

Reflexões sobre a semiosfera lóttmaniana a partir do videoclipe *Felizes eram os golfinhos*¹

Jorge Ribeiro dos Santos Filho²
Universidade Federal do Ceará – UFC

Resumo

Este trabalho propõe analisar o videoclipe *Felizes eram os golfinhos*, do artista Edgar, a partir de seu vínculo com a estética do meme. Incorporando conceitos da semiótica da cultura, como a ideia de “núcleo” e “periferia”, iremos localizar a utilização do meme na obra em questão como forma contra-hegemônica de reflexão sobre a história recente brasileira. Além disso, a partir de autores como Thiago Soares, Norval Baitello Junior, Marco Antônio Nascimento e Tássia Aguiar de Souza, organizamos algumas considerações sobre a origem do meme, entendendo-o como um artefato pertencente à cultura pop, e sua atual dinâmica na era iconomaníaca das redes sociais e do dilúvio imagético.

Palavras-chave: meme; semiosfera; videoclipe; cultura pop

O povoamento dos espaços humanos pelas imagens visuais nos acompanha desde a pré-história, com a narração do cotidiano dos nossos antepassados através dos desenhos feitos nas cavernas, passando pelos diversos movimentos artísticos da humanidade, até a era digital. Atualmente, na era das redes sociais, podemos dizer que nunca na história humana se criou tanta imagem quanto hoje. A facilidade com a qual se cria – câmeras dos *smartphones* –, se recria – aplicativos de edição – e se compartilha imagens – nas redes sociais, na nuvem... – no nosso mundo contemporâneo é gigante, ainda mais agora com o advento dos *softwares* geradores de imagem que utilizam I.A. (Inteligência Artificial) e que invadiram nosso cotidiano, abrindo debates que circulem os mais diversos âmbitos da sociedade, com entusiastas de um lado e pessoas contrárias do outro, além, é claro, de alguns totalmente alheios às implicações que esses *softwares* sugerem para já ou para o futuro.

As imagens hoje possuem um caráter quase que de independência quando pensamos sua articulação no nosso cotidiano, e com o advento desses *softwares* generativos alcança-se um grau de reprodutibilidade técnica espantoso no que diz respeito à condição de quase automação da produção das imagens e de

¹ Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFC (PPGCOM-UFC), E-mail: jorge.filho.1000@gmail.com.

autogerenciamento desses mesmos *softwares*. A ingerência do ser humano sobre a imagem, portanto, já foi ultrapassada pela ingerência desta sobre aquele. (...) “O mundo da cultura possui esta característica: criar seres que atuam sobre seus criadores” (Baitello Jr., 2014, p. 47 e 48).

Sob o prisma da imagem, dessa forma, estamos nós vivendo a era de um progressivo dilúvio imagético sem precedentes, que não concede horizontes com qualquer expectativa de desaceleração acerca de como lidamos com a imagem. Vivemos interpelados pelos retângulos, sejam eles as telas do cinema, da TV, do computador, do celular, do *feed* das redes sociais, das câmeras dos nossos celulares, dos *stories* etc. Pensando numa ideia de culto à imagem ou de uma “iconomania”, Baitello diagnostica que:

Comparada com a produção das imagens artísticas, a quantidade de imagens produzidas pelos media contemporâneos (cinema, jornais e revistas, televisão, acrescidos de potentes novos meios de conservação e distribuição como vídeo, CD, DVD, Internet, www, Youtube, blogs e fotoblogs) talvez somente possa ser designada como oceânica: não é possível nem ao menos quantificá-la, nem mesmo por estimativa. Nada mais evidente, portanto, que vivemos em um ambiente iconomaniaco. (Baitello Jr. *apud* Nascimento, 2022, p. 43).

