



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Instituto de Letras

José Mauro Ferreira Pinheiro

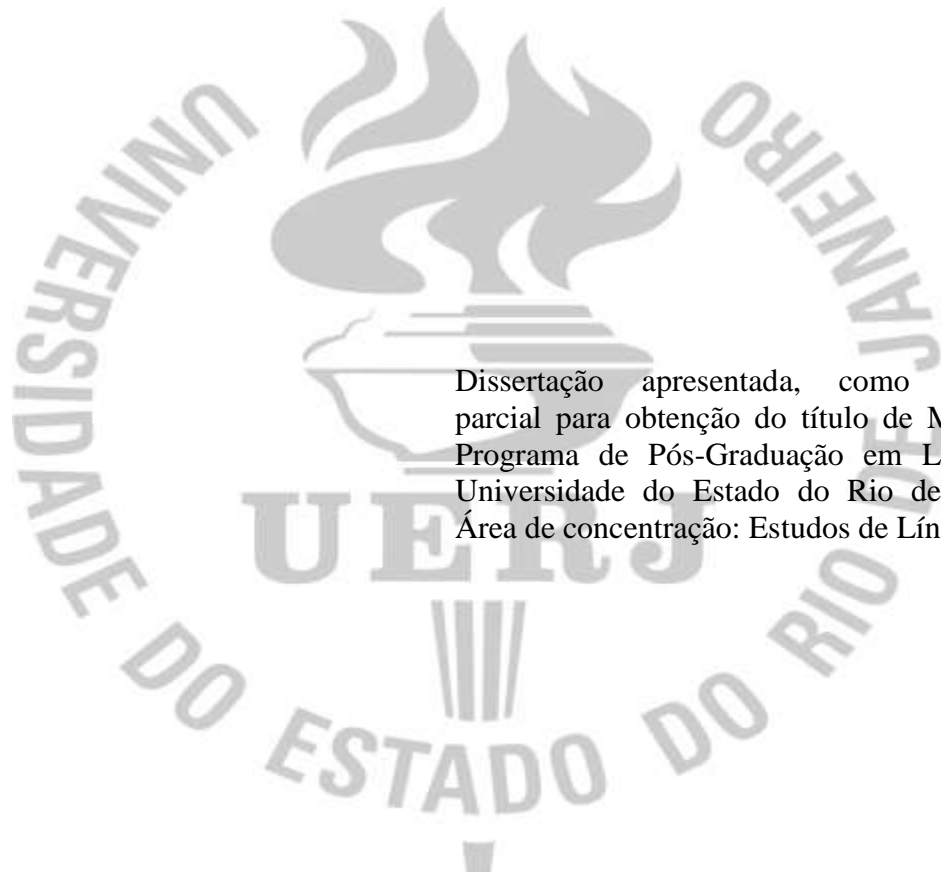
**Memes de internet: modelos de comunicação digital
pelo viés da Teoria da Metáfora Conceptual**

Rio de Janeiro

2023

José Mauro Ferreira Pinheiro

**Meme de internet: modelos de comunicação digital
pelo viés da Teoria da Metáfora Conceptual**



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Estudos de Língua.

Orientadora: Prof^ª Dra. Fernanda Carneiro Cavalcanti

Rio de Janeiro

2023

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CEH/B

P654	<p>Pinheiro, José Mauro Ferreira. Memes de internet: modelos de comunicação digital pelo viés da Teoria da Metáfora Conceptual / José Mauro Ferreira Pinheiro. – 2023. 100 f.: il.</p> <p>Orientadora: Fernanda Carneiro Cavalcanti. Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Letras.</p> <p>1. Memes - Teses. 2. Internet - Teses. 3. Comunicação - Teses. 4. Metáfora - Teses. I. Cavalcanti, Fernanda Carneiro. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Letras. III. Título.</p> <p>CDU 801.73:007</p>
------	---

Bibliotecária: Mirna Lindenbaum CRB7 4916

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

José Mauro Ferreira Pinheiro

**Memes de internet: modelos de comunicação digital
pelo viés da Teoria da Metáfora Conceptual**

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Estudos de Língua.

Aprovada em 20 de outubro de 2023.

Banca Examinadora:

Prof^ª. Dra. Fernanda Carneiro Cavalcanti (Orientadora)
Instituto de Letras – UERJ

Prof^ª. Dra. Sandra Pereira Bernardo
Instituto de Letras – UERJ

Prof^ª. Dra. Luciane Corrêa Ferreira
Universidade Federal de Minas Gerais

Rio de Janeiro

2023

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, à minha querida mãe, por ser a pessoa que me acompanhou persistentemente ao longo desses anos todos, seja num ponto de ônibus às 5h da manhã, para me amparar frente à escuridão, seja com um sorriso que vibra, que acolhe, que ama.

À minha tia Sonia (Dadai), que sempre tornou meus objetivos acadêmicos possíveis e que em meu coração também é minha mãe.

Ao meu marido André, pela paciência, pela delicadeza, pela amizade constante e por compreender minhas ausências e aos meus gatinhos, que tornam qualquer vista mais graciosa.

À minha orientadora Fernanda, por me mostrar generosamente as sendas encantadoras da metáfora e as contingências da trajetória acadêmica.

Aos professores e colegas Roberta Stanke e Levy Bastos, do Setor de Alemão da UERJ, pelo companheirismo carinhoso (*Gemütlichkeit*) que representam para mim.

Por fim, àquilo que me faz persistir, ainda que eu não tenha um nome humano para lhe dar.

Wir suchen überall das Unbedingte, und finden immer nur Dinge.

Novalis, 1798

RESUMO

PINHEIRO, José Mauro Ferreira. *Memes de internet: modelos de comunicação digital pelo viés da Teoria da Metáfora Conceptual*. 2023. 100 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

Esta dissertação objetiva realizar uma análise qualitativa sobre a construção de sentido do conceito de MEME (meme de internet), segundo especialistas de comunicação e falantes da língua portuguesa à luz da Teoria da Metáfora Conceptual (LAKOFF; JOHNSON, 2002[1980]). Para realizar tal intuito, foram coligidas 16 definições produzidas e/ou coletadas por Dawkins (2007[1976]), Jenkins (2009) e Chagas (2021). Além disso, foram analisadas 119 ocorrências da palavra “meme” retiradas do *Corpus do Português* (DAVIES, 2006). No âmbito do primeiro *corpus*, relativo a Especialistas, buscou-se identificar quais metáforas conceptuais emergiam naquele contexto, assim como quais modelos culturais elas subsidiavam. Para essa investigação, utilizou-se o programa Atlas.ti, que viabilizou a criação de três categorias analíticas, a saber: metáfora, atributo (adjetivação) e modelo (cultural). No que pese o segundo grupo analisado, de Falantes, buscou-se observar a emergência de metáforas conceptuais e modelos culturais intuídos dessas metaforizações. Os resultados demonstram que a metáfora da réplica, segundo qual o meme é conceptualizado como gene (DAWKINS, 2007[1976]), é muito predominante nos dois *corpora*. Isso fala de um modelo de comunicação digital que enfatiza a multiplicação da informação, encobrindo a compreensão e a produção de sentidos a ela inerentes. Esses achados também destacam a importância do trabalho de Reddy (1979), no que diz respeito aos seus estudos sobre a metáfora do conduto e a conceptualização da comunicação como transferência de objetos.

Palavras-chave: Metáfora conceptual; memes de internet; comunicação.

ABSTRACT

PINHEIRO, José Mauro Ferreira. *Internet memes: digital communication models in the light of Conceptual Metaphor Theory*. 2023. 100 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

This dissertation aims to perform a qualitative analysis on the construction of meaning of the concept of MEME (internet meme) according to communication experts and regular speakers of Portuguese in the light of Conceptual Metaphor Theory (LAKOFF; JOHNSON, 2002[1980]). In order to achieve such goals, we have collected 16 definitions produced/found by Dawkins (2007), Jenkins (2009) and Chagas (2021). Besides that, we have collected 119 occurrences of the word ‘meme’ in the realm of *Corpus do Português* (DAVIES, 2006). When it comes to the first corpus, related to the experts, our aim was to spot the emerging conceptual metaphors, as well as which cultural models they gave rise to. Thus, we have used the software Atlas.ti, which led us to produce three analytical categories: metaphor, attribute (adjectives), and (cultural) model. As for the second corpus, linked to speakers, we were willing to also analyze which metaphors and corresponding cultural models could emerge therein. The results imply the relevance of the replication metaphor, according to which a meme is seen as a gene (DAWKINS, 2007[1976]) in both corpora. These findings highlight a perception of digital communication in which the multiplication of information plays a more important role than understanding each other as speakers. Also, one can perceive the relevance of the works of Reddy (1979) and the conduit metaphor, by means of which communication is viewed as an object transfer.

Keywords: Conceptual metaphor; internet memes; communication.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Projeções entre domínios de COMUNICAÇÃO É TRANSFERÊNCIA FÍSICA (= metáfora do conduto).....	24
Figura 2 – A metáfora COMUNICAÇÃO É CONTÁGIO.....	27
Quadro 1 – Caminho epistemológico dos estudos de meme.....	34
Quadro 2 – Correspondências epistêmicas presentes nas metáforas MENTE É CONTÊINER e IDEIAS SÃO ALIMENTOS.....	40
Figura 3 – Níveis de atuação genética na perspectiva do egoísmo.....	44
Figura 4 – Definição de meme retirada de <i>Priberam Dicionário</i>	49
Figura 5 – Ferramenta que cria “códigos” no Atlas.ti: metáfora, atributo e modelo.....	53
Quadro 3 – Definições de Dawkins.....	56
Quadro 4 – Mapeamentos da metáfora da réplica (MEME É GENE).....	57
Quadro 5 – Correspondências entre metáfora da réplica, do contágio e do plantio.....	62
Quadro 6 – Definições de Jenkins.....	65
Quadro 7 – Cotejo entre a metáfora do conduto (REDDY, 1979) e a metáfora elaborada por Jenkins (2009).....	66
Quadro 8 – Exemplos de domínios-fonte para IDEIA.....	68
Quadro 9 – COMUNICAÇÃO DIGITAL É TRANSAÇÃO COMERCIAL.....	69
Quadro 10 – Definições encontradas em Chagas (2021).....	71
Quadro 11 – Mapeamentos entre meme e linguagem.....	73
Quadro 12 – Virar meme.....	75
Quadro 13 – Quantidade de ocorrências de “virar”, “tornar(-se)”, “transformar(-se)”.....	79
Figura 6 – Cartaz da mostra <i>Virei Viral</i> , de 2013.....	79
Quadro 14 – Variações de virar meme.....	81
Quadro 15 – Meme viral.....	82
Quadro 16 – Correlações entre as metáforas do contágio, do plantio, da réplica e do conduto.....	83
Quadro 17 – Variações de meme viral.....	84
Quadro 18 – Fazer, criar, usar meme.....	85
Quadro 19 – Variações de fazer, criar, usar meme.....	86
Figura 7 – Meme <u>usado</u> por Trump.....	87
Figura 8 – Meme <u>criado</u> pelo governo de Porto Alegre.....	88

Quadro 20 – Brincar com meme.....	88
Quadro 21 – MEME É PERFORMANCE.....	89
Quadro 22 – 80 ocorrências não-metafóricas descartadas.....	98

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	10
1	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
1.1	Teoria da Metáfora Conceptual	16
1.2	Meme	28
1.2.1	<u>O Meme de Dawkins (1976)</u>	28
1.2.2	<u>Memética</u>	32
1.2.3	<u>Abordagem externalista</u>	33
1.2.4	<u>Meme de internet</u>	35
1.3	Metáforas e modelos culturais	38
1.3.1	<u>Metáfora primária: universalidade e variação cultural</u>	39
1.3.2	<u>Goatly e os modelos do egoísmo x altruísmo</u>	42
2	METODOLOGIA DE PESQUISA	47
2.1	Procedimentos de Coleta de Dados	48
2.2	Procedimentos de Análise	52
3	DEFINIÇÕES E USO DE MEME DE INTERNET	55
3.1	Especialistas	55
3.1.1	<u>Dawkins e a metáfora da réplica</u>	56
3.1.2	<u>Jenkins e a metáfora do conduto</u>	64
3.1.3	<u>As contribuições de Chagas</u>	70
3.2	Falantes	75
3.2.1	<u>Virar meme</u>	75
3.2.2	<u>O modelo viral</u>	81
3.2.3	<u>Fazer, criar, usar meme</u>	84
3.2.4	<u>Brincar com meme</u>	88
3.2.5	<u>A questão da narrativa</u>	89
3.3	Conclusão: Balanço entre Especialistas e Falantes	90
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	92
	REFERÊNCIAS	95
	ANEXO – Descartes	98

INTRODUÇÃO

O tema dessa pesquisa abarca os campos da cognição, da comunicação e da cultura. De acordo com a Linguística Cognitiva (doravante LC), a cognição é percebida como a forma situada pela qual nós conhecemos e organizamos o nosso conhecimento, isto é, a forma pela qual categorizamos os elementos que resultam da interação entre o nosso aparato sensório-motor e o mundo físico e socioculturalmente situado. Destarte, segundo tal campo de saber, o ser humano, ao interagir com o mundo físico e socioculturalmente situado, estruturaria seu sistema conceptual, refletindo tanto o teor dos elementos próprios de sua constituição corpórea (sistema sensório-motor), como os elementos constitutivos desse mundo físico e sociocultural, criando, para tanto, as bases de seus processos de interação social ou de comunicação, propriamente ditos.

Nessa perspectiva, ao delimitarmos como tema a relação entre metáfora e o conceito de comunicação, pretendemos, à luz da Teoria da Metáfora Conceptual (TMC), conforme postulada por Lakoff e Johnson (2002[1980]), analisar as conceptualizações de comunicação, de acordo com os seus situamentos socioculturais, em especial do meme de internet, forma e modelo de comunicação digital bem frequente na época contemporânea. Para tanto, investigamos, com base em metodologia de caráter qualitativo exploratória e descritivo-interpretativa, de um lado, as definições atribuídas a meme de internet, mais especificamente 16 definições elaboradas por 12 teóricos da comunicação (DAWKINS, 2007[1976]; JENKINS, 2009; CHAGAS, 2021; DENNETT, 1991; 1996; BLACKMORE, 1999; SHIFMAN, 2014; KNOBEL; LANKSHEAR, 2020; RUSHKOFF, 1996; BURGESS, 2020; JENKINS; GREEN; FORD, 2014). No que pese o tratamento de dados dos especialistas de comunicação, utilizou-se a ferramenta Atlas.ti, que se mostrou muito proveitosa para destacar e comparar categorias analíticas no *corpus* citado. De outro lado, analisamos o uso que os falantes fazem de tal expressão, mais especificamente 119 ocorrências de meme de internet, sendo dessas 110 do português do Brasil e nove do português de Portugal.

Com efeito, para Lakoff e Johnson (2002[1980]), precursores da abordagem cognitiva da metáfora, esta seria elemento central da cognição humana, pois estruturaria a base de nosso sistema conceptual. Dito de outra forma, para os autores em questão, a metáfora conceptual permite que utilizemos conceitos mais próximos da nossa realidade sensório-motora como base para compreendermos conceitos mais complexos. Dessa forma, aos darmos entorno e limites à nossa experiência com o mundo físico e sociocultural, de modo a melhor apreendê-

la, valemo-nos dos nossos próprios limites físico-biológicos, o que permitiu a esses autores afirmar que a metáfora conceptual teria forte embasamento corpóreo ou ainda resultaria, do que os autores chamam, de uma cognição de caráter corporificado ou experiencialista.

Segundo o Experiencialismo, nossa interface com o mundo (físico e/ou socioculturalmente situado) não é direta, retilínea. Ela é intermediada pelo que trazemos para o corpo-a-corpo da experiência, ou seja, nossos filtros sensório-perceptuais típicos da espécie (corpo e cognição) e a própria linguagem. O significado, portanto, deixa de representar um conjunto de traços essenciais das coisas (paradigma essencialista da linguagem), passando a abarcar o somatório de fatores biopsicológicos e socioculturais que nos constituem (PELOSI; GABRIEL, 2016). Assim, o significado de uma palavra como “meme” não pode ser aferido a partir de um valor intrínseco à palavra, objetivamente observável. Para entendermos o que é “meme”, é preciso saber da nossa interface com o conceito, que, segundo a TMC, não pode prescindir da nossa constituição sensório-motora, da natureza dos espaços nos quais circulamos e dos situamentos socioculturais que constituem tais espaços.

Nessa perspectiva, ao advogarem que pensamos de modo metafórico, o que Lakoff e Johnson (2002[1980]) estão afirmando, em última instância, é que há aí uma relação situada de pensamento, na qual os processos interacionais entre o aparato sensório-motor humano e o mundo físico/sociocultural estruturam nossa forma de conhecer e categorizar o mundo por meio de processos metafóricos. E ainda que tal relação motivará e licenciara os significados que emergem na linguagem a partir do mapeamento de determinados domínios experienciais, classificados por Lakoff e Johnson (2002[1980]) como alvo e fonte.

Ou seja, para entendermos domínios de natureza mais abstrata (alvo) como COMUNICAÇÃO DIGITAL, muitas vezes valemo-nos de outros domínios experienciais (fonte) CONTÁGIO/DOENÇA, de natureza mais concreta. Isso gera expressões do tipo “vírus de computador”, em que a noção de transferência de programas defeituosos entre usuários de computador é percebida nos moldes de um contágio biológico-viral. A correspondência entre domínios experienciais distintos (a que temos com objetos digitais e aquela com enfermidades do corpo) explica-se, pois, por meio de um conjunto de relações experienciadas e imaginadas.

Ao tomarmos como base a TMC, em especial o que suas proposições têm a dizer sobre a forma como conceptualizamos comunicação, destacamos que tal objeto já se encontra no escopo dos primeiros estudos desenvolvidos por seus teóricos. Tome-se, por exemplo a chamada metáfora do conduto, conforme definida por Reddy (1979), cujo tema de interesse foi a comunicação. Nesse trabalho, intitulado *The conduit metaphor: A case of frame conflict in our language about language*, ao realizar vasto levantamento de *corpus* em língua inglesa,

Reddy (1979) observou que por volta de 70% dos anglofalantes se referiam à comunicação cotidiana (domínio mais abstrato) nos moldes da transferência física de objetos (domínio mais concreto).

Tal trabalho, ao ser publicado às vésperas do lançamento de *Metaphors we live by*, abriu espaço para as ponderações que levaram Lakoff e Johnson a formularem as bases da TMC. Nos moldes dessa teoria, a metáfora do conduto conceptualiza o falante como “doador” e a ideia como “objeto”, isto é, haveria projeções possíveis entre o domínio-alvo COMUNICAÇÃO e o domínio-fonte TRANSFERÊNCIA FÍSICA. Ao comunicar algo, o falante estaria, assim, metaforicamente transferindo o objeto de sua fala, ou seja, suas ideias, para algum receptor. Para que a transferência de ideias possa ter lugar, tal qual na transferência de objetos, é mister o uso de embalagens (ou contêineres), aqui metaforicamente relacionadas à própria linguagem.

Além disso, no caso da metáfora do conduto, amiúde observados nas metáforas conceptuais, há elementos realçados – DOADOR / FALANTE – e negligenciados – POMBO CORREIO / FALANTE –. Os procedimentos de realce e negligência de elementos mapeados em uma metáfora, como da metáfora do conduto, diz de um situamento sociocultural da comunidade que produz a metáfora. Nesse sentido, como bem destaca Goatly (2007), até domínios conceptuais geralmente percebidos como bastante universais, como a emoção, são sensíveis a importante variação cultural. Essas verificações conduzidas por Goatly (2007) vão na contramão de uma concepção mais universalizante da metáfora conceptual abordada pelas teorias da Metáfora Primária, de Grady (1997) e, dos Esquemas Imagéticos, de Johnson (1987), estabelecendo, portanto, uma tensão ente a natureza universalizante e cultural da metáfora conceptual.

Seria possível ainda observar a prevalência da visão de comunicação discutida por Reddy (1979) nas definições de Dawkins (2007[1976]) – estudioso que cunhou a palavra “meme” num contexto anterior à internet – a partir, por exemplo, das seguintes metáforas de meme aí presentes: COMUNICAÇÃO É CONTÁGIO, COMUNICAÇÃO É RÉPLICA e COMUNICAÇÃO É PLANTIO. Dito de outra forma, é possível observar nas metáforas que estruturam as definições do mencionado autor que os mapeamentos, de modo geral, ao relacionarem comunicação e propagação, o fazem com base na correspondência entre o ato de propagar uma ideia nos moldes de transmitir uma doença, de replicar um objeto e de plantar uma semente.

Chagas (2021, p. 14), em sua revisão de literatura acerca da definição de meme, aponta para sua “frouxa delimitação epistêmica”. Nesse sentido, para o autor, se a analogia entre “meme” e “gene replicador” proposta por Dawkins (2007[1976]), conforme acima

assinalado, não foi completamente abandonada ou superada ao longo dos anos, tal definição não seria muito apropriada para descrever meme de internet. Afinal, ainda segundo o autor, se a definição de meme proposta por Dawkins (2007[1976]) se refere a um modelo de comunicação de caráter analógico e mais amplo de conteúdos culturais – músicas, crenças, textos e hábitos – repassados de uma pessoa a outra, a definição de meme contemporâneo – meme de internet – teria de se referir a um modelo de comunicação de caráter digital, qual seja: comunicação humana mais ou menos específica, multimodal, tendendo a rápido e iterado espalhamento e normalmente anônima, mediada pela máquina ou por plataformas digitais.

Dessa forma, assim como pondera Chagas (2021), é possível observar que tanto meme quanto meme de internet são conceptualizados com base na metáfora do contágio. A persistência do padrão de conceptualização chancelado pela metáfora COMUNICAÇÃO É CONTÁGIO e, por extensão, da metáfora do conduto, certamente conclama maiores investigações; em especial acerca da maneira pela qual a comunicação tem sido conceptualizada nos tempos atuais, no âmbito das plataformas digitais nas quais os membros de sociedades pós-industriais, como a brasileira, vêm concentrando sobremaneira suas interações. Conclama também que investiguemos quais modelos culturais essas conceptualizações refletem.

É justamente a partir dessas questões que sustentamos nossa investigação e a partir das quais levantamos as seguintes perguntas de pesquisa:

- (a) A emergência das metáforas do contágio e da réplica quando da conceptualização de meme de internet apontariam para sua prevalência na maneira de pensar comunicação por parte dos falantes de língua portuguesa?
- (b) O que se pode depreender das conceptualizações de meme de internet de acordo com as visões dos especialistas e dos falantes de língua portuguesa em suas trocas quotidianas? Existiria convergência na visão de comunicação adotada pelos dois grupos em questão?
- (c) Quais modelos culturais chancelam as conceptualizações metafóricas de meme de internet em termos de contágio e de réplica?

Tais perguntas nos levam a formular o seguinte objetivo geral:

- i) Examinar a construção dos sentidos do conceito de meme de internet à luz da Teoria da Metáfora Conceptual.

E os seguintes objetivos específicos:

- i) Examinar a relação entre metáfora e definições de meme de internet elaboradas por especialistas;

- ii) Examinar a relação entre metáfora e definições de meme de internet elaboradas por falantes da língua portuguesa;
- iii) Examinar a relação entre o conceito de meme de internet e os situamentos socioculturais que cancelam as metáforas do contágio e da réplica.

Dessa forma, esperamos que a investigação aqui empreendida demonstre a prevalência das metáforas de contágio e réplica na maneira de pensar e abordar comunicação pelos falantes de língua portuguesa e pelos teóricos e estudiosos de meme de internet. Dito de outra forma, esperamos que, ao haver relação convergente entre as visões acerca do meme de internet adotada por especialistas e falantes em suas trocas cotidianas, tal visão seja hegemônica em sociedades pós-industriais, como a brasileira. Por fim, seguindo as pistas deixadas por Reddy (1979), esperamos ainda que os modelos culturais do contexto de meme de internet alinhem-se de alguma forma a uma visão de comunicação como transferência de objetos, nos moldes da metáfora do conduto. Ou seja, que reforcem um modelo de comunicação no qual a infalibilidade da transferência esteja de alguma forma destacada.

Assim sendo, organizamos essa dissertação, para além desta introdução e das considerações finais, em três capítulos. No primeiro capítulo, abordamos os fundamentos teóricos adotados nessa pesquisa, no qual discorremos sobre os postulados da Teoria da Metáfora Conceptual (LAKOFF; JOHNSON, 2002[1980]; GOATLY, 2007; GRADY, 1997; KÖVECSES, 2010); sobre a Teoria da Metáfora do Conduto (REDDY, 1979); o conceito de meme (BLACKMORE, 1999; CHAGAS, 2021; DAVISON, 2020; DAWKINS, 2007[1976]; JENKINS, 2019); sobre a relação entre metáfora e modelos culturais, em especial no contexto de meme de internet aqui investigado (GIBBS, 2017; GOATLY, 2007).

No segundo capítulo, voltado para a discussão acerca de metodologia de caráter qualitativo exploratória e descritivo-interpretativa empregada em nossa pesquisa, discorremos, por um lado, sobre os procedimentos de coleta de dados – que realizamos, ao colher 16 definições de 12 especialistas; por outro, a partir de pesquisa bibliográfica em três obras intituladas *O gene egoísta* (1976 [2007]), *If it doesn't spread, it's dead (part one): Media viruses and memes* (2009) e *Da memética aos memes de internet: uma revisão de literatura* (2021), respectivamente elaboradas por Richard Dawkins, Henry Jenkins e Viktor Chagas; e, de outro lado, 119 exemplos de uso da expressão meme feitas por falantes da língua portuguesa do Brasil e de Portugal a partir do *Corpus do Português* (DAVIES, 2006).

No terceiro capítulo, analisamos, como base nas categorias metáfora, modelo (cultural) e atributo, as 16 definições de 12 especialistas e os 119 exemplos de uso da

expressão meme feitos pelos falantes da língua portuguesa do Brasil e de Portugal, bem como os seus resultados. Para tanto, abordamos, de início, cada *corpus* individualmente para depois estabelecermos a sua comparação. Por fim, apresentamos nossas considerações finais, nas quais sistematizamos o percurso realizado com essa pesquisa, seus achados e desdobramentos e suas possíveis contribuições para os estudos da Metáfora e da Linguística Cognitiva.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Conforme assinalado, objetiva-se com essa investigação abordar a conceptualização de meme de internet a partir do arcabouço teórico da Teoria da Metáfora Conceptual (LAKOFF; JONHSON, 2002[1980]; REDDY, 1979; GOATLY, 2007; KÖVECSES, 2010). Dessa forma, serão apresentados e discutidos, neste capítulo, os conceitos de metáfora conceptual, de metáfora do conduto, de meme e de modelos culturais.

Assim sendo, o capítulo de Fundamentação Teórica encontra-se organizado em três seções. Na primeira seção, intitulada “Teoria da Metáfora Conceptual”, realiza-se discussão sobre os postulados dessa teoria, além de, nela, serem convocados os achados de Reddy (1979), em que o autor, ao discutir o conceito de comunicação, postula a existência do que chama de metáfora do conduto, previamente mencionada em nossa introdução. Na segunda seção, intitulada “Meme” e organizada em quatro subseções, tratamos das relações entre o conceito de meme e de meme de internet; já na terceira seção, intitulada “Metáforas e modelos culturais”, abordamos a relação entre metáfora e modelos culturais, em especial no que se refere às noções de universalidade e variação cultural, assim como egoísmo x altruísmo.

1.1 Teoria da Metáfora Conceptual

A Teoria da Metáfora Conceptual surge com a publicação, em 1980, do livro *Metaphors we live by* (na tradução brasileira: *Metáforas da vida cotidiana*), de autoria de George Lakoff e Mark Johnson. O argumento principal é que a metáfora não é apenas uma estrutura da linguagem e/ou adorno retórico, como postulava a tradição filosófica clássica. Ela se caracteriza essencialmente como recurso da cognição humana, responsável pela forma como concebemos e agimos o/no mundo.

Para os autores, correligionários do paradigma experiencialista, o sentido emerge da interação entre o aparato sensorio-perceptual humano e o meio físico e/ou sociocultural. Segundo esse paradigma, de tal interação e/ou experiência, resultam domínios conceptuais mais ou menos estáveis e/ou categorias conceptuais que constituem o nosso sistema conceptual organizado em domínios conceptuais.

