

O Meme de Internet Enquanto Objeto Transmídia¹

Luca Meier Giacaglia²
Dr. João Carlos Massarolo³
Universidade Federal de São Carlos - UFSCar

RESUMO

O presente trabalho visa analisar *memes* de internet enquanto objetos transmidiáticos. A partir de noções de cibercultura (LÉVY, 2010) e transmídia (JENKINS, 2009), discute-se o *meme* de internet enquanto meio de expressão característico da cultura digital, refletindo intenções discursivas e narrativas de seus autores. Desenvolve-se uma análise teórico-empírica visto a evidenciar tais pontos dentro da composição estética-cultural dos *memes*, utilizando de objetos exemplos para ilustrar os argumentos. A análise é realizada sob lentes comerciais e políticas. Conclui-se que o *meme* pode ser caracterizado como um objeto transmidiático, em especial ao propagar narrativas políticas.

PALAVRAS-CHAVE

Memés; Transmídia; Linguagem; Cultura da Convergência; Cibercultura.

1. Introdução

O *meme* de internet, como definido pelo dicionário online Merriam-Webster é “um ítem interessante ou divertido (como uma imagem ou vídeo legendado), ou gênero de ítems, que é amplamente espalhado online, especialmente através de mídias sociais”⁴. Um conceito ou ideia propagada de forma orgânica, rápida e intensa por usuários, de maneira “*viral*”. Entretanto, crê-se importante distinguir o *meme de facto* de um objeto simplesmente *viral*. Para Ben Huh (2010), da rede de sites especializados em *memes*, *Cheezburger Network*, em entrevista para o site *Huffpost*: “A definição de *meme* requer o envolvimento de terceiros - pessoas ou estão transmitindo o vídeo, ou editando, ou

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos audiovisuais, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

² Estudante do Segundo Semestre de Pós-Graduação em Imagem e Som da UFSCar. email: luca.giacaglia@gmail.com.

³ Professor Doutor do programa do PPGIS, da UFSCar. email: massarolo.joao@gmail.com.

⁴ No original “an amusing or interesting item (such as a captioned picture or video) or genre of items that is spread widely online especially through social media”. Tradução livre. Disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/meme>>; Acesso em 28/02/2025.

remixando ele elas mesmas. [...] Até alguém se envolver, tecnicamente não é um *meme*, e sim um vídeo viral.” (2010)⁵

Em seu ensaio sobre a cultura da convergência, Jenkins (2009), descreve o caso de “Beto é do Mal” (p.27), onde um estudante, com objetivo humorístico, cria uma montagem do personagem “Beto” do programa infantil *Sesame Street* (1969) ao lado do notório terrorista Osama Bin Laden. A imagem é eventualmente utilizada em passeatas de sentimento anti-americano em todo o Oriente Médio. Uma foto ou imagem da personagem Beto ou de Osama Bin Laden por si só, caso tivessem grande repercussão online, seriam apenas *virais*. Entretanto, a imagem repercutida, criada com intenção cômica, sendo uma montagem das duas figuras juntas, é um *remix* e portanto, um *meme*. A partir do momento que outros internautas começam a criar suas próprias versões, com outros personagens e outras figuras notórias, em resposta à repercussão da primeira imagem, têm-se o *remix* da ideia em si, e esta passa a ser o *meme*.

2. Análise

Ainda em seu ensaio “Cultura da Convergência” (2009), Jenkins faz a relação entre três conceitos: A convergência dos meios de comunicação, a cultura participativa e a inteligência coletiva, como características do “transmídia”. Se aplicarmos esses conceitos aos *memes* de internet, é possível entendê-los como tal. Ao descrever a convergência dos meios de comunicação, por exemplo, Jenkins se refere novamente ao caso “Beto é do Mal”, onde diz:

Pense nos circuitos através dos quais as imagens de Beto é do Mal viajaram - da *Vila Sésamo* ao Photoshop, e à rede mundial de computadores, do quarto de Ignacio a uma gráfica em Bangladesh, dos pôsteres empunhados por manifestantes anti-americanos e capturados pela CNN às salas das pessoas ao redor do mundo. Parte da circulação dependeu de estratégias empresariais, [...]. Parte da circulação dependeu da tática de apropriação popular, seja na América do Norte ou no Oriente Médio. (JENKINS, H. “Cultura da Convergência”, 2009, pg.29).