Nessa nova conjuntura que as redes sociais nos propõem, com o poder massivo do compartilhamento e da progressiva facilidade ao acesso à internet, o público tem alcançado um nível de participação na cultura nunca antes construído dentro da história da indústria da comunicação. As novas dinâmicas que vão sendo instauradas e consolidadas deflagram uma efervescência comunicativa que chega a níveis cavaleares, quase escatológicos, quando pensamos nas possibilidades de engajamento que o público tem à sua disposição, transformando todos nós em potenciais produtores de conteúdo passíveis de nos tornarmos *hit*, *pop*, “*brat*”. A lógica midiática pela qual estamos sendo atravessados, portanto, reivindica uma convergência entre o “real” e “virtual”, “unidos de forma a que o cotidiano passa a ser um duplo em que fazemos ações e (mais uma vez) fazemos ações: ações reais, ações virtuais - que se agenciam, se interpenetram (...)” (Soares, 2014, p. 3).

Dentro dessa seara das imagens atreladas às redes sociais, temos o famigerado “meme”, termo relacionado aos conteúdos virais que circulam de forma acelerada na internet, sendo em sua maioria das vezes imagens estáticas e/ou vídeos. Hoje já existem vários e vários perfis de redes sociais especializados e focados apenas nesse tipo de conteúdo. O termo meme, na verdade, foi criado muito antes da era digital, lá nos idos anos 70, a partir do zoólogo Richard Dawkins, quando ele tentou convergir os conceitos de replicação genética aos conceitos de replicação cultural. Dessa forma, a palavra meme – intencionalmente escolhida para lembrar a palavra “gene” – sintetiza a ideia de artifícios culturais que se reproduzem ao longo do tempo na cultura humana.

Exemplos de memes são melodias, ideias, "slogans", modas do vestuário, maneiras de fazer potes ou de construir arcos. Da mesma forma como os genes se propagam no "fundo" pulando de corpo para corpo através dos espermatozoides ou dos óvulos, da mesma maneira os memes propagam-se no "fundo" de memes pulando de cérebro para cérebro por meio de um processo que pode ser chamado, no sentido amplo, de imitação. (Dawkins, 2007, p. 152).

O conceito no qual o termo meme foi concebido por Dawkins foi mixado junto à proposta de sites como www.memepool.com, originado em 1998 por Joshua Schachter, que compartilhavam *links* que levavam a itens que misturavam notícias, diários e irreverência, e que eram acompanhados de comentários sarcásticos sobre os assuntos. O meme, como conceito apresentado pelo zoólogo, dessa forma, encontrou no ambiente digital um habitat receptivo, fomentador e metamorfoseante para a sua consolidação enquanto o artefato que hoje conhecemos.

O exercício de pensar a genealogia do meme nos possibilita catalogá-lo como um artefato pertencente a uma ordem caracterizável, dotada de pormenores que corroboram para uma leitura estética possível. Tal qual os gêneros visuais da história da comunicação e da arte, como a fotografia (artística, fotojornalismo, retratos etc.), a *charge*, o cinema, a pintura, os quadrinhos, enfim, o meme também é dotado de particularidades que o gerenciam dentro de uma lógica de produção e de fruição, sendo possível dessa forma cogitá-lo como pertencente à ordem dos gêneros visuais e/ou

mediáticos. Dentro dessa lógica podemos estender o meme também como um artefato aderente à cultura pop.

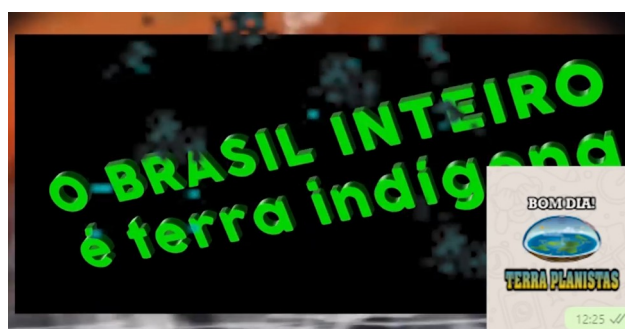
Atribuímos cultura pop ao conjunto de práticas, experiências e produtos norteados pela lógica midiática, que tem como gênese o entretenimento; se ancora, em grande parte, a partir de modos de produção ligados às indústrias da cultura (música, televisão, editorial, entre outras) e estabelece formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante. (Soares, 2014, p. 2).

