

MEME É GÊNERO? QUESTIONAMENTOS SOBRE O ESTATUTO GENÉRICO DO MEME

IS MEME A GENRE? QUESTIONS ABOUT MEME'S GENERIC STATUS

Vicente de Lima-Neto*

RESUMO

Nos últimos anos, tem-se assumido academicamente o pressuposto de que os memes publicizados no Facebook e em outros sites de redes sociais (SRS) são gêneros textuais/discursivos (cf. PASSOS, 2012; WIGGINS; BOWERS, 2014; SILVA, 2016; GUERRA, BOTTA, 2018), tese defendida à luz de diferentes critérios e de distintas teorias de gêneros. O objetivo deste trabalho é discutir o estatuto genérico dos memes em sites de redes sociais. Para atender ao objetivo, baseio-me em Bakhtin (2009; 2011) e em Miller (1984 [2009]) para a discussão do conceito de gênero; e em Dawkins (2010), Blackmore (2000), Knobel e Lankshear (2005; 2007) e Cavalcante e Oliveira (2019), que discutem sobre a natureza do meme. Metodologicamente, analiso sete enunciados reconhecidos socialmente como memes, que foram publicados no Facebook nos últimos cinco anos. Os critérios para tal foram a viralização e os traços de remixabilidade em sua constituição. Os resultados sugerem que, sob o rótulo de meme, na verdade, estão gêneros diversos, como anúncios publicitários e institucionais, tiras cômicas e tiras cômicas seriadas, críticas, lembretes e mensagens motivacionais, o que leva a questionar o estatuto genérico do que se reconhece sociocognitivamente como meme.

Palavras-chave: meme; gênero; remix.

ABSTRACT

In recent years, it has been assumed academically that memes published on Facebook and other social networking sites (SRS) are textual/discursive genres (cf. PASSOS, 2012; WIGGINS; BOWERS, 2014; SILVA, 2016; GUERRA; BOTTA, 2018), thesis defended with different criteria and different genre theories. The objective of this paper is to discuss the generic status of memes on social networking sites. In order to achieve the purpose, I brought the studies of Bakhtin (2009; 2011) and Miller (1984 [2009]), to discuss the concept of genre; and in Dawkins (2010), Blackmore (2000), Knobel and Lankshear (2005; 2007) and Cavalcante and Oliveira (2019), who discuss the nature of the meme. Methodologically, I analyze seven statements socially recognized as memes, which were published on Facebook in the last five years. The criteria for this were viralization and remixability, in its constitution. The results suggest that, under the label of meme, in fact,

* Universidade Federal Rural do Semi-Árido, Ufersa, Caraúbas, RN, Brasil. vicente.neto@ufersa.edu.br.

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5068-666X>

Agradeço imensamente a Elaine Forte-Ferreira pelas contribuições dadas na primeira versão deste trabalho. Problemas remanescentes são de minha inteira (ir)responsabilidade.

there are different genres, such as commercials and institucional ads, comic strips and serial comic strips, criticisms, reminders and motivational messages, which leads to question the generic status of what is recognized sociocognitively as meme.

Keywords: meme, genre, remix.

DAS CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Entre 1933 e 1945, estender o braço direito à frente, levantando-o a um ângulo de 45° a 90° (a depender do espaço físico), acompanhado da expressão "Heil Hitler!", foi um cumprimento comum na Alemanha, num país governado pelo Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães. Este gesto foi copiado de Benito Mussolini, fascista italiano, que associava a saudação ainda à Roma Antiga, provavelmente no período da República, embora não se saiba se, à época, ela era utilizada em saudações militares. De toda forma, vê-se como, por imitação, um determinado costume passou de geração em geração, com uma diferença de praticamente dois mil anos, pela história da humanidade, e hoje é proibida por lei, na Alemanha e na Áustria, desde o fim da Segunda Grande Guerra.

Em 2011, o Príncipe William, membro da família real britânica, casou-se com Kate Middleton, que se tornou a Duquesa de Cambridge. Desde então, é comum que as roupas e adereços que ela utilize em público se esgotem rapidamente nas lojas britânicas e passem a ser usados por mulheres de todo o Reino Unido, como uma tendência da moda. Tanto a saudação nazista quanto o uso de roupas iguais às da Duquesa são bons exemplos do que Dawkins (2010) nomeou de *meme*.

De 2010 para cá, com a emergência do Facebook, no Brasil, o termo se popularizou, tornando-se conhecido por praticamente todo e qualquer usuário de SRS. Embora o conceito seja bem mais antigo, por remontar à década de 1970, e tenha sido pensado à luz das Ciências Biológicas, hoje quem se utiliza dele tem em mente os artefatos verbo-imagéticos e, em sua maioria, humorísticos, que circulam no Facebook, no Instagram e afins, um referente muito diferente do originalmente pensado pelo biólogo britânico.

É por conta dessa diferenciação que Knobel e Lankshear (2007) propõem a distinção entre o meme (clássico) e o *meme da internet* (ou meme online), que se irmanam no fato de serem elementos de produção e transmissão cultural. O primeiro refere-se a padrões culturais que passam de mente para mente, gerando e (re)modelando as mentalidades de um determinado grupo social: são exemplos de memes roupas, estilos arquitetônicos, maneiras de fazer as coisas, músicas, comportamentos etc. Já o segundo se caracteriza por ser "um termo popular para descrever a rápida absorção e disseminação de uma ideia específica apresentada como texto escrito,

imagem, linguagem em movimento ou alguma outra unidade cultural” (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007, p. 202)¹. Neste trabalho, entendo que, de fato, se trata de referentes distintos, mas tomarei os termos como intercambiáveis, por economia linguística: quando estiver falando de meme, é sobre este objeto enunciativo-discursivo, que circula em sites de redes sociais a que me referirei. Dawkins jamais pensou, naquela época, nos memes que se recebe todo dia por *whatsapp* ou ao abrir a linha do tempo do Facebook.

Em suma, a temática deste trabalho é o gênero, e meu objetivo aqui é discutir o estatuto genérico do meme. As elucubrações que trago para discussão surgiram quando me deparei com alguns trabalhos (PASSOS, 2012; SHIFMAN, 2014; WIGGINS; BOWERS, 2014; SILVA, 2016; GUERRA, BOTTA, 2018, entre outros) que assumem o meme como gênero, posição que, a meu ver, merece algumas ponderações. Para isso, desenvolvo minha argumentação contrária a essa tese em três subtópicos, além destas considerações: *dos gêneros*, onde assumo meu lugar de fala; *do meme ao remix*, onde se conceitua o fenômeno em que me debruço; e *questionamentos sobre o estatuto genérico do meme*, momento em que mostro como arregimentei meus dados metodologicamente para sustentar minha tese de que o meme não é gênero, além, é claro, das considerações finais.

1. DOS GÊNEROS

Diante do fenômeno para o qual centramos nossa atenção, o meme que circula em SRS, que se realiza numa ambiência por demais volátil e que está sempre em beta perpétuo, assumo, há tempos (LIMA-NETO, 2009; 2014), a dificuldade que é lidar com uma única abordagem de gêneros para dar conta do que acontece no meio digital. Lembro que as abordagens mais tradicionais de gênero² foram pensadas décadas antes do surgimento da Internet, o que faz com que precisemos reformular, repensar, remodelar certos conceitos que já pareciam estar consolidados, entretanto, foram abalados com práticas discursivas que se realizam na Web. É este o motivo pelo qual prefiro uma abordagem mais hermenêutica para a caracterização

-
1. Nossa tradução de: a popular term for describing the rapid uptake and spread of a particular idea presented as a written text, image, language “move,” or some other unit of cultural “stuff.” (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007, p. 202).
 2. Tome-se como exemplo a Escola Australiana, cuja abordagem é a linguística sistêmico-funcional de Halliday (1976); a Escola de Genebra, que tem suas bases no ISD (SCHNEUWLY; DOLZ, 2004); a Escola Norte-Americana, com os estudos de inglês para fins específicos (SWALES, 1990) e os estudos retóricos (MILLER, 2009; BAZERMAN, 2005); e as de tradição literárias, ainda mais antigas (BAKHTIN, 2011), para citar apenas algumas.

genérica: assumo aqui pressupostos bakhtinianos de língua(gem) atrelados aos estudos retóricos de gênero (MILLER, 2009). Vejamos: do ponto de vista da língua, Bakhtin (2009) afirma que

A verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas linguísticas nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da *interação verbal*, realizada através da *enunciação* ou das *enunciações*. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua (BAKHTIN, 2009, p. 127).

