



O SENTIDO E O CAOS: existe diferença entre memes e *shitposts* na cultura da internet?

SENSE AND CHAOS: is there a difference between memes and *shitposts* in internet culture?

Carlos Henrique da Costa BARRETO*

Valeria Iensen BORTOLUZZI**

Taís Steffenello GHISLENI***

RESUMO: O artigo examina como memes e *shitposts*, dois produtos amplamente difundidos na cultura digital, diferenciam-se a partir de seus modos de enunciação, considerando suas características estruturais, comportamentais e comunicativas. O estudo tem por objetivo propor uma distinção técnica fundamentada na teoria de Mikhail Bakhtin sobre enunciado, enunciação e gêneros discursivos, articulando esses conceitos às formas multimodais e miméticas que caracterizam a circulação de conteúdos humorísticos na internet. A pesquisa adota abordagem qualitativa e natureza exploratória, buscando interpretar fenômenos comunicativos complexos e ainda pouco sistematizados no campo acadêmico. Para isso, reúne bibliografia especializada sobre memes, comportamento memético e cultura participativa, além de estudos que abordam o *shitpost* sob perspectivas estéticas, socioculturais e comparativas. A metodologia inclui análise teórico-conceitual e observação de exemplos representativos, permitindo compreender como cada formato opera em termos de composição visual, relação com o contexto e efeitos de sentido. Os resultados indicam que memes e *shitposts* compartilham comportamentos miméticos, replicando e transformando elementos visuais e discursivos presentes nos pools culturais digitais. No entanto, divergem profundamente na relação que estabelecem com o contexto dialógico. Os memes configuram enunciados-sentido: respondem a situações específicas, dialogam com acontecimentos, representam posicionamentos e preservam coerência temática e comunicativa. Já os *shitposts* se constituem como enunciados-ruído: produzem humor pela ausência deliberada de sentido, pelo caos visual e textual, pela quebra de expectativa e pela interrupção do fluxo comunicativo, desviando a atenção do contexto e tornando sua intencionalidade opaca ao interlocutor. Embora preservem a replicabilidade e a transformação típicas do comportamento memético, os *shitposts* operam por desconexão, abstração e choque. Com base nesses achados, o artigo conclui que o *shitpost* pode ser compreendido como um subgênero do meme, pois mantém

* Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Ensino de Humanidades e Linguagens (PPGEHL) da Universidade Franciscana (UFN) de Santa Maria (RS), Bolsista CAPES. Santa Maria, RS –Brasil. carloshcb123@gmail.com

** Doutora em Letras (UFSM). Professora da Universidade Franciscana (UFN), Santa Maria, RS – Brasil. valeria.bortoluzzi@gmail.com

*** Doutora em Comunicação Midiática (UFSM). Professora da Universidade Franciscana (UFN), Santa Maria, RS – Brasil. taisghisleni@yahoo.com.br

sua estrutura replicável, mas subverte sua função comunicativa ao deslocar o enunciado para o domínio do *nonsense*. A diferenciação proposta contribui para o aprofundamento das discussões sobre gêneros digitais e evidencia como sentidos e ruídos participam da construção do humor na cultura da internet. Além disso, abre caminhos para investigações futuras sobre os impactos desses formatos na comunicação contemporânea e na evolução das práticas de linguagem mediadas digitalmente.

PALAVRAS-CHAVE: Internet. Gênero. Linguagem. Memes. *Shitposts*.

ABSTRACT: The article examines how memes and shitposts—two widely disseminated products of digital culture—differ in their modes of enunciation, considering their structural, behavioral and communicative characteristics. The study aims to propose a technical distinction grounded in Mikhail Bakhtin’s theory of utterance, enunciation and discourse genres, articulating these concepts with the multimodal and mimetic forms that characterize the circulation of humorous content on the internet. The research adopts a qualitative and exploratory approach, seeking to interpret complex communicative phenomena that remain insufficiently systematized in the academic field. To this end, it brings together specialized literature on memes, memetic behavior and participatory culture, in addition to studies that address shitposting from aesthetic, sociocultural and comparative perspectives. The methodology involves theoretical–conceptual analysis and the observation of representative examples, enabling an understanding of how each format operates in terms of visual composition, contextual relations and meaning effects. The results indicate that memes and shitposts share mimetic behaviors, replicating and transforming visual and discursive elements present in digital cultural pools. However, they diverge significantly in the way they relate to dialogic context. Memes function as meaning-utterances: they respond to specific situations, engage with events, convey positions and preserve thematic and communicative coherence. Shitposts, in turn, constitute noise-utterances: they produce humor through the deliberate absence of meaning, through visual and textual chaos, through breaks in expectation and through the interruption of communicative flow, diverting attention from context and rendering the creator’s intent opaque to the interlocutor. Although shitposts preserve the replicability and transformation typical of memetic behavior, they operate through disconnection, abstraction and shock. Based on these findings, the article concludes that shitposting can be understood as a subgenre of the meme, since it preserves a replicable structure while subverting communicative function by shifting the utterance into the domain of nonsense. The proposed differentiation contributes to advancing discussions on digital genres and highlights how meaning and noise participate in the construction of humor within internet culture. Furthermore, it opens paths for future investigations into the impacts of these formats on contemporary communication and on the evolving practices of digitally mediated language.

KEYWORDS: Internet. Genre. Language. Memes. Shitposts.

Artigo recebido em: 30.04.2025

Artigo aprovado em: 03.12.2025

1 Introdução

Para Mikhail Bakhtin (1997), enunciados são a unidade mínima produtora de sentido na nossa comunicação. Tudo o que comunicamos e expressamos é composto de enunciados, principalmente no humor. Nessa ideia, a internet, enquanto ecossistema comunicativo, está repleta de manifestações humorísticas que constantemente sofre mutações. E quando pensamos em linguagem e humor na internet, rapidamente podemos destacar dois produtos populares desse ecossistema: os memes e os *shitposts*. Numa busca comum desses termos pela web, rapidamente encontraremos playlists e compilados que reúnem “memes”, e outras que reúnem “memes *shitposts*” ou simplesmente “*shitposts*” – o que nos sugere uma espécie de diferenciação categoria, de onde vem a problemática deste estudo: existe uma diferença entre memes e *shitposts* na Cultura Digital?

Para Viktor Chagas (2023), os memes que circulam na internet são um gênero comunicativo que se manifesta em diversos formatos, como imagens, vídeos, montagens, fotos, gifs e outros. Os memes frequentemente dialogam com a cultura, refletindo e comentando sobre eventos, tendências e acontecimentos contemporâneos sob a ótica do agente memeficador – seu criador. Para Nordstrom (2022) e Lima e Vicente (2022), contudo, os *shitposts* também se apresentam das mesmas formas, e também se inserem nas mesmas dinâmicas comunicativas. Além disso, esses autores também concordam com uma multimodalidade e intertextualidade cultural sob os elementos de composição de cada formato. Se existe uma distinção entre memes e *shitposts*, ela parece residir na intencionalidade criativa e nos efeitos de recepção. Desse modo, em termos técnicos, essa diferença se manifesta na enunciação da mensagem? O que é um meme, o que é um *shitpost*? Quando é um e quando é outro?

Nessa exposição, o presente artigo objetiva postular uma diferenciação entre memes e *shitposts* com base em seus aspectos **enunciativos** – somando olhar às suas características composicionais e a seus comportamentos de replicação para compreender o meme como um gênero digital e o *shitpost* como um subgênero seu de

diferente finalidade comunicativa. Nossa proposta se ancora no pensamento de Bakhtin sobre gêneros, enunciados e produção de sentido, especialmente em *Estética da Criação Verbal* (Bakhtin, 1997). Como complemento ao autor, a discussão se ancora em Bubnova (2011), que apresenta uma interpretação acessível de seus conceitos mais essenciais para este estudo.

Por conseguinte, seguem, nos próximos tópicos, nossa explanação metodológica; o desenvolvimento com reflexões sobre Bakhtin, memes e *shitposts*; e, por fim, nossa conclusão com tese e considerações finais. Para tanto, [1] iniciaremos o pensamento bakhtiniano acerca de enunciados, gêneros e sentido; em seguida, [2] contextualizaremos tanto memes quanto *shitposts* conforme leituras teóricas e conceituais; e, finalmente, [3] apresentaremos uma síntese das análises, evidenciando pontos de convergência e distinção que contribuam para a compreensão de ambos no campo da comunicação digital.