Neste sentido, podemos entender que o aspecto *viral* de um *meme* pode extrapolar não somente o virtual, mas também sua forma (de montagem para cartaz, camisetas e pôsteres). A própria narrativa criada pelo *meme* passa a ser apropriada e novamente ressignificada

⁵ No original: “If you’re by yourself, you can’t make a meme. The definition of a meme requires that third parties get involved—people are either transmitting the video, or editing it and remixing it themselves. Someone gets involved in it. Until other people get involved, it’s technically not a meme, it’s a viral video”. Tradução livre. Disponível em: <https://www.huffpost.com/entry/ben-huh-stars-as-a-lolcat_n_756498>. Acesso em 17/02/2025.

(remixada). Referente à cultura participativa, Jenkins comenta: “Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras” (pg.30). A ideia expressada aqui é de que, consumidores de uma certa mídia, franquia ou propriedade intelectual passam a ter um papel participativo muito maior nestes universos, seja como influenciadores, seja se apropriando de aspectos, personagens e narrativas para criar seu próprio conteúdo. Neste sentido, é possível inclusive enxergar o *meme* como uma espécie de *fanfiction*, narrativa ficcional criada por fãs. Entretanto, ao invés de uma linha narrativa estruturada, a iconografia da personagem, imagem, cena ou aspecto ligado à mídia em questão é utilizada para a expressão de uma ideia. Mesmo que de forma involuntária, a imagem “Beto é do Mal” pode ser vista como *fanfiction*, um encontro humorístico entre duas personagens contrastantes.

Um exemplo do *meme* enquanto cultura participativa pode ser visto no *meme* conhecido como “*Spider-Man Pointing at Spider-Man*”. De acordo com o site especializado na documentação de *memes*, “Know Your Meme”, a imagem original vem de um *still* da série de animação dos anos 60 (episódio 19b, “*Double Identity*”). Seu primeiro uso foi em 2011, mas o formato só ganhou notoriedade por volta de 2017 na rede social X (então Twitter).

Com sua popularidade, o *meme* foi re-apropriado pela empresa detentora da personagem “Homem-Aranha”, Marvel, ao ser incorporado no material promocional dos filmes *Spider-Man: No Way Home* (2021), onde o *meme* é recriado pelos três atores que interpretaram a personagem no formato *live-action* e também nos filmes *Spider-Man: Into the Spider-Verse* (2018), onde, dentro da narrativa, a interação é feita com a personagem do Homem-Aranha da série de 1967, originária do *meme* e *Spider-Man: Across the Spider-Verse* (2023), onde parece recriar não o *meme* original, mas sim fazer referência à foto promocional do filme de 2021. Assim, temos uma recriação de uma referência a um *meme*. Ou seja, neste exemplo, vemos um *meme* que é criado a partir da apropriação de uma propriedade intelectual por usuários de internet, que com sua popularidade é re-apropriado e incorporado no cânone da personagem, referenciando a si mesmo.

Já em relação à inteligência coletiva, Jenkins elabora que a “produção coletiva de significados, na cultura popular, está começando a mudar o funcionamento das religiões, da educação, do direito, da política, da publicidade e mesmo do setor militar” (pg.30). Ou seja, o consumo de mídias pós-convergência de meios de comunicação e o aspecto participativo das

comunidades online possibilitam a ressignificação de símbolos através de um movimento coletivo. Um exemplo deste aspecto de inteligência coletiva pode ser encontrado no *meme* “Pepe the Frog”.

