



O meme como gênero discursivo nativo do meio digital: principais características e análise preliminar

Meme as a native discursive genre of the digital environment: its main characteristics and preliminary analysis

*Christiane Guerra**

*Mariana Giacomini Botta***

RESUMO: A grande popularidade dos sites de redes sociais trouxe consigo a emergência de novos gêneros discursivos, nativos do meio digital. Esse é o caso do meme, cada vez mais presente nas comunicações on-line. Neste trabalho é apresentado um breve panorama do surgimento do conceito e dos memes na internet, que serve como base para a análise dessa nova forma de interação entre indivíduos. Com o objetivo de fazer um levantamento das principais características do meme como gênero discursivo, esta pesquisa se apoia em conceitos de Bakhtin e em algumas ideias de Charaudeau, Moirand, Marcuschi e Fiorin. Sobre a concepção de meme, foram consultadas obras de Dawkins, Recuero e Martino. Os resultados mostram que o meme tem a finalidade de manifestar posicionamento ou comentário sobre algum acontecimento, de modo leve e bem-humorado. Além disso, entende-se que a referência ao fato que motivou a criação do meme é fundamental no que diz respeito à fidelidade da cópia e pode ser mantida tanto nos elementos visuais quanto nos verbais.

ABSTRACT: The popularity of social network sites has resulted in the emergence of new discursive genres, natives to the digital world. This is the case of the meme, increasingly present in online communications. This paper presents a brief overview of the appearance of the concept and the memes, which serves as the basis for the analysis of this new form of interaction between individuals. In order to make a survey of meme's main characteristics as a discursive genre, this research is based on Bakhtin's concepts and on some ideas of Charaudeau, Moirand, Marcuschi and Fiorin. About the conception of meme, we consulted works of Dawkins, Recuero and Martino. The results show us that the meme has the purpose of manifesting a position or doing a comment about some event, in a light and humorous way. In addition, we could see that the reference to the fact that motivated the creation of the meme is fundamental concerning the fidelity of the copy and can be maintained in the visual and in the verbal elements.

* Doutoranda do Programa de Doutorado em Letras – Associação Ampla UCS/UniRitter (PDLet).
chrisguerrarp@gmail.com

** Docente do Programa de Doutorado em Letras – Associação Ampla UCS/UniRitter (PDLet).
marianabotta@gmail.com

PALAVRAS-CHAVE: Gênero discursivo. Gêneros digitais. Meme. Redes sociais. Enunciação.

KEYWORDS: Discursive genre. Digital genres. Meme. Social networks. Enunciation.

1. Introdução

Nas últimas décadas, com os avanços tecnológicos e a ampliação do acesso à internet, as formas de comunicação e de interação entre as pessoas passaram por grandes modificações. Entre elas, destaca-se o surgimento de novos gêneros discursivos, nativos do ambiente digital e on-line, como o post de blog ou de rede social, a mensagem instantânea (do tipo WhatsApp), as homepages e a reportagem multimídia, entre outros.

O desenvolvimento desses novos gêneros está intimamente ligado às inovações tecnológicas e às possibilidades de interação oferecidas pelos novos suportes, como a internet, que é um meio de comunicação diferente dos demais. Ela tem como características essenciais a velocidade (de envio e de propagação), a interatividade, a hipertextualidade e a multi/hipermidialidade. Aos poucos, essas características começaram a ser exploradas, dando origem a novos hábitos comunicativo-sociais.

Dentre essas novas formas de comunicação, uma das mais populares e produtivas na sociedade brasileira é, sem dúvida, o *meme*, que vem ocupando um espaço cada vez maior na cultura nacional. Prova disso é a completa integração dos *memes* ao cotidiano da sociedade, que pode ser vista em títulos de reportagens de sites e portais:

- (a) Memes, a única instituição funcionando plenamente no Brasil (El País, 20/5/2017)¹

¹ Disponível em: <http://bit.ly/2wo3mV1>. Acesso em: 15 out. 2017.