Isso significa que entendo a língua como um fenômeno social, baseado na interação, que pressupõe a existência de sujeitos que enunciam. A interação só existe a partir de um *enunciado*, que é proferido por um sujeito histórica e socialmente situado. O enunciado apresenta algumas características fundamentais: a *alternância dos sujeitos falantes*, que delimita as fronteiras do enunciado; e a *conclusibilidade*, que é a inteireza do enunciado; que, por sua vez, é determinada por três características: a *exauribilidade* do objeto, o *projeto de discurso do falante* e as *formas típicas composicionais e de gênero do acabamento*, aqui entendido como os elementos formulaicos utilizados por sujeitos para atender a determinados objetivos. Ou seja, em havendo situações recorrentes na vida cotidiana, essas fórmulas ganham certos elementos regulares e normatizados pelo uso e pelo contexto. Mais tarde, Bakhtin (2011) se utilizou para essa elucubração a nomenclatura de *gêneros do discurso*, como tipos relativamente estáveis de enunciados. Logo, só há comunicação a partir de enunciados, que se materializam em gêneros. Eles são realizados nas mais diversas áreas de interação humana, portanto não podem ser dissociados da vida social, a qual é híbrida, maleável, complexa, o que explica a instabilidade dos enunciados.

É esta a ideia geral sobre comunicação que também habita as tradições retóricas e sociológicas de gênero, que tem em Bazerman (2005) e Miller (2009) seus principais expoentes. Nesta abordagem, gênero é *uma ação retórica tipificada baseada numa situação retórica recorrente* (MILLER, 2009). Isso significa que os gêneros estão atrelados a manifestações culturais e cognitivas de ação social e, portanto, deve-se levar em conta seus fatores históricos, sociais e culturais para uma análise mais adequada. Segundo essa abordagem teórica, existem cinco elementos que caracterizam a compreensão do gênero:

1. O gênero refere-se a uma categoria convencional de discurso baseada na tipificação em grande escala da ação retórica; como ação, adquire significado da situação e do contexto social em que essa situação se originou.

2. Como ação significativa, o gênero é interpretável por meio de regras; regras de gênero ocorrem num nível relativamente alto de uma hierarquia de regras para interações simbólicas.
3. O gênero é distinto da forma: forma é o termo mais geral usado em todos os níveis da hierarquia. O gênero é uma forma num nível particular, que é a fusão de formas de níveis mais baixos e a substância característica.
4. O gênero serve como a substância de formas em níveis mais altos; como padrões recorrentes do uso linguístico; os gêneros ajudam a constituir a substância de nossa vida cultural.
5. Um gênero é um meio retórico para a mediação das intenções privadas e da exigência social; ele é motivador ao ligar o privado com o público, o singular com o recorrente. (MILLER 2009, p. 41)

Seguindo essa teorização da autora, sugere-se o seguinte: 1) a quantidade de gêneros existente numa sociedade é proporcional às ações retóricas que ali operam, o que impossibilita a contabilização: os gêneros mudam, ao sabor das necessidades enunciativas dos usuários da língua de uma dada sociedade; 2) espera-se que os gêneros operem por meio de regras sociais, tipificadas e estabelecidas em certos contextos, numa dada cultura. Por exemplo, espera-se que as ações simbólicas movidas pelos indivíduos para vender um produto ou serviço se materialize no que a nossa sociedade conhece como *anúncios* ou *propaganda*, que passam a existir em função de determinadas situações retóricas; 3) gênero não se reduz a estrutura, embora muitos gêneros sejam mais facilmente reconhecíveis por este elemento. Entretanto é a substância – ou ação social – que o determina. A forma aqui também será um produto da tipificação que existirá em determinadas situações; 4) pelo fato de as sociedades se constituírem cultural e historicamente diferentes umas das outras, os gêneros ajudarão a a mostrar como essas sociedades se organizam em diferentes estratos. Os sistemas de gêneros naturalmente variarão socialmente. Por exemplo, o gênero carta de recomendação é exigido pela grande maioria das universidades americanas para o ingresso no ensino superior, como uma das etapas do processo, enquanto, no Brasil, é um gênero desconhecido pela maioria dos pré-universitários; 5) os gêneros são dialógicos e existem como maneira de mediar exigências sociais e intenções comunicativas. Essa perspectiva, que também é bakhtiniana, assume que existirão gêneros sempre que houver necessidades enunciativas diferentes.

Em suma, diferentemente de Bakhtin (2011), para quem o gênero é constituído por um tripé – conteúdo, estrutura e estilo –, ou de Swales (1990), que, embora se insira numa perspectiva sociorretórica de gêneros também, mas se apoia em critérios mais formulaicos – os movimentos retóricos – para garantir o *status*

genérico, esta perspectiva assume os gêneros como fenômenos de reconhecimento sociais e cognitivos, que respondem a ações sociais simbólicas, não necessariamente delimitando critérios para a definição genérica.

Como diz Bazerman (2005, p. 31), “gêneros são o que nós acreditamos que eles sejam”. A característica básica – portanto criteriosa – da existência de um gênero é investigar quais são as **recorrentes exigências retóricas** que surgem de uma determinada situação, posição que assumimos aqui. Isso nem sempre fica claro com enunciados que se materializam em mídias digitais, cujo ambiente eleva as potencialidades enunciativas ao máximo. Isso ocorre todo dia com os memes, sobre o qual ajusto a lupa agora.

2. DO MEME AO REMIX

1976. Este foi o ano do surgimento do termo meme, com o biólogo Richard Dawkins, numa obra que tratava majoritariamente de uma perspectiva evolucionista dos genes. O argumento central é a de que os seres vivos são máquinas de sobrevivência para replicadores biológicos – os genes –, mas é possível que haja outros tipos de replicadores, que leva a outros tipos de evolução, como a que acontece nas culturas humanas. É sob a égide desse pensamento que se propõe a existência de um *replicador cultural*, o que permite que as culturas evoluam. Meme, para o autor, é entendido como uma unidade de transmissão cultural, ou unidade de *imitação* (DAWKINS, 2010). São ideias que também são replicadas de tempos em tempos, e ele tem três características de replicadores: a *longevidade*, que diz respeito ao tempo em que um meme ficará disponível numa cultura; a *fecundidade*, que é a sua habilidade de gerar cópias; e a *fidelidade da cópia*, que é capacidade de o meme gerar cópias com a maior semelhança possível com o original.

Exemplos de memes são melodias, idéias, *slogans*, as modas do vestuário, as maneiras de fazer potes ou construir arcos. Tal como os genes se propagam no *pool* gênico saltando de corpo para corpo através dos espermatozoides ou dos óvulos, os memes também se propagam no *pool* de memes saltando de cérebro para cérebro, através de um processo que, num sentido amplo, pode ser chamado de imitação. Se um cientista ouve falar ou lê sobre uma boa ideia, transmite-a aos seus colegas e alunos. Ele a menciona nos seus artigos e nas suas palestras. Se a ideia pegar, pode-se dizer que ela propaga a si mesma, espalhando-se de cérebro para cérebro. (DAWKINS, 2010, p. 339).

Logo, um meme se replica por imitação: ela acaba pulando de cérebro em cérebro e pode ser perpetuada por milênios. O autor também os compara a vírus, pois eles se espalham em torno de uma cultura. Não é à toa que essa propagação, voltada para a característica da fecundidade, acaba sendo retomada no que se refere

aos virais da internet³. Nessa perspectiva, como dissemos no início desse texto, a saudação nazista, a imitação do uso de vestimentas por alguém, a arquitetura barroca, quando imitada, o costume de usar aliança no anelar, que resgata costumes romanos, as palavras propriamente, enfim, todos são exemplos de memes.

Blackmore (2000) vai além e assume que

[...] É tentador considerar memes simplesmente como “ideias”, mas mais propriamente memes são uma forma de informação. (Genes são, também, informações: instruções, escritas em DNA, para a construção de proteínas). Assim, o meme para, por exemplo, as primeiras oito notas da série *Twilight Zone* pode ser gravado não apenas nos neurônios de uma pessoa (que reconhecer as notas quando ela escutá-los), mas também em padrões magnéticos em uma fita de vídeo ou de marcas de tinta em uma página da partitura⁴. (BLACKMORE, 2000, p. 52-53)

Logo, vê-se um alargamento do conceito, uma vez que memes são um padrão informacional que tem condição de se replicar de cérebro para cérebro. Por conta disso, são também elementos caracterizadores da história de uma cultura.

