
CULTURA EM MOVIMENTO: INTERAÇÕES CULTURAIS NA INTERNET ATRAVÉS DOS MEMES¹

Alice Melo XAVIER²;
Diovana VIEIRA³;
Celestino JOANGUETE³.

Departamento de Comunicação
Universidade Federal de Santa Maria

RESUMO

O cenário digital permite que indivíduos participem de trocas culturais tanto de esferas públicas quanto privadas, de modo que os conteúdos circulem e ganhem novas referências e usos. A partir dos memes, que são conteúdos multimodais permeados por intertextualidades, fazemos uma reflexão sobre as dinâmicas de comunicação entre comunidades que podem ser percebidas a partir da circulação dos memes.

PALAVRAS-CHAVE: Conectividade Social; Dinâmicas de Rede; *Fandom*; Conteúdo; Taxonomia Memética.

INTRODUÇÃO

Na sociedade contemporânea a conectividade faz parte constante de nossas vidas, seja no trabalho, estudo, entretenimento, entre outras questões. Por isso, observar as formas com as quais as trocas de conteúdo ocorrem é deveras importante, pois os assuntos presentes nas redes sociais oferecem pautas para as conversas *offline* e o que acontece no ambiente físico também é comunicado no ambiente virtual, de modo que ambos são intrinsecamente associados.

A rapidez destas interações está ligada aos dispositivos móveis, que propiciam portabilidade e presença constante, sendo os *smartphones* um dispositivo que permite acesso constante à internet e, conseqüentemente, ao conhecimento e à comunicação em tempo real (Kenski, 2018). Deste modo, a produção de conteúdo é deveras facilitada, principalmente em comparação com os últimos dez anos, já que as evoluções

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Tecnicidades e Culturas Urbanas, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universidade Federal de Santa Maria, bacharel em Publicidade e Propaganda. Email: alice.melo@acad.ufsm.br .

³ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universidade Federal de Santa Maria, bacharel em Relações Públicas. Email: diovana.vieira@acad.ufsm.br.

³ Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho, professor visitante no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universidade Federal de Santa Maria. Email: celestino.joanguete@ufsm.br

tecnológicas permitem que os usuários produzam e compartilhem conteúdo em tempo real, o que modificou o cenário social e cultural.

A cultura pode ser pensada como “a parte do ambiente que é feita pelo homem” (Santaella, 2003b, p. 31), englobando não apenas artefatos materiais, mas também o conjunto de significados, valores, e práticas sociais que os indivíduos criam e compartilham. Nesse sentido, Santaella (2003b) argumenta que a cultura não é estática, mas dinâmica, evoluindo de acordo com as interações humanas com a tecnologia e as mídias.

Reconhecemos movimentos que ocorrem tanto na esfera social compartilhada quanto a existência de grupos sociais que compartilham os mesmos interesses e que os indivíduos dentro de suas particularidades apresentam gostos distintos, podemos observar o que Johnson (2010) entende como culturas públicas e privadas. O autor coloca como público a camada cultural na qual todos os indivíduos apresentam livre acesso para interação e como cultura privada aquela cultura que fica mais restrita aos grupos de interesse, podendo ser acessada a partir de um olhar mais atento para a comunidade em questão.

A partir dos memes, isto é, conteúdos multimodais que apresentam mensagens intertextuais, observamos uma das inúmeras formas pelas quais os conteúdos podem circular na esfera digital. Existem inúmeras maneiras pelas quais as movimentações *online* ocorrem, mas neste trabalho em específico o foco de nosso olhar se faz a partir da ótica de interação entre culturas públicas e privadas que vem de Johnson (2010) amparado pela teoria de *fandoms* de Jenkins, Green e Ford (2015) e a taxonomia memética de Recuero (2007), sugerindo um possível circuito pelo qual memes completos ou bases meméticas saem de grupos privados para a esfera pública e vice-versa. Os memes foram escolhidos como objeto de observação visto sua pertinência no cenário brasileiro, por ser um formato constante no cotidiano e que exerce um forte fator de expressão das ideias de seus indivíduos.