2 Aspectos metodológicos

Esta é uma pesquisa essencialmente qualitativa. Conforme Michel (2009), nessa natureza, buscamos compreender e interpretar as complexidades inerentes aos fenômenos estudados construindo interpretações a partir de cruzamentos teóricos – nesse caso, nossa proposta de diferenciação entre memes e *shitposts*. A pesquisa também tem caráter exploratório, segundo Gil (1989), que ressalta a importância do caráter exploratório na fase inicial de investigações científicas. Essa abordagem permite identificar padrões, tendências e relações que poderão orientar futuras pesquisas e aprofundar a compreensão sobre o tema.

Em relação à compreensão do meme como gênero nativo do digital e suas características, utilizamos autores como Chagas (2023), Barreto e Ghisleni (2023), e autores complementares como Cani (2019) e a obra de Henry Jenkins (2015), sobre a Cultura Digital. Em relação à fundamentação do meme enquanto conceito e seu

comportamento de replicação e transformação, utilizamos seu próprio criador, Richard Dawkins (2007), e sua obra “O Gene Egoísta”.

Para garantir a originalidade científica de nossa proposta, em relação ao *shitpost*, realizou-se uma coleta bibliográfica no Google Acadêmico, utilizando o descritor '*shitpost*' e filtrando artigos em língua portuguesa publicados entre 2019 e 2024, resultando em 19 trabalhos identificados. Contudo, somente um deles, o citado Lima e Vicente (2022), traz uma conceituação acerca de *shitposts* – que é de nosso interesse. Demais publicações tratam de memes e suas implicações diversas na política, sociedade, ou usos escolares, com olhares ao *shitpost* apenas como uma variação memética, sem aprofundamento por não ser o foco dos trabalhos.

Quando buscamos por produções sem restrição de idioma, os resultados são mais variados. Vale destaque a estudos que abordam o *shitpost* sob ótica de comparação com movimento Dadaísta como o de Nordstrom (2022), também citado¹. Além disso, o estudo de Blanco (2021) se aproxima de uma conceituação própria em questões de estética e composição – ao que caminhamos em acordo, com complemento de articulação ao pensamento Bakhtiniano. Segue exposição, no Quadro 1, de nosso corpus da coleta, utilizado para estudo dos *shitposts*:

Quadro 1 – *Shitpost*: destaque dos trabalhos da coleta

NORDSTROM, G. S. <i>SHITPOSTS AS A NEO-DADAIST MOVEMENT</i> . Mountaineer Undergraduate Research Review , v. 7, n. 1, p. 5, 2022.
BLANCO, S. A. U. SHITPOSTING AND MEMECULTURE: AN AESTHETIC POLITICS OF TECHNO-COLONIALITY? SSRN: Product & Services . 2021. Disponível em https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3839267
RODRIGUES, N. de S.. DADAISMO E O SURREALISMO E COMO ENSINÁ-LOS EM SALA DE AULA: EXPERIENCIA E DEBATE COM LICENCIANDOS E PROFESSORES DE ARTES VISUAIS. Jornada de Educação, Ciência e Tecnologia, II Seminário de Pesquisa em Extensão : Instituto Federal Ceará – Campus Fortaleza, 2019.
LIMA, C. L. da S.; VICENTE, R. B. OS MEMES DE INTERNET E A CULTURA “SHITPOST” NA DISCRIMINAÇÃO DOS ESTUDOS FEMINISTAS. In: HAN, L.; DEFENDI, C. L.; XAVIER, L. G.; VICENTE, R. B.; LIMA-HERNANDES, M. C.; ZHANGM, X. (org). Cognição, língua, cultura e tradução: um diálogo sem fronteiras e interdisciplinar . Universidade Politécnica de Macau, 2022. p. 96-111.

Fonte: coleta e elaboração dos autores.

¹ Vale destaque: nenhum deles premissa o “*shitpost* como um dadaísmo ou neodadaísmo pela internet”. Nordstrom (2022) destaca suas semelhanças, mas enfatiza suas diferenças.

Desse modo, não identificamos articulações do pensamento bakhtiniano à proposta de diferenciação técnica entre memes e *shitposts* com base em aspectos enunciativos, o que justifica o ineditismo e a contribuição deste estudo.

3 Embasamento – leitura à luz da concepção Bakhtiniana

Conforme Bakhtin (1997, p. 280), “todas as esferas da atividade humana, por mais variadas que sejam, estão sempre relacionadas com a utilização da linguagem”. Assim ele determina, em sua obra *Estética da Criação Verbal*, o emprego da língua como recurso base para a formação dos enunciados² – unidade fundamental de comunicação para transmissão de sentimentos, pensamentos, emoções ou quaisquer outras expressões à intencionalidade do falante. Para o autor, os enunciados não se limitam apenas a textos verbais, como poderia sugerir-se da fala à escrita, mas se compõem das diversas formas por meio das quais o ser humano pode se expressar (Bakhtin, 1997).

Conforme Bubnova (2011, p. 271), o enunciado se resume como “a oralidade codificada por escrito, é uma unidade mínima de sentido que pode ser respondida no processo da comunicação dialógica” – ou seja, tudo o que proferimos ou comunicamos que, por sua vez, produz sentido, compõe-se de enunciados. Em qualquer outra situação, temos um ruído.

Para Bakhtin (1997), dentro de um contexto comunicativo, os enunciados atuam como agentes de **continuidade dialógica** que se constrói por meio dessa produção de sentido. Assim sendo, sua relação contextual é imprescindível: Bubnova (2011, p. 274) destaca da visão Bakhtiniana que “só aquilo que responde a uma pergunta tem sentido. O sentido é, então, uma resposta a algo dito antes, e, é algo que pode ser respondido”. Nesse entendimento, cada enunciado é uma resposta única e situacional a um contexto específico, carregando consigo as intenções e a perspectiva do falante.

² Na obra, o autor utiliza o termo *viskázivanie*, adaptado de *viskázivat*, que significa enunciação, empregado para mesmas finalidades, mas cuja tradução não é literal como nas traduções de suas obras.

Na visão Bakhtiniana, portanto, tudo que é comunicado é uma continuação com uma intenção: uma resposta, algo que vem somar ao que se constrói dialogicamente através de sua relação com tal contexto.

O sentido, no caso, a recepção, as respostas, a produção de significados ou os demais efeitos gerados sobre cada enunciado dependem intrinsecamente da forma como esse enunciado foi composto – além de outros fatores como o enunciador, o ouvinte, o tom de voz, a escolha de palavras, e assim por diante.

Todo sentido, repito, é uma resposta a um sentido anterior, todo autor é responsável pelo sentido do enunciado que emite, todo autor compartilha a autoria com o receptor de sua resposta, etc. Ao atuar e ao falar, somos autores dos atos responsáveis que envolvem nossa posição no mundo e nosso ser. A realidade da linguagem como ação na versão bakhtiniana é a de pluralidade de linguagens sociais [...] (Bubnova, 2011, p. 275).

Para Bakhtin (1997), quando uma unidade comunicativa é inserida em um contexto dialógico sem estabelecer uma relação clara com ele, duas situações podem ocorrer: (1) o enunciado pode ter sido emitido por engano pelo falante; ou (2) a mensagem foi enviada ao contexto, mas seu sentido não foi compreendido pelos interlocutores. Em ambos os casos, há a formação de um ruído comunicativo. No segundo cenário, a intenção do falante se torna incerta – apenas ele poderá esclarecer se sua escolha foi intencional, seja como estratégia de evasão, provocação, desvio do foco da conversa ou até mesmo como uma tentativa de romper com o fluxo do discurso.