Dentro desse padrão de aprendizagem por imitação, trago a reflexão para como entendemos os gêneros aqui: se gêneros são ações retóricas tipificadas baseadas em situações retóricas recorrentes e surgem de outros gêneros, de uma negociação da linguagem e de necessidades enunciativas de um grupo que, diante de um novo enunciado, passa a copiá-lo e utilizá-lo sempre em determinados contextos específicos, para efetivar determinadas ações retóricas, isso acaba se dando por imitação. Logo, os gêneros, portanto, também são um tipo de meme. Veja-se, por exemplo, os gêneros publicitários, como o anúncio: por mais mudanças pelas quais ele tenha passado ao longo dos séculos, continua respondendo à ação simbólica de promover um produto ou serviço, independentemente do meio, sendo uma das práticas discursivas mais antigas da história da humanidade.

Quando chegamos à internet, alguns gêneros acabam sendo marcadores de uma cultura, agora chamada de cultura digital (SANTAELLA, 2008). Lembremos que estamos no século XXI, quase meio século após Dawkins propor o conceito, mas

3. O termo *viral* está ligado a vírus e de lá metaforicamente se resgata a ideia de propagação, espraiamento: “ultrapassar amplamente os padrões médios de leitura e compartilhamento, alcançando milhões de usuários” (RIBEIRO, 2018, p. 19). Além disso, considerarei aqui que se trata de um traço característico de um conteúdo formatado para mídias digitais.

4. Minha tradução de: “[...] It is tempting to consider memes as simply “ideas,” but more properly memes are a form of information. (Genes, too, are information: instructions, written in DNA, for building proteins.) Thus, the meme for, say, the first eight notes of the *Twilight Zone* theme can be recorded not only in the neurons of a person (who will recognize the notes when she hears them) but also in magnetic patterns on a videocassette or in ink markings on a page of sheet music.” (BLACKMORE, 2000, p. 52-53)

o termo ressurgiu com força desde meados dos anos 2000, quando da popularização dos SRS.

Knobel e Lankshear (2005; 2007) também já se debruçaram sobre o que eles chamaram de meme da internet, distinguindo-o do conceito original e atrelando-o aos Estudos dos Novos Letramentos, uma vez que são reconhecidos por estarem ligados a práticas de textos escritos, imagéticos ou linguagem em movimento que têm rápida disseminação.

O próprio conceito de “meme” se tornou algo como meme online. Entre internautas da internet, “meme” é um termo popular para descrever a rápida aceitação e disseminação de uma ideia específica apresentada como texto escrito, imagem, linguagem “em movimento” ou outra unidade de “material” cultural⁵.

Chama atenção na citação a própria constituição do meme e sua capacidade de se replicar rapidamente pela cultura. Associada à fecundidade (DAWKINS, 2007), parece-me ser uma questão consensual nos autores que discutem a temática, tanto para o meme clássico (HEYLIGHEN, 1998; BLACKMORE, 2000) quanto para o meme da internet (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007; WIGGINS; BOWERS, 2014; GUERRA; BOTTA, 2014; SHIFMAN, 2014; SILVA, 2016; GAMBARATO; KOMESU, 2018; CAVALCANTE; OLIVEIRA, 2019). O próprio termo meme é um meme muito bem sucedido, sendo, inclusive, dicionarizado, em 1997, no *Oxford English Dictionary*. Mas também é interessante pensar na constituição formal do meme, trazida pelos autores: um material cultural – ou um padrão informacional – formatado em texto verbo-imagético. Eu já havia sinalizado (LIMA-NETO, 2014) que tendemos a rotular como meme exatamente esses artefatos verbo-imagéticos, em sua maioria, humorísticos, que se replicam na internet por certo período de tempo, mesmo que eles deem guarida a outros gêneros. Veremos que há outras características que lhes constituem.

Em suma, entendo, com Cavalcante e Oliveira (2019, p. 14), o meme como

Uma prática linguageira manifestada em textos verbais, verbo-imagéticos ou simplesmente imagéticos publicados na internet, os quais envolvem processos de remixagem, com propósitos, essencialmente, humorísticos e/ou críticos em relação a uma situação ocorrida no cotidiano, e os quais passam a corresponder a enunciados de situações diversas dos usuários da internet.

5. Nossa tradução de: The concept of a “meme” itself has become something of a meme online. Among internet insiders, “meme” is a popular term for describing the rapid uptake and spread of a particular idea presented as a written text, image, language “move,” or some other unit of cultural “stuff.” (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007, p. 202).

Os autores apontam também que os memes se constituem basicamente de duas características: a *viralização*, já que são fenômenos virais; e a *intertextualidade*, aqui entendida como um “fenômeno textual-discursivo que abriga, de forma mais ou menos explícita, as relações entre textos, gêneros e estilos” (CAVALCANTE, CARVALHO E FARIA, 2017, p. 11).

Interessa trazer Knobel e Lankshear (2007) para essa discussão, pois eles sugerem que são três as características que definem os memes da internet: o *humor*⁶, que varia do particular ao excêntrico, do riso contido às gargalhadas; a *intertextualidade*, de tipos variados, com referências cruzadas, sobretudo com origem em eventos populares culturais; e a *justaposição anômala*, frequentemente por imagens, com tipos de colagens e acoplamentos os mais variados e deliberadamente provocativos. Vê-se, portanto, que, esses autores trazem uma terceira categoria que, para eles, se dissocia da intertextualidade e se aproxima do que chamaremos de *remixabilidade*, termo que curiosamente aparece no conceito de Cavalcante e Oliveira (2019), mas lá não é discutido. Vejamos:



Figura 1. Disaster girl



Figura 2. Disaster girl on Titanic

Fonte: <https://www.dicionariopopular.com/disaster-girl-garota-desastre/>. Acesso em: 15 mar. 2020.

Segundo o Museu dos Memes⁷, a foto 1 foi feita em 2004, nos Estados Unidos, por um homem que chamou a filha para assistir a um treinamento dos bombeiros em um incêndio que acontecia nas redondezas de sua casa. A foto viralizou e começou a circular no Brasil em 2015, uma vez que flagra o olhar debochado e malicioso

6. Cavalcante e Oliveira (2019) fazem a ressalva de que o humor se enquadra na finalidade ou nos propósitos da produção dos memes, classificando-os como tendo uma função lúdico-satírica.

7. O Museu dos Memes é uma iniciativa do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFF e se propõe a estudar, catalogar e preservar a memória concernente aos memes que circulam no Brasil. Disponível em <https://www.museudememes.com.br>.

de uma garota frente a uma aparente tragédia. Foram dezenas de exemplos que circularam⁸ até então nos SRS, em situações em que se coloca a menina sempre em primeiro plano, diante de catástrofes, naturais ou não, que aconteceram ao redor do mundo, como a da figura 2.

Trazendo as categorias de Knobel e Lankshear (2007), o humor ácido é uma das funções discursivas reveladas na escolha do uso desses memes, uma vez que os interlocutores preferem utilizá-lo para que o efeito de sentido seja o de zombar, ironicamente, de determinada situação. Já a *intertextualidade* se apresenta como referências cruzadas a outros textos, que já circularam alhures em outros ambientes. O meme 2 e todos os outros memes da garota apresentam uma relação intertextual com o texto fonte – a figura 1. No caso, formalmente, o que se resgata é a figura da garota, em primeiro plano. Ao fundo, é interessante pensar que se espera que a temática seja de um acontecimento trágico, portanto o outro texto-fonte a que se remete o meme é o quadro de Willy Stöwer, de 1912⁹, que representa o naufrágio do Titanic. Esses dois elementos formais – a garota e o quadro – são os intertextos – o que configura a intertextualidade.

Nobre (2014) ensina que uma das características dos fenômenos intertextuais é que nem sempre as relações estabelecidas são propriamente a um texto-fonte, mas sim a um conjunto de textos que nem sempre se filiam a um gênero específico. Abstrai-se um padrão desse conjunto de textos, que, no caso desse meme específico, deve trazer, ao fundo, a representação de um desastre, natural ou não, para que se construa sentido com o sorriso debochado – e talvez maligno? – da garota. Portanto, recupera-se aí o fenômeno intertextual em algumas instâncias: primeiro a figura da garota, cujo texto fonte é a fotografia original; segundo, a imagem de fundo do naufrágio do Titanic, cujo texto-fonte é o quadro de Willy Stöwer.