Como afirmam os autores de *Metaphors we live by*, organizamos nossas experiências em domínios experienciais, ou seja, uma série de categorias ontológicas que são armazenadas em conjunto em nossa memória. Assim, considerando-se o domínio experiencial COMPRA/TRANSAÇÃO ECONÔMICA, estão, neste, encobertos uma série de outros conceitos como DINHEIRO, BENS DE CONSUMO, VENDA, DÍVIDA, PAGAMENTO, LOJA etc. Essa é uma categoria experiencial mais concreta se comparada à categoria COMUNICAÇÃO, por exemplo. Para compreender TRANSAÇÃO ECONÔMICA, ativamos relações que travamos com objetos com realidades físicas, como tocar numa cédula; pegar um produto no caixa e, embalar um presente. Por outro lado, experiências ao redor de COMUNICAÇÃO podem até ter fases mais físicas (enviar uma carta no correio, baixar um áudio no celular), mas elas tendem a ser percebidas como etapas anteriores ou posteriores à comunicação propriamente dita. Em essência, comunicamos IDEIAS, que é uma categoria constituinte de COMUNICAÇÃO altamente abstrata.

A metáfora conceptual opera justamente nesse espaço, correspondendo os elementos de um domínio mais concreto (fonte) com os de um mais abstrato (alvo); ou facilitando a compreensão do alvo por meio da fonte. Assim, se alguém diz “*eles não vão comprar suas ideias*”¹, o entendimento que se tem do domínio IDEIAS está metaforicamente relacionado com o domínio BENS DE CONSUMO. Nossa experiência sistemática com a compra/venda de artigos de consumo orienta a percepção sobre como as ideias são compreendidas por nós. Ou seja, nos moldes de uma transação comercial.

O conceito de COMPRAR é, portanto, recrutado para conceptualizar a ideia de COMPREENDER. Isso poderia sugerir uma metáfora conceptual consistente, como COMUNICAÇÃO É COMPRA², que seria uma variação da metáfora IDEIAS SÃO DINHEIRO (LAKOFF; JOHNSON, 2002[1980], p. 111), pois outras metaforizações nesse padrão confirmam sua sistematicidade. Em português, podemos dizer que uma ideia não tem valor, ou que uma ideia é barata, por exemplo.

Ora, a metáfora é recurso de caráter imaginativo e cognitivo baseado em situamentos socioculturais. O mapeamento entre os domínios conceptuais COMUNICAR e COMPRAR não está dado, mas também não é aleatório, tal qual afirmam Lakoff e Johnson (2002[1980]), ao analisarem a metáfora TEMPO É DINHEIRO:

¹ Frase inspirada em exemplos retirados de Lakoff; Johnson (2002).

² Inclusive no *corpus* bibliográfico aqui coletado figura essa metáfora no âmbito de meme de internet. Jenkins (2009), ao contra-argumentar as definições fornecidas por Dawkins (2007[1976]), sugere uma noção de meme como bem de consumo, manipulado por consumidores e constituinte de mercados. Seguramente essas evidências convocam futuras análise sobre o conceito metafórico de *commodity* no contexto da comunicação digital.

Estamos usando nossas experiências cotidianas com dinheiro, com recursos limitados e bens valiosos para conceptualizar o tempo. Essa maneira de conceber o tempo não se impõe de forma alguma como uma necessidade a todos os seres humanos; ela está ligada à nossa cultura. Há culturas em que o tempo não é pensado desse modo. (LAKOFF; JOHNSON, 2002[1980], p. 51-52).

Algo semelhante poderia ser dito sobre COMUNICAÇÃO É COMPRA, já que a ênfase em transação comercial para falar de comunicação é rastreável histórico-culturalmente.

As considerações ora apresentadas sublinham uma preocupação que ocupou as teses de Goatly (2007) acerca da tensão entre o caráter universal e cultural da metáfora conceptual, como já mencionado anteriormente. De acordo com o autor, a hipótese corporificada postulada pela TMC poderia não dar conta das metáforas de base experiencial “fraca” (ou socioculturalmente situadas), ou seja, aquelas em que nossa relação com a experiência não é entendida por todas as culturas de igual maneira. Em outras palavras, tais experiências mudam ou variam de acordo com seus situamentos no espaço e no tempo.

Por exemplo, para que a metáfora TEMPO É DINHEIRO possa emergir, é mister que a comunidade que a formou tenha vivência com o dinheiro. Disso resulta a tese de que haveria espectro de metáforas mais ou menos sensíveis a variações culturais. Vale ainda, nesse sentido, mencionar como, por exemplo, num primeiro olhar, a metáfora EMOÇÃO É CALOR pode parecer até menos sensível a variações culturais do que a metáfora TEMPO É DINHEIRO. Isso porque na primeira metáfora, o domínio conceptual EMOÇÃO mapeia elementos do domínio conceptual CALOR, cuja base experiencial, por ser de ordem físico-sensorial, tende a ser percebida como mais geral, corpórea, menos deliberada.

Assim, numa perspectiva universalista acerca do funcionamento da nossa biologia, nós reagimos às emoções produzindo calor corporal, o que parece ser uma resposta ubíqua para a nossa espécie diante de uma determinada situação que se nos apresente. Já na segunda metáfora, o conceito de tempo, bem mais abstrato, ao ser identificado com o conceito de dinheiro, realiza um mapeamento metafórico com situamento cultural bem mais acentuado. Fala-se aqui de um *continuum* entre o caráter universal e cultural das metáforas conceptuais ou ainda da relação entre metáforas de caráter mais universalizante, como as metáforas primárias (GRADY, 1997), e as de caráter mais cultural, como as metáforas complexas (KÖVECSSES, 2010; GIBBS, 2017).

Em capítulo sobre alguns conceitos basilares da TMC e os caminhos da pesquisa da área com uso de *corpora* autênticos, Vereza e Cavalcanti (2022) discutem a metáfora

primária. Como resgatam essas autoras, para Grady (1997), tal metáfora resulta de interações pré-conceptuais de uma criança, na condição de primeiro exemplar da espécie, com seu meio. Ainda como escrevem as autoras, “a base de uma metáfora constitui-se de experiências corpóreas mais simples e delimitáveis, isto é, de mapeamentos de conceitos primários supersimplificados que emergem da interação entre o aparato sensorio-motor da criança e seu meio físico restrito e localizado” (VEREZA; CAVALCANTI, 2022, p. 94).

Portanto, em exemplos como “a questão da privatização foi debatida acaloradamente”³, a metáfora conceptual EMOÇÃO É CALOR, segundo tal descrição, seria mais primária, mais corporificada, menos complexa do que a metáfora TEMPO É DINHEIRO analisada por Lakoff e Johnson (2002[1980]), uma vez que a primeira metáfora resultaria do mapeamento de conceitos primários estruturados pela experiência da criança, na condição de exemplar da espécie humana, ao lidar com a valência térmica dos objetos que manipula.

Em seus achados, Goatly (2007), no entanto, observou que, até mesmo no mapeamento de conceitos primários, ou ainda mais corporificados, ligados à emoção, é possível observar um grau importante de situamento e variação culturais. O autor aponta em exemplo como, “o período após a morte dela foi o mais sombrio da minha vida”⁴, para o fato de a contiguidade experiencial metonimicamente intuída em TRISTEZA É ESCURO, por exemplo, não apresentar uma relação de causa e efeito objetivamente discernível. Alguém pode se sentir triste por estar no escuro, assim como a tristeza pode gerar uma sensação de escuridão.

Descobertas em psicolinguística (DAMASIO, 2003 apud GOATLY, 2007) demonstram que a emoção não é exatamente a origem de certas sensações corpóreas (como sentir o corpo quente quando se está com raiva – RAIVA É CALOR). Existiria, nesse caso, para Damásio (2003), na verdade, concomitância entre emoção e sensação corpórea. Assim, sentir-se quente na ocasião da raiva é tanto resultado como origem dessa emoção. É justamente a partir dessa “demontagem” da ordem de causa e efeito entre emoção e sensação corpórea ou ainda do corolário “sinto, logo produzo efeitos sensoriais”, tradicionalmente percebida como estanque, lógica e universal, que Goatly (2007) pode explicar a variação cultural até entre domínios de metáforas entendidas como mais primárias.

Com efeito, as preocupações de Goatly (2007) se sustentam, uma vez que a hipótese corporificada postulada pela TMC ocupou e ocupa bastante os interesses dos linguistas cognitivos. Por exemplo, em *Metaphor: a practical introduction*, Kövecses (2010, p. 79) se faz

³ No original em inglês: “*the question of privatisation was heatedly debated*” (GOATLY, 2007, p. 238)

⁴ No original em inglês: “*the period after her death was the darkest period of my life*” (GOATLY, 2007, p. 204)

a seguinte pergunta: por que será que temos os domínios-fonte que temos? O que motivaria a escolha sistemática de alguns conceitos-fonte em detrimento de outros?

O autor postula que, em primeiro lugar, é necessário derrubar a ideia de que a metáfora é fruto da observação de similaridades objetivas e pré-existentes entre domínios experienciais distintos. Tome-se como ilustração a metáfora MAIS É PARA CIMA, analisada por Kövecses (2010). Não existe uma similaridade apriorística que motive mapeamentos entre os conceitos de QUANTIDADE (MAIS) e VERTICALIDADE (CIMA). Acede que, na nossa experiência sistemática com CONTÊINERES, que remonta às primeiras fases da nossa infância, quando começamos a lidar com objetos, é comum perceber-se a elevação vertical de uma substância quando mais quantidade dela é depositada num copo, por exemplo.

Como explica Kövecses (2010), a experiência com a quantidade e com a verticalidade não podem ser tomadas como similares nem existentes de antemão. Na verdade, essas são experiências correlatas que, desde fases pré-conceptuais de nossas vidas, nós as entendemos como contíguas. É isso que motiva a metáfora conceptual MAIS É PARA CIMA. Essa metáfora, imagético-esquemáticamente (JOHNSON, 1987), assentada em conceitos básicos como VERTICALIDADE, portanto mais simples, primária, empresta sua estrutura para metáforas mais complexas.

Quando alguém diz que “a inflação subiu” (AUMENTO DA INFLAÇÃO É PARA CIMA), não é possível depreender o conceito de VERTICALIDADE sem levar-se em consideração a metáfora primária MAIS É PARA CIMA. Isso porque um processo econômico complexo e abstrato como a inflação não poderia subir da maneira que um suco sobe dentro de um copo. A metáfora primária aqui apresentada articula por meio de seus mapeamentos QUANTIDADE e VERTICALIDADE, ao passo que a metáfora da inflação mapeia QUANTIDADE ABSTRATA e VERTICALIDADE.

De modo análogo, a metáfora do contágio (para meme de internet) aqui estudada também se encontra situada em nossa experiência biológica com patógenos virais, bacterianos, fúngicos, etc. Ou seja, a metáfora conceptual está situada (*grounded*) na experiência, seja ela perceptual (MAIS É PARA CIMA), biológica (metáfora do contágio), percepto-biológica (EMOÇÃO É CALOR), cultural (TEMPO É DINHEIRO), percepto-cultural (AUMENTO DA INFLAÇÃO É PARA CIMA), ou de várias outras naturezas e combinações de naturezas. Como já discutido e perceptível pelas classificações acima, em muitos desses situamentos, a corporificação emerge como um fator evidente de produção de metáforas conceptuais.

Nessa perspectiva, é plausível postular que quanto mais próximas do eixo percepto-biológico e/ou corporificada mais as metáforas serão percebidas pelo falante como dadas, ou seja, serão convencionais, não percebidas como metáforas (baixo grau de metaforicidade). Quanto mais avizinhas de situamentos socioculturais, mais deliberadas as metáforas tendem a ser, o que lhes confere um teor mais alto de metaforicidade por parte da comunidade que as utiliza. O que essas afirmações demonstram é que independentemente da posição da metáfora nessa escala de situamentos (ora mais biológica/corporificada, ora mais cultural), ela nunca poderá ser inconsistente com a experiência humana.

Como afirma Kövecses (2010, p. 86): “dentre um número grande de fontes possíveis, nós ‘escolhemos’ aquelas que ‘fazem sentido intuitivamente’, ou seja, aquelas que emergem da experiência humana – seja cognitiva, psicológica, cultural, biológica ou de qualquer outra forma⁵”. Ainda nessa linha, e enfatizando a questão da corporificação como elemento essencial para os processos de conceptualização, fala-nos Gibbs (2006, p. 9)⁶:

As experiências subjetivas, sentidas pelas pessoas por meio de seu corpo em ação, propiciam parte do situamento fundamental para a linguagem e o pensamento. A cognição é o que acontece quando o corpo se engaja no mundo físico e cultural e deve ser estudada nos termos de interações dinâmicas entre as pessoas e o meio. A linguagem e o pensamento humanos emergem de padrões recorrentes de atividade corporificada (...). Devemos examinar, de modo geral e detalhado, as maneiras pelas quais linguagem e pensamento são complexamente modelados pela ação corporificada.

Convém destacar acerca da citação acima como Gibbs (2006) consegue deixar espaço para os diversos tipos de situamentos destacados até aqui nesse trabalho. Ora, toda experiência humana é mediada pelo corpo e sua biologia correspondente, ou ao menos não se tem notícia de algum ser humano que possa ter experienciado eventos/situações 100% extracorporeamente. Logo, é natural que o corpo ocupe posição destacada no modelamento da linguagem e do pensamento. Mas os estudos em metáfora vêm demonstrando que o corpo não é a única forma de situamento conceptual, ainda que possivelmente um grande contingente parte dele, visto que esse corpo interage com o meio físico, ou não humano, e com o meio socioculturalmente determinado, essencialmente humano.

⁵ Tradução nossa. No original: “out of a large number of potential sources, we ‘choose’ the ones that ‘make intuitive sense’ – that is, the ones that emerge from human experience – either cognitive, psychological, cultural, biological or whatever”.

⁶ Tradução nossa. No original: People’s subjective, felt experiences of their bodies in action provide part of the fundamental grounding for language and thought. Cognition is what occurs when the body engages the physical, cultural world and must be studied in terms of the dynamical interactions between people and the environment. Human language and thought emerge from recurring patterns of embodied activity (...). We must... seek out gross and detailed ways that language and thought are inextricably shaped by embodied action”.

A tensão entre o caráter universal e variacional da metáfora abordado nesta seção, e retomado na última seção com base na discussão entre os modelos culturais do evolucionismo, egoísmo x altruísmo, dentre outros, terá lugar importante em nossa investigação. Isso porque visamos, com base nela, analisar a construção do conceito de comunicação, em especial de meme de internet. Dessa forma, apontamos para hipótese por nós levantada em nossa Introdução no sentido de que os modelos culturais do contexto de meme de internet alinhem-se de alguma forma a uma visão de comunicação como transferência de objetos, nos moldes da metáfora do conduto. Dada a relevância para delimitação do objeto que se busca investigar nessa dissertação – a conceptualização de meme de internet – vamos a seguir discutir a metáfora conceptual no tocante às relações entre metáfora do conduto e seus situamentos baseados na nossa experiência com objetos, seu envio e recepção.

Metáfora do conduto

Em seu trabalho seminal *The conduit metaphor: A case of frame conflict in our language about language* (*A metáfora do conduto: Um caso de conflito de estruturação da nossa linguagem sobre linguagem*, tradução nossa), Reddy parte do pressuposto de que só se pode entender uma sociedade a partir da compreensão de seus mecanismos de comunicação. Se a comunicação sempre tem um grau de falha, como podemos, como sociedade, melhorar essa comunicação?

Para o autor, nosso discurso sobre a comunicação costuma apresentar e destacar os problemas da comunicação, em vez de tentar resolvê-los. Assim, ele se pergunta: Que tipo de histórias contamos sobre a comunicação? Quando a comunicação experimenta alguma falha, o que percebemos como defeituoso?

Uma forma comum de se referir a um problema comunicativo encontra-se no exemplo abaixo:

(1) *Ele não conseguiu passar sua ideia muito bem⁷.*

⁷ No original, “get your thoughts across” (REDDY, 1979).

O que se percebe nesse exemplo é que falamos sobre problemas na comunicação por meio de expressões metafóricas. Em inglês estadunidense, contexto estudado por Reddy (1979), essa constatação também se sustenta: usam-se expressões como (2) “*get the message across*” (= passar a mensagem) ou (3) “*give somebody an idea*” (= dar uma ideia a alguém)⁸. O que (1), (2) e (3) têm em comum, além das expressões metafóricas, é uma forma de conceptualizar a comunicação por meio de outro conceito, ou seja, pelo conceito de transferência de objetos. Essa forma de conceber a comunicação é metafórica em essência, posto que a experiência de transferência de objetos é distinta da experiência de comunicação verbal.

Como diz Reddy (1979), não é possível (literalmente) “passar” uma ideia (“*give an idea*”) para alguém, posto que as ideias se encontram alojadas em nossas mentes. No máximo, podemos enviar uma “réplica” das nossas ideias para outras pessoas. Se pudéssemos transferir diretamente as ideias de uma mente a outra, não haveria inclusive necessidade de um sistema comunicativo (comunicação percebida como telepatia).

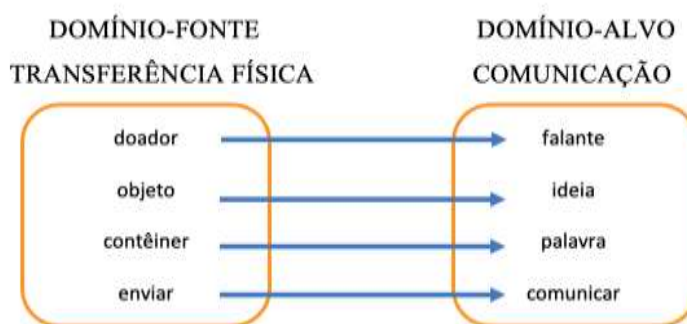
Para o autor, na metáfora do conduto por ele batizada, a ideia é vista como um conteúdo que é passada dentro de um recipiente, que é a linguagem, de uma mente para outra. Não se trata de uma figura de linguagem aleatória, mas sistemática e observável com alta frequência em sua investigação. Essa metáfora representa, assim, um modelo cultural (ou uma visão de mundo), segundo o qual a comunicação é entendida nos moldes da direta transferência de objetos; assim, um mau comunicador seria aquele que não consegue enviar seus pensamentos, muito provavelmente porque o empacotamento linguístico da sua mensagem é defeituoso.

A prerrogativa de uma boa comunicação, para esse modelo, recai no emissor e/ou nas circunstâncias da emissão, em vez de incluir o processo comunicativo como um todo. Um bom texto, portanto, é aquele que dispõe de uma objetividade intrinsecamente a ele constitutiva, independentemente do público ao qual se endereça.

Em síntese, de acordo com a metáfora do conduto, por meio da linguagem, das palavras, podemos empacotar nossas ideias e transferi-las para o receptor-interlocutor. Isso perfaz uma noção da ação de comunicar ideias percebida nos moldes de enviar objetos. Essa modelagem pode ser explicada pela metáfora do conduto tal qual ilustra Figura 1.

⁸ Todos os exemplos foram retirados ou adaptados de Reddy (1979).

Figura 1- Projeções entre os domínios de COMUNICAÇÃO



Fonte: O autor, 2023.

É TRANSFERÊNCIA FÍSICA (= metáfora do conduto)

A metáfora do conduto pode ser observada em português quando alguém diz, por exemplo, “*você sabe muito bem que eu te dei essa ideia*”⁹. Como destacam Ferrari e Soares (2021), ideias não são objetos, ou nossa experiência com objetos físicos não pode ser de natureza ontológica idêntica à que travamos com ideias, substrato imaterial. Além disso, “não há garantia de que a ideia na mente do falante seja integralmente reproduzida na mente do ouvinte” (FERRARI; SOARES, 2021, p. 69).

Assim sendo, em conformidade com Reddy (1979), o significado de ideia em afirmações como essa constitui evidência da emergência da metáfora do conduto, isto é, que para os falantes do português do Brasil, tal qual para os anglofalantes abordados por Reddy (1979), o ato de se comunicar é entendido como o ato de transferência de objeto físico. É possível observar igualmente a emergência da metáfora do conduto em exemplo como “*É muito difícil colocar essa ideia em palavras*”¹⁰. Nesse caso, há a conceptualização de “ideia” como “objeto”, em que palavra é entendida por meio do esquema imagético CONTÊINER.

Com efeito, existe uma dimensão mais material da mensagem, como o som, numa conversa oral, ou o texto, numa interação escrita. Esses elementos devem ser mesmo recebidos por um interlocutor, mas a recepção dos conteúdos acústicos/textuais em nada garante a apreensão da mensagem conforme o emissor supõe ou pretende.

Para Reddy (1979), a metáfora do conduto aposta num modelo de comunicação infalível, ou seja, no qual o erro é a exceção, posto que o ato comunicativo é análogo/contíguo

⁹ Exemplo traduzido de Reddy (1979, p. 189): “*You know very well that I gave you that idea*”. (tradução nossa)

¹⁰ No original (REDDY, 1979, p. 190): “*It is very difficult to put this concept into words*”. (tradução nossa)

experiencialmente à transferência de objetos/dos objetos da comunicação¹¹. Uma análise que destaca a contiguidade entre a transferência material que ocorre durante a comunicação (envio de som, texto etc.) e a transferência plena/total da comunicação (compreensão de ideias, pensamentos etc.) pode ser formalizada em termos saussurianos pela metonímia TRANSFERÊNCIA DO SIGNIFICANTE PELA TRANSFERÊNCIA DO SIGNO.

Mesmo que bastante ubíqua no pensamento ocidental, a metáfora do conduto não ocorre em toda e qualquer sociedade e qualquer tempo histórico. Por exemplo, a metáfora do conduto, tal nos informa a Figura 1, tende a mapear elementos específicos do domínio de TRANSFERÊNCIA FÍSICA, como um objeto empacotado num contêiner; e a figura dos falantes como de um doador e também de um receptor, que dizem de uma experiência específica de envios, ou destaques específicos para essa experiência. Não estão destacados por essa metáfora, por exemplo, outros elementos como o caminhão do Sedex, o pombo-correio, a nuvem onde são armazenados arquivos digitais.

Dessa forma, os elementos realçados – DOADOR / FALANTE – ou negligenciados – POMBO CORREIO / FALANTE – amiúde observados nas metáforas conceptuais, como no caso da metáfora do conduto, diz de um situamento sociocultural da comunidade que produz a metáfora. Como destacam Ferrari e Soares (2021, p. 67), embora central na conceptualização da comunicação e produtiva em diversas sociedades – anglofalantes, francófonas e lusofalantes – à metáfora do conduto, podem se somar outras, como a do corte e costura (“*costurar um acordo*”, “*alinhar ideias*”), analisada pelas autoras. Assim, para a TMC, realçar ou negligenciar mapeamentos de certos elementos que constituem os domínios conceptuais, além da própria escolha de um certo domínio-fonte para representar um outro (alvo), são operações que estão a serviço da perspectiva adotada pelo sujeito do discurso, que, por sua vez, é influenciado por situamentos de natureza sociocultural.

Diante dessas considerações, é notável como os achados reddyianos foram essenciais para o desenvolvimento da TMC. Neles, está posta a ubiquidade de uma metáfora dentro de uma dada comunidade – a estadunidense no caso de Reddy (1979), que, também, apontaria para prevalência de conceptualização acerca da comunicação, de acordo com *Metaphors we live by*, obra lançada por Lakoff e Johnson (2002[1980]), um ano depois da publicação dos resultados da pesquisa realizada por Reddy (1979). A metáfora é vista como um modo de

¹¹ Aqui podemos destacar abordagens ligeiramente diferentes entre Reddy (1979) e Ferrari, Soares (2021). O autor aposta na base metonímica (contiguidade experiencial) da metáfora do conduto, ao passo que as autoras tendem a fazer uma descrição mais nos moldes da TMC, ou seja, de base metafórica propriamente dita (analogia experiencial). Esses dois vieses não se contradizem teoricamente e se devem, pode-se crer, à separação histórica de suas ocorrências.

entender a experiência humana, logo, ela é conceptual segundo esses achados empíricos, podendo ter manifestações linguísticas diversas.

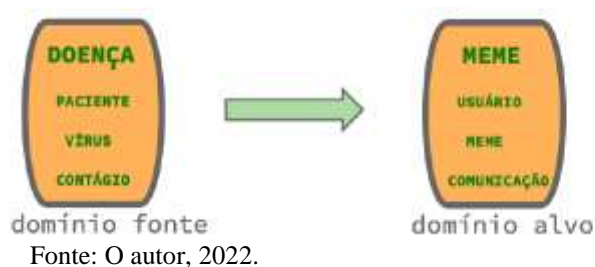
Aliás, Reddy (1979) não poupa o leitor do seu trabalho de conhecer as variadas manifestações linguísticas que a metáfora conceptual do conduto apresenta. Elas perfazem uma forma hegemônica de pensar a comunicação, que inclusive tende a destacar demasiado papel do falante, atribuindo o sucesso da comunicação ao sucesso de sua performance individual. Nesse modelo, o êxito da comunicação é visto como dado, automático, esperado e focado no falante.

Para Reddy (1979), um modelo alternativo ao da metáfora do conduto seria a do construtor de ferramentas. Nela, cada interlocutor habita uma realidade com materiais de construção específicos. Assim, o construtor que usa ferro (ferreiro) lida com uma realidade muito distinta do construtor que opera com madeira (carpinteiro). Ferreiro e carpinteiro só podem imaginar o que o outro faz a partir da comunicação que estabelecem. Não é possível que eles saibam com clareza o que o outro vive, posto que não possuem aquele repertório de experiências. Logo, a comunicação está constantemente sujeita a falhas, uma vez que demanda dos seus partícipes um gradiente de energia e um investimento no ato comunicativo bastante altos.

Posto que a presente pesquisa busca analisar o meme de internet, suas possíveis conceptualizações e mapeamentos articulados em diversos domínios-fonte, como é o caso do CONTÁGIO ou da RÉPLICA, entende-se que o trabalho de Reddy (1979) seja crucial tanto por ter inspirado Lakoff e Johnson em 1980 a formularem as bases da metáfora conceptual; quanto na delimitação do nosso objeto de investigação. Afinal de contas, o conceito-alvo COMUNICAÇÃO, presente no trabalho do autor, é justamente o ponto de partida do presente estudo.

Ou seja, o conceito de COMUNICAÇÃO presente no trabalho de Reddy (1979) relaciona-se de maneira consistente com a análise realizada por Pinheiro e Cavalcanti (2022) acerca da metáfora MEME É DOENÇA/ COMUNICAÇÃO É CONTÁGIO presente em Dawkins (2007[1976]), tal qual é possível observar na Figura 2 abaixo, elaborada pelos autores.

Figura 2- A metáfora COMUNICAÇÃO É CONTÁGIO



Ao serem comparadas à metáfora do conduto e à do contágio, é possível perceber que existem algumas semelhanças importantes, por mais que figurem nesse cotejo domínios-fonte distintos. Nos dois casos, a comunicação é percebida como uma transferência de conteúdos de um emissor para um receptor, sendo que, no caso da metáfora do contágio, o emissor assume, às vezes, o papel daquele que espalha infecta, contamina outrem, o seu receptor. Ou ainda a comunicação é aí conceptualizada em termos de transferência de um material mais específico, de patógenos. O que está posto nesses dois situamentos é uma visão da comunicação que ocorre de modo basicamente automático e simples, em que o emissor transfere a sua mensagem para o seu receptor, ainda sem problematizar as diversas variáveis que compõem o ato comunicativo e/ou à interação entre emissor/receptor.

No caso dos exemplos de uso da expressão “meme de internet” *Neymar vira meme após ser acusado de estupro*” e “*tem medo de errar a letra e virar meme*, retirados do *Corpus do Português* (DAVIES, 2006), observamos que o conceito de RÉPLICA tende a demonstrar que o sujeito compreende meme de internet em termos de ameaça. Em geral, segue-se a estrutura “Alguém faz X (= algo negativo) e vira meme”. Assim, a ideia de cópia é motivada por alguma atitude deletéria (criminosa, jocosa, vexatória) praticada pela figura-alvo ou personagem-alvo do meme, que merece ser exposta, tal qual apontam os seguintes exemplos retirados desse mesmo *corpus*: “pelo menos não estou estampado em nenhum meme” ou também “Ana foi protagonista do grande meme popularizado pelo quadro *Isso a Globo não mostra* do Fantástico”. Essas ideias acerca de meme parecem apontar para a conceptualização de comunicação em termos de contágio, cujos mapeamentos falam de um modelo de comunicação que busca quase sempre enquadrar uma espécie de bode expiatório da vez, o ícone que mantém a engrenagem da comunicação digital funcionando e adquirindo popularidade.

À guisa de conclusão dessa seção, consideramos relevante problematizarmos a relação entre metáfora e modelos culturais, em especial, os hegemônicos, o que faremos na última

seção deste capítulo, visto que para melhor realização de tal problematização, discutiremos antes como vem sendo conceituado meme de acordo com vários campos do saber.