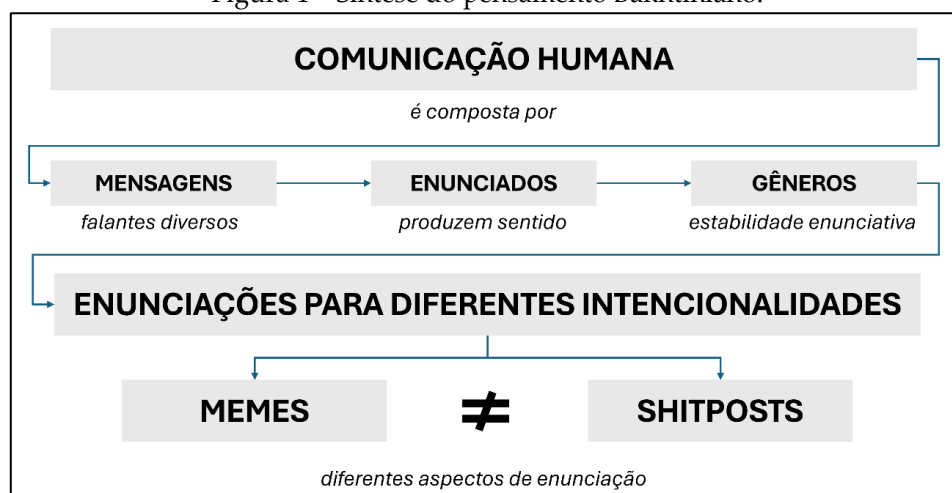
Na comunicação, tanto oral quanto escrita, Bakhtin (1997) argumenta que, quando certos enunciados passam a apresentar estabilidade em suas formas de construção e no uso da linguagem, eles se consolidam como gêneros comunicativos. Esses gêneros emergem da interação social e refletem padrões estruturais e funcionais recorrentes dentro de contextos específicos.

Por sua vez, gênero é concebido a partir de três aspectos: [1] seu conteúdo temático, [2] seu estilo, e [3] sua forma composicional. O conteúdo temático refere-se ao assunto abordado, à esfera de significados e à carga ideológica que permeiam a manifestação discursiva do falante. O estilo, por sua vez, abrange as escolhas linguísticas, as nuances estilísticas e as peculiaridades que conferem identidade ao discurso (ou também ao falante). Já a forma composicional é a organização estrutural do enunciado: a disposição dos elementos como palavras, formas, figuras, cores, imagens ou demais configurações discursivas que conferem uma identidade visual específica àquele gênero (Bakhtin, 1997).

Temos aqui um ponto importante com relação ao aspecto de forma composicional. Gêneros não se limitam a uma classificação estática de textos³, mas emergem dinamicamente da interação social e da multiplicidade de vozes que moldam o processo comunicativo. Portanto, podemos concebê-lo como um fenômeno dinâmico que, revelado na interação dialógica, evidentemente é moldado e transformado pelas práticas comunicativas ao longo do tempo. Essa concepção é de vital importância ao entendimento Bakhtiniano de gênero como produto vivo e em constante evolução da interação social – e não algo padronizado ou estático. Outrossim, reflete a compreensão do autor sobre linguagem como fenômeno de diversidade e complexidade da atividade humana (Bakhtin, 1997). Na Figura 1, temos a síntese deste pensamento:

³ A concepção bakhtiniana de gênero não o trata como um modelo de texto ou um padrão a ser seguido. Isso implica que os textos podem pertencer a um mesmo gênero e ter variação em estilo ou em composição, ou seja, o gênero pode se manifestar nos mais diversos formatos de enunciados produtores de significados e sentido.

Figura 1 – Síntese do pensamento Bakhtiniano.



Fonte: elaborado pelos autores.

Partindo destas articulações, moldamos nossa diferenciação acerca de memes e *shitposts*, considerando suas características enunciativas e composicionais enquanto gêneros. Sequencialmente, trazemos aprofundamento teórico sobre cada um deles.

4 Memes – humor, enunciado, sentido e polifonia

No cenário contemporâneo da internet, a comunicação humana e suas múltiplas enunciações encontram um campo fértil para reflexão e análise. Nesse ambiente dinâmico, uma infinidade de conteúdos circula constantemente, resultando na construção de enunciados com diferentes propósitos e intenções, que se materializam por meio de produtos e linguagens digitais. Esse fenômeno é resumido por Henry Jenkins (2015) sob o conceito de Cultura Digital.

Segundo o autor, a internet possibilita a participação ativa dos usuários na produção de conteúdo, promovendo a interação entre o público e o contexto sociocultural, que abrange mídias, cultura popular e o próprio mundo em que vivemos. Além disso, Jenkins (2015) caracteriza a Cultura Digital como intrinsecamente vinculada à Cultura Participativa, conceito que enfatiza o desejo dos indivíduos de interagir e influenciar a realidade por meio das ferramentas e recursos proporcionados pelo meio digital.

Nesse cenário, um dos produtos mais populares são os memes. Para Viktor Chagas (2023), professor e pesquisador da Universidade Fluminense, memes são um gênero⁴ comunicativo próprio da internet, caracterizado, entre muitas nuances, pelo humor. Materializado comumente na forma de imagens com textos, memes também podem aparecer como fotos, montagens, vídeos, áudios, bordões engraçados, dentre outros formatos (Chagas, 2023). Apesar da nossa atual relação com essas peças de humor no formato digital, os memes são mais antigos do que a própria internet, remontando à década de 1970 – mais especificamente ao campo da biologia.

Richard Dawkins, biólogo e pesquisador, cunhou este termo em 1976, a partir da raiz grega *Mimeme*, que significa “imitação” ou “replicação”. Para Dawkins (2007), existem unidades em nossas culturas⁵ que as fazem evoluir como as próprias espécies evoluem através dos genes, transmitindo-se de um indivíduo para o outro. Apropriando-se do termo grego e de uma aproximação ao termo gene, Dawkins criou seu próprio conceito, o “meme”: a unidade de transmissão de informação cultural (e não genética). Essas unidades de informação cultural, incluem sons, ideias, frases de efeito, receitas, rituais, peças de roupa, objetos e outros elementos que são transmitidos, repassados. Genes evoluem a espécie, memes evoluem a cultura (Dawkins, 2007). Quando falamos em memes, estamos falando de comportamento: a replicação e a imitação de fatores, objetos ou unidades que, inevitavelmente, promovem a transmissão e a propagação de suas informações (culturais ou não).

Mas onde está o humor em tudo isso? Segundo Chagas (2023), ao longo dos anos, a internet testemunhou uma evolução tanto dos memes quanto do comportamento memético dos usuários, sempre permeado por interações com o humor. Os internautas se apropriaram dessa linguagem para sintetizar conteúdos ricos e complexos, incorporando seus pensamentos, posicionamentos, críticas, ironias,

⁴ Retomando concepção Bakhtiniana de gênero.

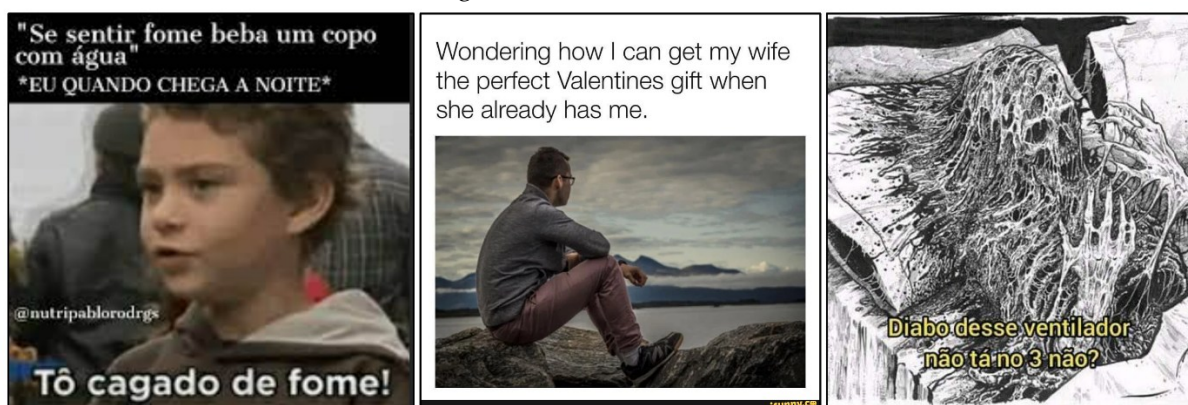
⁵ Ele usa a expressão *pool* cultural, tradução literal para “piscina”. O autor utiliza *pool* no sentido de *caldo* cultural.

percepções e demais expressões pessoais — tudo isso essencialmente por meio de explorações humorísticas.