Além da viralização e da intertextualidade, o texto 2 se constitui de uma montagem dessas duas figuras, configurando o que Knobel e Lankshear (2007) chamaram de justaposição anômala, pois é uma colagem de uma imagem sobre a outra, editada, recortada e construída para cumprir um propósito humorístico mais ácido e irônico. Essa justaposição é uma das características do *remix*, que vão além do fenômeno intertextual e viral e atravessa todo e qualquer meme. Entendo, já de outros trabalhos (LIMA-NETO, 2014), esse conceito como um fenômeno macro (MANOVICH, 2005), que é da natureza humana, e é um processo e método criativo, que consiste em unir dois ou mais elementos culturais, cujas fontes e materializações

8. Veja outros exemplos em <https://www.museudememes.com.br/sermons/disaster-girl/>

9. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Naufr%C3%A1gio_do_RMS_Titanic. Acesso em: 15 abr. 2020.

são variadas, e manipulá-los, podendo levar a um produto mesclado, híbrido para atender determinadas finalidades. Por ser humano, esse conceito sempre se revelou nas produções textuais¹⁰, contemplando, entre outras coisas, fenômenos como as intertextualidades e as misturas de gêneros.

Veja que não há elementos verbais nos exemplos, e nem por isso deixamos de chamá-los de meme, o que faz com que a argumentação de que os memes são constituídos por textos verbo-visuais (CANI, 2019; LARA; MENDONÇA, 2020) não se sustente. Vejamos um terceiro exemplo:



Figura 3. Meme de Sérgio Moro

Fonte: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2925672904215037&set=a.811066105675738&type=3&theater> . Acesso em: 25 abr. 2020.

O enunciado em questão foi coletado do Facebook em abril de 2020, quando o então Ministro da Justiça Sérgio Moro pediu exoneração do seu cargo e, em seu pronunciamento, fez sérias acusações ao Presidente Jair Bolsonaro. Esse ato fez com que, no mesmo dia, o Presidente precisasse se defender em rede nacional poucas horas depois. Logo, o meme retoma essa questão, com claro fim humorístico e irônico, zombando da crise política instaurada com esses fatos. Temos a viralização da figura, temos o traço humorístico, temos a intertextualidade, sendo o texto-fonte a foto original (figura 1), sobretudo pela casa pegando fogo ao fundo, o que simbolizaria metaforicamente a situação em que o Governo Federal ficou após sua saída. O remix se constitui pela substituição da figura da garota pela do Ministro, sob

10. Veja-se, por exemplo, a sátira menipeia, discutido por Bakhtin (2008), sendo um gênero da Antiguidade que podia absorver outros gêneros, provocando mesclas genéricas as mais variadas.

um efeito de edição digital do texto: é uma montagem. Em suma, neste exemplo, o *remix* é o processo de constituição/ elaboração dessa materialidade textual, enquanto o meme acaba sendo o produto acabado, que passa a circular nas redes. Com esses conceitos mais discretizados, passemos à análise.

3. QUESTIONANDO O ESTATUTO GENÉRICO DO MEME

Todos os enunciados escolhidos para esta análise fazem parte de um *corpus* de mais de 750 textos (verbais, verbo-imagéticos, imagéticos ou sonoros), construídos ao longo do período de 2015-2020, mas, para este artigo, a amostra reúne os seguintes critérios:

- circularam (ou circulam ainda) no Facebook e em *app* de comunicação instantânea (*Whatsapp*);
- são reconhecidos socialmente como memes (o que é atestado pelos comentários onde circulam);
- são virais (com no mínimo cinquenta compartilhamentos e/ ou cinquenta reações);
- são frutos de remixabilidade – edição, colagem, sobreposição de semioses variadas etc.

Começo apresentando uma postagem do Ministério da Educação (MEC), publicado no Facebook em 28 de junho de 2018:

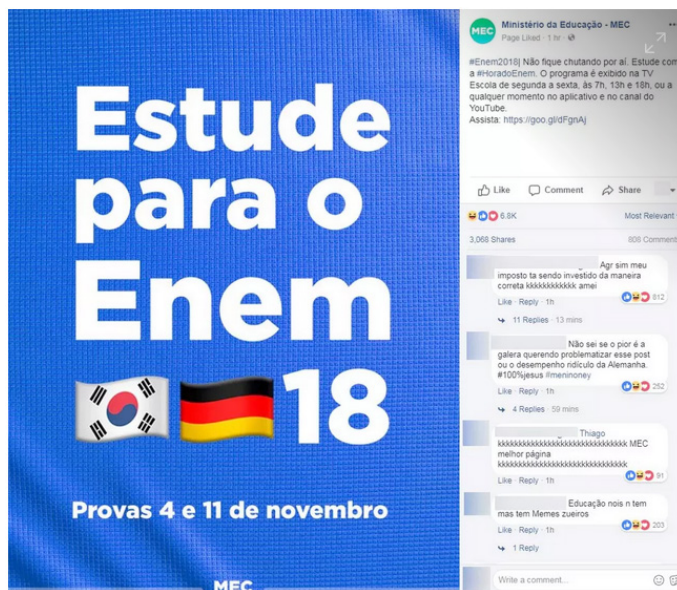


Figura 4. Lembrete do MEC

Fonte: <https://g1.globo.com/educacao/enem/2018/noticia/mec-usa-o-enem-2018-para-entrar-na-zueira-da-eliminacao-da-alemanha-na-copa-da-russia.ghtml>. Acesso em: 20 abr. 2020

À ocasião, a Copa do Mundo Fifa estava sendo disputada na Rússia, e o Ministério da Educação fez a postagem, lembrando aos candidatos que as datas das provas seriam nos dias 4 e 11 de novembro de 2018. Para tanto, a imagem escreve o ano 2018 se utilizando das bandeiras da Coreia do Sul, que simbolizaria o número 2; e a da Alemanha, tendo o valor simbólico de zero, uma alusão ao placar do jogo realizado naquele dia, que culminou na eliminação da seleção alemã. O primeiro fato interessante são as reações do público: 6,8 mil reações, além de 3068 compartilhamentos, o que deixa claro o alcance viral da postagem. Trata-se de uma mensagem de cunho humorístico e sarcástico, uma vez que o time alemão foi o algoz da seleção brasileira na Copa anterior. Além disso, aponto para o último comentário à direita: “Educação nós n tem mas tem Memes zueiros”. Isso significa que há um reconhecimento sociocognitivo desse enunciado como meme, inclusive nomeando a prática como tal. A alusão ao placar se dá de maneira multissemiótica (KRESS, 2010), uma vez que mescla elementos imagéticos com numerais, sendo claro o teor argumentativo com o uso do atributo simbólico que as bandeiras teriam naquele contexto. É possível que nem todos tenham recuperado a postagem do jogador

alemão Toni Kroos, no Twitter, na virada do ano de 2016 para 2017, que se utilizou das mesmas estratégias multissemióticas para ironizar a seleção brasileira:



Figura 5. Meme de Toni Kroos

Fonte: <https://g1.globo.com/educacao/enem/2018/noticia/mec-usa-o-enem-2018-para-entrar-na-zueira-da-eliminacao-da-alemanha-na-copa-da-russia.ghtml>. Acesso em: 20 abr. 2020.

Eis aqui o recurso intertextual, tratado tanto por K Nobel e Lankshear (2007) quanto por Cavalcante e Oliveira (2019), uma vez que essa figura pode ser o texto-fonte da postagem do MEC. O *post*, por fim, é fruto de uma edição, feita em computador, portanto, um *remix* (MANOVICH, 2005), uma vez que traz elementos disponíveis na cultura (as bandeiras), cujos referentes sofrem uma recategorização para atender ao objetivo de ironizar a seleção alemã, agora eliminada da Copa do Mundo.

Uma segunda discussão que se faz dessa postagem é sobre o gênero. Por ser o meme um recurso sobretudo humorístico e/ou crítico, como já aventaram diversos autores (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007; LIMA-NETO, 2014; GAMBARATO; KOMESU, 2018; CAVALCANTE; OLIVEIRA, 2019 etc.), ainda se trata de uma postagem feita no perfil oficial da maior instância governamental, em nível federal, da educação brasileira, sendo, portanto, inadequado – por questões óbvias – que se utilize desse meio de comunicação para outro fim que não seja institucional. Não

se espera, num perfil dessa natureza, quaisquer mensagens de cunho humorístico, sob o risco de não serem aceitas socialmente. A legenda da postagem é a seguinte:

#Enem2018 Não fique chutando por aí. Estude com a #HoradoEnem. O programa é exibido na TV Escola de segunda a sexta, às 7h, 13h e 18h, ou a qualquer momento no aplicativo e no canal do Youtube. Assista [...]