Dotado de uma efervescência estética e discursiva intrinsecamente atrelada a sua natureza metamórfica, o meme pode ser utilizado como objeto de transmissão cultural das mais diversas formas, sob os mais diversos contextos e interesses, por exemplo. A partir das reflexões dos textos de Yuri Lózman acerca da sua semiótica da cultura, Jerusa Pires Ferreira (1994, p. 117) comenta que “o âmbito da cultura é o teatro de uma batalha ininterrupta de tênues desencontros e conflitos de toda ordem, lutando-se pelo monopólio da informação”, sendo o meme um artefato que também pode ser condensador de discursos dentro do campo da cultura. Ainda sobre esse embate, Lózman nos propõe o conceito de semiosfera, onde ele delimita um espaço no qual as diversas formas de cultura e linguagens, sejam elas confluentes ou antagônicas, estão disponíveis para o acesso, para a combinação, recombinação e tensões. Dentro do sistema da semiosfera existem dois conceitos que são fundamentais para o entendimento de sua configuração; são eles, o “núcleo” e a “periferia”. Tássia Aguiar de Souza (2017, p. 7), dissertando sobre o conceito de Lózman, nos diz que “a cultura situada no núcleo desse sistema representa aquela de maior influência e controle sobre as demais manifestações, enquanto que a cultura periférica desenvolve-se às margens do sistema, mas sempre em contato com o centro hegemônico (...)”.

A partir daqui, iremos nos aprofundar no conceito apresentado acima, especificamente no uso do meme dentro do videoclipe *Felizes eram os golfinhos*, do artista musical Edgar. A forma com a qual a obra assimila o meme nos proporciona algumas reflexões acerca de sua estética enquanto gênero visual e também como uma forma político-estética de tradução da história recente brasileira, observação que,

veremos adiante, nos permitirá fazer a leitura do uso do meme na obra em questão como um artefato posicionado na periferia da semiosfera, tendo a mídia hegemônica como núcleo desta. Antes de iniciarmos a análise, é necessário darmos uma breve fala sobre o videoclipe *Felizes eram os golfinhos* em termos de quantidade de informação imagética que a obra expõe. O *modus operandi* desse videoclipe é o de utilizar-se do excesso de imagens, vídeos e *gifs* para a composição de sua *mise-en-scène* enquanto obra audiovisual. A análise de todas as “cenas” apresentadas no videoclipe seria impossível em termos de sugestibilidade interpretativa e da freneticidade com a qual elas aparecem. Sendo assim, a análise propriamente dita que iremos expor neste trabalho se debruça apenas sobre dois frames do videoclipe, os quais julgamos facilitadores em expor nossa perspectiva conceitual.

Figura 1: Introdução de *Felizes eram os golfinhos*



Fonte: Reprodução/YouTube

Um dos frames sobre os quais iremos nos debruçar já surge quase de imediato na introdução do videoclipe, que é iniciado com um conglomerado de imagens e *gifs* nos quais os dizeres “O Brasil inteiro é terra indígena” e a figurinha de WhatsApp são os grandes destaques (Figura 1). Como nos lembra Jandaíra França (2016, p. 60), “os memes são apropriações temáticas que vão desde o humor sobre amenidades até assuntos como política e economia, e que têm, na maioria das vezes, mensagens de compreensão fácil e rápida”, e aqui neste frame já temos contato com a dimensão política que é incorporada através da estética digital do meme (imagens geralmente

simples, intencionalmente ridículas e cômicas). Nos idos de 2018, avançou no debate público a tese do marco temporal sobre as demarcações de terras indígenas, proposta patrocinada pelos setores ruralistas brasileiros e que objetivava basicamente limitar a demarcação de terras dos povos originários. Lançado em 2019, o videoclipe já no seu início retoma o discurso que se popularizou nas camadas progressistas da sociedade no ano anterior, quando o debate acerca do marco temporal foi midiaticizado. Já a segunda imagem, uma figurinha de WhatsApp com os dizeres “Bom dia terraplanistas”, ironiza esse grupo que tem sido motivo de chacota nos meios de comunicação a partir de *reacts* de YouTube, páginas de memes, mídia hegemônica etc. A confluência estético-contextual das duas imagens nos oferece uma possibilidade de leitura daquele momento brasileiro, mais ainda quando lembramos como o governo do ex-presidente Jair Bolsonaro (2019-2022) se relacionava com a ciência, tendo publicamente personagens anti-ciência capilarizados dentro de sua administração. Esse frame, expondo ao mesmo tempo tanto o contexto indigenista quanto o conteúdo referente aos terraplanistas, que cresciam na época, estabelece um vislumbre do estado de coisas que se instaurou no Brasil a partir de 2013. A utilização dessas duas imagens aparentemente desconexas adquire, portanto, um poder de síntese de uma história recente brasileira a partir de uma estética e uma difusão muito diferentes das utilizadas pela mídia hegemônica enquanto conteúdo jornalístico e informativo. Essa dinâmica comunicativa entre meme e mídia hegemônica pode ser vista a partir do contexto semiótico de Lótmán, no qual poderíamos posicionar o meme dentro de uma ideia de periferia da semiosfera, enquanto enxergaríamos a mídia hegemônica como situada próxima ao seu núcleo.