1.2 Meme

Esta seção tem por objetivo abordar o conceito de meme, desde o momento em que foi formulada a definição de meme por Dawkins em 1976, até o momento atual, no qual se passou a discutir as definições de meme e de meme de internet em vários campos do saber. Para tal, essa seção será dividida nas seguintes subseções: *O Meme de Dawkins (1976)*, em que serão abordadas as circunstâncias da cunhagem da palavra meme, sua definição e consequências para os estudos, sobretudo, acerca da comunicação; *Memética*, em que se busca abordar o legado do pensamento de Dawkins (2007[1976]) nos estudos sobre memes, inclusive de internet; *Abordagem externalista*, por sua oposição à Memética; por fim, *Meme de internet*, no qual sistematizamos as diversas definições atribuídas a meme de internet, estabelecendo, para tanto, os pontos de convergência e divergência na estruturação, de forma mais abrangente, do conceito de meme.

1.2.1 O Meme de Dawkins (1976)

O conceito de meme, que, posteriormente, será resgatado para construir o conceito de meme de internet no âmbito das plataformas digitais por teóricos da comunicação, costuma ser atribuído à obra *O Gene Egoísta* de Dawkins (2007[1976]), conforme já algumas vezes por nós assinalados. Nesse livro, o zoólogo darwinista vale-se de analogias emprestadas da genética para definir meme. Grosso modo, o meme fica entendido, em sua obra, como o gene da cultura, sendo, de acordo com os objetivos de nossa investigação, plausível postular que a metáfora conceptual COMUNICAÇÃO É RÉPLICA licenciaria tal entendimento de meme; ou ainda, que o domínio-alvo COMUNICAÇÃO seria mapeado por elementos do domínio-fonte RÉPLICA, como gene. O conceito de RÉPLICA, na percepção de Dawkins (2007[1976]), está vinculado à lógica da seleção natural, segundo a qual deve sobreviver o gene mais forte, isto é, aquele que se adapta melhor ao meio no qual está inserido, replicando-se diversas vezes.

Por conseguinte, o conceito de meme, ao ser estruturado pela metáfora da réplica, seria motivado por crenças e valores relacionados com a lógica darwinista de sobrevivência do mais forte e do mais adaptado. Metaforicamente, uma ideia “bem adaptada”, segundo essa perspectiva, consegue penetrar um número maior de mentes, oferecendo resistência a um fator que condena várias ideias a seu fim, qual seja, os limites da memória humana. Um meme é uma ideia que conseguiu, portanto, adaptar-se muito bem a esse ambiente de esquecimento natural que é a mente humana. Ou ainda, é uma ideia que pode ser (re)passada eficazmente para um contingente considerável de pessoas sem que o fator esquecimento interrompa seu percurso.

Como comenta Chagas (2021, p. 3), “os memes então são ideias ou modos de pensar e fazer que competem entre si para se afirmar no caldo cultural humano”. Tal qual já por nós assinalado, as ideias consideradas na definição de Dawkins (2007[1976]) para meme poderiam incluir uma série de conceitos que são suscetíveis de serem “copiados” por outros indivíduos, como modismos do campo das vestimentas, canções repetidas a exaustão entre conhecidos, ou mesmo noções religiosas que são assimiladas e indexadas por um grupo de pessoas. Contudo, tal definição se refere a uma fase pré-internet, na qual as ideias se disseminavam somente de modo offline.

Dessa forma, para os autores como Chagas (2021), Jenkins (2009; 2014), Davison (2020), tal conceptualização e/ou definição – como veremos de forma mais detida na última subseção deste capítulo – deve ser revista principalmente para atender ao funcionamento de meme no âmbito das plataformas digitais. O que esses autores estão basicamente tentando fazer é demonstrar que as características elencadas por Dawkins (2007[1976]) para meme não são as mesmas observadas para meme de internet. Por exemplo, o meme de Dawkins (2007[1976]) está calcado na metáfora do contágio, que pressupõe um modelo de comunicação no qual aquele que recebe a informação tem pouco poder de decisão diante do conteúdo que recebe e repassa.

Os autores acima mencionados (CHAGAS, 2021; JENKINS, 2009; 2014; DAVISON, 2020) ponderam que esse meme de internet não seja o único modelo de comunicação disponível no âmbito digital, posto que nas plataformas e redes sociais existe espaço para participação, elaboração e seleção de conteúdos etc. Além disso, eles afirmam que nem mesmo suas características seriam as mesmas descritas por Dawkins (2007[1976]), por se tratar, para começar, de modelo de comunicação mediado por máquina, sem autoria marcada, que, em alguns segundos, pode ser compartilhado por milhares.

Por outro lado, de acordo com a definição de metáfora cognitiva elaborada por Lakoff e Johnson (2002[1980]), já discutida anteriormente, tal recurso, por ser elemento central de nossa cognição, constitui não só a nossa forma de pensar as coisas, mas também nossa forma de agir diante delas e sobre elas. Assim, entender meme nos moldes de um replicador genético significa também comportar-se diante do ato de comunicação como um replicador, no qual o importante é promover a difusão de ideias por meio de rápida multiplicação.

O que se conclui a partir das considerações até aqui apresentadas é que, no molde de outros replicadores, não interessa muito, no âmbito do meme de Dawkins (2007[1976]), que tipo de conteúdo é repassado, nem sua veracidade ou os efeitos que podem causar para determinados indivíduos ou setores da sociedade. Em outras palavras, não importa, segundo a definição do autor em questão, o contexto enunciatário que envolve a produção e replicação de meme, isto é, quem fala para quem, com qual objetivo e de que maneira e por meio de qual canal.

O que de fato importa, ao que parece, é como essa informação será repassada de forma a garantir a sobrevivência de ideias fortes, que têm condições de competir e vencer as ideias fracas no caldo cultural o que, em termos genéticos significa que tal informação será efetivamente transmitida por ser a que apresenta maior força de sobrevivência, tal qual a informação genética, na garantia da sobrevivência da espécie humana.

Dessa maneira, como o sucesso genético está pautado no volume de replicações realizadas pelo gene e como esse elemento é mapeado para conceptualizar meme, é plausível postular que comunicação é aí entendida por Dawkins (2007[1976]) em termos de transferência de informação nos moldes de um objeto genético; ou ainda que comunicação é entendida, tal qual a metáfora do conduto e a metáfora da réplica, como transferência múltipla e rapidamente realizada de objeto.

A visão de meme de Dawkins (2007[1976]), assim como seu respectivo modelo de comunicação, acarretou, ao longo dos anos, uma série de divergências entre os especialistas que discutem o assunto em questão. Ou seja, tal qual verificaremos nas subseções Memética e Abordagem Externalista, se a estrita relação de Dawkins (2007[1976]) como o darwinismo universal será ressignificada por alguns teóricos e teóricas (BLACKMORE, 1999; DENNETT, 1991; 1996); por outros e outras (SHIFMAN, 2014), esta será mais duramente desestabilizada, principalmente a sua visão de comunicação como atividade de caráter autônomo e automático, que transcorre de modo independente dos enunciadores envolvidos no ato comunicativo.

As consequências em se adotar a visão de comunicação preconizada por Dawkins (2007[1976]) pode trazer, ao nosso ver, riscos no sentido de se ratificar perspectiva de caráter eugenista no âmbito da comunicação. Isso porque pode-se correr o risco de avaliar como as ideias mais adaptadas e aptas a sobreviverem ao meio social, aquelas produzidas pelo grupo social hegemônico – e, não coincidentemente, composto por indivíduos de etnia majoritariamente branca e heterossexual.

Em outras palavras, de acordo com tal perspectiva, corre-se o risco, de um lado, de se avaliar como ideias fortes aquelas relacionadas com a visão de mundo de grupos sociais considerados puros e perfeitos; e, por outro lado, de se avaliar, e até mesmo de se abandonar outras formas de pensar, apreciadas como fracas ou inferiores, por não apresentarem o devido poder de adaptação ao meio.

Arrisca-se, assim, em última instância, cancelar modelos de comunicação norteados por um sistema ideológico de caráter excludente, em que a forma de pensar hegemônica de um dado grupo social sobrepuja as diversas formas de pensar dos demais grupos sociais; ou ainda instaura a visão do único sobre o diverso, do indivíduo sobre o coletivo. Sobre as visões que motivam essa natureza egoísta e/ou altruísta de modelos de comunicação como esses, nós a desenvolveremos mais detalhadamente na seção Metáforas e modelos culturais, quando forem levantadas as colocações de Goatly (2007) sobre a teoria do meme.

Vale destacar, antes de concluirmos esta seção, que estudiosos da comunicação, como Jenkins (2019) e Shifman (2014), reagiram de forma contundente quando tomaram contato com a visão de meme em termos de ideias transmitidas autonomamente e automaticamente a despeito dos atores envolvidos e/ou do contexto de propagação. Pode-se falar aqui da reação, a título de exemplo, à questão da fidelidade da cópia, item elencado por Dawkins (2007[1976]) como fator importante para aferir a eficácia de um replicador/de um gene.

Em outras palavras, houve reação à ideia de que o meme se comportaria de maneira fiel tal qual a fidelidade da cópia genética, que precisa observar uma série de compostos químicos no momento da operação da réplica dos genes, caso contrário, ocorrerá uma mutação ou uma cópia incorreta do conteúdo original. Necessário assinalar que, no caso dos memes, esse grupo de pré-requisitos necessários para aferir a fidelidade da cópia não nos parece tão palpável, tal qual foi ponderado pelos autores que reagiram à tal abordagem.

De modo geral, não é muito plausível considerar, por exemplo, que uma ideia como FESTA JUNINA, repetida em diversas instâncias no território brasileiro, vá se manter incólume em todo e qualquer lugar em que é aplicada. Embora haja sim uma série de caracteres esperados que compõem o “núcleo duro” da festa junina, como celebração no meio do ano

durante o inverno brasileiro (junho-julho); ritualística em homenagem a um santo católico (São João); conjunto de comidas, bebidas e indumentárias típicas, essa ideia não é executada num vácuo sociocultural. Muito menos pode ser repetida indistintamente sem apresentar as revisões e as marcas daqueles que praticam a festa junina em diferentes temporalidades e espaços.

Assim, por alinhar meme com o princípio da seleção natural em áreas que escapam à biologia, minorando fatores constituintes da existência humana, como variação/mudança no tempo e espaço e suas adaptações ao contexto/ambiente, interacional, Dawkins (2007[1976]) recebeu muitas críticas. Recebeu críticas sobretudo por parte de teóricos filiados ao campo da filosofia e da psicologia – Dennett (1991; 1996) e Blackmore (1999) – que passaram a ser classificados como integrantes da segunda fase pós-Dawkins; e que delimitaram o campo do saber chamado Memética, no qual o meme é compreendido para além de um elemento à imagem e semelhança de um gene, conforme discorreremos a respeito na seção subsequente.

1.2.2 Memética

O campo de saber chamado de Memética foi delimitado sobretudo pelas ideias do filósofo estadunidense Dennett e da psicóloga britânica Blackmore. Dennett (1991; 1996), cujos interesses epistemológicos se concentram em filosofia da mente, filosofia da ciência e filosofia da biologia, deixa um pouco de lado o darwinismo universal de Dawkins (2007[1976]), que tentava aplicar a noção de seleção natural a campos além da biologia, e começa a propor teorias sobre a mente humana, interessando-se mais pelo aspecto psicológico do meme. Para tal, ele passa a advogar que as ideias competem por recursos limitados para se transmitirem, como a memória humana e o número de mentes humanas que podem conceber e repassar uma dada ideia, como já foi destacado acima.

Blackmore (1999) busca, por outro lado, entender como os memes se propagam e afirma que isso exige um olhar para a estrutura dos memes. Em outras palavras, para essa autora e para os pensadores que delimitaram o campo de conhecimento chamado de Memética, não se pode falar em agentividade humana no tocante à comunicação. Para o paradigma memético, é o meme que utiliza a mente humana autonomamente para se difundir. A mente humana não goza exatamente de uma escolha, ela é tomada de assalto pelo meme mais bem adaptado ao meio, que é o nosso caldo cultural.

Esses autores passaram a ser identificados por um paradigma mais idealista ou mentalista, porque buscavam entender a dinâmica de transferência auto-regulada do meme de mente para mente. Afinal, mesmo para Dawkins (2007[1976]), embora tenha revisado o conceito mais para frente em *O fenótipo estendido* (DAWKINS 1982 apud CHAGAS 2021), o meme é uma realidade essencialmente mental e interna, o que é reafirmado pelos pensadores do viés da Memética. Assim, no que pese os autores da Memética terem posto em xeque o modelo darwinista de abordar meme, eles continuam corroborando a visão de comunicação como conduto ou ainda como propagação.

1.2.3 Abordagem externalista

A abordagem externalista foi delimitada por autores como a comunicóloga e pesquisadora de memes Limor Shifman e pelo historiador de mídias Patrick Davison. Shifman (2014), por exemplo, identifica uma outra tendência nos estudos de meme, com foco na relação entre meme, comportamento e o meio no qual o meme se propaga. Para a autora que, portanto, adota uma abordagem de caráter externalista ou comportamentalista para definir meme, não é possível separar um meme do veículo que o propaga, como propõem os adeptos da Memética.

Ou seja, o veículo é tão importante quanto o próprio meme, sob pena de que as condições de veiculação do meme podem acabar se “memeficando”. Nesse sentido, por exemplo, tome-se o que Davison (2020) apresenta, ao discutir a questão da autoria nos memes. Ora, é sabido que, em grande maioria, os memes apresentam não-atribuição, ou seja, não são dadas aos usuários das plataformas digitais informações sobre quem poderia ter elaborado um dado meme. O “não saber o autor do meme” é uma virtude no âmbito da web, especialmente daquela de base irrestrita¹², porque na web de base irrestrita o anonimato ajuda a forjar a criatividade.

Para a web irrestrita – a web dos memes –, a criatividade é um valor mais importante que a segurança. Esta última, por sua vez, constitui valor essencial para a web restrita ou

¹² Davison (2020) estabelece uma importante distinção entre web restrita e irrestrita. A primeira corresponde à internet dos grandes sites como Google, Facebook, etc e ao tipo de informação que está ali assegurado. Por exemplo, não é possível que a senha dos usuários do Facebook transforme-se num meme porque esse tipo de informação é altamente controlado e protegido pelos desenvolvedores desses sites. No entanto, fotos engraçadas de um gato às vezes circulam sem grande controle, vertendo-se em memes, porque esse tipo de dado digital não oferece perigosos aos usuários que o compartilham. Esse seria, portanto, o âmbito da web irrestrita.

convencional, a web dos grandes desenvolvedores de plataformas digitais. Assim, de acordo com o autor em questão, com o tempo, a ideia de que um meme não deve ter autor foi se difundindo entre os usuários das plataformas digitais e tal comportamento passou a ser repetido em quantidade. Por isso, dizermos que as condições de propagação dos memes tenham se memeficado, ou seja, a forma como as pessoas produzem e consomem meme, de forma anônima em grande parte, passou a ser a praxe.

Conceitos como web restrita e irrestrita, abordados por Davison (2020), falam dos diversos motivos pelos quais algumas informações podem ser amplamente socializadas e outras não. Quer dizer, em última instância, existe um grupo de desenvolvedores de plataformas digitais que determina que um certo número de dados não será compartilhado; e, para que isso seja garantido, eles criam sistemas blindados que defendem certas informações, a despeito de outras. As informações não defendidas, que potencialmente podem se tornar memes, estão sujeitas, portanto, a dinâmicas externas à mente.

Dito de outra forma, o conteúdo memeficado só pode ser dessa forma compartilhado porque esses dados não são vistos como necessitantes de blindagem pelos grandes empresários. Assim, para que um conteúdo viralize em plataformas digitais, primeiro, há essa triagem, o que é uma dinâmica que pouco tem a ver com o que se passa na mente dos usuários quando compartilham memes.

A abordagem externalista, portanto, passa a finalmente a considerar o ambiente de propagação do meme e o comportamento dos usuários e desenvolvedores diante dele, o que levou os estudos de meme para o campo da comunicação e das ciências sociais. Para o comunicólogo brasileiro Chagas (2021) – que há muito se ocupa dos estudos de meme –, um caminho epistemológico identificável para uma “ciência dos memes” tende a seguir, em conformidade com sua revisão de literatura, o seguinte percurso:

Quadro 1 - Caminho epistemológico dos estudos de meme

biologia > filosofia > psicologia cognitiva > comunicação e ciências sociais
--

Fonte: O autor, 2023.

Segundo Shifman (2014), há ainda alguns estudiosos de Memética que apresentam, contudo, certo viés inclusivo, tendendo a misturar a visão idealista com a comportamentalista. Segundo Chagas, a memética inclusiva admite os memes “como qualquer peça informacional

copiada por processos imitativos” (2021, p. 5). Para o autor, “tamanho grau de inclusão, contudo, compromete a precisão epistemológica do objeto e cria, em determinadas situações, oxímoros contraproducentes” (CHAGAS, 2021, p. 5).

No entanto, deve-se destacar que a percepção no que se refere à necessidade de delimitação mais clara do conceito de meme é consensual, diríamos unânime até, entre os estudiosos de meme da contemporaneidade, independente de sua concordância ou não com visão de comunicação professada por Dawkins (2007[1976]). Por exemplo, de acordo com essa percepção, o estudo memético apontaria para uma má delimitação desse objeto de estudo ou para falta de contornos claros deste por se apoiar sempre em outras ciências, assim como nos mostra o Quadro 1. Para Chagas (2021), é justamente essa indefinição que deu à área dos estudos de meme um certo ostracismo e permitiu a apropriação por parte dos usuários do sentido da palavra, alimentando seu valor de piada e seu discurso biologizante.

Nesse sentido, estimamos que o objetivo de nossa investigação vai ao encontro das inquietações manifestadas pelos diversos estudiosos da comunicação, ainda que de uma perspectiva diferente. Em consonância com Silva (2010), sobre como um linguista cognitivo poderia abordar as inconsistências dos significados de uma expressão, estimamos que devemos sobretudo evitar trabalhar com a hipótese do significado unitário ou ainda da “falácia da *generalidade*, na medida em que não há equivalência perfeita entre a abstração do linguista e a representação mental dos falantes” (SILVA, 2010, p. 35/36).

Assim sendo, organizamos a próxima subseção para levantarmos as diversas perspectivas adotadas pelos teóricos da comunicação em seu empreendimento de delimitar o conceito de meme de internet. Contudo, voltamos a assinalar que, para o nosso trabalho, não seria relevante selecionar esta ou aquela definição mais adequada. Para nosso trabalho, em conformidade com os nossos objetivos apontados na Introdução desta dissertação, o que interessa é pôr em perspectiva tais definições de modo que possamos analisar sua relação com as metáforas conceptuais, da réplica e do contágio, e por extensão da metáfora do conduto.

1.2.4 Meme de internet

As linhas anteriores dessa subseção buscaram dar conta do percurso de construção do conceito de meme realizada pelos especialistas, bem como estes estabeleceram aproximação terminológica e/ou epistemológica de tal conceito com outras ciências. Como foi visto, o

meme surge a partir de uma rebuscada analogia entre fenômenos biológicos, fenômenos mentais e comunicação de ideias.

Essa analogia perdura, influenciando futuras abordagens, no que pese, num segundo momento, estas tenderem a focar na mente humana; e em como o meme competiria para circular na memória coletiva e no caldo cultural que organizam a comunicação. Num terceiro momento, o meme passa a ser percebido como fruto de seu veículo de propagação, confundindo-se às vezes com ele. Nesse ponto, pode-se dizer que o conceito estava mais próximo do que hodiernamente chamamos de meme de internet no contexto de plataformas digitais, o que será discutido nas próximas linhas.

O momento preciso em que se pode perceber a aparição do conceito de meme de internet não é facilmente rastreável, mas costuma-se atribuir esse momento ao artigo de Godwin (1994). Nesse artigo, o jurista e escritor estadunidense descrevia como que a simbologia nazista se vulgarizava com frequência nos ambientes dos *newgroups*¹³. Ao autor é, inclusive, atribuída a chamada Lei de Godwin, de acordo com a qual, conforme uma discussão da internet vai se adensando, é esperável que surjam ali referências a Hitler ou ao nazismo.

Além do caráter digital, outros elementos distinguem meme de meme de internet, a saber a eficácia da replicação. Nesse sentido, vale observar que se a correspondência metafórica entre gene e meme destacou a importância da multiplicação para caracterizar um bom replicador, então o meme de internet eleva essa possibilidade para escalas nunca vistas.

Como examina Davison (2020), pode-se dizer que o meme de internet é melhor replicador que o próprio gene. Isso porque sua velocidade pode ser ampliada de modo tão grandioso ao ponto de fazer com que o espaço e o tempo necessários para a réplica sejam suplantados. Considerando que um meme de internet dispõe de redes de computadores de longo alcance, este pode ser transmitidos por tempo indefinido, ou por quanto tempo o servidor que hospeda o meme de internet estiver ativo.

Dessa forma, teóricos da comunicação destacam a questão da frouxidão epistemológica do conceito de meme, em especial de meme de internet, tal qual Davison (2020, p. 349):

No quadro original de Dawkins (1989), memes descreviam qualquer ideia ou um comportamento cultural. A moda, a linguagem, a religião, os esportes – tudo isso são memes. Hoje, no entanto, o termo “meme” – ou especificamente o “meme de internet” – tem um novo, coloquial, sentido. Enquanto os memes já se

¹³ Fórum da plataforma Usenet na qual usuários discutiam temas específicos.

tornaram tema de livros inteiros, os modernos memes de internet ainda carecem de uma definição mais acurada. Há numerosas fontes on-line (Wikipédia, Urban Dictionary, Know Your Meme, Encyclopedia Dramatica) que descreve (sic) os memes de internet do modo como o público os percebe, mas nenhuma faz isso de um modo rigorosamente acadêmico.

Pelo viés da TMC, se a metáfora COMUNICAÇÃO É RÉPLICA se mostra bastante ubíqua na conceptualização de meme, existem ainda mais correspondências ontológicas entre os domínios da metáfora da réplica quando o domínio-alvo é meme de internet. Afinal, o meme de internet se replica com mais garantias de velocidade, alcance, durabilidade e fidelidade das cópias (DAVISON, 2020, p. 351) do que o meme propriamente dito.

Davison (2020) utiliza o exemplo do *emoticon*, um dos primeiros memes de internet, para ilustrar isso. No início, os *emoticons* eram indexados a mensagens em fóruns on-line de modo a elucidar as intenções dos usuários depois de publicarem uma dada entrada. Era importante, assim, que os outros usuários compreendessem, por exemplo, que uma certa mensagem havia sido postada no fórum com intuito cômico para não criar nos interlocutores reações negativas indesejadas.

De certa forma, esses *emoticons* eram indicadores da função da mensagem, que visavam a facilitar as trocas comunicativas dos usuários e diminuir os ruídos na comunicação. Com o tempo, celulares e computadores passaram a incluir ferramentas mais rebuscadas e detalhadas para produzir um *emoticon*, mas a forma mais simples de fazer isso continuava plenamente disponível, ou seja, continuamos podendo acessar os caracteres menos comuns do teclado como “:.” e “:*” para expressar uma emoção (no caso, a soma desses dois caracteres pode representar um beijo de despedida: “:.*”).

O que justifica a manutenção dos *emoticons* até os dias de hoje, levando-se em conta que já dispomos de recursos ainda melhores para exprimir emoções digitalmente? Ou seja, o que faz dos *emoticons* ainda um meme de internet importante? Em primeiro lugar, esse recurso é prático, disponível na maioria dos aparelhos e fácil de reconhecer pelos interlocutores, como dito anteriormente. Além disso, a necessidade de esclarecer o intuito de uma mensagem não desapareceu: as conversas que transcorrem nos ambientes digitais costumam ser indiretas, mediadas por aparelhos, ou seja, não contam com o olho-no-olho típico de uma conversa oral, em que um mal-entendido pode ser resolvido com mais celeridade, por meio de linguagem corporal, por exemplo.

Talvez aqui resida o motivo de maior interesse para a Linguística Cognitiva, nós, seres humanos, em diversas culturas pelo mundo, continuamos exprimindo sentimentos por meio de expressões faciais e de gestos. Assim, essa “técnica” – do emoticon – continua sendo útil.

Ou seja, a base experiencial *offline* que motiva esse meme de internet continua sendo prevalente. Quando a expressão de um dado sentimento pode ser parcialmente representada por sua parte, ou seja, os resultados causados no rosto de um ser vivo como uma parte da emoção, fala-se aqui de uma metonímia viabilizada por esses emoticons. Pode-se dizer que enquanto a contiguidade experiencial imaginada perdurar, perdurará a necessidade de símbolos como o *emoticon*.

No caso da web irrestrita, imagina-se a atuação do meme dentro de um espaço fisicamente percebido, porém com pouca limitação, qual seja: um local amplo, pouco controlado, no qual o meme “encontra” boas condições para se multiplicar. Segundo esse modelo, a ausência de vigilância faz florescer um aspecto importante do meme de internet, a saber, seu traço de criatividade. Os dois exemplos aqui elencados, por sua vez, remetem a aspectos mais primários da cognição humana, reforçada pela repetida experiência com nossos corpos e com o espaço no qual circulamos. O tema da metáfora primária, universalidade e modelos culturais será assunto do próximo capítulo.

1.3 Metáforas e modelos culturais

A presente seção tem por objetivo problematizar os limites de variação ou de situamento (*grounding*) sociocultural da metáfora conceptual, ou seja, até que ponto e de que modo o domínio-fonte de caráter mais corporificado ou ainda mais universalizante pode ser acionado para construir as conceptualizações metafóricas nas diversas comunidades e cultural humana, em especial no tocante à conceptualização de comunicação ou ainda de meme de internet. Tal acionamento tem demonstrado que a metáfora, em grande parte, vale-se de um situamento, de início, de base biológico-espacial, ou ainda baseado em nosso aparato sensorio-motor e das experiências que construímos com ele desde muito jovens, crianças.

Por outro lado, a pesquisa em TMC aponta para situamentos de outras naturezas, como histórica, sociocultural, ideológica, o que exhibe terreno com maior variação do que se observa no primeiro grupo. Esse conjunto de situamentos fornece subsídios para a formulação de variados modelos culturais que motivam a emergência dos mais variados conceitos, como o de comunicação, por exemplo, e de demais conceitos muito abstratos e complexos como o de amor, de vida e de justiça.

Para tal, importa salientar que o estudo do domínio-fonte da metáfora conceptual tem ocupado bastante espaço da agenda epistemológica da TMC, o que não vem ocorrendo sem embates importante que serão aqui recuperados. Em especial, cumpre destacar a apreciação que faz Gibbs, em *Metaphor wars*, sobre o assunto, que será tema da primeira subsecção. Na segunda subsecção, busca-se trazer a debate as valiosas considerações de Goatly (2007) acerca do que o autor chama de teoria do meme e sua relação com modelos culturais pautados no egoísmo e no altruísmo.

1.3.1 Metáfora primária: universalidade e variação cultural

Para Gibbs (2017), são diversos os avanços trazidos pela Teoria da Metáfora Conceptual. De acordo com o autor, em primeiro lugar, a TMC questiona a hegemonia da abordagem gerativista, perspectiva que alega a autonomia da linguagem em relação à mente. O abandono (parcial, afinal muitos ainda pesquisam segundo esse paradigma) do Gerativismo permitiu que pudéssemos entender melhor as conexões entre linguagem, cognição e a experiência.

Além disso, a TMC ofertou arcabouço teórico e evidência empírica para a compreensão da ubiquidade da metáfora na/da cognição humana. Ou seja, a metáfora constitui antes uma figura do pensamento do que meramente uma figura da linguagem, acionada para adornar a expressão languageira. Estava alterada, portanto, a percepção científica que se tinha da relação entre pensamento e linguagem.

Como nos diz Gibbs (2017), os estudos empreendidos sobre a relação entre pensamento e linguagem antes da TMC concentravam-se ao redor da chamada hipótese Sapir-Whorf. Esses estudos focavam “bem pouco no real conteúdo do conhecimento humano. Principalmente, havia poucas tentativas de modelar explicitamente domínios do conhecimento altamente abstratos (por exemplo, política, conhecimento científico, ideias sobre si, emoção)¹⁴” (GIBBS, 2017, p. 6). Assim, a Teoria da Metáfora permite-nos pensar sobre como conceitos abstratos foram formulados e influenciam diferentes domínios do pensamento

¹⁴ Tradução nossa. No original: “far less to the actual contents of what people know. Most notably, there were few attempts to explicitly model highly abstract knowledge domains (eg., politics, scientific knowledge, ideas about the self, emotion concepts)”.

humano. Para o autor, a teoria da metáfora logra êxito em estabelecer uma relação consistente entre *experiência corpórea, padrões ubíquos de pensamento, estrutura linguística e cultura*.

No entanto, os debates ao redor da TMC nunca foram, como mencionado anteriormente, de natureza pacífica e não disputada. Seus detratores muitas vezes se perguntaram: como podemos garantir que a linguagem metafórica empregada por um falante necessariamente reflete um pensamento ativamente metafórico? Havia justamente escassez de evidência empírica para demonstrar como se davam as relações entre corpo, mente, linguagem e cultura.