O que se vê é o propósito de divulgar um serviço, no caso, o Programa Institucional Hora do Enem. Além disso, a própria postagem remixada em si também se propõe a lembrar os estudantes de que o Enem ocorreria em datas específicas, atingindo o propósito do gênero lembrete. São duas ações simbólicas situadas – a de lembrar um evento e a de promover um serviço –, e o enunciado responde bem a elas nesse contexto digital, configurando-se como um anúncio institucional, entendido aqui como um gênero que se pretende a “divulgação de idéias, opiniões, ‘sem fins lucrativos’, em geral, são os órgãos públicos que se utilizam desta forma de divulgação” (LOPES, 2008, p.41). Assumo, então, que, embora rotulemos como meme, trata-se de um anúncio institucional, que se utilizou do recurso de edição de texto em ambiência digital – a montagem – para chamar a atenção do seu público. Não fugiu, assim, aos propósitos do governo, uma vez que cumpriu sua função institucional de divulgar um serviço, além de lembrar aos candidatos da data das provas e, em segunda instância, ironizar a seleção alemã, mexendo com anseios brasileiros, culturalmente apaixonados por futebol, tudo isso com um recurso ao meme.

Essa estratégia tem sido bem aceita por outros órgãos públicos de outras esferas, que têm perfil oficial na internet para atender a propósitos institucionais, tendo em vista tanto a possibilidade de chamar a atenção de seu público pelo uso de recursos multimodais quanto por sua potencialidade de fecundidade (DAWKINS, 2010).



Figura 6. Anúncio institucional da Prefeitura de Fortaleza

Fonte: <https://www.facebook.com/PrefeituradeFortaleza/photos/a.224800790908002/1383852888336114/?type=3&theater>

Diferentemente do exemplo anterior, a Prefeitura de Fortaleza também se utilizou, em postagem de julho de 2017, do recurso ao meme para divulgar uma campanha institucional, com a temática do exercício da cidadania. A proposta é a de que a construção do sentido se dê pela leitura de um texto multissemiótico, que mescla tanto elementos verbais quanto imagéticos. Este meme se fundamenta na ideia de que o texto verbal é composto por uma única oração – *Essas são as formas corretas de exercitar sua cidadania* –, sendo que cada palavra da sentença está ancorada num quadrinho com uma imagem. Geralmente, neste padrão, o quadrinho do meio apresenta o que seria inadequado/ reprovável, aos olhos do produtor do texto. No exemplo, a Prefeitura elenca oito atitudes cidadãs: andar de bicicleta em ciclovias, ajudar pessoas com dificuldade de mobilidade, jogar lixo em local apropriado, atravessar ruas pela faixa de pedestres, recolher excrementos de animais, fazer coleta seletiva, ceder lugar para pessoas mais velhas em transportes públicos e respeitar a distância para o ciclista no trânsito.

O quadrinho do meio é destinado a atitudes reprováveis, no caso, o acúmulo de lixo em vias públicas e, para mostrar isso, utiliza-se de um recurso multimodal: há um descompasso na coloração do quadro, que é em preto e branco, o que pode simbolizar uma prática que remete ao passado, inadequado, e o texto verbal – *voce não* – é destacado em vermelho, cor forte, utilizada culturalmente para chamar a atenção. A legenda da figura corrobora o propósito da mensagem, que é pedagógica:

Só as nossas atitudes podem mudar o lugar em que vivemos, por isso precisamos da colaboração de todos. Vale sempre lembrar que a gentileza gera gentileza, lugar de lixo é no lixo. Bom domingo! #PrefeituraDeFortaleza.

Por ser o perfil público da maior instância do poder executivo do município de Fortaleza, não se espera a disseminação de gêneros humorísticos aqui. Trata-se, da mesma maneira que o exemplo anterior, de um anúncio institucional, uma vez que também é a resposta a uma ação simbólica – a divulgação da ideia de instruir uma população a viver melhor numa sociedade do respeito ao outro, daí a sua finalidade pedagógica. Ao propor isso, a Prefeitura, por meio desse gênero, habilita os usuários a desempenhar relações sociais e moldar realidades sociais (MILLER, 2009; BAZERMAN, 2005).

Quanto ao padrão da forma, tomo como exemplo esses dois abaixo, que circularam no Facebook:



Figura 7. Padrão memético copiado
Fonte: Circulação em redes sociais



Figura 8. Padrão copiado
Fonte: Circulação em redes sociais

Cavalcante, Faria e Carvalho (2017) apontam que constitucionalmente a intertextualidade se divide em duas formas, não necessariamente excludentes: estrita – quando a presença de um texto em outro – e ampla – que se dá por uma “marcação menos facilmente apreensível, porque mais difusa e relativa a um conjunto de textos” (p. 12). Eis aqui um bom exemplo de como isso ocorre: a Prefeitura de Fortaleza imitou um padrão formal de um conjunto de textos, que se caracteriza por trazer uma oração ou uma frase de temáticas variadas, cujos elementos lexicais são separados formalmente por seis (figura 8) ou nove quadros (figuras 6 e 7), cada um com imagens diferentes. Destas, apenas um quadro apresenta um atributo simbólico negativo/ discordância, enquanto os outros cinco ou oito são positivos/

concordância. Nessa formatação, o que é negativo é destacado multimodalmente de alguma forma, muitas vezes com o modo semiótico da cor diferenciada. Ainda no quadro, na maioria das vezes, a forma textual “*você não*” aparece, demonstrando o sentimento de reprovação dos produtores do texto.

O que caracteriza o meme, neste caso, é a imitação desse padrão composicional do enunciado, não necessariamente de um texto específico, sendo considerado, portanto, um exemplo de intertextualidade ampla¹¹. Para além desse padrão, chamo a atenção para a formatação de todos esses exemplos: são montagens desenvolvidas em programas de edição, com colagens de fotos variadas, retiradas de diferentes contextos e reagrupadas para a composição de um enunciado único, ou seja, um *remix*.

Com base nisso, considero que, na figura 6, a instituição tem por uma de suas incumbências instruir a população a agir para o bem social e, por conta disso, exige uma resposta a essa situação: uma ação retórica. Eis aqui o porquê de, nessa perspectiva de gênero como ação social (MILLER, 2009), assumi que a resposta a essa ação retórica tipificada seria um anúncio institucional, uma vez que essa é a demanda social e situacional exigida. Não posso dizer o mesmo das figuras 7 e 8, que claramente têm outros propósitos e outras demandas: o propósito ali é o do fazer rir, portanto elas se enquadrariam facilmente em algum gênero do campo discursivo humorístico. A formatação dos enunciados, embora sejam compartilhadas, não são definidoras de um suposto gênero meme. Aqui está mais uma prova de que temos gêneros diferentes, pertencentes, inclusive, a campos discursivos (BAKHTIN, 2011) diferentes, embora possivelmente os três exemplos sejam rotulados sob o nome de *meme*.

Apresentei dois anúncios institucionais que se organizaram formalmente diferentemente, com resgates intertextuais variados (ora a um texto específico; ora a um padrão composicional de um conjunto de textos), com ações simbólicas e, por conseguinte, ações retóricas tipificadas diferenciadas, mas rotuladas sob o mesmo nome, o de meme, o que faz com que haja muita dificuldade, de minha parte, de assumir o pressuposto de meme como gênero (SILVA, 2016; CANI, 2019; LARA; MENDONÇA, 2020).

11. Em trabalho anterior (LIMA-NETO, 2014), tive dificuldade em considerar aspectos composicionais como intertextuais, uma vez que outros estudos de intertextualidade (KOCH; BENTES; CAVALCANTE, 2007; KOCH, 2008) consideravam como intertextual a presença de um texto em outro. Apenas recentemente essas concepções foram alargadas, com a noção de intertextualidade ampla, que considera como intertexto não só a materialidade verbo-imagética, mas também a imitação de estilos, padrões composicionais genéricos ou repetição de um mesmo tema em exemplos variados.

Vejamos mais um exemplo:



Figura 9. Anúncio de jazigos

Fonte: <https://www.facebook.com/jardimdaressurreicao/photos/a.586323488130934/1983990638364205/?type=3&theater>

No perfil do Cemitério Jardim da Ressurreição, no Facebook, é comum encontrar exemplos como o da figura 9, com mensagens cujo pano de fundo é a temática da morte. O exemplo acima se constitui de uma imagem do espaço físico do cemitério, ao fundo, e, em primeiro plano, um jovem vestido socialmente, com as mãos entrelaçadas, pergunta: “Com licença, tem jazigo com teto solar?”. A figura desse jovem começou a circular nos Estados Unidos em 2016¹² e, no Brasil, em 2018, sendo recontextualizada nos mais variados ambientes:

12. Para mais informações da origem da foto: <https://blogs.ne10.uol.com.br/social1/2019/01/18/saiba-quem-e-o-engomadinho-que-virou-meme/> Acesso em: 23 abr. 2020.