- (b) Página do Facebook é notificada por usar fotos de Temer sem crédito em memes (Zero Hora, 22/5/2017)²
- (c) Fora meme? Como o Governo Temer virou inimigo da indústria das piadas na Internet (El País, 27/5/2017)³
- (d) Temer veta uso de fotos para memes; PT provoca liberando banco de imagens (Poder 360, 24/5/2017)⁴
- (e) Denúncia de gravação de Michel Temer rende piadas e memes (Jornal O Globo, 17/6/2017)⁵
- (f) Memes no celular e nas redes sociais: a reação da internet à delação da JBS envolvendo Temer (G1, 18/5/2017)⁶

Hoje, os *memes* funcionam como um indicador das opiniões da população. Quando há algum acontecimento de repercussão nacional, sobretudo na política, a ampla circulação de *memes* sobre o assunto é esperada e, até, anunciada pelos meios de comunicação. Foi o que aconteceu no programa Fantástico, da TV Globo, de 21 de maio de 2017, quando foi ao ar o vídeo “Crise política vira memes e faz sucesso na internet”, com 1 minuto e 17 segundos⁷. Ele foi anunciado pela apresentadora do programa, a jornalista Poliana Abritta, da seguinte maneira: “O humor como forma de crítica e protesto; incontáveis *memes* circularam na internet, à medida em os casos de corrupção se sucediam no noticiário desta semana”.

Como a apresentadora mencionou, essa nova forma de comunicação tem sido usada para comentar fatos e acontecimentos considerados relevantes pela população, sobretudo os que envolvem política, futebol, fatos do dia a dia e a vida de celebridades.

² Disponível em: <http://bit.ly/2vwzbMD>. Acesso em: 15 out. 2017.

³ Disponível em: <http://bit.ly/2iMQ1AM>. Acesso em: 15 out. 2017.

⁴ Disponível em: <http://bit.ly/2gtNPNR>. Acesso em: 15 out. 2017.

⁵ Disponível em: <https://glo.bo/2pVYb8Z>. Acesso em: 15 out. 2017.

⁶ Disponível em: <https://glo.bo/2eo3V7D>. Acesso em: 15 out. 2017.

⁷ Disponível em: <https://glo.bo/2vwJn7y>. Acesso em 10 out. 2017.

Ela é produzida e disseminada de acordo com diversos objetivos comunicacionais: criticar, comentar, fazer rir, mostrar indignação ou espanto. Outra característica do *meme* é que ele circula prioritariamente nas redes sociais da internet e tem uma estrutura mais ou menos fixa e, por isso, costuma ser facilmente reconhecido pelos usuários desses sites.

Por tudo isso, o *meme* pode ser considerado um dos gêneros nativos do suporte digital on-line. Segundo Bakhtin (1997, p. 279), toda atividade de comunicação é realizada por meio de algum gênero discursivo e todo enunciado reflete as condições específicas e as finalidades de cada uma das esferas da atividade humana, não só por seu “conteúdo (temático) e por seu estilo verbal (seleção operada nos recursos da língua – lexicais, fraseológicos e gramaticais), mas também por sua construção composicional”.

Sobre o aparecimento e desenvolvimento dessas novas formas de comunicação, Marcuschi (2002, p. 19) afirma que as novas tecnologias comunicacionais e as interferências delas nas atividades do dia a dia propiciam o surgimento de novos gêneros:

Esses novos gêneros não são inovações absolutas, quais criações *ab ovo*, sem uma ancoragem em outros gêneros já existentes. O fato já fora notado por Bakhtin [1997], que falava na 'transmutação' dos gêneros e na assimilação de um gênero por outro gerando novos. A tecnologia favorece o surgimento de formas inovadoras, mas não absolutamente novas. (MARCUSCHI, 2002, p. 19)

2. O surgimento dos memes

Estudos recentes, como os de Recuero (2009) e Martino (2015), entre outros, dão conta de que o termo *meme* foi utilizado pela primeira vez em 1976, por Richard Dawkins, no livro *O gene egoísta*, para explicar a propagação e transformação de ideias. Ele provém da palavra grega *mimeme*, utilizada com o significado de imitação (BLACKMORE, 1999, apud RECUERO, 2009, p. 123). E assim como os genes carregam

informações que definem as características dos seres, os *memes* são entendidos como unidades de informação cultural: “[...] para jogar com as palavras, o *meme* seria parte do DNA da cultura” (MARTINO, 2015, p. 175).

Meme, então, foi o nome dado às produções culturais que têm a capacidade de se replicar e de se transformar. Segundo Recuero (2007, p. 23), o *meme* é o “gene” da cultura e “se perpetua através de seus replicadores, as pessoas”. No *meme*, “as mudanças e transformações são frequentes e comparadas, em sua abordagem, às mutações genéticas: essenciais para a sobrevivência do meme” (RECUERO, 2009, p. 133).