Aliás, uma crítica importante à TMC reside justamente no fato de ela não reconhecer adequadamente as forças culturais que dão forma à linguagem e ao pensamento metafóricos. A título de ilustração, tome-se a própria metáfora do conduto. A TMC demonstrou (GIBBS, 2017; GOATLY, 2007; KÖVECSES, 2010) a ubiquidade da metáfora MENTE É CONTÊINER, que estaria por trás de algumas expressões metafóricas como “não consegui digerir muito bem o que ele disse” ou “é difícil engolir o que ele disse”. Tais manifestações linguísticas correspondem, por sua vez, à metáfora conceptual IDEIAS SÃO ALIMENTOS, também bastante investigada. Percebe-se entre essas duas metáforas conceptuais uma relação que pode ser explicada epistemicamente¹⁵ da seguinte forma:

Quadro 2 - Correspondências epistêmicas presentes nas metáforas MENTE É CONTÊINER e IDEIAS SÃO ALIMENTOS

Fonte	Alvo
O alimento deve ser inserido em um contêiner (estômago, por exemplo), onde será digerido.	A ideia deve ser inserida em um contêiner (mente, por exemplo), onde será processada.
Quando o alimento é inserido nesse contêiner digestor, pode ser que um efeito positivo daí suceda, qual seja, a sensação de saciedade.	Quando a ideia é inserida nesse contêiner mental, pode ser que um efeito positivo daí suceda, qual seja, a sensação de compreensão.
No entanto, pode ser que a digestão ocorra de forma irregular, causando desconforto físico: azia, má digestão.	No entanto, pode ser que o processamento ocorra de forma irregular, causando desconforto mental: desconfiança, desacordo.

Fonte: O autor, 2023.

¹⁵ Faz-se uma referência aqui às correspondências epistêmicas, conforme postulado por Gibbs (2017, p. 26). As correspondências epistêmicas, diferentemente das correspondências ontológicas, dizem da relação entre os elementos de um domínio e os elementos de um outro. As correspondências ontológicas apontam simplesmente para os elementos de cada domínio.

Uma outra ubiquidade que pode ser deduzida do quadro acima é a do conceito de CONTÊINER. É sabido que alguns domínios-fonte são esquemas imagéticos, ou seja, conceitos pré-conceptuais e pré-metafóricos que emergem de padrões recorrentes da nossa experiência corporificada. Desde pequenos, usamos o nosso corpo e seu aparato sensório-motor para interagir com objetos físicos, que aos poucos observamos conter um DENTRO e um FORA. É de se esperar, a partir dessas primeiras experiências perceptuais fundantes da cognição, que outros objetos, de distintas naturezas, também apresentem um padrão de interioridade e exterioridade.

Quando alguém diz que “jogou um alimento no estômago”, a preposição “em” destaca os conceitos esquemático-imagéticos de DENTRO/FORA já observado em experiências pgressas. Trata-se de uma metáfora, uma vez que a experiência de inserir um objeto dentro de outro é ativada para conceptualizar a noção de fornecer ao estômago um alimento. No entanto, outras metáforas podem ser deduzidas desse conceito mais primário, ou elaboradas em conjunto com ele. Se alguém diz “não consigo digerir a ideia que você me passou”, a ideia é conceptualizada nos moldes de um alimento (IDEIAS SÃO ALIMENTOS), que pode ser bem ou mal inserida no contêiner mente e que antes foi enviada a você (IDEIAS SÃO OBJETOS) por meio de um portador/comunicador.

Percebe-se que o nível “objeto” dessa ordenação é mais simples que o nível “alimento”, uma vez que ele é menos detalhado. Ao pensarmos em objetos, chega à mente uma descrição menos pormenorizada, mais açambarcante do que a ideia de alimento. É nesse sentido que muitos linguistas cognitivos começaram a falar sobre metáforas primárias. Elas estão na base de metáforas mais complexas, ou que contêm elementos-fonte e elementos-alvo mais detalhados.

Tome-se agora a expressão metafórica “não consegue comprar muito bem o que ele disse”. Nesse exemplo, tem-se uma instanciação diferente da metáfora IDEIAS SÃO OBJETOS, licenciado pela metáfora IDEIAS SÃO BENS DE CONSUMO. Um estudioso da metáfora não conseguiria talvez decidir qual metáfora, IDEIAS SÃO ALIMENTOS ou IDEIAS SÃO BENS DE CONSUMO, é mais detalhada, mas dispõe de referencial teórico para estabelecer que:

- a) Tanto IDEIAS SÃO ALIMENTOS quanto IDEIAS SÃO BENS DE CONSUMO são mais detalhadas/complexas que IDEIAS SÃO OBJETOS;
- b) Tanto IDEIAS SÃO ALIMENTOS quanto IDEIAS SÃO BENS DE CONSUMO estão apoiadas conceptualmente em IDEIAS SÃO OBJETOS;
- c) IDEIAS SÃO ALIMENTOS e IDEIAS SÃO BENS DE CONSUMO partem de situamentos bem distintos.

O situamento presente na metáfora do alimento ainda está bastante conectado aos conceitos esquemático-imagéticos de OBJETO/CONTÊINER/DENTRO/FORA. Já a metáfora dos bens de consumo fala de um modelo cultural francamente marcado culturalmente por uma lógica capitalista de aquisição e venda de bens. Pode-se deduzir daí uma forma de pensar a comunicação em que ideias podem ser compradas e alguém pode adquirir mais informações no “mercado” que outrem.

O recorte assinalado acima ocupou o programa epistemológico de muitos linguistas cognitivos e, de certa forma, responde aos detratores da TMC, conforme apresentando por Gibbs (2017). Existe, de fato, uma dimensão cultural que deve ser considerada e que situa a metáfora conceptual, afinal a noção de consumo de bens não pode ocorrer num vácuo histórico-temporal. No entanto, não se pode negar também a grande contribuição que nosso inventário experiencial corpóreo oferece para a conceptualização de ideias altamente abstratas como a comunicação.

Estudos comparativos entre culturas/línguas diferentes ou mesmo dentro da mesma comunidade linguística têm demonstrado o quanto é relevante o fator cultural para compreender a tipologia de experiências que são acionadas na conceptualização metafórica, especialmente quando o domínio-alvo estudado é o mesmo. Gibbs (2017, p. 39) nos fala de estudos comparativos entre inglês e mandarim sobre o conceito de mente, que parecem ir em direções ontológicas e ideológicas bem distintas. No chinês, observou-se a emergência de MENTE É CORAÇÃO, que fala de uma percepção da cognição humana a partir de um holismo centrado no coração. Por sua vez, no inglês foi observada a metáfora MENTE É CÉREBRO, que destaca o dualismo coração e mente, tão caro para a matriz ideológica ocidental.

Apesar de diferentes órgãos estarem sendo mapeados aqui, o que produz diferenças ideológicas de grande monta para cada um dos sistemas analisados, pode-se deduzir daí uma certa universalidade nesses modelos, porque, no fim das contas, os dois modelos se baseiam em experiências recorrentes que travamos com nossos órgãos. Daí convergem a hipótese da universalidade e da corporificação da metáfora: quanto mais relacionadas a experiências corpóreas, mais as metáforas tendem a ser universais; quanto mais afastadas, mais elas estão sujeitas a mais ou menos importantes variações culturais.

1.3.2 Goatly e os modelos do egoísmo x altruísmo

Ao discutir o que chama de “teoria do meme”, Goatly (2007) inscreve essa discussão num arcabouço analítico bem abrangente. Para o autor, tanto a teoria do meme, quanto os estudos de Genética que serviram de vitrine para criar o conceito de meme, apostam em graus distintos na metáfora conceptual SER HUMANO É ANIMAL. Isso fica evidenciando a partir de uma série de descobertas que esse ramo da biologia vem empreendendo ao longo dos anos. Por exemplo, a partir do momento que sabemos que 99% dos nossos genes foram encontrados no genoma do rato, perde-se automaticamente aquela película de diferenciação ou superioridade que acreditamos ter diante dos animais.

Para Goatly (2007), a questão da metáfora SER HUMANO É ANIMAL é motivo de uma das batalhas ideológicas mais acirradas do nosso século. Em primeiro lugar, incorre uma questão muito relevante aqui que é: não sabemos tudo que se pode saber sobre os animais. Em verdade, não sabemos também “tudo” sobre os seres humanos, o que coloca essa metáfora num lugar muito granular por definição: nenhum dos seus dois lados (SER HUMANO ou ANIMAL) são domínios exatamente concretos ou plenamente conhecidos.

A granularidade das analogias que informam a metáfora SER HUMANO É ANIMAL cria um efeito ideológico muito importante e um grande questionamento: até que ponto podemos e queremos nos parecer com os animais? Formulando de outra maneira, os caracteres que compartilhamos com os animais são mais importantes do que os caracteres que não compartilhamos com eles? Ainda: se nós queremos valorizar semelhanças entre seres humanos e animais, em primeira instância precisamos decidir quais semelhanças gostaríamos de destacar.

É justamente nesse ângulo teórico que os estudos da metáfora conceptual podem se concentrar. A Teoria da Metáfora Conceptual já demonstrou que os mapeamentos empreendidos entre os domínios conceptuais que constituem uma metáfora são ontologicamente organizados de modo a destacar alguns caracteres e a desabonar outros. Goatly (2007) está convencido de que os estudos genéticos, assim como a teoria dos memes, apostam no aspecto competitivo, agressivo, egoísta, feroz e virulento do animal para constituir a metáfora SER HUMANO É ANIMAL ou que esses são os caracteres mapeados do domínio ANIMAL. É isso que está impresso na noção darwinista de seleção natural: aquele indivíduo mais adaptado precisa lutar para sobreviver na selva competitiva que é a nossa existência coletiva.

Assim, a seleção natural cria um modelo de sobrevivência humana no qual não há espaço para o altruísmo. Ao comentar a perspectiva genética de Dawkins (2007[1976]) em *O*

Gene Egoísta, Davison (2020, p. 345) pondera: “ele desacredita a ideia de que os seres vivos são geneticamente compelidos a se comportar de modo que seja ‘bom para a espécie’ (...) a unidade básica da genética não são as espécies, as famílias ou mesmo os indivíduos, mas os genes”.

Assim, podemos imaginar os níveis de atuação genética conforme a figura abaixo:

Figura 3 - Níveis de atuação genética na perspectiva do egoísmo



Fonte: O autor, 2023.

Para Dawkins (2007[1976]), por exemplo, o mais próximo de não-egoísmo que se pode pensar na Genética reside no nível “família” da Figura 3. Um bando de animais pode agir para assegurar sua segurança interna, mas isso ocorre apenas porque os membros dessa família compartilham o mesmo material genético competitivo para o meio. Não o fazem exatamente porque valorizam o estamento família ou mesmo porque se percebem como uma comunidade familiar. Mais uma vez tem-se o gene falando mais alto na disputa organizada pela seleção natural.

No âmbito humano, segundo a perspectiva dawksiana, o mesmo poderia ser observado em diversas esferas não-biológicas, o que chamamos nesse trabalho de darwinismo universal. Ou seja, persiste a crença de que o egoísmo como modelo biológico se estenderia para campos fora da biologia. Esse é o pilar ideológico que sustenta as metáforas COMUNICAÇÃO É RÉPLICA ou COMUNICAÇÃO É CONTÁGIO.

Por exemplo, uma comunicação que acolhe ou leva em consideração a bagagem de experiências que o outro traz – comunicação altruísta, digamos – não parece fazer parte desse modelo. Se o modelo memético de Dawkins (2007[1976]) parece considerar no máximo o estamento “família” da Figura 4, o conceito de sociedade deve ser uma abstração ainda maior (acima da espécie, talvez) na superordenação de base assentada no gene. Isso perfaria uma

imagem oposta à Figura 4, uma vez que o modelo de Dawkins (2007[1976]) deve ser representado por uma base avantajada (nível “gene”) que em verdade sustenta o resto do triângulo e afunila-se conforme se encaminha para o nível “espécie”.

Para Goatly (2007, p. 131), se formos aceitar que a evolução está ligada a genes egoístas, não podemos considerar que há uma sociedade. Nós ficamos reduzidos a reles veículos; os nossos genes simplesmente “pegam de carona” em nós rumo à prosperidade. Essa visão de achatamento ou pulverização do nível “sociedade” se coaduna com o modelo econômico capitalista/imperialista praticado em diversas estruturas sociais ocidentais. Ao assegurar o nível “família”, fica também garantido um dos pilares desse sistema, qual seja, a propriedade privada. Não existe propriedade privada socializada dentro de uma ampla comunidade, mas sim herdada e passada adiante dentro de grupos mais sutis numericamente, que convencionamos chamar de família.

Como os animais, que só cuidam de seus próprios genes, seus próprios e daqueles a eles aparentados, nós, humanos, animais apenas mais sofisticados e adaptados que eles, exibimos modelos de organização social e de comunicação muito parecidos. O egoísmo característico de sistemas econômicos como o capitalismo, destarte, parece estar previsto na nossa estrutura genética em comum com os animais. Inclusive, ao proferir famoso discurso que resumia sua ideologia política, Thatcher (2002, p. 426 apud GOATLY, 2007, p. 131) disse “Não existe sociedade. Existem indivíduos, homens e mulheres, e existem famílias¹⁶”, com o intuito de demonstrar que não é responsabilidade do governo cuidar, abrigar e financiar os problemas enfrentados pela sociedade.

Por fim, vale destacar que em sua análise, Goatly (2007) ainda menciona a metáfora IDEIA/EMOÇÃO É DOENÇA, ao analisar a teoria do meme. Para o linguista, a base experiencial que sustenta essa metáfora é a noção de que os dois elementos são potenciais portadores, seja de conteúdos psicológico-mentais, seja de cargas genéticas virais. Tal metáfora estaria inclusive relacionada com a clássica DISCUSSÃO É GUERRA, uma vez que prevê que a interação de pensamentos divergentes é pensada e realizada nos moldes de um confronto.

Segundo esse modelo de comunicação, não é possível que coexistam em harmonia diferentes perspectivas ou opiniões sobre um mesmo fenômeno. Naturalmente, alguma ideia se mostrará mal adaptada ao sistema ideológico no qual emerge e será descartada por seus partícipes por ser uma ideia não-hegemônica e, possivelmente, percebida como perigosa. Como analisa Goatly (2007), esse modelo não leva em consideração as modernas pesquisas

¹⁶ Tradução nossa. No original: “There’s no such a thing as society. There are individual men and women and there are families”.

em análise do discurso, que falam sobre categorias culturais, intertextualidade, dentre outros conceitos para compreender quais vozes ou as vozes de quais grupos exibem de fato a chance de nos contaminar. O predomínio de algumas vozes e o descarte de outras nos discursos não pode ser descrito completamente por um modelo ideológico fundado no conceito de seleção natural, sob o risco de embaçar as dinâmicas de poder que estão na base da comunicação cotidiana.

As considerações até aqui traçadas falam de como a metáfora representa, via de regra, uma visão de mundo e, especialmente, quais são as consequências ideológicas de se empregar uma dada metaforização em detrimento de outra. Ao ponderar essas repercussões, fica reafirmada não só a TMC como uma teoria do pensamento e da cognição, como o papel do estudioso da metáfora de promover reflexões acerca da construção de sentidos numa língua.

2 METODOLOGIA DE PESQUISA

Conforme já assinalado, a presente pesquisa procura responder às seguintes perguntas:

- (a) A emergência das metáforas do contágio e da réplica quando da conceptualização de meme de internet apontariam para sua prevalência na maneira de pensar comunicação por parte dos falantes de língua portuguesa?
- (b) O que se pode depreender das conceptualizações de meme de internet de acordo com as visões dos especialistas e dos falantes de língua portuguesa em suas trocas quotidianas? Existiria convergência na visão de comunicação adotada pelos dois grupos em questão?
- (c) Quais modelos culturais chancelam as conceptualizações metafóricas de meme de internet em termos de contágio e de réplica?

Com base em tais perguntas objetivamos examinar a construção dos sentidos do conceito de meme de internet à luz da Teoria da Metáfora Conceptual. Para tanto, analisamos à luz da mencionada teoria, 16 definições elaboradas por 12 especialistas da comunicação e 119 ocorrências produzidas por falantes do português, a partir de pesquisa de tipo qualitativa exploratória descritivo-interpretativista.

Considerando que as conceptualizações de comunicação não se dão num vácuo sócio-histórico-cultural-ideológico, em conformidade com que já assinalamos em nossa Fundamentação Teórica, descreveremos, com base nos tipos de procedimentos metodológicos aqui adotados, de um lado, os mecanismos cognitivos que estruturam a conceptualização de meme de internet nas definições de especialistas e no uso feito por falantes do português; e, de outro lado, investigaremos e explanaremos a relação entre os sentidos de tal conceito e seus situamentos socioculturais.

Vale assinalar que a escolha em analisar definições e usos da expressão meme vai ao encontro da questão levantada por Silva (2010), ao se perguntar como um linguista cognitivo poderia abordar as inconsistências dos significados de uma expressão. Para responder a essa pergunta, o autor preconiza que devemos abordar tais inconsistências a partir de dois processos: o de *puxar o significado para cima* para encontrar o pretense “significado essencial”, a definição ideal; e o de *puxar o significado para baixo*, para o nível dos usos contextuais específicos, psicologicamente mais reais.

O autor ressalta ainda que tal procedimento metodológico evitaria que os linguistas cognitivos trabalhassem com a hipótese do significado unitário ou ainda da “falácia da

generalidade, na medida em que não há equivalência perfeita entre a abstração do linguista e a representação mental dos falantes” (SILVA, 2010, p. 35/36), mesmo que estes possam correr o risco de abordar o processo de multiplicação de sentidos de uma expressão ao se debruçar nos usos feitos por falante.

Assim sendo, consideramos relevante para investigação do conceito de comunicação, em especial de meme de internet, que nos propomos fazer na presente dissertação, abordar o que Chagas (2020) chama de “frouxa delimitação epistêmica” da expressão de meme de internet no âmbito das 12 definições aqui abordadas e das 119 ocorrências de uso real de tal expressão. Ou seja, tal qual pondera Silva (2010) e o que assinalamos em nossa Fundamentação Teórica, a partir da construção de corpus constituídos por definições supostamente gerais da expressão meme e meme de internet elaboradas por especialistas e por usos reais que os falantes da língua portuguesa fazem de tais expressões, será possível tanto descrever como explicar os processos situados de construção de sentido do conceito de comunicação ou ainda de meme de internet.

Outro aspecto importante a destacar é que, em função do aparecimento recente da expressão meme – oficialmente seria datada do ano de 1976 – sua definição ainda é objeto de discussão na contemporaneidade. Vale ressaltar que tal aparecimento se dá antes ainda da emergência da expressão meme de internet, cuja data de aparecimento seria em 1994 no artigo intitulado *Meme, counter-meme* escrito por Mike Godwin.

Assim, por ambas as expressões serem consideradas demasiadamente novas, suas definições não constam da maioria dos grandes dicionários gerais que consultamos, como Houaiss (2009), em sua versão física, e Caldas Aulete e Michaelis, em suas versões online. Destarte. Por não ter sido possível estabelecer comparativos entre definições gerais e especializadas da expressão meme, justifica-se aqui nossa escolha metodológica em analisar as definições de meme e de meme de internet elaboradas por teóricos.

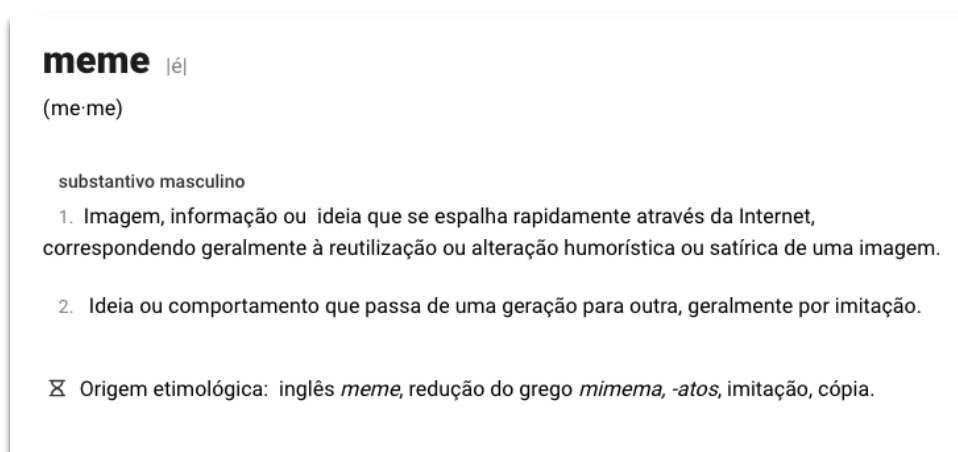
Para discussão sobre os procedimentos de coleta e análise dos dados mencionados, organizamos este capítulo em duas subseções. Na primeira, discorreremos sobre a maneira como os dados foram selecionados e organizados; e na segunda, sobre as categorias a partir das quais serão analisados os dados.

2.1 Procedimentos de Coleta de Dados

Conforme anteriormente assinalado, os *corpora* dessa pesquisa são constituídos por 16 definições de meme e de meme de internet e de 119 exemplos de uso real da expressão meme de internet. As 16 definições de meme foram coletadas a partir de fontes bibliográficas, de valor teórico-científico, perfazendo três obras (*O gene egoísta*, *If it doesn't spread, it's dead: Media viruses and memes*, *Da memética aos memes de internet: uma revisão de literatura*) e produzidas por Richard Dawkins, Henry Jenkins e Viktor Chagas em 1976, 2009 e 2021, respectivamente.

De acordo com que destacamos previamente, a opção por definições retiradas desse tipo de fonte bibliografia se deve ao fato de uma quase inexistência de definições para meme e meme de internet em fontes lexicográficas. Na realidade, o único dicionário em que encontramos uma definição de meme de internet apenas foi o *Priberam Dicionário*, tal qual ilustra a Figura 4 abaixo:

Figura 4 - Definição de meme retirada de *Priberam Dicionário*



Fonte: *Dicionário Priberam Online de Português*¹⁷, 2023.

Assim sendo, retiramos quatro definições de meme em Dawkins (2007[1976]); três definições de meme e de meme de internet por Jenkins (2009); nove definições de meme e meme de internet analisadas por Chagas (2021). É importante destacar que para efeito de pesquisa, não vamos fazer a distinção entre meme e meme de internet analiticamente, porque ela abarca tensões de diversas naturezas, como históricas, terminológicas, interdisciplinares, além das propriamente linguísticas. Entende-se que o tratamento dessas tensões escapa nossos interesses epistemológicos por ora.

¹⁷ Disponível em <https://dicionario.priberam.org/meme>. Acesso em: 21 set 2023.

Necessário assinalar que selecionamos as definições elaboradas pelos autores acima citados em Chagas (2021), dada a sua relevância para os estudos de memes. Contudo, vale destacar que autores como Dennett (1991; 1996), Blackmore (1999), Shifman (2014) Jenkins, Green e Ford (2014) e Jenkins (2019), ao parecem querer de alguma forma (re)definir meme mais diretamente ou porque suas definições fazem tributo direto ao legado de Dawkins (2007[1976]), receberam mais atenção nessa dissertação. Autores como Knobel e Lankshear (2020), por exemplo, não contemplam o critério acima por nós apontados porque inserem a discussão de meme na perspectiva da educação e do letramento digitais, o que epistemologicamente se parece pouco com os achados de Dawkins (2007[1976]).

A escolha das três obras acima mencionadas parte de distintos motivos. Dawkins (2007[1976]) aparece primeiro porque ele foi o responsável por cunhar “meme” e por sua definição ter alcançado bastante aderência tanto entre falantes quanto especialistas contemporâneos, mesmo que, no segundo caso, alguns tenham rejeitado partes diferentes de sua teoria. Jenkins (2009), por ser um grande interlocutor de Dawkins (2007[1976]), desafia suas definições; tece comentários sobre o teor metafórico delas e propõe inclusive novas definições (mídia espalhável) para meme de internet.

Chagas é um autor brasileiro, contemporâneo, interessado em temas como mídias digitais e memes. Ele é diretor e coordenador-geral do conselho museal do site #MuseudeMemes¹⁸, produto do coLAB (Laboratório de Pesquisa em Comunicação, Culturas Políticas e Economia da Colaboração), da Universidade Federal Fluminense. Desde 2011, o grupo coleta, cataloga e contextualiza o aparecimento de memes de internet relevantes para a cultura digital brasileira e mesmo internacional.

Além disso, em 2021, Chagas publicou artigo em que realiza uma revisão de literatura pormenorizada sobre as definições de meme ao longo dos anos, desde seus primeiros registros. Em seu trabalho, ele aponta tendências de metáforas (como a do contágio e da réplica, das mais importantes e fundantes do conceito de MEME) e suas implicações ideológicas, como a noção de seleção natural e competição, assim como uma destacada compreensão do meme como artigo de *marketing*/bem de consumo.

Sobre as 119 ocorrências de uso da expressão meme de internet aqui analisadas, elas foram retiradas do *Corpus do Português* (DAVIES, 2006). Tal corpus dispõe da aba NOW na qual são organizadas as expressões de uso feitas por falantes contemporâneos da língua portuguesa originários dos diversos países lusófonos. Encontramos nessa aba, 2.836

¹⁸ <https://museudememes.com.br/> (acesso em: 26 fev. 2023).

ocorrências da expressão meme de internet extraídas de revistas e jornais eletrônicos de diversos países lusófonos referentes ao período de 2012 a 2019.

Dessa forma, para constituição de nosso corpus, avaliamos que 200 ocorrências da expressão meme de internet seriam exequíveis no tocante ao cronograma delineado em pesquisa. Após a coleta das 200 primeiras ocorrências encontradas na aba Now do *Corpus do Português* (DAVIES, 2006), 80 precisaram ser descartadas porque apenas se referiam a meme de internet de maneira não-figurada (verificar em Anexo). Dessa forma, selecionamos, ao final, 110 ocorrências da expressão meme de internet constantes em jornais e revistas em português do Brasil (PB) e nove ocorrências em jornais e revistas em português europeu (PE).

O descarte das ocorrências de meme de internet não-figuradas foi feita com base no método de identificação de metáforas MIP (*Metaphor Identification Procedure*), preconizado pelo grupo PRAGGLEJAZ (2007). Segundo o MIP, as seguintes etapas devem ser observadas de modo a selecionar-se o sentido metafórico de um dado item lexical:

- (a) Para cada item lexical, deve-se estabelecer seu sentido no contexto em que ocorre (sentido contextual), levando-se em consideração também o que vem antes e depois dessa palavra;
- (b) Para cada item lexical, deve-se determinar se existe um sentido mais básico para ele na sincronia em contextos distintos do que está sendo analisado. Básico representa mais concreto (se o que o item lexical evoca é fácil de imaginar, sentir, tocar, cheirar, ouvir, ver), relacionado a ações corpóreas, mais preciso (menos vago), historicamente mais antigo;
- (c) Se o item lexical tem um sentido contemporâneo mais básico em outros contextos do que aquele analisado, deve-se estabelecer se o sentido contextual contrasta com o sentido básico, mas se pode ser entendido por meio dele;
- (d) Se a resposta for sim, pode-se marcar aquele item lexical como metafórico.

Por exemplo, em nosso *corpus* de Falantes, achamos a seguinte frase: Ana foi protagonista do grande meme popularizado pelo quadro Isso a Globo Não mostra.

protagonista

- (a) *sentido contextual*: nesse contexto, protagonista representa o elemento mais importante do meme.
- (b) *sentido básico*: protagonista de uma história, uma peça, um filme.
- (c) *sentido contextual versus sentido básico*: o sentido contextual contrasta com o básico, mas podemos entender um por meio do outro; a relação aqui é que o elemento mais importante do meme é entendido por meio uma peça teatral, por

exemplo, sendo Ana percebida como a protagonista da peça meme. Protagonista no sentido teatral é historicamente mais antigo.

Uso metafórico: sim.

Assim, nos casos em que a resposta foi não, descartamos o achado.

Outro aspecto de nossa coleta relativa às 119 ocorrências do uso da expressão meme de internet é quanto ao fato de termos escolhido as ocorrências que datam do ano de 2019. Tal escolha se deu porque, além desse ser o ano mais atual que a ferramenta oferece, percorrer os anos precedentes ali disponibilizados (de 2012 até 2019) tornaria o trabalho inexecutável. Afinal, para o item lexical “meme”, conforme acima assinalado, figuram um total de 2836 entradas ao longo desses oito anos de pesquisa que o site oferta.

Assim sendo, com base, nas primeiras duas páginas da busca no *Corpus do Português* relativas ao ano 2019, coletamos 200 ocorrências, das quais 80 foram descartadas por serem não-figuradas (verificar em Anexo).

