



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Juracy Pinheiro de Oliveira Neta

A imagem técnico-memética no Facebook

Rio de Janeiro

2016

Juracy Pinheiro de Oliveira Neta

A imagem técnico-memética no Facebook

Dissertação apresentada, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UERJ)

Orientador: Prof. Dr. Erick Felinto de Oliveira

Rio de Janeiro

2016

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

O48 Oliveira Neta, Juracy Pinheiro de.
A imagem técnico-memética no Facebook / Juracy Pinheiro de Oliveira Neta.
– 2016.
167 f.

Orientador: Erick Felinto de Oliveira.
Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Faculdade de Comunicação Social.

1. Comunicação Social – Teses. 2. Imagem – Teses. 3. Computadores e
civilização – Teses. 4. Facebook – Teses. I. Oliveira, Erick Felinto de. II.
Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.
III. Título.

es

CDU 316.77

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

Assinatura

Data

Juracy Pinheiro de Oliveira Neta

A imagem técnico-memética no Facebook

Dissertação apresentada, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGC/UERJ)

Aprovada em 29 de fevereiro de 2016.

Banca examinadora:

Prof. Dr. Erick Felinto de Oliveira (Orientador)
Faculdade de Comunicação Social – UERJ

Prof.^a Dra. Fátima Cristina Régis Martins de Oliveira
Faculdade de Comunicação Social – UERJ

Prof.^a Dra. Beatriz Brandão Polivanov
Universidade Federal Fluminense

Rio de Janeiro

2016

DEDICATÓRIA

A Sergiano Silva, que já sabe o que é em mim.

AGRADECIMENTOS

Ao meu namorado, Sergiano Silva, pelo apoio e incentivo desmedidos, sobretudo nos momentos de crise existencial acadêmica; pelas correções feitas nessa dissertação, bem como pelas críticas benevolentes; pelo café quentinho trazido nas horas certas; e, principalmente, pela calma que me traz quando eu mais preciso.

Aos meus pais, Antônio Augusto e Maria Nancir, pelo amor e também pelo apoio incondicional, mesmo que isso tenha implicado em me mudar para tão longe de casa. Aos meus irmãos Augusto Cesar, Larissa Mara, Milena Dantas e Pedro Augusto; meu primo, Germano Rocha; meu sobrinho Pedro Henrique – aqueles que mais me “atrapalharam” ao longo desses dois anos de pesquisa, seja virtualmente ou em presença, mas que, ao mesmo tempo, me salvaram de ser engolida por ela inúmeras vezes.

Ao meu amigo Josenildo Silva, cuja distância traiçoeira não conseguiu matar o carinho que existe desde idos tempos, deixando apenas o gostinho de saudade. À minha amiga Luana Cerqueira, o presente mais lindo que o Rio de Janeiro me deu, pelo amor, pelos açaís e, sobretudo, pelo sorriso caloroso, que inúmeras vezes me deu confiança para continuar, em especial, nos dias ruins.

À turma do mestrado PPGCOM/UERJ de 2014, com a qual iniciei a minha jornada, mas, especialmente, Aline Sant Ana e Diego Santos, pela companhia constante e pelas conversas sempre instrutivas durante nosso primeiro semestre; mas também Pollyana Escalante, que me incentivou para que eu trabalhasse com memes na minha pesquisa e, gentilmente, me cedeu a página “Suricate seboso” como objeto de estudo, pela presteza em me ajudar sempre que eu preciso. Aos colegas do doutorado, Alessandra Maia, Ivan Mussa e Rafael Barbosa, pelas dicas acadêmicas e pela disponibilidade em tirar minhas inúmeras dúvidas. Aos professores do Programa, pelas excelentes aulas que me fizeram ter certeza de que o meu lugar é na Comunicação. E, não menos importante, aos funcionários da secretaria, tão solícitos em resolver nossas pendências.

Ao meu orientador, Erick Felinto, que me guiou durante a pesquisa, mas também me deu liberdade para que eu escolhesse e trilhasse meus próprios caminhos. Uma frutífera parceria acadêmica que eu espero que perdure.

Por fim, à CAPES, pelo auxílio e suporte dessa pesquisa.

We are built as gene machines and cultured as meme machines.