Chagas (2023) destaca que não é possível determinar com precisão quando ou por que o comportamento memético passou a incorporar o humor. Responder a essa questão exige leituras subjetivas a partir de perspectivas sociológicas, filosóficas e psicológicas. No entanto, é possível apontar dois fatores fundamentais para essa dinâmica: [1] a facilidade de produção de conteúdo na internet e [2] a Cultura Participativa. A combinação desses elementos impulsionou a criação e a disseminação do humor no ambiente digital. Sem um aprofundamento nessa relação, qualquer inferência sobre o tema permanece frágil.

A ampla disseminação de memes em plataformas como o *Museu de Memes*, iFunny, 9GAG, Reddit e YouTube destaca sua importância como forma de comunicação na era digital. Na Figura 2, ilustramos um compilado de memes que retratam, através do humor, temáticas e contextos diversos vivenciados/experenciados pelo ser humano, atuando como uma espécie de resposta participativa ou complementação para esses contextos, experiências ou percepções:

Figura 2 – Memes coletados.



Fonte: Dray (sem ano, online); iFunny (2023, online); X (2022, online)⁶.

⁶ Para os memes e *shitposts* que coletamos a partir de plataformas e redes sociais, optamos pela referência seguindo formato ABNT que destaca a própria rede e então, após data do post, o @usuário (código variável conforme rede) da referida postagem – visto que nem todos os usuários utilizam nomes ou *nicknames* apropriados para uma aparição formal em texto científico. Sobretudo, considerando a coleta em páginas de humor.

Considerando o ambiente digital, os memes se fazem presente na vida de praticamente qualquer usuário da web, em suas redes sociais, em seus sites ou em suas plataformas, dadas suas infinitas conexões e *pools* de conteúdo. Assim, retomando a qualidade de transmissão de informação dos memes de Dawkins (2007), Barreto e Ghisleni (2023) defendem uma riqueza comunicativa nos memes da internet atribuindo-lhes uma estrutura intertextual e multimodal capaz de sintetizar e propagar conteúdos profundos e complexos, sob diferentes estratégias e empregos de recursos produtores de significado.

Em relação à intertextualidade, Chagas (2023, online) defende que “grande parte da riqueza dos memes está expressa em sua característica intertextual”. Para o autor, os memes fazem frequentes referências à cultura popular como filmes, novelas, séries, reality shows, ou então à política, a figuras públicas e midiáticas, vidas pessoais, relacionamentos, notícias, situações de mundo – dentre outros contextos que formam nossos *pools*.

Já em relação à multimodalidade, aos diferentes layouts e combinações visuais que moldam o meme, o trabalho de Cani (2019, p. 247) defende que a estrutura memética “reforça a ação situada, atribuindo valor ao contexto social e aos recursos utilizados para a construção de significado [...] que permitirá alcançar os propósitos para os quais o enunciador fez suas escolhas”.

Diante disso, Chagas (2023, online) reconhece que os memes deixaram de ser compreendidos apenas como uma ideia ou um comportamento, passando a ser vistos como um discurso ou uma forma específica de comunicação. Com base na concepção bakhtiniana discutida anteriormente, o autor argumenta que os memes podem ser entendidos como gêneros discursivos.

Em outras palavras, os memes funcionam como códigos criados pelos agentes memeficadores e, por sua vez, decodificados pelos leitores que acessam a mensagem — desde que possuam o repertório necessário para interpretá-la. Assim, retomando a perspectiva de Bakhtin, é possível considerar os memes como enunciados

relativamente estáveis, caracterizados por explorações multimodais e intertextuais, que emergem no contexto da Cultura Digital e compartilham as mesmas propriedades da enunciação descritas pelo teórico.

Vejamos que, da mesma forma que Bakhtin (1997) destaca os enunciados não se limitando apenas a textos verbais, os memes transcendem as fronteiras da linguagem convencional, incorporando elementos visuais, simbólicos e culturais. Ao analisá-los, na visão de Barreto e Ghisleni (2023), Chagas (2023) e Cani (2019), consideramos as palavras escritas bem como sua construção multimodal, seus elementos intertextuais, suas referências culturais evocadas, e a própria mensagem sintetizada neles; ou seja, uma relação direta com os três pilares Bakhtinianos que caracterizam os gêneros. A produção de sentido nos memes é intrinsecamente ligada à forma como são compostos, ou seja, como são enunciados – ao mesmo tempo em que se relacionam diretamente com o contexto em que são produzidos.

Chagas (2023, p. 1) afirma: “memes não são conteúdos individuais e isolados, mas complexos informacionais que só encontram significado em conjunto [...]. Os memes são CONTEXTO”. Isso significa que os memes sempre surgem em resposta a algo, sendo produzidos dentro de contextos específicos e funcionando como complementos a esses acontecimentos — carregando a intencionalidade do memeficador.

Por exemplo, quando uma figura pública faz uma declaração polêmica na mídia, é bastante comum que uma onda de memes surja em reação ao ocorrido. Esses memes expressam o posicionamento dos usuários por meio de críticas, elogios, defesas, sarcasmo, ironia e outras formas de interpretação. Para isso, fazem uso de explorações multimodais e intertextuais que sintetizam essas respostas, tornando-as acessíveis e compartilháveis no ambiente digital.

O próprio trabalho citado de Barreto e Ghisleni (2023, p. 212) verifica essa tese: os autores confirmaram como a pandemia foi retratada através de memes, pela

comunicação brasileira, sob diferentes pontos de vistas e situações vividas pelas pessoas durante o período:

Respondemos à nossa problemática expondo a relação que essa cultura de memeficação desenvolve com a pandemia pelo Brasil: uma vez que o brasileiro tenha vivenciado a Covid-19 e todas as suas questões, de início ao fim, nos diversos campos da vida e da sociedade [...] esta inevitavelmente é absorvida pela cultura brasileira e torna-se parte dela – torna-se, disso, uma parte extensa da cultura de memeficação brasileira, cheia de conteúdo, e retratada em sua própria linguagem, os memes.

Retomando a perspectiva Bakhtiniana: os memes da internet, tais como os enunciados que, enfatizados por Bakhtin (1997), são carregados de influências do contexto social e histórico, ao serem criados e compartilhados, incorporam as ideologias, os posicionamentos e as nuances culturais de seus criadores – e neles trazem suas intencionalidades ao mesmo tempo em que sintetizam suas mensagens. A Cultura de Memeficação abordada pelos autores pressupõe a estabilidade no uso dos memes na internet, considerando o próprio meme como um gênero comunicativo digital, conforme discutido por Chagas (2023), mencionado anteriormente.

Os memes são respostas e reações a contextos específicos, e ao serem inseridos nesses contextos, estabelecem uma forma de dialogia. Dessa forma, os memes podem ser entendidos como enunciados que se relacionam diretamente com o ambiente em que são criados, produzindo não apenas humor, mas também sentido.

Em reflexão deste exposto, pode-se entender os memes como uma forma contemporânea de uso da linguagem. Ao construir enunciados, além das intenções pessoais do memeficador, eles incorporam o humor característico da Cultura Digital e de seus usuários, permitindo a síntese de conteúdos profundos e complexos. Isso se dá por meio de diversas formas, como perguntas, afirmações, ironias ou sarcasmos, dentre outras que refletem a diversidade de vozes e perspectivas presentes na comunicação humana. Assim, a memeficação se configura também como um exercício polifônico.

Para Bakhtin (1997), a polifonia refere-se à multiplicidade de vozes ou perspectivas presentes na linguagem e na comunicação acerca dos temas gerais que compõe a vida, temas amplos⁷. Essas vozes e seus enunciados construídos não são apenas externas ao indivíduo que fala, mas também incorporam diferentes pontos de vista, valores e ideias presentes na sociedade – que por sua vez moldam o contexto em que ele vive e sua própria experiência sobre ele. Cada enunciado é influenciado e moldado pelas vozes que o cercam, criando a rede de interações linguísticas.

A partir do contexto exposto, podemos afirmar que os memes, inseridos na Cultura Digital e na dinâmica da internet, transcendem a simples categoria de conteúdos individuais e isolados. Segundo Chagas (2023, online), os memes não são apenas ideias ou comportamentos, mas constituem um discurso próprio, um modo singular de comunicação. Esses "códigos" criados pelos agentes memeficadores são decodificados pelos leitores, que, ao dispor dos conhecimentos necessários, realizam tal exercício.