Figura 10. Meme Engomadinho em Brasília

Fonte: <http://abre.ai/a2SO>

Acesso em: 23 abr. 2020.



Figura 11. Meme Engomadinho na feira

Fonte: <http://abre.ai/a2SP>

Acesso em: 23 abr. 2020

São dois elementos que tendem a aparecer em todas as variações: a figura do jovem, que, por sua indumentária, sugere pertencer a estratos sociais mais privilegiados – é o intertexto com o texto-fonte da foto original, publicada em 2014 –, e a expressão “Com licença” (e suas variações, como “Conlicença”), que sugerem educação e polidez linguística, esta sendo um recurso intertextual ao conjunto de textos que recorrem a essa estratégia memética. A viralização se dá por conta das recontextualizações pelas quais o personagem passa: ora pode ser colocado numa reunião com líderes políticos; ora pode estar numa feira popular. Em geral, o humor recai na ambiência improvável onde ele aparece¹³.

Utilizando-se desse recurso memético, a empresa anunciou a venda de seus produtos em janeiro de 2019 dessa maneira, conquistando mais de seis mil reações e mais de mil compartilhamentos. A demanda da empresa, neste momento, era a promoção e divulgação de seus produtos, uma situação característica do campo discursivo publicitário. Para essa situação, a ação social tipificada necessária é o uso do gênero anúncio publicitário, que, por conta de sua alta maleabilidade e também de sua criatividade, pode ser adaptado ao recurso dos memes.

O anúncio publicitário, diferentemente do institucional, “tem a intenção genuína de conquistar a atenção do possível consumidor, de criar no indivíduo o desejo e a necessidade de obter o produto e/ou serviço divulgado” (LOPES, 2008, p. 38), ou seja, há fins lucrativos. Formalmente, o que difere o anúncio do

13. Cf. <http://abre.ai/a2SO> para outros exemplos desse meme.

cemitério dos outros dois memes é a presença da logomarca da empresa, na parte inferior da imagem. Discursiva e retoricamente, outras questões são envolvidas: a situação recorrente (promoção de produtos), os propósitos comunicativos (a venda de jazigos), a ação social tipificada exigida pela situação (o gênero anúncio), os interlocutores (uma empresa se dirigindo a potenciais clientes). Sem dúvida, se esse mesmo exemplo fosse promovido por outro interlocutor – um cidadão comum, por exemplo, que não possui empresa e nem produtos para venda –, não se trataria de um anúncio, mas de um gênero do humor. Essas questões diferenciam o primeiro enunciado em análise (um anúncio publicitário) dos outros dois (piadas?), embora formalmente sejam muito semelhantes e todos reconhecidos sob o rótulo de *meme*.

Acrescente-se a isso a característica do *remix*, dada já na legenda com a descrição “#PraTodoMundoVer: foto-montagem do meme do rapaz com camisa e bermuda cor de rosa [...]”. Os próprios produtores definem a prática como meme e sugerem detalhes de sua produção, com o uso do termo “foto-montagem”, ou seja, uma condição de edição de colagem de um atributo de um texto sobre outro, o que configura tanto a intertextualidade estrita – o intertexto é o rapaz, e o texto-fonte é a primeira foto publicada em 2014 – quanto a maneira como ela foi alcançada – por *justaposição anômala* (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007).

Saindo do campo publicitário, é interessante discutir exemplos clássicos, tomados como gênero, desde quando surgiram nas redes.



Figura 12. Meme “O que queremos”

Fonte: https://www.museudememes.com.br/wp-content/uploads/2015/06/oqq3tumblr_inline_moyirx1hxN1qz4rgp1.jpg

A inspiração para esse padrão formal está nas *rage comics*¹⁴, cujas imagens facilmente são associadas a memes, uma vez que apresentam traços simples, rostos pálidos, sem cor, quase como uma caricatura. Neste caso, o meme “o que queremos” tem como texto-fonte uma *webcomic* intitulada “Hyperbole and a Half”¹⁵, de autoria de Allie Brosh, publicada nos Estados Unidos em 2008.



Figura 13. Texto-fonte do meme “o que queremos”

Fonte: <https://www.museudememes.com.br/museudememes-entrevista-o-que-queremos/>

No primeiro quadrinho, a personagem exclama, entusiasmada para iniciar os trabalhos de limpeza de seu quarto: “*Limpar todas as coisas!*”. Logo depois, demonstra imediata desmotivação, ao se dar conta do excesso de trabalho: “*Limpar todas as coisas?*”. Note a primeira relação intertextual que se dá: os personagens, os traços, o estilo do desenho, além de temáticas cujo pano de fundo é uma crítica a um determinado comportamento humano, características essas que se popularizaram no Brasil em 2010, pelas mãos de Francine Grandó e sua *sanpage* “O que queremos...”¹⁶.

Usando a base teórica bakhtiniana sobre gêneros discursivos, o texto-fonte, pela sua composição, temática e estilo, além dos projetos de dizer, participaria do gênero *tira* cômica, segundo Ramos (2009), uma vez que é um gênero “cujo formato é tão presente na composição da tira que foi incorporado ao nome do gênero” (p.

14. Cf. https://pt.wikipedia.org/wiki/Rage_comics

15. Disponível em: <https://www.museudememes.com.br/museudememes-entrevista-o-que-queremos/>. Acesso em: 22 abr. 2020.

16. Disponível em: <https://www.facebook.com/oquequeremos/>. Acesso em: 22 abr. 2020.

364). Além disso, apresenta alguns traços, como a presença da sequência textual narrativa; personagens (fixos ou não); narrativa construída ao longo dos quadrinhos (se mais curta, chamamos tira cômica, como parecem ser os casos em tela; se mais longa, é uma *tira cômica seriada*, as presentes em gibis, que trazem histórias maiores, algumas vezes divididas em capítulos); e imagens desenhadas. Nos exemplos em tela, o humor é um traço constitutivo, e ele vem das situações corriqueiras, mais um dos traços constitutivos dos memes, o que lembra a crônica, por exemplo.



Figura 14. Meme "O que queremos"

Fonte: <https://noticias.uol.com.br/tecnologia/album/2012/11/16/meme-o-que-queremos-faz-sucesso-na-web-ironizando-comportamento-dos-internautas-veja.htm?foto=1> Acesso em: 14 abr. 2020.

No Brasil, segundo o Museu de Memes, este padrão em análise se popularizou a partir de 2012 e, uma vez na internet, a noção de autoria se perde, não sendo possível atribuir todos esses exemplos a um mesmo autor. Embora seja mais um enunciado cujo rótulo é o de meme, diríamos que se trata de uma *tira cômica* (RAMOS, 2009), que também se utiliza do recurso ao meme, que retomamos: a viralização e sua fidelidade da cópia – que, neste caso, sempre apresenta temáticas variadas, mas que fazem parte do cotidiano humano –, a imitação do padrão de tira, com os mesmos personagens, que têm como características humanas a contradição, ou seja, em geral, as tiras têm como pano de fundo a crítica a um comportamento humano.

A intertextualidade se dá no plano da recuperação das personagens (intertextualidade estrita) e nos padrões formais do meme (intertextualidade ampla). Por fim, o remix é marcado por edições variadas, seja no plano dos elementos verbais – muitas vezes, toda a forma imagética é mantida, mudando apenas o conteúdo dos diálogos –, seja no plano dos elementos imagéticos, como em 14, que vemos a colagem das tradicionais *rage comics*, no quadrinho 4, como personagens da narrativa.

Por fim, saímos do campo humorístico e apresentamos outro tipo memético:



Figura 15. Crítica?

Fonte: https://www.webstagramsite.com/media/BEhQz_qnybR

Em 5 de novembro de 2015, uma barragem de rejeitos de mineração, no município de Mariana-MG, rompeu, causando destruição em ecossistemas de toda a região, deixando danos à infraestrutura de diversos povoados e matando dezenove pessoas. A trilha de lama, fruto dos rejeitos, atravessou muitos quilômetros pelos estados de MG, ES e BA.