Richard Dawkins

RESUMO

OLIVEIRA, Juracy. *A imagem técnico-memética no Facebook*. 2016. 167 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

Partindo do modelo fenomenológico da história da cultura proposto pelo filósofo de mídia Vilém Flusser, no qual a mediação do mundo se dá pela alternância entre a imagem, o texto e a imagem técnica como códigos dominantes de cada época, usamos esta última, e as suas potencialidades telemáticas, para compreender a cultura hipermemética que assola a contemporaneidade e que tem no *image macro* a sua maior expressão, sendo este uma figura que conjuga em uma única moldura imagem e texto. Ao realizarmos a interface entre o pensamento flusseriano e esses memes, chegamos à conclusão de que estes são imagens técnico-meméticas que materializam a potência dialógica lúdica que emana das imagens produzidas por aparelhos através de vários temas explorados ao longo dessa dissertação, tais como, agenciamento sociotécnico, criatividade (coletiva), redes como modelo de propagação de informação, diálogo e interação via superfícies imagéticas; mas, sobretudo, estes caracterizam a própria fusão dialética dos dois códigos que têm se transcodificado ao longo de toda a história ocidental, isto é, a imagem e o texto. Tendo como objetivo analisar a forma híbrida do *image macro* no tocante à essa relação imagem-texto, escolhemos como objeto de análise os memes mais compartilhados da *fan page* memética “Suricate seboso” do *site* de rede social Facebook, esta página produz suas montagens através de uma utilização bastante criativa de composições imagéticas feitas com suricates aliada à transcrição da linguagem oral do dialeto cearense; como resultado do nosso estudo de caso, obtemos três regularidades com relação à maneira como ocorre esse imbricamento entre os códigos, a saber: imagem < texto; imagem > texto; imagem = texto. Além disso, dada as especificidades da memesfera brasileira, a nossa opção pelo Facebook se justifica por esse ser o maior *hub* de memes nacional, no qual os *macros* foram alçados ao posto de uma das suas linguagens, encapsulando a utopia de um devir dialógico pelas imagens e se tornando uma rede telememética na qual as potencialidades comunicativas e afetivas dos memes se dão a perceber através de formas de interação como curtidas, comentários e compartilhamentos. Por fim, tornamo-nos jogadores enredados no processo de (re)produção dessas unidades criativas que criam elos e diálogos entre nós ao mesmo tempo que modificam a maneira como imaginamos e conceituamos, tendo em vista que nos expressamos cada vez mais por meio da sua linguagem dialética.

Palavras-chave: Imagem técnica. Meme. *Image macro*. Facebook. Dialética imagem-texto.

ABSTRACT

OLIVEIRA, Juracy. *The technical-memetic image on Facebook*. 2016. 167 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

Having the phenomenological model of cultural history proposed by the media philosopher Vilém Flusser as a starting point, as he grasps the mediation of the world by the alternation between image, text and technical image as the dominant code of each age, we take the latter, as well as its telematic potentialities, in order to comprehend the hypermemetic culture plaguing our current times through its highest expression, namely, the image macro, a figure that combines image and text in a single frame. Interfacing Flusserian thought and these memes, we conclude that they are technical-memetic images, which embody the playful and dialogic power emanating from the images produced by apparatuses through various themes explored along this dissertation, such as, socio-technical agency, (collective) creativity, networks as a model for the spread of information, dialogue and interaction via pictorial surfaces; most importantly, they characterize the dialectical merging of the two codes that have been transcoded throughout Western history, i.e. image and text. Aiming to analyze the hybrid form of the image macro regarding its relation image-text, we choose as object of analysis the most shared memes from the memetic Facebook fan page “Suricate seboso”, which produces their impressive montages through the creative combination of imagery compositions made with meerkats allied with the transcription of the oral language of Ceará, a state with its own Portuguese dialect; as a result of our case study, we defined these three regularities concerning the manners such imbrication of both codes occurs: image < text; image > text; image = text. Moreover, given the specifics of Brazilian memesphere, our choice for Facebook is due to its hegemony as the greatest national hub of memes; in such a social networking website, the macros became one of its languages in a way it does not only encapsulate the utopia of a dialogue with and through images but also becomes a telememetic network in which communicative and emotional potential of memes are materialized by forms of interaction as likes, comments and shares. Eventually, we have become networked players in the process of (re)production of these creative unities that create links and dialogues between nodes at the same time they change the way we imagine and conceptualize as we increasingly express ourselves through their dialectical language.