Na internet, os *memes* são mensagens insistentemente reproduzidas e propagadas através das redes sociais, podendo ser modificadas, mas mantendo alguma identificação com a mensagem original, fomentando interações entre indivíduos. São formas de comunicação rápida, utilizadas repetidamente na internet. Podem ser compostas por uma imagem ou montagem, associada a uma gíria ou bordão.

[...] ao se espalharem, memes se tornam diferentes, mas reconhecíveis: ao serem compartilhadas, as informações dos memes ganham as características particulares relacionadas ao novo contexto” (MARTINO, 2015, p. 177).

A necessidade da manutenção de alguma identificação com a mensagem original, uma forma de diálogo com mensagens anteriores, é fundamental para que o *meme* atinja o efeito de humor esperado. Quando o destinatário não compartilha a referência, ele não entende o *meme*, que acaba parecendo sem graça. Ele só faz sentido quando colocado dentro de um determinado contexto e visualizado por pessoas que compreendam aquela referência. Se o *meme* não é entendido, ele não é compartilhado, e perde sua característica fundamental, que é a capacidade de viralizar (espalhar-se na rede de maneira tão rápida quanto um vírus).

Os memes são transmitidos, primordialmente, entre indivíduos. No entanto, por conta da velocidade e alcance de sua disseminação, se tornam fenômenos culturais e sociais que ultrapassam a ligação entre as pessoas. Essa relação entre o nível micro do compartilhamento individual e o nível macro do alcance social tornam os memes particularmente importantes para se entender a cultura contemporânea (MARTINO, 2015, p. 178).

De acordo com Recuero (2009, p. 124), as características essenciais que garantem a sobrevivência dos *memes*, citadas por Dawkins (1979) e Blackmore (1999), são: a longevidade, a fecundidade e a fidelidade das cópias.

A longevidade é a capacidade do *meme* de permanecer no tempo. A fecundidade é sua capacidade de gerar cópias. Por fim, a fidelidade é a capacidade de gerar cópias com maior semelhança ao meme original. Ressalte-se que a propagação dos *memes* é cíclica e nem sempre implica a reprodução fiel da ideia original. Ao contrário, as mudanças e transformações são frequentes e comparadas, em sua abordagem, às mutações genéticas: essenciais para a sobrevivência do *meme*. Assim, as diferenças através das quais as pessoas repetem as ideias são, por definição, parte do *meme* (RECUERO, 2009, p. 124).

3. Redes sociais e *memes*

As redes sociais digitais são formadas por grupos de pessoas com interesses em comum, que se organizam e interagem mediados pelo computador e também fora das redes. Nesse espaço, cada sujeito constrói sua reputação através das interações com outros participantes, pois, conforme afirma Lévy (1999, p.128), “a moral implícita na comunidade virtual é em geral a reciprocidade”.

Para Recuero (2009, p. 80), nas interações entre os ciberindivíduos, as redes sociais se constituem por um processo dinâmico, vivo e em constante transformação, mas elas também são um ambiente de disputas. “É possível que existam interações que

visem somar e construir um determinado laço social e interações que visem enfraquecer ou mesmo destruir outro laço” (RECUERO, 2009, p. 79). Dessa maneira, as redes sociais virtuais também incluem os sujeitos em ações de ordem, caos, união e rupturas. Isso se dá a partir das características de cooperação, competição ou de conflito que acontecem entre os sujeitos participantes de uma rede.

Como em qualquer outro meio de comunicação e interação (televisão, rádio ou jornal impresso), as redes sociais são passíveis de manipulações e tornam-se espaço de conflitos. Muitos de seus participantes estão atentos a outros membros da rede, e são capazes de responder quase instantaneamente a todas as manifestações.

Há, atualmente, muitas opções de redes sociais na internet, e entre as mais populares estão o *YouTube* (youtube.com), *Twitter* (twitter.com) e o *Facebook* (facebook.com), entre outras. Nelas, a interação é instantânea, e seus participantes dialogam e se inter-relacionam em diferentes níveis de poder de influência. Esta é mensurada pela quantidade de seguidores que o usuário conquista e pelo número de compartilhamentos e comentários que as mensagens que ele divulga conseguem obter.