2.2 Procedimentos de Análise

Para o exame das definições dos teóricos e das ocorrências retiradas do *Corpus do Português* (DAVIES, 2006), em um primeiro momento, realizamos leitura manual, buscando observar como o conceito de MEME se encontra estruturado. Num segundo momento, de posse desses dados, analisamos a relação entre metáfora conceptual e seus situamentos socioculturais e uso.

Para estabelecer as categorias de análise dos dados acima mencionados, lançamos mão da ferramenta digital Atlas.ti . ou ainda do Open Atlas.ti Web, v5.6.0-2023 – Atlas.ti Scientific Software Development GmbH), programa comumente utilizado para obtenção de dados em pesquisa qualitativa. Para tal, deve-se carregar os dados já transcritos em documento tipo Word na plataforma do site. Vale ressaltar que o Atlas.ti, como consta em seu manual, oferece um conjunto de ferramentas de qualidade que fornecem ao seu usuário as condições necessárias para procurar, selecionar e analisar informações, assim como capturar, visualizar e compartilhar descobertas (ATLAS.TI, 2023).

Dentre as funcionalidades mais frutíferas para criação de categorias de análise dos dados do *corpus* desta dissertação, lançamos mão sobretudo da ferramenta para criação de

“códigos”, que pode ser observada na Figura 5 abaixo, correspondente à análise de dados de especialistas:

Figura 5 - Ferramenta que cria “códigos” no Atlas.ti: metáfora, atributo e modelo



Fonte: O autor, 2023 (com auxílio do programa Atlas.ti).

A imagem acima mostra o tratamento das três primeiras definições de meme encontradas em *O gene egoísta* na coluna à esquerda; e as três categorias de análise geradas pela ferramenta na coluna à direita através de etiquetas, funcionalidade do programa. A saber, as categorias são: metáfora, atributo e modelo. De acordo com a análise feita pela ferramenta, foi possível observar no tocante à categoria de análise metáfora – representada por “[met]” –; as categorias metáfora da réplica – representada por [met] réplica – licenciadas pelas palavras como “imitação”, “replicador” e a categoria de análise metáfora do contágio – representada por “[met] do contágio – licenciada pela palavra por “transmissão”, assim como a metáfora do plantio.

No tocante à categoria de análise atributo – representada por “[atrib]” – foi possível observar a geração das seguintes categorias com base sobretudo em adjetivos e substantivos: “estruturas vivas” e “velocidade” que apontam para como o meme é metaforicamente percebido por meio de qualificações e não por meio de ações. Por exemplo, se o meme é metaforicamente percebido como replicador, esse replicador deve ser rápido. Não pode ser um replicador lento (atributo veloz). Não parece existir algo intrínseco a um replicador que o

faça veloz, mas nessas conceptualizações encontradas ele deve ser sim. No caso de meme entendido como vírus, o atributo selecionado é “vivo”. Ou seja, além da ideia de viral, tem-se um atributo de organismo, com uma vida.

A terceira categoria de análise se refere a modelo, ou modelo cultural, representada por “[mod]”. Essa parece apresentar certa particularidade em especial na análise dos especialistas. Na definição 1 - D1- acima, o meme é percebido como um replicador – metáfora da réplica – dentro de uma lógica evolutiva (darwinismo universal). Dito de outra forma, entende-se que há uma alusão bem direta ao modelo cultural dentro do qual se percebe essa metáfora. Talvez isso ocorra por estarmos analisando especialistas, que têm uma compreensão mais acurada sobre o que modelos culturais estão recrutando com determinadas metáforas ou expressões metafóricas. Essas considerações serão desenvolvidas com mais detalhe na seção de Análise.

No caso do *corpus* dos Falantes, foram observadas cinco metáforas basicamente, a saber, a metáfora da réplica (i), do contágio (ii) e do conduto (iii), que já apareciam nos Especialistas; a metáfora MEME É BRINQUEDO (iv) em construções em que se diz que alguém brincou com um determinado meme e a metáfora da performance (v), na qual as pessoas que são tema de um meme são vistas como seus protagonistas. Não se conseguiu observar os atributos (adjetivações) presentes no *corpus* dos Especialistas; tampouco os modelos culturais, que foram intuídos, mas não exatamente explicitados, tal qual foram verificados entre os comunicólogos. Nesse *corpus*, analisamos 119 ocorrências, das quais 70,58%, 6,72% e 5,88% corresponderam às categorias metáfora da réplica, do contágio e do conduto, respectivamente.

3 DEFINIÇÕES E USO DE MEME DE INTERNET

De acordo com a metodologia adotada e à luz dos objetivos recrutados para a presente dissertação, esse capítulo encontra-se dividido em três principais seções. Em primeiro lugar, tem-se a seção “Especialistas”, na qual são analisadas 16 definições fornecidas por 12 teóricos da comunicação que pesquisaram o conceito de meme e meme de internet, coletadas com base em levantamento bibliográfico (DAWKINS, 2007[1976]; JENKINS, 2009; CHAGAS, 202). Em segundo, tem-se a seção “Falantes”, na qual analisamos 200 ocorrências de uso de meme feitas pelos falantes de língua portuguesa do Brasil e de Portugal encontradas e coletadas no *Corpus do Português* (DAVIES, 2006). Desse segundo montante, 80 foram descartadas por não serem de teor metafórico (verificar em Anexo) e uma por ter sido erro de repetição da página de *corpus* online, o que perfaz em verdade 119. Por fim, tem lugar a seção intitulada “Conclusão: Balanço entre Especialistas e Falantes” na qual serão empreendidas comparações entre os achados dos dois *corpora*.

3.1 Especialistas

Esta seção encontra-se dividida em três partes. Na primeira delas, chamada “Dawkins e a metáfora da réplica”, discutimos quatro definições produzidas pelo criador da palavra meme e como elas se relacionam com a noção de que meme pode ser compreendido metaforicamente como gene. Discutimos aqui ainda, em subseção intitulada “Atributo: vivo – metáfora do contágio e do plantio”, as metáforas do contágio e do plantio encontradas nessas definições do autor e o papel da adjetivação (“vivo”) na construção desses sentidos. Na segunda parte, “Jenkins e a metáfora do conduto”, analisamos três definições desse autor, à luz da relação de suas definições com a metáfora estruturada por Reddy (1979), metáfora do conduto. Ainda nessa segunda parte encontra-se uma subseção intitulada “IDEIAS SÃO BENS DE CONSUMO”, na qual abordamos a importância do modelo econômico na formulação do conceito de comunicação. Por fim, na última parte, intitulada “As contribuições de Chagas”, analisamos nove definições coletadas em Chagas (2021). As categorias analíticas empregadas

nessa seção de Especialistas, a saber: metáfora, atributo e modelo (cultural), foram forjadas com auxílio do programa Atlas.ti.

No que se refere à notação utilizada, as 16 definições dos especialistas encontram-se tabeladas por autor, obra e nome/ano de publicação e identificadas por **D+número da definição** (D corresponde a Definição). As palavras que constroem as metáforas ou auxiliam nessa construção encontram-se sublinhadas.

3.1.1 Dawkins e a metáfora da réplica

Os excertos, nos quais constam as definições aqui analisadas, foram retirados da obra *O gene egoísta*, escrita, em 1976, por Richard Dawkins, em especial do capítulo intitulado “Memes: os novos replicadores”. Nessa obra, composta por 13 capítulos, o autor busca lidar com fenômenos da zoologia para explicar o ser humano, estabelecendo, para tanto, relação entre comportamento humano e animal à luz de valores relacionados ao altruísmo e o egoísmo.

Dawkins (2007[1976]) parece chegar à tese de que tal relação pode ser explanada a partir dos postulados da genética e do evolucionismo darwiniano. Dessa forma, as quatro definições que analisamos tem como contexto a seguinte visão de Dawkins (2007[1976]): como os genes teriam uma lógica interna egoísta, considerando que estariam ocupados em apenas se multiplicar, ainda que isso custasse a vida ou o bem-estar dos seres vivos, a comunicação humana, no caso o meme, estaria orientada pelo mesmo princípio de replicação cega e egoísta que fundamenta os genes.

Quadro 3 - Definições de Dawkins

Obra/Ano	Autor/Definições
<i>O gene egoísta</i> (2007)	<p>Richard Dawkins</p> <p>D1: “A <u>linguagem</u> parece <u>evoluir</u> por meios não genéticos, a uma <u>velocidade</u> que é várias ordens de grandeza superior à velocidade da evolução genética” (p. 326).</p> <p>D2: “Precisamos de um nome para o <u>novo replicador</u>, um nome que transmita a ideia de uma unidade de <u>transmissão</u> cultural, ou uma unidade de <u>imitação</u>” (p.</p>

	<p>330, sobre a cunhagem do termo meme).</p> <p>D3: “Os memes devem ser considerados <u>estruturas vivas</u>, não apenas metafórica, como também tecnicamente. Quando <u>planta</u> um meme fértil na minha mente, você literalmente <u>parasita</u> o meu cérebro, transformando-o num <u>veículo de propagação do meme</u>, da mesma maneira que um <u>vírus</u> pode <u>parasitar</u> o <u>mecanismo genético</u> de uma <u>célula hospedeira</u>” (p. 330).</p> <p>D4: “Deus existe, nem que seja somente na <u>forma</u> de um meme com elevado grau de <u>sobrevivência</u>, ou poder de <u>contágio</u>, no <u>ambiente</u> fornecido pela cultura humana” (p. 331).</p>
--	--

Fonte: DAWKINS, 2007[1976].

A primeira definição (D1), em que meme é entendido como uma linguagem que evolui de modo mais veloz que a genética, nos mostra de forma bastante significativa como esse especialista compreende meme. Em outras palavras, o que está em jogo aqui é que é possível compreender um dado fenômeno – a comunicação – nos moldes de outro, a replicação genética. Ora, trata-se, pois, da metáfora da réplica, tal qual ilustra o quadro abaixo:

Quadro 4 - Mapeamentos da metáfora da réplica (MEME É GENE)

Domínio-fonte	Domínio-alvo
Gene	Meme
pool gênico	Cultura
Célula	Mente
Fecundação	Imitação
Replicar	Comunicar

Fonte: O autor, 2023.

A metáfora da réplica emerge ainda nas D2 e D3 a partir dos seguintes itens lexicais: “replicador (D2)”, “imitação (D2)”, “veículo de propagação (D3)”. Ou seja, a comunicação via meme é entendida a partir das experiências que conhecemos sobre replicação celular, que em geral não responde a nenhum outro objetivo além do de se propagar. O que pode ser intuído dessas manifestações metafóricas é que a comunicação se desenvolve a partir de um modelo realizado com o intuito de ser propagado, ou seja, a repetição enfoca a propagação.

Aliás, esse modelo de comunicação é matematicamente escalonável, ou seja, tem dimensões objetivas, por exemplo, conta com uma certa velocidade – inclusive é mais veloz

que a replicação genética – e tem uma unidade mínima, que é o próprio meme. Dito de outra forma, essa conceptualização confere ao meme, portanto, um atributo de velocidade, que é uma grandeza físico-matemática passível de ser medida.

A comunicação passa assim a ter um módulo ou um valor, assim como as taxas de mitoses de uma determinada célula humana realizadas durante um certo intervalo de tempo. Esse é um efeito significativo da metáfora da réplica, porque, em primeira instância, ele fala sobre a própria natureza da metáfora conceptual: busca-se compreender um campo experiencial mais abstrato, a comunicação, menos visível e quantificável, por meio de um campo experiencial mais concreto, a replicação genética, mais visível e quantificável.

Aqui, nesse momento, vale voltar a detalhar o contexto em que se encontram os excertos aqui analisados. Como comentado no início da seção, uma boa parte desse livro ou a maioria dos capítulos é destinada a observações feitas no âmbito da zoologia, que é uma ciência relativamente exata. Tal ciência conta com modelos de análise que não prescindem de grandezas numéricas. No entanto, em certa parte do livro, próximo ao final, Dawkins (1976[1976]) passa a se dedicar ao meme, na condição de fenômeno da comunicação, mais precisamente no capítulo 11, Memes: os novos replicadores.

É de se esperar, portanto, que um trabalho dedicado majoritariamente à zoologia, e contando com diversos modelos matemáticos, trace analogias mais concretas ao passar a tratar de um domínio de conhecimento mais abstrato, como o da comunicação. Assim, pode-se afirmar que o livro de Dawkins (2007[1976]) é fecundo para esse tipo de metaforização, na medida em que aborda com profundidade e ambiciosamente domínios mais concretos (zoologia) e mais abstratos (comunicação) quase que concomitantemente.

Como já destacamos nesse trabalho, esse tipo de transferência de conhecimentos de campos de saberes biológicos para áreas mais “humanas” ou sociais foi e tem sido amplamente criticado pelos debatedores de Dawkins (2007[1976]). De fato, está se falando de áreas de conhecimento muito distintas que não deveriam ser analisadas segundo os mesmos modelos analíticos.

Além disso, essa quantificação analisada fala de um atributo desejável para a comunicação¹⁹: ela deve ser veloz (D1). Ou seja, provavelmente, se uma dada troca comunicativa leva muito tempo para se desenvolver, isso deve indicar algum tipo de falha no

¹⁹ Na definição D1 dada por Dawkins (2007[1976]), figura a palavra “linguagem”, que aqui pode ser entendida como sinônima à comunicação. Como mencionado há pouco, o trabalho do autor não está situado nem se preocupa em fazer importantes distinções entre estudos da linguagem e da comunicação. Esse é essencialmente o trabalho de um zoólogo que decide se dedicar a temas da comunicação, o que escapa de sua alçada principal de interesse e, principalmente, de expertise.

processo de comunicação. Ora, é sabido que a devida compreensão entre duas ou mais pessoas sobre um dado assunto comunicado pode levar muito tempo para transcorrer. A compreensão dos sentidos de um discurso, de uma tese, etc. pode demandar de seus interlocutores uma curva de tempo bastante extensa, por exemplo. De modo tal que seria, inclusive, possível afirmar que se alguém diz que compreendeu outrem de forma rápida, levando-se em conta a complexidade de um certo conteúdo em jogo, essa pessoa não pode ter compreendido o que foi dito. Assim, a comunicação entre pessoas pode não se dar exatamente porque o tempo foi muito escasso, que é o contrário do sentido emergente na metáfora da réplica, observada nas D2 e D3.

Isso ocorre porque o modelo de comunicação idealizado pela metáfora da réplica pouco destaca a justa compreensão entre/das partes envolvidas num diálogo. Essa é uma etapa da comunicação que fica subjugada via metáfora conceptual (doravante MC) da réplica à propagação da mensagem, como afirmado anteriormente. É nesse sentido que, por meio da atual pesquisa de dissertação e dos objetivos por ela firmados, são apontadas similaridades relevantes entre a metáfora da réplica e a metáfora do conduto.

Segundo a metáfora do conduto (REDDY, 1979), a comunicação se dá diante da transferência, metaforicamente concebida, de um objeto, entre um falante e um interlocutor. Nesse caso, o empacotamento e o desempacotamento metafóricos do objeto comunicativo correspondem a ações de relevância máxima. Se alguém não compreendeu uma mensagem deve-se, nessa perspectiva, de um lado, ao fato de faltar a esse alguém, a capacidade de retirar os sentidos da embalagem, ou seja, ler e compreender corretamente o texto; ou, de outro lado, falta à capacidade daquele que comunicou algo, de embalar a mensagem, ou seja, bem escrever ou expressar suas ideias. A compreensão ou a efetiva troca de ideias não se configura como um valor na metáfora do conduto, assim como na metáfora da réplica.

O atributo da velocidade, inerente à metáfora da réplica, no entanto, falta à metáfora do conduto, ou não é ali diretamente destacado, o que produz uma rica distinção entre as duas. Se, pensarmos o meme de internet no contexto de espalhamento em plataformas digitais, tanto quanto à sua natureza virtual quanto à lógica de disseminação, podemos compreender o motivo pelo qual o domínio da réplica possa ter sido selecionado para compreendê-lo. Ora, o meme é uma entidade basicamente abstrata: seja pensado como ideia ou como produto das plataformas digitais, ele nunca é algo com o qual possamos interagir fisicamente.

É diferente, por exemplo, da dinâmica de comunicação por intermédio de carta, via correio, cujo aspecto palpável em diversas etapas pode ser verificado por muitos partícipes no espaço entre envio e recebimento. É como se o meme estivesse cognitivamente identificado

com uma categoria de entes físicos e etéreos – Deus (como aponta DAWKINS, 2007[1976]), luz, campo magnético e temperatura –, que, por se “moverem” de maneira tão dinâmica, não podem “acumular” muita matéria.

Nesse sentido, por exemplo, seria possível pensar uma “ideia que se movimenta na velocidade da luz pelas redes”, ou seja, que se espalha de modo tão rápido que seu rastro físico (seu pacote) nem sequer pode ser percebido. Dito de outra forma, para dado modelo de comunicação em jogo, a conceptualização de meme em termos de transferência física estruturada pela metáfora do conduto pode parecer menos eficiente do que a conceptualização de meme em termos de réplica. Isso se daria em função do elemento epistemológico velocidade, inferido do conceito de réplica: a velocidade extrema com o qual o meme se espalha acaba por pulverizar uma possível embalagem metafórica dentro da qual ele estaria situado. Na concepção de meme, o elemento destacado de “embalagem do objeto” presente na metáfora do conduto corresponde à própria velocidade com a qual ele se difunde. Em outras palavras, ele se propaga por meio de e por causa de sua rapidez.

Vale ressaltar que a questão da velocidade dos replicadores se filia a uma outra discussão, ainda mais antiga, a saber a velocidade da variação histórico-cultural em relação à da variação biológica. Como destaca Harari (2018), os motivos que fizeram com que o *Sapiens* seja a espécie de *Homo* com mais durabilidade e adaptabilidade significativa no planeta Terra, estariam relacionados à importância de aspectos como a fofoca, as grandes ideias e as instituições que nos mantêm cooperantes e funcionais como sociedade. Dessa forma, a continuidade e a variação dos artefatos culturais ao longo da história vêm apresentando um rastro bem mais ligeiro do que a sua contraparte biológica. De fato, mudanças genéticas significativas demandam maior tempo de maturação e aplicabilidade ao meio até que alguém possa de fato dizer: esse é um novo caractere da criatura humana.

Nesse sentido, o espalhamento de ideias, em especial tendo-se em vista o contexto atual da internet, pode assumir velocidades impressionantes, afetando profundamente milhares de pessoas em poucos segundos. Nenhum progresso biológico pode se comparar a isso, por mais célere que ele se caracterize. A metáfora da réplica se vale justamente de dois domínios ancorados em cada um desses âmbitos, quais sejam: a partir de um domínio mais concreto/biológico (gene) para um domínio mais abstrato/histórico-cultural (meme).

Uma outra discussão que importa salientar é o modelo evolutivo no qual está forjado esse conceito de réplica (D1). A réplica de Dawkins (2007[1976]) não se parece com uma máquina fotocopadora que é manipulada indistinta e mecanicamente, não-motivadamente. Trata-se de uma réplica que obedece a uma determinada lógica, a lógica evolutiva.

Ao promover essa analogia com a evolução natural da Genética, fica posta uma noção de comunicação segundo a qual certas ideias, percebidas como melhores, sobrevivem a outras, consideradas inferiores. Como já discutido anteriormente, eis uma forma de pensar a comunicação demasiado perigosa, senão eugênica, uma vez que ela pressupõe que ideias podem ser em essência boas ou ruins, o que por extensão se aplica aos grupos humanos que pensam essas ideias.

Além de assaz excludente, o modelo evolucionista aplicado às ditas ciências humanas ou sociais tende a desconsiderar os estudos empreendidos em análise do discurso que, entre outras coisas, falam-nos sobre as complexas dinâmicas de poder e os padrões hegemônicos que forjam a permanência ou o apagamento de determinadas ideias. Assim, tal qual aponta a TMC, não seria plausível atribuir às ideias um valor intrínseco, como se elas estivessem descoladas dos contextos e dos agentes histórico-sociais e culturais que as produzem, sob o risco de incorrer em uma postura essencialista.

Atributo: vivo – metáfora do contágio e do plantio

Aqui, nesse ponto, importa explicitar o uso da categoria de análise “atributo” presente nessa pesquisa e etiquetada pela ferramenta Atlas.ti. Ela é identificada especialmente quando um determinado especialista busca qualificar a metáfora que acabou de produzir, em geral por meio de adjetivações. Por exemplo, Dawkins (2007[1976]) ao falar da réplica metaforicamente se referindo à comunicação, atribui a esta, uma noção de rapidez (atributo *veloz*). Atribuição, que em sua descrição, parece ser fundamental.

É possível, assim, imaginar que a associação *réplica + veloz* seja proveniente dos estudos do autor no âmbito das multiplicações celulares na zoologia. No entanto, entende-se aqui que ela não é dada, uma vez que pode haver uma replicação vagarosa. Então, esses atributos são herdados dos estudos de origem dos autores e, assim, transferidos metaforicamente para um novo campo de saber que ele pretende explorar.

Dessa forma, ressaltamos que, até esse ponto de nossa análise, a metáfora da réplica encontrada nas quatro definições de Dawkins (2007[1976]) por nós abordada mapeava comunicação em termos de elemento não-portador de vida. O gene, embora presente em seres vivos, é em geral pensado como uma estrutura sem vida, ou mesmo que é anterior à noção de

vida. Destarte, para que existamos e prossigamos como espécie, não podemos prescindir de um aparato genético funcional.

Ocorre que verificamos no âmbito das quatro definições mencionadas, a emergência de metáforas – tão significativas quanto à metáfora da réplica – com base nas quais o meme é conceptualizado como um ente vivo. Fala-se aqui das metáforas do contágio e do plantio, ilustradas pelos quadros abaixo:

Quadro 5 - Correspondências entre metáfora da réplica, do contágio e do plantio

Domínio-fonte	Domínio-alvo		Domínio-fonte	Domínio-alvo
organismo	mente		Terreno	Mente
vírus	meme		Semente	Meme
contágio	comunicação		Plantio	comunicação

Fonte: O autor, 2023.

Para Dawkins (2007[1976]), o meme é concebido como uma estrutura com “elevado grau de sobrevivência” (D4), “uma estrutura viva” (D3), que não só vive como também parasita outros seres vivos, de modo a contaminá-los com seu conteúdo ideológico. Assim, o meme é um fator de “transmissão cultural” (D2), que ora é descrito como um parasita, um vírus, ora como uma semente “fértil” (D3), que se for plantada corretamente pode gerar bons frutos. Mais uma vez, o que está sendo perspectivado é o aspecto da propagação da comunicação, uma vez que a noção de contágio inclui um grau de inescapabilidade. Se eu me comunico como se estivesse sendo contaminado por um vírus, isso significa que não tenho intenção sobre o conteúdo que comunico. Logo, aspectos da comunicação como co-construção e negociação de sentidos são apagados pela metáfora do contágio.

Nesse ponto, a polissemia do léxico *contágio*, e por conseguinte os situamentos socioculturais da metáfora conceptual, tal qual aponta Goatly (2007), fica evidente: não se trata mais do sentido negativo de contaminação por elementos exteriores ao nosso corpo, sentido mais convencional da palavra. Fala-se aqui da passagem eficaz da informação ou, por assim dizer, da boa viralização de uma ideia. Esse sentido positivo de viralização da informação encontrado na fala especializada se contrapõe, no entanto, ao que foi observado no âmbito dos falantes, que tendem a destacar os efeitos negativos da viralização entre aqueles que são o alvo do meme. Tal distinção será examinada com mais detalhe posteriormente nessa análise.

Importa salientar como esse grupo de metáforas – a metáfora do contágio e a do plantio –, que estrutura o conceito de meme de internet a partir de um atributo vivo, mapeia seus domínios-fonte de maneira tão análoga. A fluidez e a complementaridade das duas metáforas, postas na D4 por Dawkins (2007[1976]), atestam isso. O autor conjuga uma à outra quase como se fossem a mesma metáfora. Como ilustra o quadro anterior, meme mostra-se situado num grau de ordenamento entre comunicação e mente, aos quais está subordinado, de maneira muito análoga. Afinal, meme<mente<comunicação, assim como vírus<organismo<contágio, semente<terreno<plantio e gene<célula<réplica. Esse grupo de categorias está hierarquicamente pareado, ou tem o mesmo grau de complexidade respectivamente, como nos fala Gibbs (2017), o que gera esse efeito de semelhança entre as metáforas.

Pensar a noção de contágio equiparável à noção de plantio de alguma forma confirma a hipótese descrita anteriormente: se o plantio é o signo da manutenção da vida dentro de uma dada espécie vegetal, aqui o contágio também representa a passagem bem-sucedida de uma ideia, por isso a noção do bom contágio, tão positivo como é o bom plantio. Ambas as concepções acenam para o situamento corporificado da metáfora: as experiências que acumulamos com os corpos dos quais dispomos (ser contaminado por um vírus, plantar uma semente num vaso) servem de base experiencial para a conceptualização metafórica da comunicação. No entanto, existem também desanalogias dignas de menção aqui: no caso do contágio, o nosso corpo/organismo é percebido como um contêiner que recebe o vírus. Já no caso do plantio, o contêiner é o terreno/vaso que recebe as sementes, acionadas por uma parte do nosso corpo, no caso as mãos.

Por fim, o grupo de metáforas de atributo vivo (MC contágio e MC plantio) apresentam domínios-fonte a partir dos quais podem ser traçadas relações epistemológicas de semelhança com o domínio TRANSFERÊNCIA DE OBJETOS da metáfora do conduto. Afinal, as noções de contágio e de plantio também podem ser compreendidas a partir da transferência de um objeto. O contágio é, convencionalmente, a transferência de um dado objeto de valor viral/bacteriano de um organismo contaminador para um potencial organismo contaminado. O plantio é a transferência de um dado objeto de valor fertilizante de um germinador para um potencial germinado.

Destarte, pode-se dizer em outros termos que a metáfora do conduto é mais primária em relação às metáforas do contágio e do plantio, dando suporte a elas. Ela fala das nossas primeiras experiências com a manipulação de objetos, que remontam à infância, ou seja, da ideia de cognição corporificada, conforme postularam Lakoff e Johnson (2002[1980]), com o

experencialismo, e Grady (1997), com o conceito de metáfora primária. Assim, começa-se a desenhar um caminho para responder às perguntas levantadas por essa pesquisa. A metáfora do contágio demonstra-se, sim, relevante desde o início, pois aparece mesmo nos trabalhos de Dawkins (2007[1976]), que criou a palavra meme. Mas o cotejo com o conceito de metáfora do conduto elaborado por Reddy (1979) demonstra como essa metáfora, mais primária em relação à do contágio/plantio, parece estar mesmo na base dessas mais emergentes e mais próximas da fala sobre meme.

3.1.2 Jenkins e a metáfora do conduto

Os excertos que se encontram em seguida foram retirados de uma série de artigos sobre a chamada *spreadable media*, ou mídia espalhável, publicado por Henry Jenkins, em 2009, em seu blogue. O autor entende mídia espalhável como os conteúdos constantemente retrabalhados pelos usuários e passados adiante, numa lógica distinta da chamada *sticky media*, ou mídia grudenta: aquela que corresponde à mídia tradicional, dos jornais e noticiários, por meio da qual os leitores/ouvintes recebem passivamente as informações e pouco podem contribuir para o processo de produção de informação.