Keywords: Technical image. Meme. *Image macro*. Facebook. Dialectics of image-text.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	pintura rupestre em Lascaux, caverna no sudoeste da França.....	20
Figura 2 -	plaqueta mesopotâmica datada do terceiro milênio a.C.....	23
Figura 3 -	fotografia da Avenida Paulista	39
Figura 4 -	imagem manipulada da Avenida Paulista	40
Figura 5 -	Grumpy Cat: exemplo de um meme da internet	63
Figura 6 -	o primeiro LOLcat.....	68
Figura 7 -	exemplo do meme Advice Dog.....	70
Figura 8 -	a primeira das Rage Comics.....	71
Figura 9 -	print do videomeme Harlem Shake.....	73
Figura 10 -	exemplo de remix: colagem sobreposta ao afresco de da Vinci	77
Figura 11 -	imagem viral do policromático vestido.....	79
Figura 12 -	exemplo de meme sobre o vestido	81
Figura 13 -	o meme Disaster Girl sobre o vestido	82
Figura 14 -	o meme Grumpy Cat sobre o vestido	83
Figura 15 -	o meme Philosoraptor sobre o vestido	85
Figura 16 -	exemplo de meme da fan page "Este é alguém"	90
Figura 17 -	exemplo de meme da fan page "O que queremos?"	91
Figura 18 -	exemplo de meme textual no Twitter.....	93
Figura 19 -	foto original do "ensaio" de Nana Gouvêa.....	95
Figura 20 -	fotomontagem de Nana Gouvêa no desastre do dirigível Hindenburg	96
Figura 21 -	print do vídeo "10 mandamentos do rei do camarote"	97
Figura 22 -	print do vídeo "Os 10 mandamentos do rei do baile funk"	98
Figura 23 -	exemplo de image macro da fan page "Suricate seboso".....	101
Figura 24 -	outro exemplo de meme da fan page "Suricate seboso"	102
Figura 25 -	exemplo de tirinhamacro do "Suricate seboso"	130
Figura 26 -	Imagem < texto.....	143
Figura 27 -	Imagem < texto.....	144
Figura 28 -	imagem > texto.....	146
Figura 29 -	imagem > texto.....	147
Figura 30 -	imagem = texto.....	148
Figura 31 -	imagem = texto.....	149
Figura 32 -	print da seção de comentários da figura 28	154

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	11
1	A IMAGEM TÉCNICA-DIGITAL E A NOÇÃO DO LÚDICO	16
1.1	Das imagens pictóricas à textolatria	19
1.1.1	<u>O império das letras</u>	22
1.2	Da magia imaginística das imagens técnicas	26
1.2.1	<u>A lógica computacional das imagens digitais</u>	31
1.3	O enredamento contra o agrupamento massivo	41
1.3.1	<u>O jogo dialógico da telemática</u>	44
1.3.2	<u>O devir criativo do <i>homo ludens</i></u>	47
2	OS MEMES E O AMBIENTE DIGITAL	52
2.1	Os replicadores	53
2.2	O meme egoísta	55
2.2.1	<u>As tecnologias meméticas</u>	59
2.3	Os memes da internet	61
2.3.1	<u>Uma arqueologia :-)</u>	65
2.3.2	<u><i>Do the harlem shake</i>: a era hipermemética</u>	73
2.3.3	<u>#thedress ou as qualidades dos memes</u>	78
2.3.4	<u>Por um letramento tecnológico e/ou memético</u>	86
2.4	Os gêneros meméticos	87
2.4.1	<u>Desenhomemes (ou tirinhamemes)</u>	89
2.4.2	<u>Textomemes</u>	92
2.4.3	<u>Fotomemes</u>	94
2.4.4	<u>Videomemes</u>	97
2.4.5	<u><i>Image macros</i></u>	99
3	A FAN PAGE “SURICATE SEBOSO” E A DIALÉTICA DA IMAGEM-TEXTO NA DINÂMICA DAS REDES	105
3.1	Entre atores e redes	107
3.1.1	<u>“<i>Sharing is caring</i>”</u>	116
3.1.2	<u><i>Image macros</i> como linguagem</u>	120
3.2	“Suricate seboso”	126

3.2.1	<u>A dialética imagem-texto</u>	134
3.2.2	<u>Breves notas metodológicas e estudo de caso</u>	140
3.2.2.1	Imagem < texto.....	143
3.2.2.2	Imagem > texto.....	145
3.2.2.3	Imagem = texto.....	147
3.3	O compartilhamento dos afetos	151
	O QUE QUEREM OS MEMES?	156
	REFERÊNCIAS	159

INTRODUÇÃO

(Images) can provide maps of empirical reality, or of Neverlands and utopias. They can be achingly beautiful, ugly, monstrous, wondrous, cute, ridiculous, enigmatic, transparent, or sublime. They can be, in short, anything that human imagination, perception, and sensory experience is capable of fashioning for itself as an object of contemplation or distraction.

