say?'. 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/blogs/prosa/posts/2013/12/14/literatura-do-acaso-as-experiencias-com-bot-what-would-say-518117.asp>>. Acesso em: 20/01/2014.

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

ZAGO, Gabriela. **Usos sociais do Twitter**: proposta de tipologia a partir do capital social – trabalho apresentado no Regiocon – novembro de 2008, Pelotas, RS. Disponível em: <<http://jandre.wikispaces.com/file/view/RG3P4.pdf>>. Acesso em: 28/01/2014.