Novamente de acordo com o site “Know Your Meme”, originalmente um personagem criado por Matt Furie para a história em quadrinhos “Boy’s Club” (2005), o *meme* de grande repercussão, eventualmente foi classificado pela ADL⁶ como um símbolo de ódio. Oren Segal (2016)⁷ em artigo publicado tanto no The Guardian quanto no site da ADL, compara o *meme* à *swastika*, ambos símbolos cuja conotação original é deturpada e apropriada por grupos extremistas e passam a ter novo significado. Transcendendo o virtual, o *meme* passa a ser uma forma de identificação entre estes grupos extremistas inclusive em cenários reais⁸ inferindo a ele novos significantes e significados (SAUSSURE, 2012).

Como é possível observar por estudos como os realizados por Fielitz e Marcks (2019), Askanius e Keller (2021), Strick (2022), Halversen (2023), Burgos (2023) e Mihăilescu (2024), além de ensaios jornalísticos como reportados pela Vice (2021)⁹ e por Joan Donovan para o MIT Technology Review (2019), existe uma relação direta entre o *meme* de internet e a propagação de ideologias políticas *online*, especialmente de movimentos de extrema-direita. Tais fatos podem nos levar a entender o *meme* também como ferramenta de propagação de pensamentos e ideologias, muitas vezes veladas. Um exemplo pode ser encontrado em páginas de propagação de pensamento anticientífico, como “flatearthofficial”¹⁰ na rede social Instagram, que promove a crença na “terra plana”.

3. Conclusão

Como demonstrado, através da convergência de meios de comunicação tradicionais e digitais, que podem ajudar na criação e na propagação de meios de expressão com qualidade *viral* através de diferentes formas de mídia; a participação coletiva de consumidores,

⁶ *Anti-Defamation League*, Liga Anti-Difamação em tradução livre, é uma organização não-governamental baseada em Nova Iorque cujo objetivo é o combate ao antissemitismo.

⁷ “Pepe the Frog: Yes, a Harmless Cartoon Can Become an Alt-Right Mascot”. Disponível em: <<https://www.adl.org/resources/news/pepe-frog-yes-harmless-cartoon-can-become-alt-right-mascot>>. Acesso em 28/02/2025.

⁸ Em um exemplo, a imagem de “Pepe” na forma de adesivo é usada para tentar instaurar medo dentro de universidades, como visto em <<https://oglobo.globo.com/epoca/simbolo-da-direita-radical-americana-sapo-pepe-surge-em-universidade-s-brasileiras-23674678>>. Acesso em 28/02/2025.

⁹ “How the Far-Right Weaponised Memes”. Disponível em: <<https://www.vice.com/en/article/how-the-far-right-weaponised-memes/>>. Acesso em: 19/02/2025.

¹⁰ Disponível em: <<https://www.instagram.com/flaearthofficial>>. Acesso em: 28/02/2025.

produtores, criadores e grandes empresas na criação de novas narrativas; e o papel do formato memético na ressignificação de ícones (sejam estes personagens, imagens, cenários ou aspectos de uma franquia, personalidade ou propriedade intelectual), cuja popularidade pode afetar (positivamente ou negativamente) a propriedade intelectual ou figura original apropriada; é possível entender o *meme* enquanto objeto transmidiático.

Entretanto, como observado em estudos citados, além dos exemplos “Beto é do Mal”, “Pepe the Frog” e os *memes* da página “Flatearthofficial”, explorados neste estudo, casos cujas repercussões tornam-se de natureza política, é interessante notar que estas narrativas criadas, *remixadas*, propagadas, ressignificadas e manipuladas nem sempre se referem exclusivamente à franquias ficcionais de cultura pop como Marvel e Star Wars. É completamente possível que o termo referente à “narrativas” em “narrativas transmídias” signifique, quando se fala destes meios de expressão de origem cibercultural, uma narrativa política e/ou de certa corrente ideológica e filosófica e/ou que envolva eventos e figuras reais.