Jenkins (2009) é partidário da visão de que a dinâmica das plataformas digitais permite a emergência de ambas as mídias, mas que não se pode confundir uma com a outra. O meme, produto nativo dessas plataformas, tende a se comportar de modo mais “espalhável”, uma vez que ele é produzido pelos próprios usuários dessas plataformas. Nessa série de artigos publicados pelo autor, ele está interessado em disputar uma particularidade da fala sobre memes, a saber: a relação entre vírus e meme (= metáfora do contágio). Para o autor, essa metáfora deve ser combatida, uma vez que ela destaca a pouca participação dos usuários na formação dos memes, descrição percebido por Jenkins (2009) como imprópria. É nesse contexto de rejeição da metáfora do contágio que o leitor encontrará as seguintes definições:

Quadro 6 - Definições de Jenkins

<p><i>If it doesn't spread, it's dead (part one): Media viruses and memes (2009) / Se não espalha, está morto (parte um): vírus midiáticos e memes²⁰</i></p>	<p>Henry Jenkins</p> <p>D5²¹: “Talking about memes and <u>viral</u> media places an emphasis on the <u>replication</u> of the original idea, which fails to consider the everyday reality of communication – that ideas get <u>transformed</u>, <u>repurposed</u>, or <u>distorted</u> as they <u>pass</u> from <u>hand to hand</u>” / “Falar sobre memes e <u>vírus</u> midiáticos coloca uma ênfase na <u>replicação</u> da ideia original, que não considera a realidade da comunicação diária – na qual as ideias são <u>transformadas</u>, <u>ressignificadas</u> ou <u>distorcidas</u> conforme elas <u>passam</u> de <u>mão em mão</u>”.</p> <p>D6: “Given these limitations, we are proposing an alternative model which we think better accounts for how and why media content <u>circulates</u> at the present time, the idea of <u>spreadable media</u>. A <u>spreadable media</u> model emphasizes the activity of <u>consumers</u> (...) in <u>shaping</u> the <u>circulation</u> of media content, often expanding potential meanings, and opening up <u>brands</u> to unanticipated new <u>markets</u>” / “Dadas essas limitações, estamos propondo um modelo alternativo que supomos melhor descrever como e por que conteúdos midiáticos <u>circulam</u> atualmente, a ideia da mídia espalhável. Um modelo de mídia espalhável destaca a atividade dos <u>consumidores</u> (...) em dar forma à <u>circulação</u> de conteúdos midiáticos, frequentemente expandindo sentidos possíveis e criando <u>marcas</u> para novos <u>mercados</u>”.</p> <p>D7: “As such, we would like to suggest (...) that <u>viral media</u> and Internet memes are not <u>nutritionally bereft</u>, meaningless <u>snacks</u>” / “Para tal, gostaríamos de sugerir (...) que <u>vírus midiáticos</u> e memes de Internet não são <u>lanches pobres nutricionalmente</u>”.</p>
---	---

Fonte: JENKINS, 2009.

Como salientado anteriormente, Jenkins (2009) é conhecido por se posicionar, em grande medida, como antagonista aos modelos de comunicação propostos por Dawkins (2007[1976]), principalmente no âmbito das plataformas digitais contemporâneas. Em especial, porque a metáfora do contágio, tão ubíqua em Dawkins (2007[1976]), perspectiva a comunicação por um prisma que enfatiza bastante aquilo que é hétero-decيدido ou decيدido por outrem alguém recebe uma dada informação sem poder fazer muito a respeito daquilo. Ela

²⁰ Todas as definições e o título do artigo de Henry Jenkins (2009) são traduções nossas.

²¹ As definições dessa seção não contêm paginação, em consonância com o leiaute do texto original do autor.

é metaforicamente contaminada pela informação. Essa pessoa, inclusive, repassa o que recebeu quase que de modo involuntário também. Ela recontamina outrem. Assim, uma boa parte do que representa a comunicação parece estar aquém daqueles que interagem com o conteúdo comunicado.

Jenkins (2009; 2014) propõe um modelo de comunicação que destaca a “ressignificação” (D5, D16), a “reapropriação” dos sentidos por meio dos internautas (D5, *repurposing* no original). É inclusive por isso mesmo que ele cunhou novas designações para a comunicação, como mídia grudenta, conforme explicado anteriormente, ou seja, aquela pouco móvel e grandemente unívoca, em oposição à mídia espalhável, na qual o usuário das plataformas digitais tem participação e pode recompor os conteúdos com os quais lida.

Se, por um lado, Jenkins (2009) consegue parcialmente “contornar” a metáfora do contágio, embora a palavra “espalhável” possa remeter a um vírus – posto que um vírus pode se espalhar –, não é possível afirmar, por outro lado, que o autor consegue contornar a metáfora do conduto (REDDY, 1979). Como diz Jenkins (2009), o meme “passa de mão em mão” (D5). Ora, essa definição, na verdade, seleciona a metáfora COMUNICAÇÃO É TRANSFERÊNCIA DE OBJETOS (= metáfora do conduto), tal qual ilustram os quadros abaixo. Assim, ideias são pensadas como objetos, com um determinado “formato”, passíveis, inclusive, de sofrerem “expansão” (D6), como a maioria dos entes físicos.

Quadro 7 - Cotejo entre a metáfora do conduto (REDDY, 1979) e a metáfora elaborada por Jenkins (2009)

Reddy (1979)		Jenkins (2009)	
Domínio-fonte	Domínio-alvo	Domínio-fonte	Domínio-alvo
Doador	Falante	Mão	falante/ouvinte
Objeto	Ideia	Objeto	Ideia
contêiner	palavra	Passar	Comunicar
Envio	comunicação		

Fonte: O autor, 2023.

Os dados do quadro anterior demonstram como é possível traçar relações de semelhança estrutural entre a metáfora do conduto (REDDY, 1979) e a metáfora que destaca a “transferência de mão em mão”, produzida por Jenkins (2009). Como se observa, as duas estão apoiadas na correspondência entre ideia e objeto, bastante central nas duas metáforas; apenas outros aspectos estão sendo selecionados em cada caso. Em relação à metáfora do

conduto (REDDY, 1979), alguns aspectos mais íntimos ao objeto em si (embalagem = contêiner) são destacados, ao passo que, em Jenkins (2009), destaca-se um aspecto da fisiologia humana, no caso a mão. Isso está condizente com a teoria de Jenkins (2009), uma vez que, justamente, o autor quer destacar com suas definições a importância do fator humano no engendramento da comunicação.

Essas considerações sugerem, na verdade, o quão ubíqua e profunda é a metáfora do conduto (REDDY, 1979) em nossa civilização ocidental. Simplesmente não parece existir uma forma mais apropriada de pensar a comunicação do que por tal dispositivo metafórico, ainda que a comunicação se dê no âmbito digital. Dentre as metáforas disponíveis em nossa civilização, a do conduto é de uma onipresença que não pode deixar de saltar aos olhos. Especialmente se pensarmos que ela aparece de modo espontâneo na fala especializada de um comunicólogo, inclusive um que está pensando ativamente sobre a melhor forma de expressar e conceber a comunicação digital. Esse achado é quase um flagrante, que nos fala não só da forma de pensar a comunicação nos moldes de outra coisa, mas do próprio estatuto da metáfora conceptual como dispositivo cognitivo humano essencial.

IDEIAS SÃO BENS DE CONSUMO

No capítulo 10 (Alguns outros exemplos) de *Metaphors we live by*, Lakoff e Johnson se detêm sobre o conceito de IDEIA, central para a metáfora do conduto (REDDY, 1979) e para o próprio conceito de comunicação. Os autores fazem um levantamento de possíveis domínios-fonte para IDEIA, como por exemplo (LAKOFF, JOHNSON, 2002[1980], p. 108-111):

Quadro 8 - Exemplos de domínios-fonte para IDEIA

Metáforas	Exemplos
IDEIAS SÃO ALIMENTO	Simplemente não consigo <i>engolir</i> essa afirmação.
IDEIAS SÃO PRODUTOS	Ele <i>produz</i> ideias novas em um ritmo espantoso.
IDEIAS SÃO RECURSOS	<i>Esgotamos</i> todas as nossas ideias.
IDEIAS SÃO DINHEIRO	Este livro é um <i>tesouro</i> de ideias.
IDEIAS SÃO BENS DE CONSUMO	Suas ideias não têm chance no <i>mercado intelectual</i> .

Fonte: LAKOFF; JOHNSON, 2002[1980], p. 108-111. Adaptado.

Os dados do quadro anterior destacam a importância da metaforização no processo de delimitação e estruturação do conceito de IDEIA, altamente abstrato. Além disso, o conjunto de domínios-fonte aqui selecionados concentra-se no conceito de OBJETO, especialmente um objeto observado como constituinte de um mercado (produtos, recursos, dinheiro, bens de consumo).

Assim, um achado relevante no âmbito das três definições de Jenkins (2009) é a emergência do modelo econômico de comunicação. Se uma ideia pode ser entendida como um objeto e um objeto pode ser comercializado num dado mercado, então uma ideia pode ser pensada como um bem de consumo. Para Jenkins (2009), a mídia espalhável enfatiza a atividade de “consumidores” (D6) que podem experimentar a abertura de novas “marcas” e novos “mercados” (D6) para suas ideias, perfazendo a metáfora COMUNICAÇÃO DIGITAL É TRANSAÇÃO COMERCIAL (ver quadro abaixo).

Assim, a participação do internauta, que ele conclama em contraponto a Dawkins (2007[1976]), parece ter um fim bastante delimitado: o usuário de memes pode vender suas ideias no mercado das plataformas digitais. Aliás, o meme parece ser mesmo o produto ideal no pregão digital das redes: é compacto e prático, afinal pode conter numerosas ideias ocupando pouco espaço; e seu apelo cômico, embora às vezes hermético, é uma ótima propaganda para a “aquisição” de novos “consumidores”.

Quadro 9 - COMUNICAÇÃO DIGITAL É TRANSAÇÃO COMERCIAL

Domínio-fonte	Domínio-alvo
vendedor	Emissor
Consumidor	Recipiente
Mercado	Diálogo
bem de consumo (objeto)	Ideia
Venda	comunicação

Fonte: O autor, 2023.

Pode-se afirmar, aliás, que a metáfora COMUNICAÇÃO DIGITAL É TRANSAÇÃO COMERCIAL, na condição de modelo de mídia, tal qual aponta o especialista, reforça um modelo econômico específico, qual seja; o neoliberal, no qual todos podem ser empreendedores dos seus próprios negócios; produzir seus memes e vendê-los descomplicadamente em um dado mercado. A visão neoliberal da economia e, por extensão, a visão neoliberal da comunicação partem do pressuposto que os partícipes dos mercados de bens e de ideias partem do mesmo ponto quando tentam alavancar suas carreiras no empreendimento comercial dos memes.

Em verdade, uma grande parte desses ingressantes precisam lidar com a forte concorrência representada pelos detentores de bens e mercados, que dispõem de adequada aparelhagem, colocando-os em primeiro lugar em muitas das disputas mercadológicas nas quais se aventuram. O mesmo pode-se dizer do “mercado dos memes”: a depender do nicho e do tipo de meme que se quer bem viralizado numa dada rede, pode-se pensar no dispêndio financeiro bem alto. Ou seja, a boa viralização dos memes também pode estar atribuída a um preço específico. Esse modelo econômico é antes também uma visão de mundo e de como devemos dispor dos nossos bens de consumo. Com isso, tem-se evidência do que havia aventado Goatly (2007) acerca não só da variação cultural à qual está sujeita a metáfora como sobretudo, de seu caráter ideológico, tal qual apontamos em resenha que fizemos sobre a teoria do meme do citado autor.

Uma considerável variação de caráter ideológico da metáfora IDEIAS SÃO BENS DE CONSUMO refere-se à metáfora IDEIAS SÃO ALIMENTOS, como já destacado no quadro acima. Jenkins (2009), ao listar construções metafóricas “indesejáveis” para compreender meme, afirma que os memes de internet não são “lanches pobres nutricionalmente” (D7). Ora, a metáfora IDEIAS SÃO ALIMENTOS já foi examinada por diversos estudiosos da metáfora (GIBBS, 2017; GOATLY, 2007; KÖVECSSES, 2010) e também em nosso trabalho (ver

“Metáfora primária: universalidade e variação cultural”), em especial em publicações ligadas à língua inglesa. Em inglês, expressões linguísticas dessa metáfora conceptual podem ser encontradas amiúde, como em *food for thought* = alimento para o pensamento, *to spoonfeed your students* = dar a comida na boca dos alunos, ou mesmo *feed*, que é o local no qual informações novas são “alimentadas” à plataforma digital. Em português, os exemplos não faltam também: alguém pode estar farto do que outrem disse (cansaço); ou não conseguir engolir o que foi dito (desconfiança).

Jenkins (2009) busca desconstruir a metáfora IDEIAS SÃO ALIMENTOS com o argumento de alimentação de baixa qualidade (informação percebida como *junk food*). É de praxe em culturas ocidentais contemporâneas que as pessoas se alimentem de maneira apressada, posto que quase sempre estão com o tempo contado. Assim, também ocorre com a recepção da informação, que tende a ser “digerida” sem muito critério/verificação. Aliás, frequentemente, as pessoas se alimentam com pressa enquanto assistem ao noticiário da televisão ou navegam em plataformas digitais e usam memes. A simultaneidade experiencial iterada do “comer” e do “informar-se/compartilhar informação”, ambas práticas realizadas de modo descuidado no contexto citado, portanto socioculturalmente motivadas sobretudo por valores próprios de uma sociedade capitalista, de consumo, deve estar na base da estruturação dessa metáfora.

3.1.3 As contribuições de Chagas

Viktor Chagas é um autor brasileiro e estudioso da comunicação bastante profícuo. Dentre suas realizações de maior destaque, figura a concepção do Museu de Memes²², instituição que tem por objetivo fazer um levantamento dos memes que circulam na esfera digital brasileira e internacional. Lá, o visitante do *site* pode encontrar as diversas manifestações de um mesmo meme, assim como o contexto de sua criação e seus possíveis sentidos. Em 2021, o autor publicou um artigo de revisão de literatura na *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, a partir da qual as definições a seguir foram retiradas. Com esse trabalho, o autor aborda as definições atribuídas a meme desde que este foi cunhado por Dawkins em 1976, em especial no que se refere à criação delimitações epistemológicas mais robustas para o conceito.

²² Disponível em <https://museudememes.com.br/>. Acesso em 10 set. 2023.

Quadro 10 - Definições encontradas em Chagas (2021)

<p><i>Da memética aos memes de internet: uma revisão de literatura (2021)</i></p>	<p>Viktor Chagas</p> <p>D8: “A compreensão assumida pelo conceito nos últimos anos contribuiu para que o meme de internet fosse reconhecido como uma <u>linguagem nativa</u> do <u>ambiente digital</u>” (p. 2).</p> <p>D9: “O conceito de meme (...) é uma nota de pé de página para o debate que pretende travar acerca do darwinismo universal, uma abordagem da teoria darwiniana que sustenta que é possível aplicar o mesmo princípio <u>algorítmico</u> da <u>seleção natural</u> a outros cenários que <u>extravassam o campo estrito da biologia</u>” (p. 3, citando DAWKINS, 2007[1976]).</p> <p>D10: “Exatamente como outros <u>replicadores</u>, os memes são <u>selecionados naturalmente</u>, de forma que as crenças mais bem aceitas, as ideias mais razoáveis, ou simplesmente aquelas que têm maior apelo entre as pessoas, são as que se <u>disseminam</u> com maior eficácia” (p. 3, falando de DAWKINS, 2007[1976]).</p> <p>D11: “Segundo o filósofo, uma vez que o substrato é finito e os memes, como qualquer outro <u>replicador</u>, dependem dele para serem passados adiante, não resta alternativas se não a <u>disputa</u> entre si, como <u>força motriz</u> da <u>evolução</u>. (...) Na visão de Dennett, os memes competem entre si pelos <u>recursos</u> de nossas mentes. Uma vez que esses <u>recursos</u> – isto é, nossa capacidade de <u>armazenar</u> e <u>acionar</u> essas ideias – são <u>limitados</u> e que há um conjunto limitado de mentes em <u>disputa</u>, essa <u>competição</u> se torna feroz” (p. 3, citando DENNETT, 1991; 1996).</p> <p>D12: “A leitura de Blackmore (1999) (...) sugere que é importante compreender as condições <u>adaptativas</u> a que os memes estão legados e, mais do que isso, chama a atenção para o fato de que os memes não apenas se <u>difundem nesse ambiente</u> [= substrato], mas também <u>por meio dele</u>” (p. 4).</p> <p>D13: “Compreendidos de forma razoavelmente abstrata, os memes podem assumir, segundo essa perspectiva, diferentes <u>veículos</u>. Tal como a ideia de Deus pode ser expressa na forma humana ou como um monstro de espaguete voador, a partir de um ícone de madeira ou simplesmente entendido como uma expressão da natureza, os memes independem de suas <u>manifestações</u> para existir, já que se configuram como instâncias</p>
---	---

	<p>virtuais” (p. 4, citando DAWKINS, 2007[1976]; SHIFMAN, 2014).</p> <p>D14: “Em 1997, como afirmam Michele Knobel e Colin Lankshear (2020), a ideia de que os memes constituíam uma forma de texto ou comportamento iterado, assumido de modo <u>contagioso</u> por meio de redes, já ganhava corpo” (p. 8, sobre memes de Internet).</p> <p>D15: “Knobel e Lankshear (2020) contam que, já em 2000, ministravam conferências sobre memes como uma nova forma de letramento social (...). É também nesse momento que os estudos de mídia começam a se aproximar do tema, inicialmente como uma abordagem próxima ao campo da publicidade e do <i>marketing</i>, que fazia perceber os memes como <u>recursos estratégicos de propaganda</u>, um “<u>vírus</u> da mídia” (p. 8, citando também RUSHKOFF, 1996).</p> <p>D16: “Burgess (2020) atualiza a discussão a respeito dos memes de internet propondo uma diferenciação entre o conceito de meme e o de <u>viral</u>. (...) A distinção entre memes e <u>virais</u> é similar à que Jenkins (...) (2009) e Jenkins, Green e Ford (2014) propõem, quando se referem a uma <u>mídia espalhável</u> (<i>spreadable media</i>) e a uma <u>mídia grudenta</u> (<i>sticky media</i>), termos cunhados deliberadamente para contornar as metáforas biológicas. (...). Para os pesquisadores, a mídia grudenta é aquela caracterizada pela <u>circulação</u> direta e unívoca de uma mensagem, que retém o internauta, isto é, um processo de propagação da informação. Em oposição, a mídia espalhável se caracteriza por um processo de resignificação, que permite que os internautas <u>criem</u> seus próprios <u>usos</u> para as informações de que são <u>munidos</u>” (p. 9)</p>
--	---

Fonte: CHAGAS, 2021.

O trabalho de revisão de literatura empreendido por Chagas (2021) sobre o conceito de meme de internet acaba por levantar uma série de metáforas até aqui já analisadas. Em grande parte, isso se deve ao fato de que Dawkins (2007[1976]) tenha sido um autor de muita relevância para os estudos de meme, o que pode ter implicado a transferência de suas metáforas para a análise de outros teóricos.

Dentre as contribuições que faz de sua parte, é possível perceber que Chagas (2021) se esforça para tornar seu discurso o mais literal possível ou, ao menos, que incorra em metáforas que não fazem parte do escopo de metáforas oriundas da literatura sobre memes. Por exemplo, na D8, o comunicólogo nos fala de meme como uma linguagem “nativa” do

ambiente digital (quadro abaixo), mas que de alguma forma não parece se repetir em outras definições de meme analisadas por essa pesquisa.

Quadro 11 - Mapeamentos entre meme e linguagem

Domínio-fonte	Domínio-alvo
ambiente natural	plataforma digital
Autóctone	Meme

Fonte: O autor, 2023.

As metáforas relacionadas à natureza e ao que é natural e inato para conceptualizar meme não estariam no escopo da pesquisa que objetiva fazer aqui, por isso não receberão maior atenção nessas linhas.

Ao citar Dawkins (2007[1976]), Chagas (2021) explicita o modelo evolutivo no qual estão gravadas as metáforas do primeiro. Chagas (2021), em D9, analisa a modelagem empregada por Dawkins (2007[1976]), chamando-o de parte de um projeto de darwinismo universal. Ou seja, o autor destaca, assim, uma tendência por parte de várias ciências não-biológicas de observarem padrões evolutivos e de seleção natural em escopos epistemológicos de natureza muito distinta, como antropologia, sociologia e, também memética. Os danos causados por esse tipo de analogia emprestada do darwinismo para descrever fenômenos menos biológicos já foram destacados diversas vezes na presente dissertação, em especial quando discutimos a eugenia das ideias em nossa fundamentação teórica.

Ao citar Dennett (1991; 1996), Chagas (2021) destaca o chamado modelo cultural do egoísmo. Na definição dennettiana, o que está sendo destacado é o fato de que a memória humana é um recurso finito, ou ainda MEME É RECURSO, o que faz com que os memes ou ideias precisem “competir” pela sua atenção. Na D11, fala-se em “competição feroz” pela atenção das mentes humanas. Percebe-se que a definição de Dennett (1991; 1996) tende a articular um espectro de metáforas e modelos culturais, a saber: primeiro, as ideias são entendidas como objetos, já que ideias são passadas adiante, armazenadas na mente (metáfora do conduto/REDDY, 1979), assim como a mente é entendida como contêiner dessas ideias. A replicação e a disputa são conceitos vitais para esse modelo de comunicação, sua “força motriz” (metáfora da réplica). O fato de que essas ideias estão em permanente disputa cria justamente um ambiente de competição em que o egoísmo está pressuposto (modelo do egoísmo). Portanto, o meme dennettiano é um objeto que transita de modo feroz nas mentes

humanas, replicando-se e que precisa ser competitivo o bastante para permanecer relevante como ideia.

Como Goatly (2007) destaca, as metáforas estão sujeitas a variação cultural importante, não podendo ser percebidas como basicamente universais. Os achados destacados no parágrafo anterior apenas corroboram essa visão. Ora, o conjunto de metáforas de Dennett (1991; 1996) estão a serviço de uma visão específica de mundo, ou seja, culturalmente situada, segundo a qual os seres estão em constante disputa, inseridos numa lógica de egoísmo, que Goatly (2007) pondera como sustentáculo de sociedades capitalistas e neoliberais. Como já destacado aqui, essa não é a única visão de mundo disponível, uma vez que a noção de cooperação também tem importância no nosso ideário ocidental.

A definição que Blackmore (1999) propõe para meme também não escapa muito desse modelo evolucionista / egoísta. Ela menciona as “condições adaptativas” (D12) às quais os memes estão legados e o fato de que o ambiente é determinante para a sua continuação. Já Knobel e Lankshear (2020) investem na noção de contágio, ao falar do comportamento “contagioso” (D14) do meme, percebido como um “vírus da mídia”. Os autores destacam também o modelo de propaganda que assume o meme, uma vez que ele é percebido como veículo de propagação não só de ideias, mas de marcas, o que se relaciona com a perspectiva de visualização da comunicação como transferência de bens de consumo, analisada anteriormente.

De um modo geral, as definições recrutadas e analisadas por Chagas (2021) podem até se abster do viés tradicional de meme, qual seja: aquele que destaca a conceptualização metafórica da comunicação nos moldes do contágio. Isso se explica por Dawkins (2007[1976]) ter se tornado uma referência a ser rebatida dentro de alguns quadros teóricos da comunicação. Como descrevemos anteriormente; para muitos, o modelo dawkinsiano do contágio perspectiva demais a pouca participação dos usuários das redes, uma ideia que alguns não desejam passar adiante.

Por outro lado, é notável como a metáfora IDEIA É OBJETO perdura com força mesmo entre os detratores de Dawkins (2007[1976]). Seja a ideia de um objeto tipo replicador em busca da sobrevivência ou um bem de consumo em busca de *marketing*, ou seja, assumindo-se manifestações metafóricas distintas, ainda resiste quase sempre a noção primária de comunicação como transferência de objetos, que é a base da metáfora do conduto.

3.2 Falantes

Esta seção encontra-se dividida em cinco subseções. Na primeira delas, “Virar meme”, discute-se a forma como se estrutura a metáfora da réplica e sua importância para a compreensão de discursos contemporâneos sobre comunicação. Em seguida, “O modelo viral”, no qual são analisados os achados relativos à metáfora do contágio no *corpus* dos Falantes. Em “Fazer, criar, usar meme”, analisam-se os achados nos quais a comunicação é percebida como transferência de objetos, ou seja, via metáfora do conduto (REDDY, 1979). Na quarta seção, chamada “Brincar com meme”, analisamos as noções de seriedade x brincadeira em relação ao meme. Por fim, em “A questão da narrativa”, discorremos sobre o ciclo de metáforas que perspectivam o meme como uma performance artística e sua repercussão para o discurso sobre comunicação digital.

No que se refere à notação, adotou-se o seguinte modelo de identificação: **#número do verbete: ano-mês-dia PAÍS ABREVIADO**, sendo BR para Brasil e PT para Portugal. O vocábulo “meme”, que orientou as buscas, encontra-se negrito e as palavras que compõem as metáforas de meme ou ajudam a construí-las estão sublinhadas.

3.2.1 Virar meme

A seção que se inicia aqui contém a ocorrência mais significativa do *corpus* de falantes analisado nessa pesquisa, a saber: frases em que figurou o verbo “virar” antes de meme, assim como variações desse verbo, como “tornar-(se)” e “transformar-(se)”. Ao todo, tem-se 84 construções, de um universo de 119 ocorrências, o que corresponde a 70,58% do material coligido. Os achados são elencados na Quadro 12.

Quadro 12 - Virar meme

Código/Data/País	Texto
#02: 19-04-19 BR	"Harry Potter" fará parte de o catálogo? A pergunta <u>virou</u> um grande meme entre os fãs
#03: 19-04-19 BR	Já em o caso acima narrado, o vereador <u>virou</u> meme e até vídeo produzido por a direita a fim de a desmoralização de o mesmo

#04: 19-04-20 BR	Luxemburgo foi <u>virando piada</u> . Trabalhos desastrosos e entrevistas vexatórias o <u>transformaram</u> em um " meme "
#05: 19-04-22 BR	Vaca solta em rua de Tangará de a Serra (MT) <u>vira meme</u> Animal foi recolhido por uma equipe de a Secretaria Municipal de Meio Ambiente
#06: 19-04-22 BR	Vaca solta em a rua <u>vira meme</u> em MT
#07: 19-04-22 BR	As fotos foram divulgadas em grupo de WhatsApp e acabaram <u>virando meme</u> .
#08: 19-04-25 BR	o programa <u>virou</u> um grande meme . É puro entretenimento
#10: 19-05-01 PT	os AirPods <u>tornaram-se</u> um acessório de de o dia a dia ou mesmo um meme viral
#11: 19-05-02 BR	visual " humanizado " de Sonic, em o entanto, acabou <u>criticado e virou meme</u>
#13: 19-05-04 BR	Sônia <u>virou meme</u> por divulgar notícias bizarras que envolve mortes em o seu programa
#15: 19-05-05 BR	em um piscar de olhos, <u>transformando-</u> o em o novo <u>protagonista</u> de o último meme mais famoso de a rede, sem ele nunca ter imaginado que chegaria a ser
#16: 19-05-06 BR	durante uma ceia. Logo, a imagem <u>viralizou</u> e <u>virou meme em</u> as redes sociais
#17: 19-05-06 BR	Donald Trump <u>virou meme</u> : comparado a o vilão de o filme " Os Vingadores
#18: 19-05-07 BR	o Battle Royale foi jogado por Thor durante o enredo de a história, <u>virando meme</u>
#19: 19-05-07 BR	Que se f* essa m*, " disse Jokic. # <u>Virou meme</u> em a hora. pós a vitória contra os Spurs, em o jogo 7
#20: 19-05-07 BR	Ministro de a Educação confunde sobrenome de escritor com prato árabe e <u>vira meme em a internet</u>
#21: 19-05-07 BR	Confusão de o ministro <u>viralizou</u> e <u>virou meme em</u> as redes sociais
#22: 19-05-09 BR	Durante a Copa de o Mundo em 2014 em o Brasil, a brasileira <u>virou meme a</u> o tentar tietar Rihanna e ser ignorada por a estrela pop, que assistiu
#24: 19-05-10 BR	<u>virou personagem</u> de uma " briga " com Pabllo Vittar <u>em</u> o meme de o momento
#26: 19-05-11 BR	A <u>cena</u> de a ventania <u>virou meme</u> , com comparações com o final de " Cem Anos de Solidão
#28: 19-05-17 BR	as cenas de ação caprichadas, mas também por a premissa que rapidamente <u>se tornou meme</u> em a internet: Keanu Reeves interpretando um assassino que sai em vingança
#31: 19-05-17 BR	' Juntos e shallow now': versão de Paula Fernandes e Luan Santana <u>vira meme</u>
#32: 19-05-17 PT	<u>Tornou-se</u> um meme viral em 2012, depois de algumas fotografias de o seu ar desconfiado
#33: 19-05-18 BR	Juntos e shallow now' de Paula Fernandes e Luan Santana <u>vira meme</u>
#34: 19-05-19 BR	a expressão " juntos e shallow now " <u>virou meme</u> instantâneo com o anúncio de a parceria entre Paula Fernandes e Luan Santana
#36: 19-05-19 BR	A música <u>virou meme</u> , e Paula Fernandes foi criticada por a letra de a versão brasileira
#37: 19-05-19 BR	Lady Gaga, cantada por Paula Fernandes e Luan Santana. A estrofe <u>se tornou meme</u> em a web e a própria cantora se manifestou sobre o assunto
#38: 19-05-20 BR	Em abril, quando Sergio Moro criou seu perfil em o Twitter e <u>virou meme a</u> o compartilhar sua foto com um calendário para provar que afinal estava mesmo