W. J. T. Mitchell

Diante desse *pós-tudo* que convenciamos chamar a era em que vivemos, a imagem tem se revelado não apenas um dos códigos por excelência da contemporaneidade, mas, principalmente, uma chave para entender o nosso próprio tempo. Em suma, as palavras, pelo menos aparentemente, não mais nos bastam à medida que pensamos, cada vez mais, através de imagens, em especial, aquelas tecnológicas que se espraiam por todos os lados, todos os espaços e todas as telas.

Tais imagens numericamente descorporificadas, posto que nascidas ou transmutadas para o código digital, por fim, alteram o nosso próprio *estar-no-mundo*. Elas nos olham, do alto do seu universo “pixelizado”, e nos programam ao seu bel-prazer – sem negar, claro, a agência humana, mas ela deseja mesmo é ser enredada por tal magia que delas emana –, isto porque a potência das imagens ultrapassa a simples percepção sensorial dos seus signos e adentra o terreno das afetações de um *além-semântico*.

De qualquer modo, considerando mesmo que estas talvez revelem alguma coisa da *forma mentis* desta época, é possível postular uma espécie de “virada imagética” na cultura contemporânea, ao par da linguística, como propõe W. J. T. Mitchell (1994), posto que as imagens parecem, de fato, ter substituído as palavras como modo de expressão dominante da nossa época. Mais especificamente, desde a invenção da fotografia, passando pelo cinema e pela televisão até o advento da Internet, as imagens têm se proliferado como nunca antes, levando-as a um ponto de quase saturação na cultura contemporânea.

Por conseguinte, a emergência de tais tecnologias pictóricas relegou às superfícies imagéticas a tarefa de serem o código preferencial do mundo atual, de modo que a bidimensionalidade dos planos se tornou um importante, senão vital, portador de informações.

Como efeito, vivemos hoje em uma cultura intrinsecamente visual, dominada por imagens, estímulos, ilusões, cópias, reproduções e fantasias de toda ordem (MITCHELL, 1994, p. 02) que não mais fazem parte do nosso cotidiano, mas se tornaram nosso próprio cotidiano, visto que as novas tecnologias comunicacionais *always-on* mediam as nossas vivências por meios de fotografias, imagens e vídeos que circulam *online* pelo nosso toque nas telas digitais.

Em virtude disso, as superfícies imagéticas têm se tornado, portanto, cada vez mais importantes no nosso entorno, mas estas diferem daquelas de outrora como pinturas, vitrais, iluminuras etc.; as superfícies atuais existem em um número muito maior do que as de antigamente de forma que estamos expostos a elas em uma frequência não apenas maior, mas também constante. Por tudo que foi dito, torna-se urgente a questão de compreender o significado dessas imagens produzidas por aparelhos e a maneira como elas significam o mundo, assim como o papel que elas exercem em nossas vidas.

O que sabemos por hora é que, desde os tempos imemoriais das pinturas nas cavernas com seus mitogramas e pictogramas, o humano carrega uma obsessão em reproduzir o visível, bem como representar também o imaginário (SANTAELLA; NÖTH, 2013, p. 133). Régis Debray (1993, p. 54) afirma que, muito antes da escrita linear, as imagens trataram de tramar um sistema de correspondências simbólicas responsável por afetar as nossas representações subjetivas, contribuindo para manter ou transformar nossa situação do mundo. Por conseguinte, a imagem tem sido, desde então, alvo da mais sublime adoração e da mais bestial iconoclastia – ainda hoje oscilamos, em maior ou menor grau, entre esses dois extremos quando se trata das representações pictóricas¹.

Contudo, na história da cultura ocidental, a imagem não reinou absoluta ao longo dos séculos, mesmo tendo sido a primeira forma de expressão cultural material, foi a escrita que se estabeleceu como forma de registro e de difusão do saber e da cultura, principalmente a partir de Gutemberg, cuja invenção da imprensa no século XV fundou a era das letras. É apenas após o surgimento das imagens produzidas por aparelhos que a hegemonia do texto começa, verdadeiramente, a ser ameaçada pois a partir daí a revolução do pictórico contra o discursivo é marcada pela circulação, cada vez intensa, de signos visuais de modo que imagem e texto passam a coexistir como códigos culturais, nem sempre de maneira pacífica. Impõe-se, então

¹ Dois exemplos recentes, embora extremos, podem tornar perceptível a potência que a imagem carrega nos dias atuais: primeiro, o ataque terrorista ao jornal satírico francês Charlie Hebdo em janeiro de 2015, motivado pelas frequentes caricaturas e charges do profeta islâmico Maomé – cuja representação visual, grosso modo, é vetada pelos muçulmanos – que marcavam presença no semanário; segundo, a fotografia do menino Aylan Kurdi, um sírio refugiado que morreu afogado em uma praia da Turquia também nesse mesmo ano, que virou símbolo da crise migratória que assola a Europa. Não cabe aqui uma análise detalhada de ambos os casos, mas, em suma, é notável em ambos o poder que as imagens têm de nos afetar, seja para chocar ou para comover.