Retomando a perspectiva Bakhtiniana, podemos considerar os memes como enunciados relativamente estáveis, que se ampliaram no contexto da Cultura Digital. Eles compartilham características fundamentais da enunciação, incorporando os três pilares Bakhtinianos: a multimodalidade (forma composicional), os elementos intertextuais (estilo) e a relação direta com o contexto em que são produzidos (conteúdo temático).

Ainda, também podemos perceber que os memes, à semelhança dos enunciados, não se limitam às fronteiras da linguagem convencional escrita. Eles vão além, seu potencial é vasto, incorporando elementos visuais, simbólicos e culturais. Na análise dos autores mencionados⁸, consideramos além das palavras escritas, a construção multimodal, elementos intertextuais, referências culturais evocadas e a

⁷ Suas análises são feitas sobre a poética de Dostoiévsky, a quem Bakhtin considerou o maior polifonista de sua literatura contemporânea devido à carga dramática, reflexiva e diversificada de personagens e vozes que o autor construía em seus livros acerca de temáticas diversas de seu contexto histórico.

⁸ Barreto e Ghisleni (2023), Chagas (2023) e Cani (2019).

mensagem sintetizada. Sendo assim, os memes são intrinsecamente ligados à produção de sentido, à forma como são compostos e à relação direta com o contexto.

Portanto, podemos afirmar que os memes são de fato um **gênero** comunicativo da internet. São enunciados de respostas, complementações ou reações a contextos específicos com os quais estabelecem diálogo, produzindo sentido. Ao mesmo tempo, sobretudo quanto às utilizações/construções de humor, eles carregam consigo a intencionalidade do memeficador, expressando posicionamentos, críticas, ironias e diversas outras formas de expressão pessoal. Nesse sentido, também, a memeficação pode ser entendida como um exercício polifônico, que reflete a diversidade de vozes e perspectivas presentes na comunicação humana – como Barreto e Ghisleni (2023) observam na conclusão de seu estudo acerca dos memes na pandemia da Covid-19 pelo Brasil.

Na Figura 3, apresentamos dois memes distintos, da internet, que exemplificam didaticamente o exposto acerca de enunciados e intencionalidade:

Figura 3 – Memes, gênero de contexto e polifonia.



Fonte: Carvalho (2023, online).

Pela análise da composição dos memes na Figura 3, temos dois exemplos que retratam a temática “Home office”⁹ sob perspectivas distintas. Esses memes ilustram a polifonia bakhtiniana ao expressarem vozes opostas (pró e contra o home office) dentro do mesmo debate, refletindo a multiplicidade de perspectivas na cultura digital.

No meme da esquerda, temos o enunciado, como legenda, “todo mundo deveria fazer home office”. Esse enunciado, por si, já pode ser entendido como a continuação de um debate implícito sobre adoção ou não adoção de home office, que foi moldado por falas anteriores e, também, pela intencionalidade do próprio falante – remetendo-nos à perspectiva Bakhtiniana dos enunciados e da não-neutralidade comunicativa. Como resposta a isso, o agente memeficador apresenta uma série de imagens onde materializa profissões que visivelmente não funcionariam no home office. Assim o meme explicita o posicionamento de crítica de seu falante ao mesmo tempo em que gera o efeito de humor característico da linguagem dos memes da internet.

Essas imagens, por sua vez, configuram novos enunciados criados pelo agente memeficador — entendido aqui como interlocutor ou emissor —, que revelam sua perspectiva e respondem ao enunciado anterior. Poderíamos traduzi-los inventivamente para textos escritos a partir das próprias legendas ali apresentadas, tais como: “os tratadores de zoológico... *levariam os animais para casa*”, “os biólogos marinhos... *nadariam com tubarões na banheira*”, “os alpinistas... *fariam escaladas na própria cozinha*”, e “os maquinistas... *brincariam com trens de brinquedo na sala*”, entre diversas outras construções. A própria mensagem do meme, se o analisássemos de forma geral, poderia ser traduzida num único enunciado enfatizando sua

⁹ Podemos inferir que estes memes tiveram sua origem durante a pandemia, quando se popularizou a temática, embora eles não façam uma referência direta à pandemia em si. (coesão) Para análise, vamos considerar apenas a temática do “Home office” que compõe seu assunto central para construção dos sentidos.

intencionalidade/posicionamento como “eu sou contra o home office” ou “o home office tem problemas”, entre outros.

No meme da direita, temos o posicionamento oposto. Começando com o enunciado “Quando dizem que o home office não é produtivo”, o agente memeficador responde com uma montagem do desenho Bob Esponja, onde o personagem, vestido de flor rosa, sob expressão alegre e irônica, atira pétalas com a legenda “resultados” sobre o rosto mal-humorado do personagem Lula Molusco. Essa construção, por sua vez, também sintetiza o posicionamento desse interlocutor ou emissor, agora a favor do home office, ao mesmo tempo em que gera um efeito humorístico.

Igualmente ao meme anterior, a mensagem vincula-se ao contexto de debate sobre home office e surge como uma resposta aos enunciados (posicionamentos) que o criticam. Assim sendo, poderíamos traduzir o meme para o enunciado “quando me dizem que o home office não é produtivo... *eu, humildemente, apresento os meus resultados*” – preservando o mesmo tom de ironia jocosa buscado na construção visual do meme por meio da interação entre os personagens do desenho. E ainda, como dito anteriormente, se analisássemos o conteúdo do meme de forma geral e considerando o posicionamento de seu falante, poderíamos sintetizá-lo num único enunciado: “eu sou a favor do home office” ou “home office também é produtivo”.

Retomando Bakhtin, o autor (1997, p. 295) determina que tudo que se constrói como enunciado:

Comporta um começo absoluto e um fim absoluto: antes de seu início, há os enunciados dos outros, depois de seu fim, há os enunciados-respostas dos outros [...]. O locutor termina seu enunciado para passar a palavra ao outro ou para dar lugar à compreensão responsiva ativa do outro. O enunciado não é uma unidade convencional, mas uma unidade real, estritamente delimitada pela alternância dos sujeitos falantes, e que termina por uma transferência da palavra ao outro.

Podemos inferir como os dois memes da Figura 2 ilustram, com êxito, o princípio da enunciação Bakhtiniana: cada fala (meme) não é apenas uma expressão

individual, mas compõem-se como enunciados vinculados a contextos específicos (nesse caso, o home office) que são moldados sempre em resposta a enunciados anteriores retratando as perspectivas dos falantes neles inseridos. Desse modo, ao retratar as diversas vozes, pensamentos e perspectivas presentes no debate, esses memes também representam a polifonia bakhtiniana da memeficação pela internet. E ainda, se voltássemos aos memes da Figura 1, o mesmo seria percebido para cada um, conforme suas temáticas de referência.

Assim sendo, ao afirmarmos memes como gêneros, reconhecemos sua complexidade como formas de expressão que vão além do simples entretenimento: memes incorporam a riqueza da cultura digital e do mundo real, bem como a multiplicidade de significados presentes na sociedade contemporânea. Pelo resgate do pensamento Bakhtiniano, dizer que memes são enunciados também é reconhecer que cada meme é uma resposta única e situacional a um contexto específico, carregando consigo as intenções e a perspectiva do memeficador, ao mesmo tempo em que explora o humor como ferramenta central desse processo comunicativo na era digital.

O humor, elemento central dos memes, pode ser entendido como uma forma de ruptura das expectativas e das convenções sociais, gerando surpresa e reflexão. Como afirma Bergson (2001), o riso surge como resposta a uma mecanicidade que se sobrepõe à flexibilidade da vida, revelando tensões e incongruências. Raskin (1985), por sua vez, destaca que o humor opera a partir de mecanismos semânticos que possibilitam interpretações múltiplas, muitas vezes ambíguas, de uma mesma situação. Complementarmente, Tagnin (2005) reforça que o humor se configura como uma quebra da convencionalidade, funcionando como "uma forma de contestação ou de redefinição dos padrões linguísticos e culturais estabelecidos" (Tagnin, 2005, p. 250).