A semiosfera não é uma formação estável, mas extremamente dinâmica. As linguagens e os textos culturais se encontram em constante diálogo, se multiplicando e disputando o lugar central. (...) os processos que ocorrem na periferia (próximos à fronteira) da semiosfera são mais dinâmicos e os que acontecem no centro (núcleo) são estáveis. (Américo, 2017, p. 11).

Ou seja, as formas hegemônicas (matérias jornalísticas, livros, noticiários *online* e/ou em TV aberta etc.) com as quais a história recente do Brasil é costumeiramente disseminada nas mídias comunicacionais pertencem a uma configuração convencional

de se contar uma notícia, um fato histórico, um acontecimento político etc., estando congruentes, dessa forma, à ideia de núcleo da semiosfera no sentido lóttmaniano. De outro lado, o meme e sua estética, quando são utilizados para estabelecer uma comunicação política e informativa como é o caso defendido aqui, se posicionam na localidade da periferia da semiosfera, próximo à fronteira, local onde acontece a maior efervescência de troca signica e onde acontecem também as traduções signicas. O próprio meme expõe esse processo de tradução quando, apropriado de sua estética *kitsch*, intencionalmente grotesca e bem humorada, articula elementos jornalísticos e de disseminação de notícias e/ou eventos históricos, conteúdo muito mais vinculado à estética sisuda e austera do jornalismo convencional.

Figura 2: Frame do videoclipe *Felizes eram os golfinhos*



Fonte: Reprodução/YouTube

Avançando a mais um frame do videoclipe (Figura 2), temos a clara referência às tragédias de Mariana (2015) e Brumadinho (2019), ambas protagonizadas pela empresa mineradora Vale, que já foi uma estatal brasileira, mas acabou sendo privatizada no ano de 1997 pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso. Em ambas as tragédias as conclusões a que chegaram foi de que a empresa foi negligente quanto ao aparato de segurança necessário para conter os rejeitos de minério ali comportados. Na imagem, vemos a logo da empresa alterada com sangue a escorrer, além de um ponto de interrogação atrelado ao nome da empresa: “Vale?”. O fundo preto adiciona à imagem um caráter dramático e, além disso, vemos a imagem de uma cobra comendo o próprio rabo participando do fundo da imagem. Essa cobra faz referência ao

Ouroboros, uma serpente vinculada a várias mitologias e que, no ato de alimentar-se de si mesma, representa a renovação, a destruição e a ressurreição, também atrelada à ideia nietzschiana do “eterno retorno”. Mesmo com uso de imagens pixeladas, de baixa qualidade e sem refinamentos, o discurso das sobreposições se estabelece como contundente e reitera a proposta estético-conceitual do frame analisado anteriormente. Inclusive, com a ligação dos dois frames, nos vem à cabeça a possibilidade de vermos nas duas imagens uma convergência entre o que o videoclipe nos comunica e uma das teses de Walter Benjamin sobre o conceito de história. Há como concebemos, senão o videoclipe inteiro, os fragmentos que nos chegam aqui como algo que o anjo da história benjaminiano vê no quadro de Paul Klee:

Onde nós vemos uma cadeia de acontecimentos, ele vê uma catástrofe única, que acumula incansavelmente ruína sobre ruína e as dispersa a nossos pés. Ele gostaria de deter-se para acordar os mortos e juntar os fragmentos. Mas uma tempestade sopra do paraíso e prende-se em suas asas com tanta força que ele não pode mais fechá-las. Essa tempestade o impele irresistivelmente para o futuro, ao qual ele vira as costas, enquanto o amontoado de ruínas cresce até o céu. Essa tempestade é o que chamamos progresso. (Benjamin, 2020, p. 118 e 119).