aqui, a seguinte questão: se durante o período de dominância do escrito as imagens continuaram a desafiar sua hegemonia, agora que estas últimas têm ganhado cada vez mais força, o texto é ainda capaz de representar alguma ameaça a elas? O cerne desse questionamento é que parece haver uma diferença fundamental entre os códigos da imagem e da escrita que os torna quase *a priori* históricos; tratam-se não apenas de modos de representação diferentes, mas opostos – sendo a própria história da cultura construída a partir da alternância entre os signos visuais e os linguísticos, cada um deles detentor de modos específicos de representar e de interpretar o mundo.

Todavia, cremos que a resposta para tal dilema talvez resida mesmo em uma terceira via que suplanta a alternância de representações entre o *mundo-como-imagem* e o *mundo-como-texto*, a saber: na dialética entre imagem e palavra – que é, na verdade, uma constante na fabricação de signos culturais. Mitchell (2010, p. 42) explica que é lugar-comum nos estudos de mídia a rígida, e, conseqüentemente, simplista, distinção entre “mídias visuais” como a fotografia, o cinema e a televisão, e “mídias verbais” como os livros e os jornais; enquanto as primeiras, em especial os meios massivos, são marcadas pela combinação entre visualidades e sonoridades, os últimos, os meios impressos, caracterizam-se também pela inclusão de imagens. Ou seja, considerando a materialidade das mídias apontadas, é ingênua a posição essencialista de distinção entre o pictórico e o linguístico, eles mutuamente desafiam as suas definições em termos puristas, insistindo nas aglutinações e até mesmo nas transcódificações.

Em suma, é preciso aceitarmos o fato de que criamos boa parte do nosso universo simbólico através do diálogo entre representações verbais e pictóricas (MITCHELL, 1986, p. 46), não sendo possível renunciar a essa inter-relação, pois escolher apenas um dos lados implica em perder de vista o todo, bem mais complexo porque não limitado aos moldes essencialistas.

* * *

Considerando a breve discussão levantada anteriormente, a presente dissertação almeja, de modo geral, investigar o papel das imagens na atualidade, mais precisamente, o das imagens técnicas, isto é, aquelas produzidas por aparelhos. Tais tecnoimagens, assim como as imagens de outrora, parecem ainda exercer sobre nós fascínios e afetações típicos de certa idolatria ainda remanescente.

Todavia, dirigindo-nos a essas imagens contemporâneas, nos vemos implicados no desafio de delinear a fisionomia de uma subjetividade pós-moderna – para usar uma terminologia um tanto desgastada – que se perfaz em redes sociotécnicas e que tem nas imagens triviais a própria expressão de sua época. Assim, escolhemos como objeto de estudo aqui

justamente o meme da internet, no sentido de realizarmos a leitura das ruínas de nosso tempo a partir do material tido como menor, ou seja, tido como o detrito efêmero e descartável que circula nas redes digitais. A nossa escolha recai sobre os memes porque estes talvez tenham mais a dizer do que as imagens perenes, visto que, como objeto de pesquisa, ainda lhes temos dado pouca atenção. A espécie de meme escolhida nesse estudo é o *image macro*, uma figura dialética que conjuga, concomitantemente, imagem e texto. Partimos, então, do pensamento do filósofo de mídia tcheco Vilém Flusser sobre as imagens técnicas, e suas potencialidades, para esboçarmos um pouco da cultura hipermemética que por hora se apresenta.

Nosso foco de análise sendo o *image macro* e sua relação imagem/texto, nos impõe a seguinte questão de pesquisa: como imagem e texto se articulam nas imagens técnico-meméticas no Facebook? Partimos aqui da premissa central de que a configuração dos *image macros* não só materializa muito do pensamento teórico do Flusser sobre as imagens técnicas – por exemplo: a simbiose e o agenciamento entre o humano e a tecnologia, a liberdade criativa e criadora coletiva, a emergência das redes como modelo de propagação pautada no dialogismo como forma bidirecional de comunicação, a conversação através de imagens, a geratividade da informação e o seu aspecto lúdico etc. –, possibilitando mesmo uma interface entre as tecnoimagens e os memes, de modo que o autor tem muito a contribuir para a criação de uma teoria memética, mas, principalmente, de que tais imagens-texto se caracterizam pela fortuita fusão dos elementos da história da cultura propostos pelo filósofo tcheco, que consistem na transcodificação entre imagem, texto e imagem técnica.