Essa capacidade do humor de subverter normas e de desafiar sentidos consolidados prepara o terreno para entendermos movimentos comunicativos ainda mais radicais, como o *shitpost*. Trata-se de uma expressão cultural caracterizada pelo

caos, pela ausência intencional de contexto ou sentido tradicional, a qual será explorada no próximo tópico.

5 Cultura *shitpost* – caos, sem contexto ou sentido

Além dos memes, outro fenômeno popular da cultura digital também se destaca por comportamento semelhante, mas ocupando uma extremidade radicalmente diferente em termos de conteúdo e sentido: o *shitpost*. Mas por que falamos em "extremidade diferente"? O que são, afinal, os *shitposts*? Para construir nossa proposta, cabe, inicialmente, uma conceituação e uma explanação sobre o tema.

Nordstrom (2022) analisa o *shitpost* sob a ótica do Dadaísmo, evidenciando semelhanças e diferenças entre esse fenômeno contemporâneo e o movimento artístico de vanguarda, o que nos oferece um ponto de partida para compreendermos sua estética e intencionalidade. Rodrigues (2019, p. 1), ao também traçar relações com o Dadaísmo, resgata o contexto histórico da vanguarda europeia e explica:

O Dada aparece pela primeira vez advindo de um grupo proto-surrealista em Zurique, fundado em 1916 [...] através da realização de obras que iam contra tudo que era convencional [...] iconizado pelo francês Marcel Duchamp, se diferencia de outras vanguardas europeias por tratar-se de uma vanguarda negativa, uma (anti) vanguarda que, ao invés de instaurar uma nova relação entre a sociedade e a arte, busca exatamente demonstrar a impossibilidade e a indesejabilidade desta relação.

Dessa forma, iniciando uma conceituação, Nordstrom (2022, p. 8) observa que os *shitposts* se caracterizam por confusão expressiva, choque, ausência de sentido e, sobretudo, por um forte aspecto niilista. Segundo o autor:

o estilo de argumentação Shitposting consiste na interrupção de conversas online, geralmente sobre questões significativas de discurso, como questões políticas e sociais, por meio de alegações infundadas e inflamadas que desviam a conversa. Os argumentos são apenas

razoáveis o suficiente para parecerem crenças legítimas e direcionam a conversa para uma discussão irrelevante.¹⁰

O exemplo apresentado por Nordstrom (2022) ajuda a ilustrar: em uma discussão sobre as políticas dos presidentes Donald Trump e Joe Biden, alguém insere uma afirmação aleatória e desrespeitosa sobre o povo mexicano. Ainda que infundada e deslocada, a intervenção desvia completamente o foco da conversa, redirecionando o debate. Essa capacidade de quebra e redirecionamento, caracterizada pela aleatoriedade e pela agressividade sem propósito aparente, define o *shitposting*.

Sob essa perspectiva, Lima e Vicente (2022, p. 98) definem os *shitposts* como "a quebra da expectativa do humor [...] seu conteúdo é agressivo e sem nenhuma lógica aparente", caracterizando-se por um estilo propositalmente tosco, confuso e desagradável. Para as autoras, o termo se refere a postagens malfeitas, sem sentido lógico, reforçando a ideia de um humor de choque e de desordem.

Quanto à origem, Lima e Vicente (2022) apontam que o *shitpost* surge nos anos 2000, com a popularização de sites e fóruns que permitiram a participação ativa dos usuários e a produção livre de conteúdo. Jenkins (2015) também destaca esse período como a consolidação da Cultura da Internet, dentro da qual o *shitpost* se desenvolve como uma manifestação própria.

Para exemplificar os aspectos do *shitpost* descritos, a Figura 4 apresenta uma coletânea de *shitposts* retirados do Pinterest. Observam-se o choque visual, o aspecto grotesco das montagens, o uso de imagens desconexas e o humor gerado pela quebra da expectativa e pela abstração do sentido!

¹⁰ Tradução nossa. Original: "The Shitposting argument style is the disruption in online conversations, usually of significant issues of discourse such as political and social issues, by making proofless and inflammatory claims that derail the conversation. The arguments are just reasonable enough that they come across as genuine beliefs and move the conversation to an irrelevant discussion".

Figura 4 – Coletânea de *shitposts*.

Fonte: iFunny Brazil (2020^a; 2020^b; 2022).

Na Figura 4, a coletânea de *shitposts* exemplifica o enunciado-ruído por meio de combinações visuais desconexas, como a justaposição de figuras incongruentes (ex.: o ex-presidente Bolsonaro e um Minion) e legendas sem sentido lógico, como ‘Síndrome de Bênio: sintomas Bênio, Bênio’. Esses elementos subvertem qualquer expectativa de coerência comunicativa, gerando humor pela ausência de relação dialógica com o contexto, conforme a perspectiva bakhtiniana. As combinações imagéticas também não evocam sentidos compreensíveis, resultando, essencialmente, em ruídos comunicativos.

Por exemplo, na análise das imagens selecionadas, podemos encontrar enunciados como “Eu sempre // Eu às vezes”, associados a figuras desconexas — como o ex-presidente Bolsonaro, um Minion de “Meu Malvado Favorito”, um jovem dentro de uma panela ou ainda referências avulsas a Bem 10, Alvin e os Esquilos e ao Ceará Sporting Club. As legendas existem, mas não formam significados discerníveis: “Síndrome de Bênio: sintomas Bênio, Bênio” — mas quem é Bênio? O que seria essa síndrome? As respostas permanecem inalcançáveis para o interlocutor comum. Apenas o *shitposter*, criador da peça, poderia esclarecer suas intenções.

Lima e Vicente (2022, p. 102) observam que, embora o *shitpost* compartilhe o viés interacionista dos memes, “a quebra de paradigmas [...] proporciona, produz algo totalmente aleatório”, sendo justamente essa aleatoriedade o que gera o efeito de humor e de recepção. Nordstrom (2022) complementa que as peças *shitposts* são

criadas sem qualquer expectativa de elogio ou apreciação pela qualidade estética, reforçando sua natureza anti-institucional.

Ainda que muitos estudiosos tracem paralelos entre o *shitpost* e o Dadaísmo, Nordstrom (2022) alerta: apesar de compartilharem o gosto pela ruptura e pelo absurdo, o Dadaísmo ainda preservava uma intencionalidade crítica definida. Já o *shitposting* é a radicalização da ausência de sentido e de propósito enunciativo. Como resultado, enquanto o Dadaísmo ainda se configurava como manifestação artística organizada, o *shitpost* é a abstração pura do sentido, desenvolvendo seu humor a partir do ruído e do choque.

Assim, podemos sintetizar: *shitposts* são formas de humor construídas por meio da abstração do sentido e da produção intencional de ruídos — sejam eles visuais, textuais ou auditivos. No próximo tópico, partimos para as considerações finais, onde proporemos uma diferenciação entre memes e *shitposts*, fundamentada nos aspectos enunciativos discutidos ao longo desta análise

6 Duas faces de linguagem, uma proposta de diferença

Lima e Vicente (2022, p. 101) argumentam que, diferentemente dos memes da internet, “o *shitpost* é anti-mimético, ou seja, ele não reproduz imagens por repetição, produzindo um tipo de humor indireto, por não apresentar uma lógica, e alternativo, considerando seu propósito”. As autoras iniciam sua análise com os memes, utilizando como exemplo uma imagem de um gato rindo, que se repete em diferentes variações conforme a mensagem apresentada. O gato reaparece em transformações que mantêm elementos essenciais, caracterizando a mimetização — o que compreendemos e com o que concordamos. Porém, ao tratarem dos *shitposts*, afirmam que esses seriam anti-miméticos, pois não apresentariam repetição ou conservação de elementos estético-visuais. Dessa forma, o anti-mimetismo, conforme Lima e Vicente (2022), refere-se especificamente aos aspectos visuais e compositivos das peças analisadas.

Entretanto, a ausência de exemplos concretos dos memes e *shitposts* mencionados dificulta a compreensão do argumento. Contrariando Lima e Vicente (2022, p. 101), que consideram os *shitposts* 'anti-miméticos' em seus aspectos visuais, defendemos que eles também são miméticos, pois replicam e transformam elementos visuais.