COMUNIDADES VIRTUAIS

Atualmente, a Internet e as mídias sociais permitem que uma série de fenômenos, como as interações sociais, ocorram mediadas por tecnologias, de maneira

que os fluxos comunicacionais se tornam mais rápidos e alcançam mais indivíduos. Kenski (2018) reconhece a existência de uma cultura digital, caracterizada pela crescente integração de dispositivos e tecnologias digitais nas atividades cotidianas, de forma que transforma radicalmente a forma como as pessoas se comunicam, acessam e integram informações. Ainda, a autora ressalta que essa conectividade não apenas modifica comportamentos, mas também reconfigura relações sociais, educativas, de lazer e profissionais, ao possibilitar um fluxo contínuo de informações e a participação ativa dos usuários no ambiente digital.

Deste modo, os usuários de Internet, ao não estarem mais limitados a questões de presença física, podendo participar de grupos e trocas sobre múltiplos interesses de maneira concomitante, aponta Recuero (2009). Nesse sentido, propomos uma reflexão sobre trocas de conteúdo cultural entre a esfera pública e os chamados *fandoms* nas plataformas de redes sociais, utilizando o conteúdo de memes como forma de observar e exemplificar as diferenças entre cultura pública e privada propostas por Johnson (2010).

Em primeiro lugar, precisamos estabelecer que as relações sociais entre os seres humanos ocorrem desde os primórdios da humanidade, a partir das trocas humanas, sendo as plataformas ou sites de redes sociais “os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet” (Recuero, 2009, p. 102). Deste modo, a autora coloca que estes espaços permitem que os indivíduos se mostrem de maneiras diferentes e individuais, vejam as colocações públicas de outros atores sociais e que interajam a partir destes espaços, mas que as redes sociais fora da Internet ainda persistem.

A partir das interações, muitas vezes iniciadas por interesses semelhantes, sejam eles entretenimento, saúde, trabalho, notícias ou outras questões, vão se criando comunidades mediadas por Internet, a partir da criação de laços sociais de modo que as comunidades virtuais criadas a partir de interesses em comum permitem a formação de grupos coesos (Recuero, 2009). Na obra “Cultura da Convergência” Henry Jenkins fala sobre as trocas ocorridas nas comunidades de fãs, mais conhecidas pelo termo *fandom* como um agrupamento com “sentimento de camaradagem e solidariedade com outros que compartilham os mesmos interesses” (Jenkins, 2006, p. 425). Essas trocas permitem momentos ricos e que podem acontecer momentaneamente com pessoas de características diferentes, mas que apresentam um interesse comum naquele instante,

sendo que um mesmo indivíduo pode participar de diversos fandoms ou grupos menos estruturados, de modo a acompanhar e/ou inserir-se em diversas trocas.

Ainda, um mesmo indivíduo pode ser mais ativo em algumas circunstâncias ou *fandoms* ao mesmo tempo em que pode adotar uma participação periférica (Jenkins; Green; Ford, 2015), isto é, uma postura de observação dos processos, escolhendo mais tarde participar ou não de maneira mais ativa das trocas, mas ainda sendo uma parte importante nestes processos por atuar como um espectador, que gera capital social para os membros mais ativos. Isto ocorre porque os usuários não aderem de maneira permanente a nenhum desses papéis (Jenkins; Green; Ford, 2015), podendo trocar de posição ou até mesmo se retirar completamente de um grupo por diversos motivos, de acordo com o que estão confortáveis e tem interesse de desempenhar.

A partir destas interações e da motivação pelo qual o grupo se originou, existem conteúdos que podem ter diferentes graus de entendimento fora da esfera de discussões do grupo. Utilizaremos o meme⁴, isso é, mensagens insistentemente produzidas e divulgadas através das plataformas de redes sociais, que se utilizam de multimodalidade e intertextualidade para levar uma mensagem como modo de exemplificar as trocas que podem ocorrer entre as formas de cultura pública e privada (Barreto, 2021). O Museu de Memes, projeto ligado a Universidade Fluminense, tem um papel importante na pesquisa científica da temática no Brasil, rastreando as origens e guardando o acervo de memes brasileiros, que podem ser revisitados sob diversas óticas.

FORMAS DE CULTURA E MEMES

Conforme estabelece Johnson (2010, p. 29) às formas públicas de cultura apresentam um maior alcance, uma maior importância geral, de maneira que percorrem “de forma bastante livre, toda a superfície social”. Já as formas de cultura privadas não são exclusivamente fechadas, em um sentido individual, mas sim relacionadas a grupos específicos e suas vivências, de modo que “não pretendem definir o mundo para aquelas pessoas que estão situadas em outros grupos sociais” (Johnson, 2010, p. 31).