O ato de publicar algum conteúdo nas redes sociais é chamado de postagem. As pessoas podem postar fotos, textos, vídeos, ilustrações, mapas, infográficos e montagens, unindo mais de uma imagem ou imagem e texto. O *meme* é uma das formas de postagem possível. Assim como qualquer mensagem publicada nas redes sociais, ele também é carregado de posicionamentos e ideologias, e esse poder discursivo está ligado ao impacto que o usuário causa ou visa causar na rede. Para Recuero (2009, p. 122), os *memes* podem ser compreendidos como gêneros “potencializados pela rede e parte da dinâmica social desses ambientes”.

4. Interatividade, interação verbal e dialogismo

Quando se fala em interação, é possível imaginar o envolvimento de duas ou mais pessoas, em que uma provoca uma reação na outra. Ela é uma das principais características da internet como suporte e, conseqüentemente, também caracteriza os

diferentes gêneros usados nas redes sociais. Nesses ambientes, a maior parte da interação é verbal, mas também pode ser manifestada por meio de imagens ou figuras como emojis e emoticons, e por meio de recursos de cada rede, que incluem botões de cutucar, curtir, compartilhar etc.

Partindo-se da ideia de que a interação é a principal característica da comunicação verbal, este trabalho tem como principal pressuposto teórico a teoria da enunciação de Bakhtin e de seu grupo.

A verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas lingüísticas 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, 2006, p. 123, grifos do autor).

De acordo com Lévy (1999, p. 85), pode-se pensar na existência de diferentes tipos de interatividade, pois devem ser levadas em consideração as possibilidades de apropriação e personalização, a reciprocidade, a virtualidade, a implicação da imagem dos participantes e a telepresença. Nos *memes*, ela está presente principalmente na possibilidade de apropriação e de personalização e nos elementos verbais, ou seja, na interação verbal.

Uma das principais características da interação verbal é o diálogo, que é constituído em toda a forma de comunicação verbal (escrita ou vocalizada). Para o entendimento de uma mensagem, deve-se levar em conta os enunciados dos outros sujeitos. “A enunciação realizada é como uma ilha emergindo de um oceano sem limites [...]. As dimensões e as formas dessa ilha são determinadas pela situação da enunciação e seu auditório” (BAKHTIN, 2006, p. 125). Isso quer dizer que a reação do público a alguma coisa expressa por um sujeito é como um auditório social, e é dentro desse contexto que as palavras e gestos são medidos. Dessa forma, para ser compreendido, todo discurso cruza com o discurso alheio.

Na realidade toda palavra comporta duas faces. Ela é determinada tanto pelo fato de que procede de alguém, como pelo fato de que se dirige para alguém. Ela constitui o produto da interação do locutor e do ouvinte (BAKHTIN, 2006, p. 113).

Um falante, quando produz um enunciado, espera do sujeito ouvinte uma reação, uma resposta, seja para aprovar, consentir, concordar, refutar, reprovar ou contestar o que foi proferido. A isso, esse autor chama de atitude responsiva ativa: “ toda compreensão é prenhe de resposta e, de uma forma ou de outra, forçosamente a produz: o ouvinte torna-se o locutor” (BAKHTIN, 1997, p.290).

Ainda segundo Bakhtin, a linguagem é essencialmente plural, atravessada pelas diversas vozes sociais, o que está ligado às múltiplas práticas languageiras da vida cotidiana, aos diversos grupos socioideológicos e a seu momento histórico. Todo discurso tem por característica um diálogo com o discurso do outro, seja na presença física ou nas relações virtuais digitais. Os enunciados não se encontram dissociados da interação entre os sujeitos que estão sócio-histórica e ideologicamente situados. A presença desse outro no discurso provoca tensão, respostas e questionamentos sobre a produção de sentidos e significados. Dentro dessa dinâmica, um discurso ou enunciado pode sofrer mudanças, subvertendo-se a um novo sentido.

5. Os gêneros do discurso

A linguagem é um conjunto de práticas sociais organizadas determinadas pelo contexto cultural, utilizada pelos falantes para realizar seus propósitos comunicativos. Os textos produzidos nas ações comunicativas dos sujeitos agrupam-se, assumindo características comuns que permitem que eles sejam reconhecidos e interpretados por uma determinada comunidade. Para Bakhtin (1997, p. 279), “cada esfera de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo isso que denominamos gêneros do discurso”.