A exposição da barbárie pelos filtros da estética do meme não deixa de ser relevante como é também a cobertura jornalística e aprofundada sobre essas tragédias citadas. A existência de uma não cancela a outra, criando uma relação dialética na qual ambas são contaminadas uma pela outra. “Na realidade da semiosfera, (...) se viola a hierarquia das linguagens e dos textos: estes se chocam como linguagens e textos que se encontram em um mesmo nível” (Lótman *apud* Souza, 2017, p. 8). Um exemplo dessa dialética foi feito recentemente pelo perfil oficial do Banco Central do Brasil no Instagram, onde usou-se um meme como forma de entrar no debate acerca das apostas esportivas e cassinos *online*, assunto que está atualmente em voga no país.

Figura 3: Imagem veiculada pelo perfil oficial do Banco Central do Brasil em sua página do Instagram



Fonte: Reprodução/Instagram

O meme, portanto, também está intrinsecamente ligado ao seu tempo e aberto à reflexão sobre o passado, como qualquer outra manifestação cultural. Num vislumbre contracultural, esse gênero midiático confronta as bases hegemônicas tanto pelo viés estético quanto discursivo. Aproveitando de nossa atual condição enquanto sociedade iconomaniaca, o meme se estabelece como um veículo comunicativo do qual a hegemonia da comunicação não pode mais se dar ao luxo de evitar ou esquivar-se, tendo então que em alguns casos assimilá-lo ao seu corpo, como é o caso do exemplo da Figura 3. Em mais umas palavras de Benjamin:

[...] não há, portanto, nenhuma formação de linguagem, obra literária ou filosófica que não seja trespassada pela história, em particular, pela história de sua transmissão; como tampouco pode existir uma história humana verdadeira que não seja objeto de reelaboração e transformação pela linguagem (Benjamin, *apud* Santaella; Ribeiro *apud* Souza 2017, p. 11).

Referências

AMÉRICO, E. V. **O conceito de fronteira na semiótica de Iúri Lotman**. Bakhtiniana. Revista de Estudos do Discurso, [S. l.], v. 12, n. 1, p. Port. 5–20 / Eng. 6, 2017. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/bakhtiniana/article/view/26361>. Acesso em: 8 set. 2024.

BAITELLO JR. Norval. **A era da iconofagia: reflexões sobre a imagem, comunicação, mídia e cultura**. 1ª. ed. São Paulo: Paulus, 2014.

BENJAMIN, Walter. **Sobre o conceito de história**: edição crítica/organização: e tradução Adalberto, [notas] Márcio Seligmann-Silva. - 1º ed. São Paulo. Editora Alameda, 2020.

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

FERREIRA, Jerusa Pires. **Cultura é memória**. Revista USP, São Paulo, Brasil, n. 24, p. 114–120, 1995. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/27032>. Acesso em: 8 set. 2024.

NASCIMENTO, Marco Antônio. **A notícia na era da devoração da imagem**. 1. ed. Jundiaí: Paco, 2022.

Revista da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência. **Mariana**. São Paulo, v. 68, n. 3, p. 60, jul/ago/set. 2016. Disponível em: <https://sbpcacervodigital.org.br/server/api/core/bitstreams/ff1d4585-84c6-4f5c-8ced-7d7428ce13e5/content>. Acesso em: 8 set. 2024.

SOARES, Thiago. **Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop**. Logos, [S. l.], v. 2, n. 24, 2014. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/logos/article/view/14155>. Acesso em: 8 set. 2024.

XL CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 40, 2017, Curitiba. **Memes e Contracultura: a reconfiguração de narrativas hegemônicas na semiosfera**. São Paulo: Intercom, 2017. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2472-1.pdf>. Acesso em: 8 set. 2024.