⁴ O termo meme foi criado pelo biólogo evolucionista Richard Dawkins, em 1976. A palavra foi citada no livro "O Gene Egoísta", no qual, segundo o autor, representava uma nova forma de gene do cérebro que poderia se propagar por réplicas para sobreviver, de modo que o meme se refere a replicadores culturais.

Desse modo, podemos colocar que culturas públicas são mais acessíveis e interessam a diversos grupos sociais por sua amplitude de temas e culturas privadas se direcionam a interesses de grupos específicos. Todavia, os aspectos culturais públicos e privados não estão isolados um do outro, pelo contrário, pois atuam em circuitos que de certa forma alimenta ambas as esferas mutuamente. Como explica Johnson (2010):

Existe uma circulação real de formas. A produção cultural frequentemente envolve publicação — o tornar público formas privadas. Por outro lado, os textos públicos são consumidos ou lidos privadamente. (Johnson, 2010, p. 34).

A partir destas colocações, gostaríamos de relacionar neste recorte como os grupos privados, no caso os *fandoms* criados em plataformas de redes sociais, se apropriam de pautas públicas, discutindo-as e criando conteúdos, neste caso os memes, para dar sua visão sobre um tema. Reconhecemos que estes memes, criados em muitos casos com recursos imagéticos em uma esfera privada, mas como forma de falar de um assunto público que seja de interesse de uma comunidade, de alguma forma entrando novamente em circulação da esfera pública e sendo compartilhado amplamente, atingido outros públicos. Ao expandir a mensagem, outros públicos que não fazem parte do *fandom* de onde o meme se originou, mas que ainda assim conseguem captar partes da mensagem podem utilizar um meme em sua comunicação, mesmo não captando sua totalidade.

Muitos memes se utilizam de aporte de um conteúdo de *fandom*, como o exemplo de aportes de imagens de séries e desenhos animados, criados em uma comunidade vinculados a uma mensagem sobre o conteúdo original ou fazendo uma colocação com algum conteúdo público, muitas vezes por meio de ironia sobre o assunto. A ironia, coloca Barreto (2021) é uma forma de falar sobre um tema que muitas vezes não está ao alcance de resolução do usuário do meme, mas que de certa forma o tira da passividade sobre o assunto, dando a entender sua opinião sobre o tema:

Assim é a produção dos memes, assim é a motivação inicial do agente memeficador: ele reconhece o absurdo ou o ridículo de certas opiniões, situações e, por meio da ironia, busca influenciar os demais sintetizando todo esse discurso através do meme (Barreto, 2021, p. 16).

Seguindo as proposições de Recuero (2007) sobre a longevidade, fecundidade, fidelidade e alcance do conteúdo memético, podemos entender melhor sua circulação

pelos esferas públicas e privadas. A longevidade, segundo a autora, remete a sua existência no tempo, podendo ser o que coloca como persistente, quando o meme permanece em processo constante de replicação e pode ser reativado mesmo após uma baixa demanda ou volátil, quando o meme se multiplica rapidamente e é esquecido ou modificado, se tornando um novo meme. Já quanto a fecundidade, Recuero (2007) coloca que os memes podem ser entendidos como epidêmicos, quando se estabelecem rapidamente em várias redes, gerando mutações que coexistem com o conteúdo original ou fecundos, quando ficam mais restritos a grupos menores, ficando mais retidos a suas circunstâncias originais.

Já a característica fidelidade se refere ao “reconhecimento do padrão do meme, com a retenção das características originais” (Recuero, 2007, p. 24), de modo que quanto menor a variação do conteúdo original, mais fidedigna é a cópia. Neste sentido, a autora reconhece três variações possíveis em sua taxonomia, sendo elas o meme replicador, que se refere a uma variação reduzida, com alta fidelidade ao conteúdo original. Já o conteúdo metamórfico se distingue por sua alta capacidade de mutação e recombinação, sendo assim totalmente alterado e reinterpretado quando passa adiante. Por fim, os conteúdos miméticos se diferem por apresentarem uma estrutura facilmente referenciável, enquanto são passíveis de personalização e recombinação (Recuero, 2007).