De natureza social, a língua é uma realidade material dos sujeitos, dentro de um contexto histórico, cotidiano e vivo. Os gêneros do discurso da vida cotidiana são percebidos de acordo com as relações sociais entre os indivíduos e a situação de enunciação. Esse contexto extraverbal também é responsável pela produção de sentidos de um enunciado. Dessa forma, os gêneros podem ser considerados como tipos relativamente estáveis de enunciados associados a situações extraverbais, que permitem a apreensão e a percepção dos significados discursivos.

Existe uma grande diversidade de gêneros que se transformam e ampliam o repertório comunicativo dos grupos sociais. Cada situação comunicativa é determinada por um gênero, que altera o sentido de um mesmo enunciado.

Esses gêneros do discurso nos são dados quase como nos é dada a língua materna, que dominamos com facilidade antes mesmo que lhe estudemos a gramática. A língua materna — a composição de seu léxico e sua estrutura gramatical —, não a aprendemos nos dicionários e nas gramáticas, nós a adquirimos mediante enunciados concretos que ouvimos e reproduzimos durante a comunicação verbal viva que se efetua com os indivíduos que nos rodeiam (BAKHTIN, 1997, p. 301).

Dessa maneira, toda comunicação está condicionada pelo contexto sócio-histórico-cultural. A escolha de um gênero discursivo também é determinada pelas circunstâncias sociais, e ele é utilizado conforme suas possibilidades no processo discursivo. No que diz respeito aos memes, seu aparecimento foi motivado pelo desenvolvimento de novas tecnologias, que proporcionaram a criação de formas inovadoras de comunicação em rede, adequadas às necessidades da sociedade contemporânea.

6. O *meme* como gênero do discurso

Charaudeau (2010, p. 212) diz que há três desafios presentes na construção de qualquer gênero de informação: a) o desafio de visibilidade (atração da atenção do

público leitor); b) o desafio de inteligibilidade (tornar o conteúdo interessante e acessível); e c) o desafio de espetacularização (fazer o conteúdo suscitar interesse e/ou emoção). Visibilidade, inteligibilidade e espetacularização são três requisitos plenamente cumpridos pelos *memes*, que conquistaram o público da internet, são compreendidos e reproduzidos e despertam o interesse de um grande número de pessoas.

Além disso, como já foi mostrado na introdução deste trabalho, o *meme* pode ter diferentes finalidades comunicativas, circula na esfera dos sites de redes sociais e possui uma estrutura mais ou menos fixa, podendo ser facilmente identificado pelos internautas. Quanto aos três elementos que caracterizam um gênero discursivo, citados por Bakhtin (1997), temos: (a) construção composicional – os *memes* “padrão” costumam ser compostos por uma imagem e uma gíria ou bordão; normalmente, os recursos verbais são colocados sobre a imagem (em cima e embaixo) e não são necessariamente relacionados com o item visual; (b) conteúdo (temático) – geralmente é uma reação, crítica ou comentário sobre algum acontecimento, que pode ser expressado pela imagem e/ou pela frase utilizada; (c) estilo verbal – a mensagem é bem curta, escrita em linguagem informal.

Para Moirand (2007, p. 93), no estudo dos gêneros, a intertextualidade deve estar no centro do esquema da comunicação, relacionando o que é interno (a estrutura do enunciado) ao seu exterior (o contexto extraverbal). Segundo Fiorin (2006, p.162), a intertextualidade é a relação dialógica entre textos e suas materialidades, e ocorre quando um texto também se insere em outro texto.

O termo *intertextualidade* fica reservado apenas para os casos em que a relação discursiva é materializada em textos. Isso significa que a intertextualidade pressupõe sempre uma interdiscursividade, mas que o contrário não é verdadeiro (FIORIN, 2006, p. 181, grifos do autor).

No *meme*, a intertextualidade está presente na referência que deve ser comum aos interlocutores, na repetição de um bordão, gíria ou imagem. A identificação da referência pode ser uma das causas do efeito de humor característico dos *memes*. Para Bakhtin (1965, apud CLARK; HOLQUIST 1998, p.323), uma das características do humor é ridicularizar o papel de autoridade e a ideologia de alguns discursos (religioso, filosófico, ético, político, científico etc.), subvertendo a linguagem e desmascarando discursos oficiais hierárquicos e opressivos. Pode-se considerar que o *meme* também se rebela contra um primeiro discurso, apropria-se dele, subverte-o, questiona-o e o transforma em outro discurso.