#39: 19-05-21 BR	Professor responde questão de a Olimpíada de Matemática que <u>virou meme</u>
#40: 19-05-21 BR	o SBT levou a famosa sócia de a apresentadora de a Record que <u>virou meme</u> em 2017
#41: 19-05-22 BR	zoeira não tem limites), como mencionamos acima, a música <u>foi transformada em meme;</u>
#42: 19-05-22 BR	a também com a voz de Luan Santana) acabou <u>sendo transformada</u> em um <u>meme</u> por os brasileiros e, por o visto, alavancou bastante a popularidade
#43: 19-05-22 BR	Fernandes e Luan Santana chamou a atenção de os brasileiros e até <u>foi transformado em meme</u>
#44: 19-05-23 BR	fez muita gente generalizar em as mesmas redes sociais em que o medonho verso <u>virou meme</u>
#45: 19-05-23 BR	com Luan Santana. # A música <u>viralizou</u> em as redes sociais e <u>virou " meme "</u> . Na internet, não se fala outra coisa além de " juntos e
#47: 19-05-24 BR	a música traduzida, criando o refrão " juntos e shallow now ", <u>virou meme</u> e deixou muita gente coçando a cabeça
#48: 19-05-25 BR	Nos últimos tempos, qualquer gafe em a Globo <u>vira um meme</u>
#54: 19-05-28 BR	O jogo que <u>virou meme</u>
#55: 19-05-29 BR	os dirigentes de o clube tentaram dar explicações sobre as denúncias e <u>virou até meme em</u> as redes sociais
#56: 19-05-30 BR	Publicação <u>virou meme</u> em as redes sociais
#62: 19-06-02 BR	Neymar exhibe conversas para tentar se defender de acusação de estupro, mas <u>vira meme</u>
#63: 19-06-02 BR	os internautas não perderam tempo e <u>fizeram memes</u> a respeito disso. Neymar <u>vira meme</u> após ser acusado de estupro
#64: 19-06-02 BR	<u>vira meme</u> após ser acusado de estupro # Um de os primeiros perfis a <u>fazer meme</u> de a situação foi o de Felipe Neto, em o Twitter
#65: 19-06-04 BR	após o fracasso em a Copa de o Mundo de a Rússia-2018, quando <u>virou meme</u> em o planeta todo por o " cai-cai
#66: 19-06-04 BR	Vou cantar o hino nacional para ver se não vou <u>virar meme</u>
#67: 19-06-04 BR	Tem medo de errar a letra e <u>virar meme?</u>
#68: 19-06-04 BR	Tem muitas partes que a as vezes acaba confundindo, fora o medo de <u>virar meme</u> por cantar errado, né?
#69: 19-06-04 BR	hino nacional em a abertura de o brasileiro de ginástica " Medo de <u>virar meme</u> ", disse o ginasta a a coluna #
#70: 19-06-04 BR	usando frase de o atleta em o diálogo - muitos trechos têm <u>virado meme em</u> as redes sociais, apesar de envolverem um tema delicado
#71: 19-06-04 BR	Trechos de conversa de o jogador com mulher que o acusa <u>viraram meme</u> em as redes
#75: 19-06-07 BR	Vem tranquilo " # A expressão <u>virou " meme "</u> em a internet a o ser dita em um vídeo que mostra dois homens durante uma briga de rua. Um deles, em tom de deboche, diz para o outro: " Vem tranquilo
#76: 19-06-08 BR	Ele se queixava de o sexo barulhento de os vizinhos e questionava: " A quem eu devo reclamar? ". A pergunta, é claro, acabou <u>virando meme</u> em as redes sociais
#77: 19-06-08 BR	sem seguir com um " shallow now ". A <u>versão</u> , que <u>virou meme</u> em a internet, vai ser apresentada por a primeira vez em a TV em
#78: 19-06-09 BR	não conversou com a cantora depois de o lançamento de a música, que <u>virou meme em</u> a internet
#80: 19-06-09 PT	Cristiano Ronaldo a a cabeça (não faltou o siiiiiim!, grito de guerra <u>tornado meme</u> ou o inverso)

#81: 19-06-10 BR	Shallow', de Lady Gaga, mas o single em português acabou <u>virando</u> o meme ' Juntos e Shallow Now'.
#83: 19-06-13 PT	certamente que <u>se transformou</u> em um meme de chá de alta qualidade
#84: 19-06-14 BR	A repercussão foi tanta, que a arte <u>se tornou</u> meme em a mão de tantos fãs,
#85: 19-06-14 BR	Atacante <u>vira</u> meme
#86: 19-06-14 BR	atacante Roberto Firmino, de o Liverpool. Na verdade, o camisa 20 <u>virou</u> meme instantâneo por conta de um fato que já chamava atenção: seu sorriso
#87: 19-06-14 BR	Powerpoint pra me bajular, ficou mal feito mas deixa pra lá <u>Viramos</u> meme por todo o país
#88: 19-06-14 PT	(a tal de a sanduíche em o banco) <u>se tornou</u> um autêntico meme online.
#89: 19-06-16 BR	ficou mal feito mas deixa pra lá <u>Viramos</u> meme por todo o país
#91: 19-06-17 BR	<u>Virou</u> astro em o Brasil, meme entre os amantes de a modalidade, e, a cada grande convocação de a
#96: 19-06-20 BR	a o ponto de a promessa de um lançamento <u>se tornar</u> praticamente um meme
#97: 19-06-20 BR	A princípio, os dois tiveram dificuldades para conectar- se <u>virando</u> meme entre os fãs
#98: 19-06-21 BR	<u>Virou</u> meme o espanto de o narrador Galvão Bueno em a partida de a Seleção
#99: 19-06-22 BR	Após fazer declaração, Bolsonaro <u>vira</u> meme :" Querem me deixar como rainha de a Inglaterra?"
#100: 19-06-22 BR	A gravidez de Marília Mendonça <u>virou</u> meme e a cantora se revoltou com as piadas que foram feitas
#102: 19-06-23 BR	que fazer tratamento para se recuperar de o vício, por o qual <u>se tornou</u> meme em as redes sociais.
#103: 19-06-24 BR	O vídeo fez tanto sucesso, que até <u>virou</u> meme em o Twitter.
#104: 19-06-24 BR	como bons zoeiros que são, os brasileiros também <u>transformaram</u> a <u>cena</u> em meme
#107: 19-06-26 BR	Como um meme pode <u>virar algo tão tóxico</u> igual é a galera fazendo piada com o Fábio Assunção
#108: 19-06-26 BR	O vídeo também acabou <u>virando</u> meme em o Twitter e gerou a revolta de alguns internautas. "
#109: 19-06-26 BR	Como um meme pode <u>virar</u> algo tão tóxico igual é a galera fazendo piada com o Fábio Assunção
#110: 19-06-27 BR	Como um meme pode <u>virar</u> algo tão tóxico igual é a galera fazendo piada com o Fábio Assunção
#111: 19-06-27 BR	O vídeo também acabou <u>virando</u> meme em o Twitter e gerou a revolta de alguns internautas.
#112: 19-06-27 BR	alguém e até xingando policiais, que acabaram por prender- lo. Isso tudo <u>virou</u> meme e até música que usa o termo " ativar o modo Fabio Assunção
#114: 19-06-27 BR	se envolveu em uma daquelas, sem querer querendo. Ele, que <u>se tornou</u> meme durante o Carnaval e ganhou até mesmo uma música em sua homenagem
#115: 19-06-28 BR	o presidente se lembra que são... # Depois de <u>virar</u> meme , em a noite de esta quinta-feira (28), a o fazer propaganda
#116: 19-06-28 BR	falar de o Nióbio e erra em conta básica de multiplicação # Depois de <u>virar</u> meme , em a noite de esta quinta-feira (28), a o fazer propaganda
#117: 19-06-28 BR	A fala rapidamente <u>se espalhou</u> por as redes sociais, <u>se tornando</u> meme e sendo comparada a anúncios de a rede Polishop.
#118: 19-06-28 BR	um cordão azul, de talheres e de um pingente fizeram o presidente <u>virar</u> meme em as redes sociais
#119: 19-06-29 BR	Com umas cervejinhas a mais ou não, os torcedores <u>transformaram o ocorrido</u> em um meme : o' passinho de o Diego Souza'.

Um primeiro tratamento que se pode fazer acerca desses dados relaciona-se à quantidade de ocorrências do verbo “virar”, em relação às outras soluções análogas encontradas para essa mesma ideia (observar quadro abaixo):

Quadro 13 - Quantidade de ocorrências de “virar”, “tornar(-se)”, “transformar(-se)”

Verbo	Ocorrências
Virar	66 (78,57%)
tornar(-se)	10 (11,90%)
transformar(-se)	8 (9,52%)
TOTAL	84

Fonte: O autor, 2023.

Uma possível explicação para a predominância de “virar” (78,57%) em relação aos seus verbos análogos é a proximidade fonética entre “virar” e “viralizar”, essa última uma ocorrência já tão corriqueira na fala sobre memes, como vem sendo destacado aqui. Um bom exemplo da exploração de tal semelhança fonética é a mostra sobre o impacto da cultura cibernética no comportamento dos indivíduos, chamada *Virei Viral*, primeiramente exibida em 2013 no CCBB-RJ (figura abaixo).

Figura 6 - Cartaz da mostra *Virei Viral*, de 2013



Fonte: MBARAKA²³.

²³ Disponível em <https://www.mbaraka.com.br/projects/2/virei-viral-2013.html>. Acesso em: 21 set 2023.

Sobre as construções alternativas às com o verbo “virar”, percebeu-se que elas eram, em grande frequência, reflexivas (com partícula -se) ou estruturadas em participípio (“tornado meme”, #80). Em todas as ocorrências desse grupo, era comum incluir em sua estrutura apenas o alvo do meme. Por exemplo, Luan Santana e Paula Fernandes viram um meme após publicarem uma canção de grande sucesso, *Juntos – shallow* (#34). Não é possível determinar quem exatamente produziu esse meme, uma vez que o sujeito da frase corresponde às pessoas que são objeto ou alvo do mesmo.

Nesse ponto, vale ressaltar que os achados acima mencionados corroboram o que foi discutido por Romero e Herrera (2020). Em artigo, os autores estabelecem relevante relação entre memética e semiótica. Ora, os memes são antes signos com um núcleo de sentido e que podem ser interpretados por alguém ou por algo. O que poderia então distinguir a memética da semiótica? Para os autores, “a parte do ‘que’ e do ‘quem’ interpreta não está tão clara na memética quanto está na semiótica” (ROMERO; HERRERA, 2020, p. 386). No âmbito dos memes, os seres humanos são aqueles que interpretam o signo meme, mas eles dividem essa função com o sistema de software que o (re)codifica e apresenta em nossas telas.

Assim, “poderíamos falar de memes que se selecionam, variam e se reproduzem sem que um usuário os interprete em nenhum momento, como, por exemplo, blocos de códigos HTML entre diferentes plataformas de computador” (ROMERO; HERRERA, 2020, p. 387, friso nosso). O emprego da palavra “variar” ali fala muito dos resultados aqui achados sobre “virar”. No que se refere a memes, ficam mais destacados os processos pelos quais os signos são reproduzidos, isto é, sua variação, sua “viração”, do que concretamente o processo de interpretação dos seus sentidos. Não que não haja um sentido no meme ou que ele não seja importante, mas sucede que se sobressai nesse modelo de comunicação muito mais a replicação do signo.

Sobre a relevância do conteúdo do meme, em oposição ao processo de replicação ou o meio em que se dá essa replicação, pode-se ainda citar o exemplo da canção de Luan Santana e Paula Fernandes (#34) mencionado anteriormente. O refrão da referida música “juntos e *shallow now*” alcançou bastante popularidade porque entendia-se que essa tradução da música original em inglês era de má qualidade. Também no exemplo #62, fala-se sobre a repercussão das acusações de estupro em relação a Neymar, que teria feito o jogador virar meme. O que esses achados parecem demonstrar é que a relevância social dos conteúdos do meme, nesses dois exemplos destacando aspectos negativos ou criticados de seus alvos, não devem ser ignoradas. Destarte, ainda que a robustez dos achados dessa seção destaque o aspecto de

réplica automática do meme, o conhecimento sobre a importância cultural dessas duas histórias sugere que existe um apelo conteduístico importante a impulsionar essa replicação.

Recuero (2007) retoma e reelabora em artigo sobre memes em weblogs uma taxonomia de memes inicialmente idealizada por Dawkins (2007[1976]). Segundo esse autor, podemos classificar os memes segundo três critérios, a saber: longevidade (existência do meme no tempo), fecundidade (quantidade de replicação e rapidez de um meme) e fidelidade das cópias (semelhança do meme com o seu original). No que tange à última categoria, fidelidade das cópias, fica destacada a importância da replicação dos memes, em especial para aqueles memes com reduzida variação e alta fidelidade ao original. Esses memes são chamados de replicadores.

Para Recuero, “a função primordial desses memes parece ser simplesmente informar um determinado fato” (RECUERO, 2007, p. 24). Assim como na presente dissertação, o destaque à replicação, à “viração” dos memes, não pode passar despercebida. Segundo os achados da autora, “Do total de memes observados, a expressiva maioria, 271 memes, enquadravam-se nesse tipo, o que demonstra que memes replicadores são muito populares” (RECUERO, 2007, p. 24). Por sua vez, os chamados memes metamórficos, cujo conteúdo interno é altamente ressignificado e retrabalhado, tendem a serem menos recorrentes, justamente porque seu teor original já não é tão simples de rastrear.

Importa, por fim, salientar, que o modelo da metáfora da réplica encontrou-se representado nessa pesquisa não apenas pelos verbos mencionados anteriormente. Em duas das ocorrências, observou-se o seguinte:

Quadro 14 - Variações de virar meme

#12: 19-05-03 BR	No Twitter, usuários reproduzem o meme e questionam seus amigos sobre as diferentes interpretações de a ilusão de ótica
#82: 19-06-12 BR	saindo de a repetição de o meme de o " Keanu Triste " para uma espécie de entidade sobrenatural invencível

Fonte: DAVIES, 2006.

Alegamos que as ocorrências acima reafirmam a noção de réplica, uma vez que substantivos como “repetição” e “reprodução” podem ser utilizados quase que de modo intercambiável para representar réplica.

3.2.2 O modelo viral

Nessa seção, serão destacados os achados que representam o modelo viral ou a metáfora do contágio, constante também no *corpus* de especialistas anteriormente analisado. Nessa amostragem, foram encontrados oito achados que destacam o aspecto viral de meme, o que representa 6,72% do total coligido. Às vezes, tal metáfora estava representada pelo verbo “viralizar” (6 casos), ao passo que em outras era o adjetivo “viral” (2 casos). Observe o quadro abaixo:

Quadro 15 - Meme viral

Código/Data/País	Texto
#10: 19-05-01 PT	os AirPods <u>tornaram-se</u> um acessório de de o dia a dia ou mesmo um meme viral
#16: 19-05-06 BR	durante uma ceia. Logo, a imagem <u>viralizou</u> e <u>virou</u> meme em as redes sociais
#21: 19-05-07 BR	Confusão de o ministro <u>viralizou</u> e <u>virou</u> meme em as redes sociais
#29: 19-05-17 BR	o vivo, <u>viralizam</u> quase que diariamente em a internet. # Além de o meme de Game of Thrones, uma foto de Ana Maria Braga em sua versão infantil
#30: 19-05-17 BR	Na segunda-feira (13), um meme de Ana Maria <u>viralizou</u> em as redes sociais. Ela apareceu voando e dançando em
#32: 19-05-17 PT	<u>Tornou-se</u> um meme viral em 2012, depois de algumas fotografias de o seu ar desconfiado
#45: 19-05-23 BR	com Luan Santana. # A música <u>viralizou</u> em as redes sociais e <u>virou</u> " meme ". Na internet, não se fala outra coisa além de " juntos e
#113: 19-06-27 BR	celebrou o prêmio APCA recebido por o ator, apoiado em a web após meme seu <u>viralizar em</u> o Carnaval

Fonte: DAVIES, 2006.

Os dados aqui observados destacam e reafirmam não só a relevância do modelo do contágio para a conceptualização de meme, como também deixam flagrantes o entrelaçamento estrutural das metáforas do contágio e da réplica. Na ocorrência #21, passa-se da primeira à segunda na mesma oração, por meio de coordenação (“viralizou e virou”). Já em #32, percebe-se a co-ocorrência das duas metáforas no mesmo sintagma (“tornou-se um meme viral”).

Esse fenômeno já havia sido observado na D3 de Dawkins (2007[1976]), no qual as MCs de contágio, do plantio e da réplica encontram-se costurados numa mesma definição. Assim como já foi observado, pode-se dizer que essas três metáforas apresentam nível de complexidade e detalhamento estrutural parecido, o que aponta para a existência de uma metáfora mais primária (modelo da metáfora do conduto, segundo REDDY, 1979) que estaria fundamentando as três. Assim, o objeto que é metaforicamente transferido no modelo do

conduto (REDDY, 1979) é menos elaborado cognitivamente do que o objeto transferido nas MCs do contágio, do plantio e da réplica, respectivamente vírus, semente e gene.

Quadro 16 - Correlações entre as metáforas do contágio, do plantio, da réplica e do conduto

nível da metáfora (detalhamento)	tipo de metáfora	conceitos equivalentes
met secundárias (+++)	contágio/plantio/réplica	VÍRUS/SEMENTE/GENE
met primária (+)	Conduto	OBJETO

Fonte: O autor, 2023.

As similaridades entre a analogia viral e a genética já foram também debatidas por Romero e Herrera (2020). Os autores destacam suas similaridades estruturais, ao discutir o replicador utilizado por Dawkins (2007[1976]) em seu modelo de comunicação: “é o modelo de DNA, mas também existe outra base de replicadores na natureza: aqueles baseados em RNA, mais conhecidos como vírus” (2020, p. 393). Assim, pode-se dizer que o vírus é uma parte do gene, ou, dito de outra forma, o conceito de GENE é mais geral que o de VÍRUS.

Segundo esses autores, “a analogia com o vírus permite um tipo de modelo que não requer respostas a perguntas sobre alguma essência do meme (...), só precisa de algum recurso rastreável que permita identificar alguns dados quando ele aparecer” (ROMERO; HERRERA, 2020, p. 393-394). Ou seja, a analogia viral/MC do contágio permite concebermos a comunicação digital a partir de um modelo epidemiológico, segundo o qual o vírus em si não é tão relevante. Estuda-se antes o seu efeito nos contaminados. Metaforicamente falando, o núcleo de sentido do meme não é tão relevante quanto seus efeitos nas plataformas digitais entre os usuários, ou seja, no meio.

Já no modelo genético, os autores entendem que a ausência de infectados coloca o próprio meme como um espécime. Também aqui não se trata de entender o meme em seu sentido mais íntimo, mas os efeitos que esse replicador cultural assume ao se replicar constantemente.

Esses achados também são consistentes com o que pesquisou Recuero (2007). Quando classifica os memes segundo sua fecundidade, ou quantidade e rapidez de replicação, a autora identifica os memes epidêmicos e os fecundos. Sobre a primeira categoria, ela postula que esses memes “são aquelas com grande fecundidade, que se espalham amplamente por várias redes de weblogs, como uma epidemia” (RECUERO, 2007, p. 26). O que essa descrição ressalta é a importância da conceptualização viral, até a data de hoje, para a compreensão do que é um meme.

Por fim, cumpre destacar duas ocorrências, segundo as quais a metáfora do contágio também pode ser verificada, embora sua percepção dependa do reconhecimento, por exemplo, do seu valor polissêmico. Verifique-se abaixo:

Quadro 17 - Variações de meme viral

#101: 19-06-23 BR	O sistema de inteligência artificial de o Facebook é capaz de se retroalimentar, mediante intervenção humana. Toda vez que uma imagem, vídeo, texto ou meme irregular é detectado
#117: 19-06-28 BR	A fala rapidamente se espalhou por as redes sociais, se tornando meme e sendo comparada a anúncios de a rede Polishop.

Fonte: DAVIES, 2006.

No caso #101, pode-se dizer que é comum nos referirmos à aferição de corpos biologicamente alheios ao nosso corpo por meio do verbo “detectar”. Afinal, segundo Houaiss, detectar é “revelar, descobrir (algo encoberto ou escondido)” (HOUAISS, 2009, p. 674). No caso acima, fala-se de uma inteligência artificial que atua descobrindo memes considerados irregulares. Valendo-se da aproximação entre memética e semiótica destacada por Romero e Herrera (2020), esse é um signo cuja interpretação (= detecção) não é realizada por um ser humano, mas diretamente por uma máquina que busca conteúdos estranhos aos seus algoritmos. Ou seja, se na discussão de memes podemos incluir a noção de interpretação do signo meme por meio de humanos, como dito outrora nesse trabalho, essa não é uma exclusividade humana. A máquina também replica e interpreta o meme.

Já no caso de #117, a polissemia do verbo “espalhar” destaca o aspecto viral/epidemiológico dessa metáfora. Afinal, espalhar é “fazer alastrar; disseminar <a ameaça de uma pandemia espalhou pânico>” (HOUAISS, 2009, p. 812). Esse achado demonstra como que a nomenclatura de espalhamento proposta por Jenkins (2009) não consegue, via polissemia, dissipar seu caráter metafórico de contágio.

3.2.3 Fazer, criar, usar meme

Nessa seção, busca-se analisar ocorrências metafóricas de meme nas quais o conceito é entendido a partir de um sentido muito primário do conceito de OBJETO que, portanto, por um lado, é criado ou feito por alguém para ser utilizado, por sua vez, por outrem. Nessa categoria foram encontradas sete ocorrências relevantes, que perfazem 5,88% do total. Observe abaixo:

Quadro 18 - Fazer, criar, usar meme

Código/Data/País	Texto
#01: 19-04-18 BR	Trump volta a <u>usar</u> meme de Game of Thrones <u>em</u> o Twitter # O presidente de os Estados Unidos,
#52: 19-05-25 BR	Mas foi Jungkook quem mais arrasou a o <u>usar</u> o meme de o momento
#63: 19-06-02 BR	os internautas não perderam tempo e <u>fizeram</u> memes a respeito disso. Neymar <u>vira</u> meme após ser acusado de estupro
#64: 19-06-02 BR	<u>vira</u> meme após ser acusado de estupro # Um de os primeiros perfis a <u>fazer</u> meme de a situação foi o de Felipe Neto, em o Twitter
#92: 19-06-18 PT	Philip Arps terá ainda pedido a uma outra pessoa para <u>criar</u> um meme com o vídeo mas não há provas de que o tenha <u>distribuído</u>
#95: 19-06-20 PT	Na internet até <u>se criou</u> o meme que os redes de o FIFA19 são secretamente o Spiderman
#105: 19-06-24 BR	O governo municipal de a capital gaúcha <u>criou</u> um meme a partir de a capa de um disco de o grupo É o Tchan

Fonte: DAVIES, 2006.

Uma primeira observação que pode ser feita acerca desse grupo de achados relaciona-se com a retomada do conceito primário de OBJETO que neles está implícita. Afinal, o meme é percebido como algo que pode ser produzido, ou seja, existe de alguma forma um fornecedor desse objeto, para o qual existirá também um usuário. Inclusive, essa relação de produção/consumo fala da percepção do meme não só como um objeto, menos detalhado, mas como um produto/bem de consumo; um objeto submetido a alguma escala/lógica de mercado. Ora, em nosso mundo, os objetos são em grande maioria comercializados, ou seja, figuram em algum tipo de mercado, o que faz com que as separações estruturais entre o conceito OBJETO e BEM DE CONSUMO sejam amiúde pouco discerníveis. Como já destacado, a conceptualização do meme como um objeto dialoga com a metáfora do conduto (REDDY, 1979), uma vez que essa metáfora percebe a comunicação nos moldes da transferência de objetos.

Vale destacar que alguns dos achados, embora não contivessem os verbos que nomeiam essa seção (“fazer”, “criar”, “usar”), destacam o aspecto objeto de meme, como pode ser observado abaixo:

Quadro 19 - Variações de fazer, criar, usar meme

#23: 19-05-10 BR	Junto de a postagem, a organização <u>deixou</u> um meme inspirado em " Game of Thrones
#46: 19-05-23 BR	Eu mesmo <u>passei</u> 1 meme aqui para o pessoal. Mostrava a foto de a Michelle e o Helio
#53: 19-05-27 BR	É mais ou menos como em o meme de a foto acima, que <u>circulou</u> recentemente em grupos de WhatsApp
#58: 19-05-30 BR	coleguinha de o Enzo mandou em o grupo de Whastapp, pensei que fosse um meme , <u>abri</u> sem querer
#61: 19-06-02 BR	Meme que <u>circulou em</u> as redes sociais reflete o medo de os cubanos de que haja um novo' período especial'
#74: 19-06-06 BR	Mas o meme já estava <u>pronto</u> . Nas redes sociais, estudantes passaram a divulgar imagens de gente
#84: 19-06-14 BR	A repercussão foi tanta, que a arte <u>se tornou</u> meme em a mão de tantos fãs,

Fonte: DAVIES, 2006.

Nos exemplos #23, #46, #58 e #84 acima, fala-se de um meme cuja materialidade é expressa pelo fato de que ele pode ser deixado ou passado de uma mão a outra, empacotado/aberto, o que remete à metáfora do conduto (REDDY, 1979) e a perspectivação da comunicação a partir do conceito de transferência física. Já em #53 e #61, a materialidade desse objeto se relaciona e inclui ainda o meio em que ele se encontra e se move, posto que é um meme circulante. Circular é uma palavra que fala, de uma só vez, do objeto que está em movimento e do local por onde ele passa.

Como já destacaram Romero e Herrera (2020), a conceptualização de meme precisa passar pelo meio em que ele circula ou por elementos que extrapolam seu núcleo de sentido. Assim, importa também “o usuário que o compartilhou, o contexto em relação a outros signos, o formato em que se apresenta (se é uma imagem, um texto escrito, um vídeo, um link, etc.), ou a plataforma em que é distribuído (Facebook, mensagem direta, mensagem em grupos, (...))” (ROMERO; HERRERA, 2020, p. 388-389). Já em #74 destaca-se mais uma vez a feitura do objeto meme, focando-se a finalização desse processo.

Além disso, nos exemplos do nosso *corpus*, foi flagrante o fato de que quando meme era pensando como objeto, outros usos eram pensados, para além desse uso primário dos objetos, que remete à interação com eles empreendida por nós desde nossa infância. Ou um uso mais detalhado conceptualmente, que se relaciona ao uso do objeto dentro de uma estrutura de mercado, ou seja, objeto percebido como bem de consumo. Aqui se fala na verdade de um uso político do meme. Esse fato pode ser observado nos exemplos #1 e #105, sobre o ex-presidente estadunidense Trump e um publicação da Prefeitura de Porto Alegre, respectivamente.

No caso de Trump (#1), o ex-presidente quis utilizar um bordão de *Game of Thrones*, série extremamente popular na época da publicação do meme (2019), para denunciar a participação da Rússia nas eleições estadunidenses de 2016. No meme, ele aparece de costas com um fundo esfumado típico da série, com os dizeres “Sem conluio, sem obstrução, para os *haters* e para os extremistas de esquerda, o jogo acabou”²⁴. Observe abaixo:

Figura 7 - Meme usado por Trump



Fonte: OBSERVATÓRIO DE CINEMA, 2019.

Já no caso gaúcho (#105), a prefeitura utilizou uma imagem de um álbum da banda É o Tchan para anunciar a criação de novos empregos na cidade. O anúncio recomendava que as pessoas, em vez de pegarem o compasso, pegassem a carteira de trabalho, alusões claras à canção. A imagem da campanha mostra os membros da banda baiana num trem, o que remete ao transporte que muitos utilizam em direção ao trabalho. Nas imagens, vê-se uma das dançarinas vestidas de enfermeira, o que recebeu críticas do Conselho Regional de Enfermagem por estigmatizar a categoria profissional a um perfil feminino altamente sexualizado²⁵. Ver abaixo:

²⁴ Tradução nossa. No original: *No collusion, no obstruction. For the haters and the radical left democrats, Game Over*. Verificável em: <https://observatoriodocinema.uol.com.br/series/trump-usa-meme-de-game-of-thrones-para-responder-ao-relatorio-mueller/>. Acesso em 7 ago 2023.

²⁵ Verificável em: <https://www.ofuxico.com.br/noticias/prefeitura-usa-e-o-tchan-para-anunciar-empregos-e-gera-polemica/>. Acesso em 7 ago 2023.

Figura 8 - Meme criado pelo governo de Porto Alegre



Fonte: O FUXICO, 2019.

Os exemplos descritos acima falam de um conceito de meme e de comunicação digital que servem a propósitos sérios, por assim dizer. Se um governo pode dispor da estrutura memética para fazer campanha ou para fomentar a criação de empregos, isso significa que existe uma dimensão do meme que se presta a funções mais objetivas, por assim dizer. É bem verdade que, no universo das plataformas digitais, muitos usos podem ser empregados, uma vez que se trata de um espaço acessível a um escopo muito grande de usuários. No entanto, a percepção do meme como recreação persiste, o que será discutido na próxima seção.