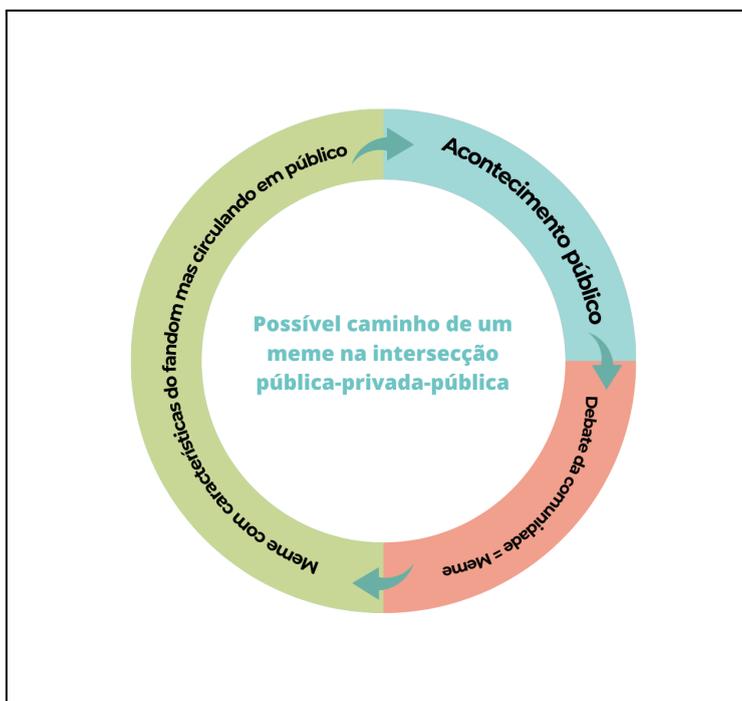
Quanto ao alcance, sendo este caracterizado por até onde o conteúdo memético chega por via das plataformas de redes sociais digitais, Recuero (2007) reconhece duas formas de alcance. A primeira delas se caracteriza pelos memes de alcance global, que alcançam pessoas que não estão necessariamente nos mesmos grupos, de forma que seu rastreamento é deveras difícil, motivado por seu amplo alcance. Já os locais “são memes que são propagados por pessoas que estão mais próximas e que interagem com mais frequência” (Recuero, 2007, p. 27), de modo que suas trocas ocorrem mais frequentemente em grupos de interesse.

Como estabelecido por Jenkins, Green e Ford (2015), os usuários podem participar de diversos grupos de maneira simultânea, de modo que podem levar um meme de um grupo para outro, de modo que este conteúdo ganha uma circularidade maior, chegando a esferas longe de sua origem, mas ainda assim entendido quando sua mensagem está ligada a uma referência pública em comum. Desse modo, podemos

colocar que os memes são “textos multimodais dotados de ironia e intertextualidades, sob diversos temas, situações, categorias, objetos ou afins – do mundo que vivenciamos” (Barreto, 2021, p. 8).

A partir das proposições teóricas aqui expostas, refletimos que na circulação dos memes, estes conteúdos podem ser remodelados em novas mensagens, ganhando novos significados que destoam de sua concepção original, mas que utilizam suas bases, por muitas vezes imagéticas, de modo que existem várias e aplicações diversas de um mesmo meme. Deste modo, reconhecemos que uma possibilidade de circulação possível vem de uma ideia que começou em uma forma de cultura pública, que em casos pode se referir a referências que somente quem está no fandom reconhece em sua totalidade, pode alçar a esfera pública de maneira remodelada. Ou ainda, que algo público pode ser levado para a cultura privada de um *fandom*, adaptando-se a sua esfera e temas abordados, conforme a imagem abaixo:

Figura 1- Um possível caminho de circulação do meme entre culturas públicas e privadas.



Fonte: Autores (2024)

A imagem composta de maneira circular busca refletir o movimento contínuo que acontece na sociedade. Estas trocas de conteúdo ocorrem a todo instante, visto que um feed de uma plataforma, por exemplo, mostra conteúdos variados a partir das preferências dos indivíduos, que também são múltiplas. Os fatos cotidianos se misturam nas trocas, de forma que o meme, com sua intertextualidade, é capaz de despertar o interesse pelo que é desconhecido aos indivíduos quando entram em contato com seu conteúdo, de forma que motiva a busca por acontecimentos sociais. Este círculo pode ocorrer diversas vezes no nosso dia a dia, se conectando a outros, de forma que a discussão de um assunto vai se mostrando possível.