7. Análise do *meme* “Senhora!”

Para ilustrar as reflexões apresentadas neste trabalho, utiliza-se o *meme* “Senhora!”, que foi um dos mais compartilhados pelos usuários brasileiros nas redes sociais em 2015. O discurso inicial foi originado por uma reportagem divulgada pela TV Anhanguera, de Goiânia (Goiás), no dia 28 de setembro de 2015. Na matéria-denúncia, a repórter investigava funcionários da Assembleia Legislativa de Goiás (Alego), que registravam o ponto e, sem cumprir a carga horária de trabalho, logo iam embora da instituição.

Após três dias observando o comportamento ilegal de uma funcionária, a jornalista aborda a mulher, que se encontra em uma praça no horário de expediente. A repórter, inicialmente, pergunta o nome e a ocupação da entrevistada, que prontamente diz que está desempregada e, ao ser questionada sobre seu vínculo com a Assembleia daquele estado, responde que não existe, e diz que apenas aparece em alguns eventos da instituição. Logo após esse diálogo, a repórter diz já ter visto a mulher, por três vezes em uma semana, registrar o ponto e sair.

Após essa afirmação, a servidora nega a acusação e sai correndo da equipe de reportagem, mesmo sabendo que está sendo filmada. A jornalista não se intimida com a reação, insiste na continuidade da entrevista, e começa a correr atrás da servidora,

gritando: “a senhora não trabalha na Assembleia? Então, se não é funcionária, porque está correndo de mim? Não quer conversar comigo? Senhora! Senhora! Senhora!”.

Figura 1 – Cenas da reportagem exibida pela TV Anhanguera.



Fonte: reprodução da internet.

A cena, tão real quanto patética, tornou-se material mais do que adequado para a paródia, “a ironia insinuou-se em toda parte, é atestada em todos os seus aspectos: desde a ironia ínfima, imperceptível, até a zombaria declarada” (BAKHTIN, 1997, p. 371). Ao serem apropriadas pelos usuários das redes sociais, as últimas frases da repórter deram origem ao *meme* “Senhora!”. Tendo por base a reportagem, os internautas passaram a criar novas mensagens, novos significados. Na sequência são reproduzidos quatro *memes* que circularam na internet, repercutindo o caso:

Figura 2 – Meme nº 1: Procrastinação nos estudos. Figura 3 – Meme nº 2: Especialista em informática.



Fonte: reprodução da internet.

Figura 4 – Meme nº 3: Religião.



Fonte: reprodução da internet.

Figura 5 – Meme nº 4: Obra da literatura.



O *meme* nº. 1, aqui chamado “Procrastinação nos estudos”, remete ao discurso original pela ideia de alguém ter sido pego em flagrante, mentindo sobre um comportamento diferente do esperado: ver séries em vez de estudar, o que o aproxima do cotidiano de parte do público das redes sociais (jovens, estudantes). O segundo, “especialista em informática”, também aproxima a situação do discurso original (fugir

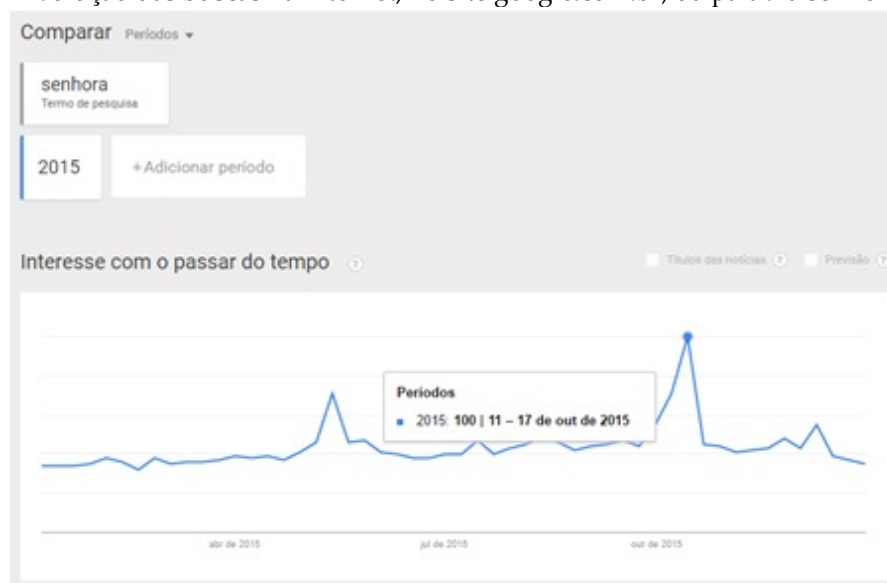
de uma situação desconfortável) de uma parte do público das redes sociais (pessoas que têm facilidade com computadores). Ambos os *memes* mantêm relação de semelhança com a mensagem original, mas não com relação ao mesmo aspecto: apesar de a imagem utilizada como ilustração ser a da reportagem, no primeiro caso, a “fidelidade da cópia” é percebida pela situação do flagrante; no segundo, pela vontade de fugir de algo incômodo. O efeito de sentido (de humor) nos dois *memes* é causado pela identificação com o público que recebe e replica essa forma de comunicação – jovens, estudantes, pessoas que trabalham com informática e, até, quem costuma contar com a ajuda de um amigo que tem facilidade para operar computadores.