Dawkins (2007) também conceitua a mimetização como a capacidade de replicação ou imitação de elementos visuais. O autor exemplifica com borboletas que imitam a aparência de espécies tóxicas, mesmo que modificadas, para obter vantagem evolutiva. Ele defende que a mimetização implica transformação e mutação, sendo assim que “a mimetização evolui” (Dawkins, 2007, p. 58). Portanto, a apresentação visual dos exemplos seria crucial para melhor compreensão dessa dinâmica.

Dito isso, ao afirmar que os “*shitposts* são anti-miméticos” em suas questões visuais (Lima; Vicente, 2022, p. 101), estaríamos, por consequência, defendendo que esses conteúdos não replicam ou transformam estruturas já existentes no pool memético da internet — o que, para nós, não condiz com a realidade observada. Na presente tese, discordamos desse posicionamento e sustentamos que os *shitposts* também são miméticos. O comportamento mimético é marcante tanto nos memes quanto nos *shitposts*, seja em suas próprias artes, seja nas modificações que sofrem em seus pools de circulação.

Com Bakhtin (1997), compreendemos que a comunicação nunca é neutra. Assim, os memes têm a intenção de transmitir uma mensagem culturalmente significativa, por meio de enunciados que dialogam diretamente com o contexto do qual emergem ou ao qual respondem. Essa característica pode ser observada, por exemplo, nos memes ilustrados nas Figuras 2 e 3. Memes são, portanto, enunciados-sentido inseridos em cadeias comunicativas.

Por outro lado, ao observarmos os *shitposts* da Figura 4, constatamos que seu humor advém não da relação direta com o contexto, mas do ruído gerado: da quebra

de expectativas, da ironia absurda e da ausência de lógica. Embora também sejam enunciados, os *shitposts* constituem-se como enunciados-ruído.

Assim, propomos que memes e *shitposts* compartilham comportamentos estruturais e miméticos, diferenciando-se pela sua enunciação e intencionalidade. Resumimos essa proposta no Quadro 2.

Quadro 2 – Diferenças estruturais e comunicativas entre memes e *shitposts*.

MEMES	SHITPOSTS
Unidades de comunicação/transmissão de informação dentro de pools culturais ou comunicativos.	Unidades de comunicação que operam pelo ruído em pools culturais ou comunicativos.
Estrutura multimodal e intertextual; comportamento de transformação e replicação de elementos (mimetização)	
Finalidade de responder/complementar o contexto.	Finalidade de desviar/quebrar o contexto.
Enunciados-sentido: produzem humor com base na relação com o contexto e audiência	Enunciados-ruído: produzem humor pela ausência de coerência e pelo choque visual ou textual
Preservam o sentido cultural/contextual na comunicação	Abstraem ou anulam o sentido cultural/contextual na comunicação

Fonte: elaborado pelos autores.

Com isso, retomamos o debate: por que os *shitposts* também são miméticos? Para responder, analisemos a Figura 5.

Figura 5 – *Shitposts*, mimetizações pela web.



Fonte: Reddit (2022; 2023a; 2023b; 2023c).

A coletânea apresentada ilustra diversas transformações do quadro *That Thousand Yard Stare* (1944) postadas no Reddit. Em uma primeira transformação, o soldado é substituído por uma ave com capacete, preservando a composição estético-

visual original — um claro exemplo de mimetização segundo Dawkins (2007). Essa repetição de elementos permite a identificação da transformação e confirma o comportamento mimético, inclusive no aspecto estético-visual apontado por Lima e Vicente (2022).

Nas transformações seguintes, o cenário é conservado, mas surgem novas interpretações cômicas, como a inserção da personagem Ikuyo Kita do anime *Bocchi the Rock!* ou a de um homem visivelmente atordoado. Todas essas versões mantêm o cenário ou elementos do quadro original, ainda que transformados.

No entanto, se tomarmos essas peças isoladamente, poderíamos questionar: estariam elas respondendo diretamente ao quadro original? Não. Como Nordstrom (2022) enfatiza, os *shitposts* não são produzidos como respostas diretas aos elementos que imitam, mas inseridos em discussões em andamento, desviando o foco e provocando o humor pelo ruído e pela quebra de expectativa. Ao acessar as postagens originais no Reddit, verificamos que essas imagens surgem fora de qualquer contexto explicativo — são enunciados-ruído.

De modo ainda mais evidente, a Figura 6 ilustra novas mimetizações no formato típico dos *shitposts*: sentenças desconexas acompanhadas de montagens visuais absurdas. Mesmo que não possamos rastrear a origem ou o "sentido" das transformações, percebemos padrões de características replicados — o que reforça o caráter mimético.

Figura 6 – *Shitposts*, novas mimetizações e enunciados-ruído.



Fonte: iFunny Brazil (2021a; 2021b; 2020c).

Por exemplo, enunciados como “Belos argumentos mas... André” aparecem acompanhados por imagens desconexas de animais antropomorfizados. As montagens geram humor justamente por sua falta de sentido evidente. Assim, reafirmamos que, embora esses enunciados sejam ruídos, eles preservam a lógica mimética de transformação e replicação de formatos.

Dessa forma, concluímos que, tanto nos memes quanto nos *shitposts*, a mimetização está presente. O humor em ambos surge de modos distintos: nos memes, da construção de sentido; nos *shitposts*, da ausência dele.

Memes podem se transformar em *shitposts*, e *shitposts* podem gerar novos memes, a depender do contexto de circulação e da interação dos usuários, conforme as dinâmicas discutidas por Dawkins (2007), Jenkins (2015) e Barreto e Ghisleni (2023). Compreendendo o meme como um gênero comunicativo (Chagas, 2023; Bakhtin, 1997), propomos que o *shitpost* seja entendido como um subgênero do meme, diferenciado principalmente por sua enunciação-ruído. Trata-se de uma evolução do meme com abstração de sentido, mas que preserva a estrutura e o comportamento mimético de replicação e transformação.

Assim sintetizamos nossa tese: **todo *shitpost* é um meme, mas nem todo meme é um *shitpost***. Memes são enunciados-sentido; *shitposts* são enunciados-ruído.

7 Considerações finais

Buscamos alcançar uma diferenciação sistemática entre memes e *shitposts* conforme suas características enunciativas – tomando, por base, a perspectiva Bakhtiniana com articulações aos entendimentos acerca de memes e *shitposts* debatidos dos autores de nossas buscas bibliográficas. Além disso, desenvolvemos a visão de Bakhtin sobre enunciados, gêneros e sentidos, norteadores de nossa tese, como também os conceitos e aspectos característicos dos memes da internet, e da cultura *shitpost*, para o tecimento pontual das similaridades e diferenças entre esses dois fenômenos culturais.

Como resultados deste estudo, defendemos que o *shitpost* é um subgênero do meme por preservar suas características estruturais e de replicabilidade. Diferencia-se do meme em relação à intencionalidade, que determina o tipo de enunciação. O meme constitui-se em um **enunciado-resposta** (ou enunciado-sentido, como denominamos até aqui), conforme proposto por Bakhtin (1997), uma vez que diretamente relacionado ao contexto em que é utilizado, respondendo, complementando, ampliando textos anteriores, bem como fornecendo a base para novas enunciações, reforçando o dialogismo e a polifonia como suas características. Pela ausência de uma relação direta ao contexto de uso e de dialogia com as enunciações às quais deveria se afiliar, o *shitpost* pode ser considerado um **enunciado-ruído**, cuja intencionalidade não é diretamente percebida pelo leitor, causando uma quebra evidente ao contrato de leitura que implicitamente se constrói na comunicação. Retomamos, então, o postulado de que **todo *shitpost* é um meme, mas nem todo meme é um *shitpost*.**

A diferenciação entre memes e *shitposts* abre espaço para futuras investigações sobre a evolução do humor digital e seu impacto na comunicação contemporânea, permitindo novas abordagens sobre o papel da internet na construção e transformação dos gêneros comunicativos. 1) para os memes: compreendida sua estrutura intertextual e multimodal e sua relação dialógica-contextual, pela perspectiva Bakhtiniana, que outros olhares podemos tecer quanto à profundidade comunicativa dos memes? O que pesa mais na comunicação de um meme – seus aspectos estéticos, estruturais ou a mensagem? É possível o aprofundamento desse olhar? E 2) para os *shitposts*: serão eles um novo formato, uma evolução da nossa Cultura da Memeficação – como delimitaram Barreto e Ghisleni (2023)? O sentido da comunicação e do humor, pela internet, está desaparecendo e dando espaço ao *nonsense*? Essas tendências perdurarão ou serão moda passageira?