Como dito anteriormente, o conteúdo memético se prolifera principalmente em virtude das plataformas de redes sociais, nas quais o brasileiro passa grande parte do dia. Os dados da We Are Social (2024) revelam que os brasileiros passam uma média de 10 horas por dia conectados à internet, destacando o país como um dos líderes em consumo digital. Dentro desse tempo, 3 horas e 49 minutos são dedicados exclusivamente ao uso de plataformas de redes sociais, evidenciando a importância dessas plataformas no cotidiano (We Are Social, 2024).

Os memes, portanto, desempenham um papel central na interação social cotidiana e na formação de comunidades digitais, atuando como uma linguagem cultural comum que fortalece os laços entre os indivíduos que os compreendem e compartilham. Conforme reconhece Campos (2023), ao circularem dentro de grupos específicos, os memes criam um senso de pertencimento, pois o reconhecimento mútuo das referências contidas neles promove a coesão social. No entanto, essa dinâmica também pode ser excludente para aqueles que não dominam o repertório de memes, destacando o papel do capital cultural na inclusão ou exclusão em ambientes sociais online.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As questões de culturas mediadas pela Internet e suas plataformas de redes sociais são deveras complexas, mas são uma parte importante dos processos atuais. Os memes, embora muitas vezes somente atrelados ao humor e a ironia, oferecem uma importante visão sobre a sociedade e suas visões em um período de tempo, sendo produtos culturais públicos ou privados, relacionados ou não a *fandoms* específicos, que oferecem vastas

possibilidades de entendimento sobre assuntos ou períodos de tempo específicos, de modo que refletem as opiniões de muitos a partir do humor e de seus usos.

As formas de circulação destes produtos culturais são deveras complexas, mediadas na maioria dos casos da atualidade por meio das tecnologias, utilizando os espaços fornecidos pelas plataformas de redes sociais. Mas ressaltamos que as interações ocorrem não somente em virtude desses aparatos tecnológicos, mas sim a partir dos pontos de vista dos seres humanos e suas relações, que escolhem utilizar ou não certos memes, seja de maneira pública ou mais privada dentro de comunidades, como uma maneira de expressão. Deste modo, este trabalho buscou refletir sobre como os memes podem ser utilizados para observar questões culturais e as vivências de comunidades mediadas por plataformas de redes sociais, de modo a entender as diferenças entre cultura pública e cultura privada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Carlos Henrique da Costa. **Cultura de Memeficação na Internet**: um estudo com o site Museu de Memes sobre a influência da pandemia na comunicação. Monografia (Trabalho Final de Graduação) – Curso de Publicidade e Propaganda, Universidade Franciscana (UFN). Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2021.

CAMPOS, Alyce Cardoso. **Os significados do consumo cultural de memes da internet**: um estudo sobre a identidade e a distinção de seus consumidores. 2023. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2023.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta** (1976). São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006

JENKINS, Henry; GREEN, Tom Joshua e FORD, Sam. **Cultura da conexão**. São Paulo: Aleph, 2015.

JOHNSON, Richard. **O que é, afinal, Estudos Culturais?** In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org.) **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

KENSKI, Vani Moreira. **Verbetes Cultura Digital. Dicionário Crítico de Educação e Tecnologias e de educação a distância**. Campinas: Editora Papirus, 2018. Disponível em: https://www.academia.edu/43844286/Verbetes_CULTURA_DIGITAL. Acesso em 03 out. 2024.

MUSEU DE MEMES. Acervo. 2024. **Museu de Memes**, Universidade Fluminense, 2011. Disponível em <https://museudememes.com.br/>. Acesso em 08 jun. 2024.

RECUERO, Raquel da Cunha. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. Conexões nas Redes Midiáticas. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 32, p. 23-31, abr. 2007.

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

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**: Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003b.

WE ARE SOCIAL. Digital 2024: Brazil. **DataReportal**, 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso 04 out. 2024.