No *meme* n.º 3, “Religião”, não é usada a imagem do vídeo original e a fidelidade se dá pela situação de entrevista (com microfone) e pelo uso do bordão “Senhor!, Senhor!”. Já o *meme* de n.º 4, “Obra da literatura”, mantém do discurso original apenas o bordão “Senhora!”, aplicando-o a uma das principais obras da literatura nacional, o livro *Senhora* (1874), de José de Alencar, leitura recomendada no ensino fundamental e médio e, por isso, conhecida pelo público jovem – o que causa a identificação.

O sucesso desse *meme* pode ser explicado pela facilidade de identificação com a situação vivida pela entrevistada: quem nunca ouviu uma pergunta constrangedora e tentou fugir da resposta? Quem nunca tentou fugir de um problema e foi perseguido por ele? Esse caso mostra que são muitas as possibilidades de subverter o discurso alheio em um ambiente democrático, sem controle e coletivo, como a web.

Para se ter uma ideia da popularidade desse *meme*, pode-se observar o comportamento dos usuários na busca por informação, no ano de 2015, por meio do gráfico do aplicativo *Google Trends* – ferramenta do *Google* que apresenta o quanto uma palavra foi procurada pelos usuários no portal de busca. Ele mostra a quantidade de vezes que o termo “senhora”, provavelmente em relação ao *meme*, foi procurado no site de buscas *Google* (*google.com*), com destaque para o período entre 11 a 17 de outubro, pouco depois da veiculação da reportagem na TV.

Figura 6 – Evolução das buscas na internet, no site google.com.br, da palavra senhora, em 2015.



Fonte: Gráfico gerado pela ferramenta Google Trends.

A partir dessa grande procura pelo termo, seguida pela produção e reprodução do *meme* “Senhora!”, a mesma ferramenta do Google mostra que esse foi o *meme* mais compartilhado pelos brasileiros no ano de 2015.

Figura 7 – Tabela dos *memes* mais populares na internet brasileira em 2015.

Em destaque	
Memes	
2015	
1	Senhora
2	Me Solta
3	Dibre do Ronaldinho
4	Jéssica

Fonte: tabela gerada pela ferramenta Google Trends.

8. Considerações finais

O breve estudo de caso do *meme* “Senhora!”, o mais popular da internet brasileira em 2015, permite confirmar que se trata de um novo gênero discursivo, cujo

aparecimento está relacionado com a popularização das redes sociais da internet. Trata-se de uma forma de comunicação cada vez mais utilizada, com a finalidade de manifestar um posicionamento sobre algum acontecimento, comentando-o ou criticando-o, de modo leve e bem-humorado. Com uma estrutura mais ou menos fixa, os *memes* costumam ser facilmente reconhecidos pelos usuários desses sites.

Nesta análise foi possível mostrar que a referência ao fato que motivou a criação do *meme* pode permanecer tanto nos elementos visuais quanto nos verbais. No caso dos *memes* decorrentes de "Senhora!", foram desenvolvidas as mais diferentes combinações: manutenção da referência na(s) imagem(ns), no bordão original ou em ambos, ou remissão à situação ou apenas ao personagem. Nota-se, portanto, a presença de intertextualidade quando há a manutenção da imagem e/ou do texto inicial, e de interdiscursividade, nos casos em que há apenas a alusão a eles. Para a compreensão do *meme*, a referência deve ser comum aos interlocutores, e a identificação da referência pode ser uma das causas de seu efeito de humor característico. Os *memes* possuem, ainda, visibilidade, inteligibilidade e espetacularização, têm uma composição estrutural mais ou menos estável, e usam linguagem informal.