3.2.4 Brincar com meme

Nessa seção, pretende-se explorar essa noção de falta de seriedade que em geral acompanha a compreensão do meme. Afinal, é sabido que os estudos meméticos sempre foram um pouco freados até que se começasse a perceber a relevância do meme de internet para a compreensão da dinâmica das redes digitais e da própria comunicação digital. Observe os exemplos abaixo:

Quadro 20 - Brincar com meme

Código/Data/País	Texto
#09: 19-04-29 PT	ter partilhado em as suas redes sociais uma imagem de um meme que <u>brinca</u> com o facto de Whitney Houston ter sido viciada em drogas
#50: 19-05-25 BR	Junkook foi além: <u>brincou</u> com o meme
#51: 19-05-25 BR	BTS samba em o palco, <u>brinca</u> com meme e experimenta a própria Beatlemania em São Paulo

Fonte: DAVIES, 2006.

Em primeiro lugar, os exemplos acima demonstram uma dupla relação com esse conceito de brincadeira do meme. Em #9 é o meme que brinca com uma informação, ao passo que em #50 e #51 alguém se vale do meme para brincar com algo/alguém. Assim, meme percebido como brincadeira pode selecionar a pessoa que brinca para compreender meme, tanto quanto o objeto da brincadeira para o mesmo propósito. Trata-se apenas de uma mudança de perspectiva acerca do que dará metaforicamente um contorno físico ao conceito abstrato de meme, seja o sujeito, seja o objeto.

Os dois focos possíveis e aqui observados ainda não focam no conteúdo do meme, seu núcleo de sentido, o que parece ser uma parte faltante na semiótica dos memes. Essa parte faltante tem lá suas consequências para a noção de seriedade do meme, porque se não somos capazes de acessar o sentido do meme – ou se essa não é a parte que se quer destacada quando se pensa em meme – lega-se ao meme uma vacuidade de sentido que ora pode conferir ao conceito pleno desinteresse ou juízo negativo. Sobre isso já se pronunciou Chagas (2021), ao falar da baixa acuidade terminológica e epistemológica do meme, o que foi decisivo para que o conceito ganhasse, ao longo dos anos, esse tom de chiste ou de brincadeira.

3.2.5 A questão da narrativa

Nos exemplos abaixo, meme é perspectivado como uma narrativa ou até uma história ficcional passível de ser encenada, o que vai numa direção bastante diferente do que estava sendo observado até aqui. Dentro dessa ótica, destacam-se os seguintes exemplos:

Quadro 21 - MEME É PERFORMANCE

#15: 19-05-05 BR	em um piscar de olhos, <u>transformando-</u> o em o novo <u>protagonista</u> de o último meme mais famoso de a rede, sem ele nunca ter imaginado que chegaria a ser
#49: 19-05-25 BR	Mas Ana foi <u>protagonista</u> de o grande meme popularizado por o quadro Isso a Globo não Mostra de o Fantástico
#59: 19-06-01 BR	Se o Zorra quer fazer <u>cena</u> com um meme é porque ele mereceu!! Uma frase parecida com essa foi amplamente compartilhada em 2018 depois que um áudio polêmico viralizou em o Whatsapp. E já que Seu Armando ganhou paródia em o programa, " Privilégios " também tem que ganhar!

#94: 19-06-20 BR	Depois de anos, o meme de o death recap <u>chegará a o fim</u>
#106: 19-06-26 BR	Ramires faz <u>cover</u> de meme de 2012 e canta "Para nossa alegria" em trote em o Palmeiras;

Fonte: DAVIES, 2006.

As metáforas apresentadas no quadro acima apresentam uma contiguidade que nos permite formular a MC MEME É PERFORMANCE. De fato, meme é pensado como uma peça artística, oral teatral (#59), ora musical (#106), na qual as pessoas que compõem esse meme são percebidas como personagens/protagonistas da performance metaforicamente concebida do meme. Os destaques que essa metáfora dramática propicia falam de um conceito de meme no qual há sempre uma pessoa no seu centro, ou seja, seu “protagonista”, que é colocado naquele lugar basicamente de maneira involuntária. Em geral, como tem sido observado no transcorrer dessa pesquisa, o lugar de estrelato ocupado por essas pessoas é o de um mau estrelato, uma vez que em geral são destacadas características risíveis dessas pessoas ou dados de suas biografias que causam dor ou decepção.

Nesse sentido, o conceito de meme como uma performance involuntária deixa evidenciada a forma como as informações são circuladas no âmbito digital ou antes o poder da réplica automática nesse processo. Quando o *software* ou o algoritmo assumem o lugar de aquele que decide o que/quem ganha popularidade – e aqui se está sim retirando bastante o fator humano da equação, destacando no lugar o fator informático – o efeito do julgamento em excesso pode mesmo existir. Se as informações fossem interpretadas e disponibilizadas unicamente por humanos, ao menos se poderia atribuir algumas dessas “performances não-autorizadas” a algumas pessoas, que teriam que responder por elas. Mas o estudo mais detalhado do conceito e da conceituação de meme vem deixando algo bem claro: os seres humanos não são os únicos manipuladores dos replicadores não-biológicos (memes) que conhecemos.

3.3 Conclusão: Balanço entre Especialistas e Falantes

A seção de análise dos achados de Especialistas foi inaugurada com a metáfora da réplica, a partir da importante definição de Dawkins (2007[1976]) para meme. As considerações desse autor para o fenômeno memético foi diversas vezes rebatido; e o consenso é que para entendermos dinâmicas sociais não devem ser utilizados modelos

genéticos e evolucionistas. O risco que essa postura representa é de passarmos a determinar que certos comportamentos e pensamentos são melhores que outros.

No entanto, por mais que esse seja o consenso acadêmico-científico sobre a conceituação de meme, como vimos também ilustrados nos achados de Jenkins (2009), que buscam fustigar os modelos genético e epidemiológico, a análise dos Falantes vai em outra direção. Entre os usuários da língua, não-especialistas – ou cotidiana como querem Lakoff e Johnson (2002[1980]) – a réplica se mostrou a ocorrência mais importante do *corpus* – 70,58%.

A noção de réplica aplicada para compreender metaforicamente meme veio representada nesses achados coligidos entre não-especialistas majoritariamente por meio do verbo “virar”. Segundo Houaiss (2009), virar significa “assumir outra forma ou natureza; converter-se, transformar-se” (HOUAISS, 2009, p. 1950). Ou seja, uma das acepções desse verbo contempla justamente o processo de se tornar outro, de assumir outra forma, de cópia.

Portanto, no contexto de comunicação digital, assim como em diversos outros, a fala especializada postula algo, mas a verificação mais cotidiana tende a observar outra coisa. Como dizem Romero e Herrera (2020), “dar um significado acadêmico estrito pode servir para investigações específicas, mas tentar estabelecer esse significado por consenso (...) pode ser não apenas um empreendimento em vão, mas também contraproducente” (2020, p. 379). O consenso parece já haver escolhido um modelo favorito; e, nesse caso, por mais que entendamos os problemas filosóficos e sociológicos pertinentes às definições de Dawkins (2007[1976]), talvez seja útil tentar entender a preponderância da escolha pela noção da réplica.

Se a busca pela essência do meme parece ser um caminho bem distante do fim, ao menos por parte dos especialistas, esses achados já permitem compreendermos que a comunicação via memes deve destacar sua reprodução. O sentido íntimo do meme como um signo, por mais que esteja posto, deve ser acessado de maneira mais indireta do que as condições de sua réplica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa de Dissertação realizou a análise de 16 definições para meme de internet produzidas por 12 teóricos da comunicação, assim como 119 ocorrências para “meme” num escopo de falantes do português. Através do método MIP, pudemos em primeiro lugar determinar o que estava sendo de fato aferido, ou seja, quais sentidos eram de fato metafóricos, ou se afastavam de uma representação mais concreta ou básica do item lexical “meme” aqui estudado.

Num segundo momento, a ferramenta Atlas.ti ajudou na forja de categorias de análise, a saber metáfora, atributo e modelo (cultural), que foram muito relevantes para a exegese dos dados do primeiro *corpus*, ou seja, dos Especialistas. Para o segundo grupo, ou seja, dos Falantes, a identificação das metáforas também foi realizada via MIP, mas percebeu-se nesse segundo grupo que a categoria de análise metáfora foi a mais produtiva. Os atributos, ou seja, adjetivações que compunham as metáforas aqui estudadas, foram basicamente inexistentes. Já o modelo cultural mais relevante estava atrelado à metáfora mais persistente do grupo Falantes, ou seja, a metáfora da réplica, “virar meme”, o que alguns resolveram chamar de modelo egoísta.

Em retrospecto, levando-se em consideração os objetivos almejados por essa pesquisa de Dissertação, assim como as hipóteses sobre ela traçadas, chega-se às seguintes conclusões:

- a) Efetivamente, a metáfora da réplica, ou seja, aquela que percebe o meme nos moldes de um gene, ou a comunicação (digital) como a replicação da informação, tem relevância tanto quantitativa quanto qualitativa nos achados aqui empreendidos. No âmbito dos Especialistas, no que pese Dawkins (2007[1976]), essa metáfora já estava lá, quando da definição da palavra. Mesmo que tenha sido evitada por seus sucessores, uma vez que não se afiliavam nem ao modelo cultural de egoísmo nem à metodologia empregada pelo zoólogo para compreender assuntos da Sociologia, ela permanece e tem aderência tanto entre comunicólogos quanto entre falantes comuns;
- b) A partir das reflexões de (a), pode-se ponderar sobre o sentido de o ser humano ter desenvolvido a linguagem em primeiro lugar: ela precisa ser expressiva. Ou seja, ela precisa dar conta da necessidade de compreendermos aquilo que nos rodeia, que se situa e nos situa. Se uma dada metáfora persiste e parece ser útil para um grupo de pessoas, ainda que possamos traçar aí correlatos culturais que justifiquem

sua manutenção, essa permanência, do ponto de vista do estudo científico em Linguística, não deve ser descartada, mas entendida, ou seja, ter sua estrutura e seus processos compreendidos. Nesse sentido, percebe-se que a noção de replicação de uma informação pode, e essa afirmação pode magoar nosso ego humano, ser tão substancial quanto o teor dessa informação, as circunstâncias de comunicação e outros fatores que estão mais próximos da formação das ideias do que seu repasse. Com isso, quer-se dizer o seguinte: uma parte robusta do que é uma informação está ligada ao fato de que ela pode atingir outras pessoas, de que ela é copiada. A informação também é, em grande parte, a cópia de si mesma.

- c) Os achados dessa pesquisa reafirmam a importância da Teoria da Metáfora (LAKOFF; JOHNSON, 2002[1980]) para a compreensão dos sentidos das palavras e de como esses sentidos são estruturados metaforicamente. Em especial, destaca-se aqui o trabalho, de certa forma pioneiro, de Reddy (1979) sobre as metáforas que criamos para falar sobre a comunicação, especificamente a metáfora do conduto. Isso porque, se os achados da presente pesquisa parecem apontar para a emergência de metáforas como contágio ou réplica, assim como outras, não se pode ignorar a subjacência da metáfora do conduto a todas elas, ao engendrar o conceito primário de OBJETO e sua transferência em sua epistemologia. A nossa relação mais inicial que estabelecemos com os artefatos físicos que rodeiam o corpo do Homo sapiens, desde a infância, estão representados, tanto nos achados de Reddy (1979), tanto quanto aqui. Assim, essa pesquisa pode acenar para mais uma confirmação robusta da hipótese do experiencialismo corporificado.

Entende-se que, por mais que os aspectos culturais da metáfora tenham sido tratados nesse trabalho, posto que não se pode pensar metáfora para além ou afastadamente do seu situamento sociocultural, eles mereceriam uma reflexão metodológica mais detida sobre como de fato aferi-los. É importante destacar que os achados da presente pesquisa não vão de encontro ao valioso estudo de Goatly (2007) sobre variação cultural em metáfora conceptual, nem pretendem desaboná-lo. Pelo contrário, essa demarcação cultural emergiu com robustez, apenas sua aferição mostrou-se mais complexa do que previsto, como dissemos nas linhas anteriores. Se, por um lado, tal demarcação não pode rechaçar a universalidade da metáfora, por outro, ela conclama o amadurecimento do trabalho com cultura nos estudos de metáfora.

Futuramente, em parte para lidar com essa lacuna percebida, pretende-se desenvolver pesquisa em Doutorado na qual o aspecto cultural seja ainda mais flagrante, se é que esse tipo de escalonamento pode ser feito, já que travamos relação com categorias e conceitos

demasiado abstratos em TMC. Por isso mesmo, um estudo que tematize cultura em metáfora deve contar com um tempo maior e ferramentas mais afiadas, de modo a lhe conferir exequibilidade e credibilidade. Esse será o empreendimento com o qual me ocuparei nos próximos quatro anos.

REFERÊNCIAS

ATLAS.TI. *Software*. 2003-2010. Disponível em: <https://atlasti.com/>. Acesso em: 21 set 2023.

AULETE. Disponível em: <https://aulete.com.br/>. Acesso em: 19 mar. 2023.

BLACKMORE, Susan. *The meme machine*. Oxford; Nova Iorque: OUP, 1999.

BURGESS, Jean. “Toda sua chuva de chocolate está pertencida a nós?”: vídeos virais, YouTube e a dinâmica da cultura participativa. In: CHAGAS, Viktor (org.). *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital*. Salvador: EdUFBA, 2020, p. 85-125 apud CHAGAS, Viktor. Da memética aos memes de internet: uma revisão de literatura. *BIB*, São Paulo, n. 95, p. 127-138, 2021.

CHAGAS, Viktor. Da memética aos memes de internet: uma revisão de literatura. *BIB*, São Paulo, n. 95, 2021, p. 1-22.

DAMASIO, Antonio. *Looking for Spinoza*. Londres/Nova Iorque: William Heinemann/Harcourt, 2003 apud GOATLY, Andrew. *Washing the Brain: Metaphor and hidden ideology*. Amsterdã/Filadélfia: John Benjamins Publishing Company, 2007.

DAVIES, Mark. *O corpus do português*. Disponível em: <https://www.corpusdoportugues.org/>. 2006. Acesso em 4 nov. 2022.

DAVISON, Patrick. A linguagem dos memes de internet (dez anos depois). In: CHAGAS, Viktor (org.). *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital*. Salvador: EDUFBA, 2020.

DAWKINS, Richard. *O gene egoísta*. São Paulo: Companhia das Letras, [1976], 2007.

DAWKINS, Richard. *The extended phenotype*. Oxford: Oxford University Press, 1982 apud CHAGAS, Viktor. Da memética aos memes de internet: uma revisão de literatura. *BIB*, São Paulo, n. 95, 2021, p. 1-22.

DENNETT, Daniel Clement. *Consciousness explained*. Boston: Little, Brown and Co., 1991.

DENNETT, Daniel Clement. *Darwin's dangerous ideas*. Nova Iorque: Simon & Schuster, 1996.

DICIONÁRIO PRIBERAM ONLINE DE PORTUGUÊS. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/>. Acesso em: 21 set. 2023.

FERRARI, Lilian; SOARES, Caroline. Entre agulhas e linhas: a metáfora de corte e costura em construções transitivas. *Revista SOLETRAS*, Rio de Janeiro, n. 41, p. 67-88, 2021.

GIBBS, Raymond. *Embodiment and cognition*. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.

GIBBS, Raymond. *Metaphor wars: Conceptual metaphors in human life*. Nova Iorque: Cambridge University Press, 2017.

GOATLY, Andrew. *Washing the Brain: Metaphor and hidden ideology*. Amsterdã/Filadélfia: John Benjamins Publishing Company, 2007.

GODWIN, Mike. Meme, counter meme. *Wired*, 10 jan. 1994. Disponível em: <https://www.wired.com/1994/10/godwin-if-2/>. Acesso em: 21 set 2023.

GRADY, Joseph. *Foundations of meaning: primary metaphors and primary scenes*. Dissertação (Doctor of Philosophy in Linguistics) – University of California, Berkeley, 1997.

HARARI, Yval. *Sapiens: uma breve história da humanidade*. Porto Alegre: L&M Pocket, 2018, p. 15-63.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

JENKINS, Henry. *If it doesn't spread, it's dead (part one): media viruses and memes*. 2009. Disponível em: http://henryjenkins.org/blog/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html. Acesso em: 6 out. 2022.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. *Cultura da conexão*. São Paulo: Aleph, 2014 apud CHAGAS, Viktor. Da memética aos memes de internet: uma revisão de literatura. *BIB*, São Paulo, n. 95, p. 1-22, 2021.

JOHNSON, Mark. *The body in the mind: the bodily basis of meaning, imagination, and reason*. Chicago: Chicago University Press, 1987.

KNOBEL, Michele; LANKSHEAR, Colin. Memes online, afinidades e produção cultural (2007-2018). In: CHAGAS, Viktor (org.). *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital*. Salvador: EdUFBA, 2020. p. 85-125 apud CHAGAS, Viktor. Da memética aos memes de internet: uma revisão de literatura. *BIB*, São Paulo, n. 95, p. 1-22, 2021.

KÖVECSES, Zoltán. *Metaphor: a practical introduction*. Nova Iorque: Oxford University Press, 2010.

LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. *Metáforas da vida cotidiana*. Coordenação de tradução: Mara Sophia Zanotto. Campinas: Mercado das Letras; São Paulo: Educ, 2002[1980].

MBARAKA. Disponível em: <https://www.mbaraka.com.br/projects/2/virei-viral-2013.html>. Acesso em: 21 set. 2023.

MICHAELIS. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/>. Acesso em: 19 mar. 2023.

MUSEU DE MEMES. Disponível em: <https://museudememes.com.br/>. Acesso em: 26 fev. 2023.

- OBSERVATÓRIO DE CINEMA. 2019. Disponível em: <https://observatoriodocinema.uol.com.br/series/trump-usa-meme-de-game-of-thrones-para-responder-ao-relatorio-mueller/>. Acesso em: 21 set. 2023.
- O FUXICO. 2019. Disponível em: <https://www.ofuxico.com.br/noticias/prefeitura-usa-e-otchan-para-anunciar-empregos-e-gera-polemica/>. Acesso em 21 set. 2023.
- PELOSI, Ana; GABRIEL, Rosângela. Atitudes intolerantes erguem muros e impedem a construção de pontes: uma análise cognitivo-discursiva da emersão da metáfora sistemática no gênero artigo de opinião. *Signo*, v. 41, n. esp., p. 29-41, 16 mar. 2016.
- PINHEIRO, José Mauro; CAVALCANTI, Fernanda. Meme no pensamento e na ação: o conceito do bom contágio. *Palimpsesto*, Rio de Janeiro, v. 21, n. 38, p. 200-213, 2022.
- PRAGGLEJAZ. MIP: a method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphor and Symbol*, Oxford, v. 22, n. 1, p. 1-39, 2007.
- RECUERO, Raquel. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n. 32, 2007, p. 23-31.
- REDDY, Michael. The conduit metaphor: a case of frame conflict in our language about language. In: ORTONY, Andrew (Ed.). *Metaphor and thought*. 2. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1979.
- ROMERO, Xitlally; HERRERA, José. Do meme teórico ao meme prático. In: CHAGAS, Viktor. (org.). *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital*. Salvador: EDUFBA, 2020.
- RUSHKOFF, Douglas. *Media virus: hidden agendas in popular culture*. Nova Iorque: Ballantine Books, 1996.
- SHIFMAN, Limor. *Memes in digital culture*. Cambridge: MIT Press, 2014 apud CHAGAS, Viktor. Da memética aos memes de internet: uma revisão de literatura. *BIB*, São Paulo, n. 95, p. 1-22, 2021.
- SILVA, Augusto. Palavras, significados e conceitos – o significado lexical na mente, na cultura e na sociedade. *Cadernos de Letras da UFF – Dossiê: Letras e cognição*, n. 41, p. 27-53, 2010.
- THATCHER, Margareth. *Statecraft: Strategies for a changing world*. Nova Iorque: HarperCollins, 2002 apud GOATLY, Andrew. *Washing the Brain: Metaphor and hidden ideology*. Amsterdã/Filadélfia: John Benjamins Publishing Company, 2007.
- VEREZA, Solange; CAVALCANTI, Fernanda. Percorrendo as trilhas da metáfora: teorias, abordagens e métodos. In: ROSÁRIO, Ivo da Costa do; SANCHEZ-MENDES, Luciana (org.). *Teoria e análise linguística*. Niterói: EdUFF, 2022. p. 87-122. Disponível em: <https://www.eduff.com.br/produto/teoria-e-analise-linguistica-e-book-pdf-704>. Acesso em 18 fev. 2023.

ANEXO – Descartes

Quadro 22 - 80 ocorrências não-metafóricas descartadas

Código/Data/País	Texto
19-04-19 BR	a última adição feita em o deck, que de início pensavam ser apenas um meme , mal sabiam que este card combinado com o Elemento Instável de Myra seria perfeito
19-04-20 BR	Ele postou um meme de seu carro " voando " em uma corrida imaginária
19-04-20 BR	Bankoff compartilhou um " meme " em o qual um rapaz vê dois bandidos armados
19-04-20 BR	Ele postou um meme de seu carro " voando " em uma corrida imaginária
19-04-20 BR	uma imagem mostra um meme de dois combatentes mascarados em frente a o Reichstag
19-04-24 BR	Um grupo de WhatsApp sem meme , sem fake news e sem " bom dia ", " boa noite
19-04-25 BR	Prefeitura Municipal de Santos em o Facebook publicou um meme sobre as gravações de Keanu Reeves em a cidade:
19-04-27 PT	golpe contra os meios de comunicação progressistas ", lê-se em um meme de qualidade gráfica reduzida.
19-04-27 PT	Uma fotomontagem recente, compartilhada em o Instagram e apresentada como um meme
19-05-05 BR	A menina de o meme ' Garota Desastre' cresceu e agora está uma gata
19-05-05 BR	Quem não conhece o meme de a' Garota Desastre' ou' Disaster girl'
19-05-05 BR	O famoso meme de a' Garota Desastre' foi compartilhado milhões de vezes a o redor
19-05-05 BR	Foi em o 9Gag onde o meme apareceu por a primeira vez
19-05-07 BR	Para resolver a treta, um meme com Pernalonga armado, representando Belford Roxo e atirando para o alto.
19-05-07 BR	Entenda o meme de Vingadores: Ultimato Jogo marcou presença em o filme de a Disney
19-05-10 BR	se deparou em a manhã de esta sexta-feira, 10, com um novo meme .
19-05-10 BR	O meme foi originado após a cabeleireira Cleusa Cruz, de 51 anos, ter vindo
19-05-10 BR	Mas não é só um meme ? # Ok, muita gente pode não estar levando tão a sério
19-05-11 BR	Diante de tantos meme e comentários sobre o erro, até a Starbucks se pronunciou:
19-05-11 BR	Incluía, por exemplo, um meme em inglês que mostrava Paris " antes de Macron "
19-05-12 BR	Na galeria, ela acrescentou um meme com a frase " a gravidez está em o ar
19-05-13 BR	um fã identificado como Dankius M. Meme editou um vídeo
19-05-14 BR	Floripa ganhou a versão manezinha de o meme mais popular de a política nacional
19-05-14 BR	Um exemplo usado por o Indie Wire foi um meme , que mostra Daenerys discursando
19-05-16 BR	A partida trouxe para os fãs de a NBA um novo meme , capaz de superar o sucesso " Crying Jordan "
19-05-17 BR	Ana Maria Braga em o meme sobre Game of Thrones
19-05-17 PT	Liga de futebol, valerá a pena partilhar aqui um' meme ' que coloca Pedro Marques em o papel de o treinador
19-05-17 PT	Nuno Melo partilhou um' meme ' em que surge como o vocalista de uma banda pop com Cristas
19-05-17 PT	Isto tudo porque Nuno Melo repartilhou esta quinta-feira um " meme " com uma montagem sua
19-05-17 BR	Em 2012, o meme de Grumpy Cat apareceu em a plataforma de o Reddit.
19-05-20 PT	talvez o melhor remate seja com este' meme ' que revela o presidente de o PSD
19-05-22 BR	o que é shallow now meme
19-05-22 BR	# juntos e shallow now meme # shallow now meme # o que é shallow now meme #
19-05-22 BR	shallow now meme #

19-05-22 BR	halom now meme # to nem ai meme
19-05-22 BR	Fique a seguir com alguns memes engraçados envolvendo " Juntos e Shallow now "
19-05-23 BR	Este meme é clássico Ficou pouco, mas deixou saudade Ou não?
19-05-24 BR	Meme de a Paula Fernandes certamente não é o primeiro absurdo
19-05-25 BR	Evaristo Costa entra em a onda e posta meme sobre versão de " Shallow "
19-05-25 BR	Evaristo Costa fez a sua colaboração para o meme de o momento, a versão brasileira de " Shallow "
19-05-25 BR	Evaristo Costa não poderia deixar de dar a sua contribuição para o meme de o momento:
19-05-26 BR	Xingando a pessoa, compartilhando, fazendo meme
19-05-26 BR	Um Meme Presidente # Bolsonaro é o representante de um estado de exceção político
19-05-26 BR	Bolsonaro, se eleito, seria o Presidente Meme , o Bozo, o Palhaço, o troll, em que a fala tosca
19-05-26 BR	Passamos de o humor a a tragédia em um meme
19-05-27 BR	Sobre o meme de o " Sabia não ", entrevista hilária que deu quando defendia o Ceará
19-05-27 BR	em o Santos e arranca risos a o falar de meme de o " Sabia não "
19-05-27 BR	brincou com os jornalistas presentes e comentou sobre o meme " sabia não "
19-05-28 BR	As " meme streams " continuaram altas em a sexta-feira (24),
19-05-28 BR	uma de as meme streams mais inusitadas de Artifact mostra clipe de filme nigeriano
19-05-29 BR	O último meme de a sua galeria é o que você sentiu lendo isso.
19-05-29 BR	Como em aquele meme em que a pessoa exibe uma bela figura em as redes sociais
19-05-31 BR	A ministra postou em o Twitter um meme alusivo a a disputa entre ela e o ministro Sérgio Moro
19-06-01 BR	Meme com Britto postado por seguidor de Neves
19-06-01 BR	Eu já estava acompanhando o meme ' Juntos e Shallow Now
19-06-02 PT	a experiência de segundo ecrã que é um comentário em o Twitter a pedirem meme
19-06-02 PT	Espreite, aqui, o primeiro « meme » sobre Jorge Jesus
19-06-04 BR	agora a cada meme já existe a pergunta: " Quando vem a versão de a La Fúria?
19-06-07 PT	Privacidade: quais os limites para se ser meme ?
19-05-08 BR	Torski ganhou o apelido de " psicopata de o Hexa', ou " meme de a Copa
19-05-08 BR	E aí Fake ", meme conhecido após as conversas divulgadas entre Neymar e Najila
19-06-09 PT	Veja uma captura de ecrã de esse meme aqui em baixo
19-06-09 BR	comentavam em a internet que essa música deveria substituir o Hino Nacional. Era um meme .
19-06-11 BR	ela deseja uma boa semana a todos e publica um meme
19-06-12 BR	essa carta passa a ser um exemplo real de o meme de o " velho gritando com a nuvem
19-06-13 PT	Seja a versão engasgada, o capacete de bicicleta com capuz, há realmente um meme Jungshook
19-06-13 PT	O nosso maknae de ouro parece ter interiorizado o meme shook inteiramente
19-06-13 PT	Não, é o famoso, o único, meme Jungshook
19-06-13 PT	ter basicamente uma segunda profissão por traduzir em o momento durante as entrevistas é um meme em si mesmo
19-06-13 PT	o génio criativo tenha encontrado uma maneira de ser um meme completo
19-06-13 PT	Este meme é a lendária conversa de o Taehyung
19-06-13 PT	Qual é o vosso meme favorito de os BTS?
19-06-13 PT	Embora seja um meme relativamente novo, a introdução de a atuação de os BTS de " Airplane Pt
19-06-15 BR	postou em suas redes sociais a foto de o bilhete e fez referência a o meme de uma entrevista de um vascaíno
19-06-16 BR	O famoso meme de a internet poderia ser aplicado, perfeitamente, para qualquer uma de as filhas
19-06-20 BR	O papagaio falante de a Globo compartilhou um meme com uma foto de ele e a seguinte frase:

19-06-21 BR	Outro meme que repercutiu entre os torcedores chilenos mostra imagens de Ronaldo Fenômeno e Fred
19-06-22 BR	Enquanto outro brincou a o compartilhar um meme de o homem aranha olhando para outro homem aranha
19-06-24 BR	o Corinthians publicou o meme #PqFasÍso e uma mensagem com cutucada a o Palmeiras
19-06-26 BR	A multinacional tentou trazer o " russo de o meme ", torcedor que ficou célebre durante a Copa de 2018

Fonte: DAVIES, 2006.