Dessa forma, entendemos isto que chamamos de *imagem técnico-memética* como uma hibridização dos códigos supracitados, uma tendência mesma que perpassa todas as novas mídias (SANTAELLA, 2007), sendo o nosso objetivo na presente dissertação delinear as formas como os hibridismos da imagem e do texto ocorrem nessas espécies sígnicas que são os memes da internet. Para além do pensamento dicotômico e purista sobre esses códigos, pensamos aqui em uma outra via de intercâmbio dialético entre eles: o imbricamento *imagem-texto* através da circularidade do meme – a fusão da experiência visual e textual, claro, implica em uma nova coordenação do olhar, em um vagar livremente pela imagem, ao mesmo tempo que segue a linearidade imposta do texto.

Adicionalmente, tencionamos explorar também a faceta lúdica da atual cultura binária através da figura do meme que, carregando as características das imagens técnicas, abarca também a utopia telemática proposta por Flusser. Estabelecemos, então, uma relação entre tal teorização e o *site* de rede social Facebook, que tem no meme uma de suas principais

linguagens, considerando especialmente o fenômeno das *fan pages* meméticas, que encapsula a promessa flusseriana de devir dialógico com e pelas imagens.

Considerando tudo o que foi proposto, voltemo-nos para a estrutura formal da dissertação. Esta consiste em três capítulos: A imagem técnica-digital e a noção do lúdico; Os memes e o ambiente digital; A *fan page* “Suricate seboso” e a dialética da imagem-texto na dinâmica das redes. O primeiro deles esmiúça o modelo fenomenológico da história da cultura proposto por Flusser que, em uma perspectiva comunicacional, é encarada através da mediação do mundo pela imagem e pelo texto. Além disso, intentamos abordar nele a potência dialógica messiânica antevista pelo autor a partir das imagens técnicas, isto é, a sociedade telemática, nela seria possível o agenciamento criativo entre homens e tecnologias através das imagens binárias, trazendo em si o aspecto lúdico de um jogo puramente informacional.

Quanto ao segundo capítulo, nele traçamos o histórico do meme, a unidade mínima de propagação da cultura, que surge com Richard Dawkins (2006) no campo da biologia e, inesperadamente, é apropriada pelos usuários da Web, em especial, a partir da segunda metade dos anos 2000. Adicionalmente, mapeamos a cronologia dos memes da internet até o seu ponto de saturação na atual cultura hipermemética; por fim, propomos uma tipologia dos gêneros meméticos mais disseminados na memesfera brasileira – tendo em vista que muito da literatura sobre memes é estrangeira e contempla fenômenos, muitas vezes, alheios ao nosso contexto (ciber)cultural.

No terceiro capítulo, propomos que no *site* de rede social Facebook – talvez um dos maiores *hubs* de memes nacionais através das páginas que publicam incessantemente seus *image macros* –, as unidades meméticas foram alçadas ao patamar de uma linguagem, isto é, ganhando um recorte e um arranjo específicos no sentido de empacotar uma dada mensagem; por conseguinte, entendemos que a utopia de um devir dialógico pelas imagens é atualizada para uma espécie de *telememética*, se considerarmos as claras potencialidades comunicacionais dos memes. Em seguida, empreendemos um estudo de caso acerca da *fan page* memética “Suricate seboso” no tocante à maneira como a simbiose entre imagem e texto é articulada nos seus memes regionais. Por último, tratamos da questão da materialidade na propagação dos memes, isto é, um compartilhamento que propicia contatos imediatos mais marcados pelos afetos do que pelos sentidos, denotando, então, uma lógica tautológica de uma replicabilidade que existe *per si*.

1 A IMAGEM TÉCNICA-DIGITAL E A NOÇÃO DO LÚDICO

E não apenas o universo, também nós somos feitos de virtualidade. *We are made on such stuff dreams are made on.*

Vilém Flusser

Vilém Flusser (1920-1991), nascido na capital da Tchecoslováquia, Praga, foi fruto de uma geração desta cidade com uma ativa vida cultural e intelectual; não à toa, sua formação se dá através do cruzamento de três culturas: a tcheca, a judaica e a alemã. Com a eclosão da Segunda Guerra Mundial em 1939, ele foge primeiro para a Inglaterra, onde passaria uma breve temporada, e depois para o Brasil, estabelecendo-se na cidade de São Paulo, de onde sairia apenas em 1972 para retornar à Europa.