Todas essas observações mostram que o conceito criado por Dawkins (1979) mantém as características básicas por ele elencadas: longevidade, fecundidade e fidelidade da cópia. Pelo que se pôde observar no caso em estudo, a longevidade e a fecundidade dependem da possibilidade de identificação de grupos de usuários da web com a situação ou com personagem da mensagem original, o que permite a criação de diferentes versões e sua posterior replicação. Já a fidelidade da cópia pode ser mantida em apenas um aspecto e, geralmente, é o que cria o efeito de humor.

Os avanços tecnológicos e o crescimento das conexões virtuais na rede mundial de computadores modificaram consideravelmente a forma como as pessoas se comunicam, e novos fenômenos comunicacionais surgiram com mais profusão. A web democratizou a comunicação de tal maneira que hoje qualquer indivíduo conectado

pode gerar conteúdo e este ser reconhecido sem barreiras geográficas, relativizando e também diminuindo o poder de dominação das mídias tradicionais de massa.

Diante de alguns aspectos propostos até aqui, é possível observar que é de grande importância considerar a esfera na qual os enunciados são produzidos para se identificar as características dos gêneros discursivos pertencentes à dimensão virtual, pois se cada campo possui seus gêneros específicos, no ciberespaço não poderia ser diferente. Sem o conhecimento de tais características, as interações tornam-se deficientes, incompletas e até mesmo podem gerar rupturas.

Assim como os sujeitos da interação, o *meme* na internet também é atravessado por inúmeros discursos, inserindo-se dentro de um contexto, de uma cultura discursiva contemporânea que é predominantemente dialógica, participativa e convergente, promovendo um jogo de linguagem que subverte as palavras e imagens.

Referências

AZEVEDO, T. Confira os 10 melhores memes da “Senhora?” que fugiu da Globo. In: **Vix** (site). Disponível em: <http://www.batanga.com.br/2072/confira-os-10-melhores-Memes-da-senhora-que-fugiu-da-globo>. Acesso em 29 jan 2017.

BAKHTIN, M. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BAKHTIN, M. **Questões de literatura e de estética - A Teoria do Romance**. São Paulo: Hucitec/AnnaBlume, 2002.

BAKHTIN, M. **Marxismo e a Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2006.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2010.

CLARK, K.; HOLQUIST, M. Rebelais e seu mundo. In: **Mikhail Bakhtin**. São Paulo: Perspectiva, 1998.

DAWKINS, R. **O gene egoísta**. São Paulo: EDUSP, 1979.

FIORIN, J. L. Interdiscursividade e intertextualidade. **Bakhtin**: outros conceitos-chave. São Paulo: Contexto, p. 161-193, 2006.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. **Gêneros textuais e ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

MARTINO, L. M. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes**. São Paulo: Vozes, 2015.

MOIRAND, S. Le dialogisme, entre problématiques énonciatives et théories discursives. In: **Cahiers de praxématique**. Aspects du dialogisme. Montpellier: Presses universitaires de la Méditerranée, 2004, n. 43, p. 189-220.

MOIRAND, S. **Les discours de la presse quotidienne: observer, analyser, comprendre**. Paris: PUF, 2007.

MUSEU do meme. Disponível em: <http://www.museudeMemes.com.br/sermons/senhora/>. Acesso em: 30 jan 2017.

ON sizzle. Disponível em: <https://onsizzle.com/i/e-verdade-que-a-senhora-ficou-vendo-series-cuando-tinha-1091287>. Acesso em: 30 jan 2017.

PENSE digital. Disponível em: <http://pensedigital.com.br/2015-o-ano-que-a-internet-bombou-de-hits/>. Acesso em: 30 jan 2017.

PORTAL BRASIL. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/ciencia-e-tecnologia/2016/09/pesquisa-revela-que-mais-de-100-milhoes-de-brasileiros-acessam-a-internet>. Acesso em: 29 jan 2017.

RECUERO, R. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. In: **Revista da Famecos**. Porto Alegre: PUCRS, 2007, v. 14, n. 32. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3411>. Acesso em: 28 set 2017.

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

Artigo recebido em: 30.11.2017

Artigo aprovado em: 22.05.2018