O enunciado acima circulou em sites de redes sociais em 22 de abril de 2016, Dia da Terra, e fazia clara alusão ao acidente, cuja empresa responsável, a Samarco, até ali, não havia ressarcido nenhum dos moradores da região que perderam todos os seus bens materiais. Logo o produtor do texto exige de seus

leitores que eles recuperem o acontecimento, divulgado largamente na imprensa nacional e internacional meses antes, para que consigam compreender a ironia que se estabelece na contraposição das semioses mobilizadas no enunciado: o texto verbal “A Samarco deseja a todos um feliz Dia da Terra”, marcando o nome da empresa com seu logotipo, é sobreposto a uma foto aérea da tragédia. Simular-se-ia um anúncio institucional, sugerindo uma empresa que paga um espaço para promover uma data de comemoração, mas essa interpretação logo se torna improvável, quando se percebe a montagem – aqui está o *remix* – elaborada para estabelecer duras críticas à empresa que geria a barragem rompida. Naquela situação de indignação nacional – uma situação recorrente em toda e qualquer sociedade – são exigidas ações simbólicas específicas, cujo propósito seja o de causar na opinião pública forte impressão negativa sobre algo, exigindo mudanças. Na falta de um nome melhor, chamo o gênero em tela de *crítica*, que se utiliza do processo de produção de um meme como recurso frutífero para seus objetivos. Outro exemplo que circulou foi o seguinte:



Figura 16. Meme crítica

Fonte: <https://www.facebook.com/quebrandootabu/photos/6-meses/1104669209589465/>. Acesso em: 25 abr. 2020.

Nobre (2014, p. 31) nos aponta que “o fato de não haver um texto-fonte preciso não é suficiente para desconsiderar a natureza intertextual das relações temáticas”, o que me parece ser esta a relação que envolve as figuras 15 e 16. Não se trata necessariamente de um texto-fonte, mas de um *evento*, que desencadeia outros textos com um mesmo tema – no caso, o desastre de Mariana. Seria, para o autor, um tipo de relação intertextual de 2º grau. Mesmo sem se aprofundar no

assunto, é importante tratar essa característica como também presente em memes variados, produzidos indistinta e singularmente, mas com um mesmo pano de fundo, geralmente de um fato noticioso. Dentro do plano da intertextualidade, ainda se chama a atenção para a frase do jornalista e escritor Eduardo Galeano: “*Podem ter certeza, se a natureza fosse um banco... ela já teria sido salva*”, sobreposta sobre uma outra imagem do desastre. Abaixo, aparecem os termos: “Oferecimento: Samarco e Vale”, estas duas sob os logotipos das empresas.

Já dissemos que a situação recorrente – a indignação com uma tragédia e a impunidade, até aquele momento – exige como resposta um gênero que atenda a esses propósitos – chamado por mim de *crítica* – que reúne uma ação social tipificada (MILLER, 2009). No plano formal, a crítica pode ser feita das mais variadas maneiras, a depender do suporte onde se realize. Sua constituição se dá sobretudo no plano discursivo, quando se estrutura em torno da apresentação de aspectos negativos de algo ou alguém. Em SRS, ela pode se materializar sob forma de enunciado verbal, imagético, sonoro ou verbo-imagético, como é o caso. O meme, portanto, é aqui um recurso para atender ao propósito da crítica.

No que tange à intertextualidade, há uma paródia aí, uma vez que a frase, que, de fato, é de Galeano, é: “*Se a natureza fosse um banco, já teria sido salva*” (GALEANO, 2012, p. 35.), tendo sido acrescentados os termos “*Podem ter certeza*”. Esse acréscimo marca duas coisas: primeiro o desvio, que é a essência da paródia (GENETTE, 2010); segundo o fato de a sentença ter sido retirada de seu contexto original, sendo recontextualizada para o acontecimento em MG. Genette (2010) chamou a esse tipo de fenômeno de paródia minimal, que consiste “na apreensão literal de um texto conhecido para dar-lhe um significado novo, jogando com a essência e se possível com as próprias palavras” (GENETTE, 2010, p. 33).

O *remix* se estabelece quando da edição do enunciado, cuja citação foi recontextualizada, dando mais força à crítica que os enunciadores estavam fazendo à política brasileira e à justiça, as responsáveis por estabelecerem punições às empresas responsáveis pelo acidente, no caso, a Vale e a Samarco. O termo “*oferecimento*” é irônico, pois denota a responsabilidade de ambas; e o uso do logotipo reforça a ironia, por sugerir o que seria uma mensagem de cunho real dada pelas duas companhias – estratégia utilizada com recorrência em anúncios institucionais ou mesmo publicitários – mas não passa de uma estratégia retórica e argumentativa dos produtores do texto para mostrar à opinião pública o repúdio a elas, deixando evidentes as marcas, que são, por uma questão mercadológica, desenvolvidas para serem lembradas. Eis aqui, portanto, mais exemplos de gêneros outros rotulados sob o nome de memes. Por fim, analisamos um último:



Figura 17. Crítica – Bandido Bom é Bandido Morto

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/670825306973140492/>

A imagem faz parte de *corpus* pessoal e foi coletada no período da Páscoa de 2018, entretanto é uma imagem que frequentemente circula nas redes em períodos de festividades religiosas, como a Páscoa, *Corpus Christi* e o Natal. O meme se organiza com o texto verbal “*Bandido bom é bandido morto*” sobreposto à imagem de Jesus crucificado.

Para a construção do sentido, o leitor precisa recuperar as informações sobre o fato de Cristo ter sido preso político do Estado e morto pelo Império Romano, seguindo a lei da época, além de entender o teor da sentença utilizada como pertencente a um discurso de violência e de punição extrema a criminosos.

Logo, *bandido bom é bandido morto* foi um slogan de campanha eleitoral de 1986 para deputado estadual, utilizado pelo candidato José Guilherme Godinho¹⁷, mas é reconhecido socialmente, quase um dito popular, como uma estrutura que

17. Informação disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Jos%C3%A9_Guilherme_Godinho_Sivuca_Ferreira. Acesso em: 21 abr. 2020.

representa o discurso da violência, da impossibilidade de perdão a bandidos e de sua punição extrema com a morte. É aqui que se estabelece a intertextualidade estrita. O *remix* se estabelece quando da edição de sobreposição do texto verbal ao imagético – indicando que Jesus é um bandido; se bandido, não é bom, cujo efeito dessa edição é mostrar a contradição existente em chamar Jesus de bandido.

Trata-se de um meme que circula como provocação a apoiadores do presidente brasileiro Jair Bolsonaro, que, por ser militar, ganhou muitos adeptos por espriar um discurso de fortalecimento da segurança pública e punição a bandidos principalmente com a morte¹⁸. Essa afirmação entraria em contradição com o fato de que muitos dos que apoiam essa perspectiva são religiosos cristãos que têm em Jesus Cristo reconhecidamente um símbolo de amor e compaixão, a figura do Salvador, segundo as tradições judaico-cristãs. Logo, o efeito de sentido dessa remixagem é sustentar a tese de que se trata de uma contradição levantada por parte dos apoiadores: se bandido bom é bandido morto, então foi justo que Cristo, que foi considerado um bandido em seu tempo, fosse crucificado. Frente às situações recorrentes de comemorações de tradições religiosas, uma série de ações retóricas tipificadas é possível nos sites de redes sociais, como divulgação de mensagens de amor e afeto, anúncios que promovem a venda de produtos com a temática, parábolas, mensagens de motivação e, por que não, críticas a posturas ditas como contraditórias. É também um exemplo do gênero crítica que temos aqui, sob o uso do recurso memético.

Em resumo, diante dos exemplos acima, proponho-me a enxergar o meme não como gênero, mas como um recurso riquíssimo de produção de textos (orais, verbais, verbo-imagéticos ou imagéticos)¹⁹ em ambiente digital, cujos enunciadores se valem para dar corpo às mais variadas ações sociais tipificadas, respondendo a diferentes situações recorrentes, o que leva a gêneros variados.

CONSIDERAÇÕES (SEMI)FINAIS

Busquei demonstrar aqui que sustentar a tese do meme como gênero (PASSOS, 2012; WIGGINS, BOWERS, 2014; GUERRA, BOTTA, 2014; SHIFMAN, 2014; SILVA, 2016; CANI, 2019; LARA; MENDONÇA, 2020) é difícil, mesmo sob os baldrames de teorias enunciativas da linguagem, como a de

18. Um exemplo desse discurso está em: <https://www.youtube.com/watch?v=rmN9tOukuNA&feature=youtu.be>

19. Neste artigo, as análises recaíram em memes imagéticos ou verbo-imagéticos apenas, mas eles se espriam por outros modos de enunciação.