Assim como debatemos as obras que guiaram esta tese, não esperamos uma finalização da temática neste estudo: nós o compreendemos como uma perspectiva autoral e formalizada de entendimento sobre o que é meme e sobre o que é *shitpost* a

partir da análise de seu conteúdo comunicativo, quando em relação à cultura digital, e seus subprodutos de comunicação, trabalhando linguagem e humor. Esperamos fomentar novos debates, de outros autores, olhares e perspectivas a partir deste estudo, bem como sua compreensão como base para outras análises baseadas em memes e *shitposts* na internet. Esperamos, ainda, o entendimento de nosso estudo e de nossa diferenciação – sistemática e sintetizada – como um ponto de partida para tais desenvolvimentos no campo das linguagens digitais. Memes e *shitposts*, duas faces de linguagem, entre o sentido e o caos.

Agradecimentos

Estudo realizado com apoio financeiro da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Referências

BAKHTIN, M. M. Os gêneros do discurso. In: **Estética da criação verbal**. Tradução: Maria Ermantina Galvão Gomes Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BAKHTIN, M. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Tradução de Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

BARRETO, C. H. da C.; GHISLENI, T. S. Cultura de memeficação na internet: um estudo com o site “Museu de Memes” sobre a influência da pandemia na comunicação. **ECCOM - Educação, Cultura E Comunicação**, v. 14, p. 197-216, 2023.

BERGSON, H. **O riso**: ensaio sobre a significação da comicidade. Trad. Mário Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BLANCO, S. A. U. Shitposting and Memeculture: An Aesthetic Politics of Techno-Coloniality? **SSRN: Product & Services**. 2021. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3839267. Acesso em: 28 dez. 2023.

BUBNOVA, T. Voz, sentido e diálogo em Bakhtin. **Bakhtiniana: revista de estudos do discurso**, v. 6, p. 268-280, 2011. DOI <https://doi.org/10.1590/S2176-45732011000200016>

CANI, J. B. Multimodalidade e efeitos de sentido no gênero meme. **Periferia**, v. 11, n. 2, p. 242-267, 2019. DOI <https://doi.org/10.12957/periferia.2019.36955>

CARVALHO, P. Memes home office: 10 memes para quem gosta de trabalhar em casa. **Blog NetScan Digital**, 2023. Disponível em: <https://blog.netscandigital.com/artigos/memes-home-office-10-memes-para-quem-gosta-de-trabalhar-em-casa/>. Acesso em: 10 jul. 2024.

CHAGAS, V. **O que são memes**. #MUSEUdeMEMES. 2023. Disponível em: <https://museudememes.com.br/o-que-sao-memes>. Acesso em: 30 nov. 2023.

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

DRAY, S. Home, Tô cagado de fome. **Museu de Memes**, sem ano. Disponível em: <https://museudememes.com.br/collection/to-cagado-de-fome>. Acesso em: 10 jul. 2024.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1989.

IFUNNY BRAZIL. A galinha dos 30 ovos por 10 reais. 28 de outubro de 2021b. **iFunny Brazil**: @gatoaranja_2020. Disponível em: <https://br.ifunny.co/picture/a-galinha-dos-30-ovos-por-10-reais-jefferson-es-eID9yLX29>. Acesso em: 11 jul. 2024.

IFUNNY BRAZIL. Belos argumentos mas... André. 3 de maio de 2021a. **iFunny Brazil**: @MonoWW_2020. Disponível em: <https://br.ifunny.co/picture/madC7gzZ8>. Acesso em: 11 jul. 2024.

IFUNNY BRAZIL. Ela toda estressada, ele todo bobo. 20 de julho de 2020c. **iFunny Brazil**: @procuradordelinks. Disponível em: <https://br.ifunny.co/picture/ela-toda-estressada-ele-todo-bobo-paulo-eletronica-ss-es-CM0q3Yrp7>. Acesso em: 11 jul. 2024.

IFUNNY BRAZIL. Eu sempre, eu às vezes. 3 de dezembro de 2020a. **iFunny Brazil**: @Golira_delicia_2017. Disponível em: <https://br.ifunny.co/picture/eu-sempre-eu-as-vezes-Yg5FzEhB8>. Acesso em: 10 jul. 2024.

IFUNNY BRAZIL. Homem, mulher, antes e depois do banho. 18 de maio de 2022. **iFunny Brazil**: @Russeaul. Disponível em: <https://br.ifunny.co/picture/homem-antes-do-banho-depois-do-banho-22-da-mulher-N0JRLb3Z9>. Acesso em: 10 de jul. 2024.

IFUNNY. Síndrome de bênio. 28 de outubro de 2020b. **iFunny**: @nukenin__2020. Disponível em: <https://br.ifunny.co/picture/sindrome-de-benio-sintomas-benio-tEp0xPs58>. Acesso em: 10 jul. 2024.

IFUNNY. Wondering how I get my wife the perfect Valentines gift when she already has me. 4 de fevereiro de 2023. **iFunny**: @Boom_shakalaka. Disponível em <https://ifunny.co/picture/wondering-how-i-can-get-my-wife-the-perfect-valentines-uRd7BYAFA>. Acesso em: 10 jul. 2024.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Aleph, 2015.

KOESTLER, A. **The act of creation**. London: Hutchinson & Co., 1964.

LIMA, C. L. da S.; VICENTE, R. B. Os memes de internet e a cultura “shitpost” na discriminação dos estudos feministas. In: HAN, L.; DEFENDI, C. L.; XAVIER, L. G.; VICENTE, R. B.; LIMA-HERNANDES, M. C.; ZHANGM, X. (org.). **Cognição, língua, cultura e tradução: um diálogo sem fronteiras e interdisciplinar**. Universidade Politécnica de Macau, 2022. p. 96-111.

NORDSTROM, G. S. Shitposts as a Neo-Dadaist Movement. **Mountaineer Undergraduate Research Review**, v. 7, n. 1, p. 5, 2022.

RASKIN, V. **Semantic mechanisms of humor**. Dordrecht: D. Reidel Publishing Company, 1985. DOI <https://doi.org/10.1007/978-94-009-6472-3>

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

REDDIT. Kita 1000 yard stare. Novembro de 2023b. **Reddit**: u/Nova360MLG. Disponível em: https://www.reddit.com/r/BocchiTheRock/comments/17ssk9r/kita_1000_yard_stare/. Acesso em: 15 jul. 2024.

REDDIT. The 1000 yard stare. Outubro de 2023a. **Reddit**: u/1_hedgehog_boi. Disponível em: https://www.reddit.com/r/JurassicWorldApp/comments/178jex0/the_1000_yard_stare/. Acesso em: 15 jul. 2024

REDDIT. This painting of the fammed “Thousand-yard stare”. Julho de 2022. **Reddit**: u/drivernopassenger. Disponível em: https://www.reddit.com/r/oddlyterrifying/comments/wt1bc2/this_painting_of_the_famed_thousandyard_stare/. Acesso em: 15 jul. 2024.

REDDIT. Thousand yard stare. Setembro de 2023c. **Reddit**: u/hyna_hub. Disponível em: https://www.reddit.com/r/G59/comments/16k9wuy/thousand_yard_stare/. Acesso em: 15 jul. 2024.

RODRIGUES, N. de S. Dadaísmo e o surrealismo e como ensiná-los em sala de aula: experiência e debate com licenciandos e professores de artes visuais. **Jornada de Educação, Ciência e Tecnologia, II Seminário de Pesquisa em Extensão**: Instituto Federal Ceará – Campus Fortaleza, 2019.

TAGNIN, S. E. O. O humor como quebra da convencionalidade. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**. v. 5, n. 1, p. 247-257, 2005. DOI <https://doi.org/10.1590/S1984-63982005000100013>

TANCREDI, S. **Dadaísmo**. Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/artes/dadaismo.htm>. Acesso em: 09 jan. 2024.

X. Diabo desse ventilador não tá no 3 não?. 27 de outubro de 2022. X: @shitpostverdade. Disponível em: <https://x.com/shitpostverdade/status/1585665001754447872>. Acesso em: 10 jul. 2024.