A narrativa transmídia é usada, no mercado de entretenimento, para denominar a expansão de um universo mitológico ou franquia através de diferentes tipos de mídia. Idealmente, formando uma narrativa coesa e interligada, que pode ser explorada de diversas formas por seus consumidores. Neste sentido cru e mercadológico, o *meme* de fato não se caracteriza como objeto transmídia. Mesmo que incorporado em seu cânone (como no caso explorado em “*Spider-Man Pointing at Spider-Man*”), geralmente se faz na forma de uma referência, não como expansão deste cânone. É só quando há a participação de fãs, apropriando-se destas narrativas e *remixando-as*, seja na forma de *fanfics*, seja na forma de exploração não-canônica ou oficial dessas mitologias, que o *meme* pode ser visto como objeto transmídia.

Entretanto, quando se leva em consideração a narrativa de cunho ideológico, mesmo que ficcional, usando de deboche e tom irônico para propagar folclores, o *meme*, principalmente em seu caráter político, parece ter grande apelo transmidiático. Assim, temos um símbolo ou ícone ressignificado por um grupo com intenções de expressão ideológica, que passa a ser aceito como uma verdade por uma parcela da população, contando muitas vezes com a participação de mídias tradicionais em sua propagação.

REFERÊNCIAS

ASKANIUS, T., KELLER, N. Murder fantasies in memes: fascist aesthetics of death threats and the banalization of white supremacist violence. In: **Taylor and Francis Group**. 2021.

Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2021.1974517>.
Acesso em: 19 de fevereiro de 2025.

BOSKER, B. **Ben Huh Stars As A Lolcat, Talks Twitter, Memes, And Going Viral (PICTURE)**. HUFFPOST. 2010. Disponível em: https://www.huffpost.com/entry/ben-huh-stars-as-a-lolcat_n_756498. Acesso em: 17 de fevereiro de 2025.

BURGOS, R. S. **Bolsonarismo como revolta infamiliar: a estética do estranhamento em memes no Twitter**. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo PUC-SP. 2023.

DONOVAN, J. **How memes got weaponized: A short history**. MIT Technology Review, 2019. Disponível em: <https://www.technologyreview.com/2019/10/24/132228/political-war-memes-disinformation/>. Acesso em 19 de fevereiro de 2025.

FIELITZ, M. MARCKS, H. Digital Fascism: Challenges for the Open Society in Times of Social Media. In: **Research Gate**. 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/338237080_Digital_Fascism_Challenges_for_the_Open_Society_in_Times_of_Social_Media. Acesso em: 19 de fevereiro de 2025.

HALVERSEN, A. Memeing Politics: Understanding Political Meme Creators, Audiences, and Consequences on Social Media. In: **Sage Journals**. 2023. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/20563051231205588>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2025.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**; tradução Susana L. de Alexandria -2. ed. -São Paulo: Aleph, 2009.

MIHĂILESCU, M.. Never Mess With the “Memers”: How Meme Creators Are Redefining Contemporary Politics. In: **Sage Journals**. 2024. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/20563051241296256>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2025.

SAUSSURE, F. d. **Curso de Linguística Geral**. 28 ed. -São Paulo. Cultrix, 2012.

SEGAL, O. **Pepe the Frog: Yes, a Harmless Cartoon Can Become an Alt-Right Mascot**. ADL, 2016. Disponível em: <https://www.adl.org/resources/news/pepe-frog-yes-harmless-cartoon-can-become-alt-right-mascot>. Acesso em 28 de fevereiro de 2025.

STRICK, S. Reflexive Fascism in the Age of History Memes. In: **Sage Journals**. 2022. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/16118944221110451>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2025.

VICE STAFF. **How the Far-Right Weaponised Memes**. VICE, 2021. Disponível em: <https://www.vice.com/en/article/how-the-far-right-weaponised-memes/>. Acesso em 19 de fevereiro de 2025.