Durante esse período de estadia em nosso país, mais precisamente por volta dos anos 1960, ele iniciou sua carreira acadêmica atuando como docente em cursos superiores de Filosofia e Comunicação em algumas instituições, dentre elas, a Universidade de São Paulo. Nesse ínterim, constam também as primeiras edições de seus livros em língua portuguesa bem como diversas publicações em jornais e revistas nacionais de grande circulação.

No retorno ao Velho Continente, ele viveu uma espécie de ostracismo intelectual, dado que seus manuscritos eram constantemente rejeitados pelas editoras alemãs e nesse período, inclusive, há poucas publicações suas em revistas estrangeiras. A situação muda radicalmente quando é publicado o livro *Für eine Philosophie der Fotografie* em 1983, sua obra mais conhecida, a partir daí o autor é alçado internacionalmente ao posto de “profeta das novas mídias”, tal qual Marshall McLuhan o fora antes dele.

De modo geral, o pensamento de Flusser é um objeto de difícil categorização, visto que a sua formação intelectual praticamente autodidata – já que a guerra o impediu de concluir o curso de Filosofia – o distancia do estilo acadêmico usual. Primeiramente, a escolha da forma ensaística como gênero de escrita preferencial dificulta o rastreamento de fontes e influências no seu trabalho, além de permitir o uso de uma linguagem, digamos, mais provocativa. Em segundo lugar, há uma multiplicidade de temas e de pontos de vista que é bastante singular na produção flusseriana; em virtude disso, o autor lida de maneira desenvolta com assuntos que vão desde arte, literatura e filosofia até design, comunicação e mídias eletrônicas, dentre muitos outros. É digno de nota também o estilo de escrita multilinguístico ao qual ele era afeito, posto

que a maioria dos seus textos era escrita em duas ou mais línguas dentre elas o português, o alemão, o inglês e o francês; no caso, as obras que o filósofo tcheco traduzia de uma língua à outra consistiam em mais do que meras traduções, elas eram, na verdade, novas versões com variações dos mesmos argumentos.

De todo modo, partindo do esforço de definir fronteiras claras na obra de Vilém Flusser – tarefa sempre indigna porque limitante de um todo bem mais complexo –, podemos identificar duas fases principais em seu pensamento: a primeira, uma filosofia da língua, que ele desenvolve ao longo de sua estadia no Brasil; a segunda, uma filosofia da mídia, que tem início, mais ou menos, com o seu retorno à Europa – no sentido de entender os impactos socioculturais que a ascensão das tecnologias eletrônicas e, principalmente, as binárias começavam a esboçar.

É esta fase mais madura de sua obra que nos interessa aqui. Nela o filósofo elabora uma teoria da comunicação que tem a informação como elemento basilar para pensar questões como a tríade armazenamento/processamento/transmissão, os códigos imagéticos e textuais e suas (re)traduções bem como a materialidade dos meios (FELINTO; SANTAELLA, 2012, p. 19). Por conseguinte, é notável que ele antecipa uma série de problemáticas características do pensamento contemporâneo sobre as mídias, razão pela qual Friedrich Kittler (2014, p. 13) o considera mesmo o “herói fundador da ciência midiática atual”².

Flusser, ao lidar com as estruturas comunicacionais e a artificialidade de seus códigos, se interessa pelas questões filosóficas, em especial fenomenológicas, no sentido de desvendar o papel das mídias na (de)codificação do mundo na contemporaneidade, isto é, as estruturas de pensamento que lhe são resultantes. Assim, os aparatos são tomados na sua dimensão intersubjetiva e são questionados sobre as maneiras como eles alteram o nosso estar-no-mundo e a nossa relação com os outros, sobre os novos gestos que eles acarretam e sobre as suas implicações filosóficas (GULDIN, 2011, p. 101).

Destarte, os códigos desempenham um papel fulcral na nossa própria experiência de mundo, no entanto, esses sistemas sígnicos ordenados por regras dão a perceber toda a sua convencionalidade e artificialidade. Flusser explica que

um código é um sistema de símbolos. Seu propósito é tornar a comunicação entre pessoas possível. Porque símbolos são fenômenos que substituem (“representam”) outros símbolos, a comunicação é um substituto: ela substitui a experiência “daquilo

² Vale notar que o pensamento midiológico do tcheco tem inúmeras, e reconhecidas, interfaces com aquilo que ficou conhecido como teoria da mídia alemã que conta com autores como Friedrich Kittler, Siegfried Zielinski, Wolfgang Ernst e outros. Não à toa, Flusser goza de maior reconhecimento intelectual na Alemanha do que em nosso país.

que ela tenciona”. As pessoas devem se fazer compreensíveis através de códigos porque elas perderam o contato direto com o significado dos símbolos. O homem é um animal “alienado” que deve criar símbolos e ordená-los em códigos se ele quiser preencher a lacuna entre ele e o “mundo”. Ele deve tentar “mediar”. Ele deve tentar dar significado ao “mundo” (FLUSSER, 2002, p. 36-37).