Bakhtin (2011). Se, para o autor russo, o gênero se organiza formalmente em torno de uma estrutura relativamente estável que engloba conteúdo, forma e estilo, além de pertencer a um campo discursivo específico, como poderia colocar todos os exemplos analisados aqui numa mesma categoria?

Penso que estamos diante de uma infinidade de gêneros que são reconhecidos socialmente sob uma mesma nomenclatura – a de *meme* –, o que pode dar a entender que se trata de um único gênero. Esse reconhecimento é possível, uma vez que duas características lhes são constitutivas: a viralização e o *remix*. Nesta última categoria, mais ampla, incluem as intertextualidades – estrita e ampla –, e as misturas de gêneros, uma vez que são categorias que atravessam as práticas de linguagem materializadas na internet, numa busca incessante pela standardização genérica, embora os memes venham nos mostrando, todo dia, que há certa utopia nisso. A prova é a falta de necessidade de tentar propor uma taxonomia, como fez Shifman (2014).

O meme não é um fenômeno novo; relativamente novas são as práticas e os usos, na frente de um dispositivo ligado à internet, que os internautas têm feito dos elementos que estão disponíveis na cultura²⁰. Com tecnologias digitais cada vez mais avançadas, os usuários têm conseguindo levar ao extremo as potencialidades enunciativas dos recursos sociosemióticos disponíveis. Os gêneros que aqui apresentei – anúncio institucional, anúncio publicitário, tiras cômicas e crítica – são estudados há décadas, muito antes da popularização da internet. O que mudaram foram as maneiras possíveis (agora muito mais amplas) de representar essas ações retóricas tipificadas, que respondem às mesmas situações recorrentes, que existem em toda e qualquer sociedade.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. (2009). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec.

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: _____. *Estética da criação verbal*. (2011). 6 ed. São Paulo: Martins Fontes.

20. Um exemplo dessas práticas sociais novas com as quais ainda estamos aprendendo é o fato de haver profunda dificuldade de referenciar as fontes dos memes para publicação em periódicos, uma vez que eles têm uma vida curta nas redes. Como dar conta das referências desses exemplos, quando circulam em perfis fechados ou em aplicativos como o whatsapp? Como diz Ribeiro (2019, p. 25), “como relatar atividades digitais em um mundo editorial que opera na cultura do impresso?”

- BAZERMAN, C. (2005). *Gêneros textuais, tipificação e interação*. Tradução de Ângela Dionísio e Judith C. Hoffnagel. São Paulo: Cortez.
- BLACKMORE, B. (2000). The power of memes. *Scientific American*, v. 283, n. 4, p. 52-61. Disponível em: <http://www.susanblackmore.co.uk/Articles/SciAm00.html>. Acesso em: 29 mar. 2020.
- CANI, J B. (2019) Multimodalidade e efeitos de sentido no gênero meme. *Periferia*, v. 11, n. 2, pp. 242-267.
- CAVALCANTE, M. M.; FARIA, M. G. S.; CARVALHO, A. P. L. (2017). Sobre intertextualidades estritas e amplas. *Revista de Letras*, n. 36, v. 2, pp. 7-22.
- CAVALCANTE, M. M.; OLIVEIRA, R. (2019). O recurso aos memes em diferentes padrões de gêneros à luz da Linguística Textual. *Revista do Programa de Pós-graduação em Letras de Passo Fundo*, v. 15, n. 1, pp. 8-23.
- DAWKINS, R. (1976). *O gene egoísta*. Belo Horizonte: Itatiaia, São Paulo: Edusp, 2010.
- GALEANO, E. (2012). *Os filhos dos dias*. Trad.: Eric Nepomuceno. São Paulo: L&PM Editores.
- GAMBARATO, R. R. KOMESU, F. (2018) What are you laughing at? Former brazilian President Dilma Rousseff's Internet memes across Spreadable media contexts. *Journal of Creative Communications*, v.13, n. 2, pp. 1-19.
- GENETTE, G. (1982). *Palimpsestos: a literatura de segunda mão*. Trad: Cibele Braga, Erika Viviane Costa Vieira, Luciene Guimarães, Maria Antônia Ramos Coutinho, Mariana Mendes Arruda, Miriam Vieira. Edições Viva Voz: Belo Horizonte, 2010.
- GUERRA, C.; BOTTA, M. C. (2018). O meme como gênero discursivo nativo no meio digital: principais características e análise preliminar. *Domínios de linguagem*, Uberlândia, v. 12, n. 3, pp. 1859-1877.
- GONÇALVES, C. J. S. L. (2017). *Práticas de letramentos na elaboração de memes em atividades com fins educacionais*. 126f. Dissertação (Mestrado em História e Letras) – Curso de Mestrado Interdisciplinar em História e Letras, Faculdade de Educação, Ciências e Letras do Sertão Central, Quixadá, Universidade Estadual do Ceará.
- HALLIDAY, M. A. K. (1976). *System and function in language: selected papers*. London: Oxford University Press.

- HEYLIGHEN, F. (1998). What makes a meme succesful? Selection criteria for cultural evolution. *Proc. 15th Int. Congress on Cybernetics* (Association International de Cybernétique, Namur), pp. 423-418.
- KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C. (2005). Memes and affinities: Cultural replication and literacy education. *ANNUAL NRC*, Miami.
- KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C. (2007). *A new literacies sampler*. London: Routledge.
- KRESS, G. (2010). *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. New York: Roulledge.
- LARA, M. T. A.; MENDONÇA, M. C. (2020). O *meme* em material didático: considerações sobre ensino/aprendizagem de gêneros do discurso. *Bakhtiniana*, São Paulo, 15 (2), pp. 185-209.
- LIMA-NETO, V. (2009). *Mesclas genéricas no Orkut: o caso do scrap*. 213f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-graduação em Linguística, Fortaleza, 2009.
- LIMA-NETO, V. (2014). *Um estudo da emergência de gêneros no Facebook*. 309f. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-graduação em Linguística, Fortaleza, 2014.
- LOPES, A. K. C. (2008). *Uma colônia de generous anúncios*. 151 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Programa de Pós-graduação em Linguística, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.
- MANOVICH, L. (2005). *Remixing and remixibility*. 2005. Disponível em: <http://www.manovich.net>. Acesso em: 20 jan. 2020.
- MILLER, C. (2009). Gênero como ação social. In: _____. *Estudos sobre gênero textual, agência e tecnologia*. DIONÍSIO, A. P.; HOFFNAGEL, J. C. (Org.). Trad. e adaptação de Judith Chambliss Hoffnagel et al. Recife: EDUFPE, pp. 21-44.
- NOBRE, K. C. (2014). *Crítérios classificatórios de processos intertextuais*. 129 f. Tese (Doutorado em Linguística) – Programa de Pós-graduação em Linguística, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.
- PASSOS, M. V. F. (2012). O gênero “meme” em propostas de produção de textos: implicações discursivas e multimodais. *Anais do SIELP*. Volume 2, Número 1. Uberlândia: EDUFU.

- RAMOS, P. (2009). História em quadrinhos: gênero ou hipergênero? *Estudos linguísticos*, São Paulo, 38 (3), pp. 355-367.
- RIBEIRO, A. A. (2018). O conceito sistêmico de viralização em redes sociais na internet. *Nexi*, Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, São Paulo, PUC-SP, n. 4, pp. 18-29.
- RIBEIRO, A. E. (2019). *Escrever, boje*: palavra, imagem e tecnologias digitais na educação. São Paulo: Parábola Editorial.
- SANTAELLA, L. (2008). *Culturas e artes do pós-humano*: da cultura das mídias à cibercultura. 3. ed. São Paulo: Paulus.
- SCHNEUWLY, B.; DOLZ, J. (2004). *Gêneros orais e escritos na escola*. Trad.: Roxane Rojo e Gláís Cordeiro. Campinas: Mercado das Letras.
- SHIFMAN, L. (2014). *Memes in digital culture*. Cambridge: MIT Press.
- SILVA, A. A. (2016). Memes virtuais: gênero do discurso, dialogismo, polifonia e heterogeneidade enunciativa. *Revista Travessias*, v. 10, n. 3, 28 ed, pp. 341-361.
- SWALES, J. M. (1990). *Genre Analysis*: English in academic and research settings. Cambridge: Cambridge University Press.
- WIGGINS, B. E; BOWERS, G. B. (2014). Meme as genre: a structural analysis of the memescape. *New media and society*, State College, v. 17, n. 11, pp. 1-21.

Recebido: 1/6/2020

Aceito: 6/11/2020

Publicado: 22/11/2020