Claro que como seres simbólicos, o acesso imediato ao mundo nos é vetado, assim, mediamos tal relação com signos de toda sorte, almejando representar e interpretar a nossa própria realidade. Dessa forma, Flusser identifica que as mudanças antropológicas essenciais são reflexos das mudanças nos códigos dominantes em cada época da história; assim, ele propõe duas revoluções fundamentais na cultura ocidental, a saber: a imagem e o texto; portanto, a história da cultura no Ocidente é marcada justamente pela alternância desses dois códigos, que têm se superado, respectivamente, ao longo dos séculos. Rainer Guldin (2011, p. 102) observa que tais códigos atuam em uma série de processos de tradução e retradução: a realidade é codificada inicialmente nas imagens pictóricas; posteriormente, estas são “desenoveladas” pela linearidade da escrita e do texto; por último, o código alfanumérico serve de substrato para os avanços tecnológicos que deram origem às imagens técnicas.

Como mediações, esses códigos estão sujeitos à uma dialética interna, visto que quando uma coisa representa outra, ela se coloca na frente daquilo que é representado, conseqüentemente, o código em uso acaba vedando o acesso àquilo que ele deseja representar, podendo fazer com que ele deixe de ser uma representação e tenha um fim em si mesmo, isto é, transformando-se em idolatria e textolatria – ou seja, age-se em função do código e não mais para explicar ou modificar o mundo.

E é justamente o caráter de opacidade das imagens tradicionais e do texto nas suas representações da realidade que os levou a serem “superados”³ pelas imagens produzidas por aparelhos. Tencionando pensar esta última e os passos dados para chegarmos até elas, posto que é o nosso código dominante na contemporaneidade, Vilém Flusser propõe na sua obra *Filosofia da caixa preta* (2011a) um modelo linear⁴, melhor dizendo, fenomenológico, da história da cultura a partir dos códigos supracitados. A análise estrutural desses estágios pretende mapear a nossa condição atual, a saber, sob os encantos da matéria binária; dessa

³ Reiteramos aqui as aspas sobre o termo superação pois tal percepção progressista seria um tanto simplista de nossa parte. Embora o próprio Flusser seja frequentemente dúbio quanto à essa questão, oscilando entre o pessimismo pela decadência do texto e o otimismo de uma possível incorporação do mesmo nos códigos técnicos, entendemos que a relação entre esses códigos consiste em traduções que tratam de integrar, de alguma forma, o código anterior no subsequente. Isto sem falar, claro, na possibilidade de formas híbridas como resultado da sobreposição de códigos.

⁴ Tal linearidade deve ser compreendida de maneira não-literal, mas apenas como um artifício didático para o exercício teórico pretendido.

forma, a sucessão desses níveis não “visa validade geral”, mas serve apenas “de gancho sobre o qual se possa pendurar o problema das tecno-imagens” (FLUSSER, 2008, p. 17-18).

O nosso caminho até as tecnoimagens se dá em uma escalada abstracional progressiva: no começo, a *tridimensionalidade* da manipulação do real com todas as suas formas e volumes, transformado em “circunstância” objetiva pela ação humana; depois a *bidimensionalidade* da visão registrada superficialmente em forma de cena, abstraída de sua profundidade; em seguida, a *unidimensionalidade* das linhas escritas que tornam as cenas processos narráveis; e, no ápice da abstração, a *zerodimensionalidade* das imagens sintéticas computacionais, que através do tatear das teclas calculam o concebível (FLUSSER, 2008, p. 15-18).

Logo, a história da evolução histórica desses códigos é concebida como uma série de desapontamentos e desilusões acerca da habilidade deles de mediar a nossa relação com a realidade, visto que

cada novo código promete, no início, nos libertar da predominância do anterior, apenas para se tornar predominante por seu próprio turno. Com o último estágio, no entanto, o processo finalmente parece chegar ao fim, abolindo definitivamente a dualidade entre humanos e realidade, substituindo-a pelo completo e conscientemente mundo fabricado de absoluta artificialidade projetado na tela do nada que nos cerca. Não há mais “mundo lá fora”. Nós apenas encontramos os códigos que nós mesmos criamos dialogicamente e os reconhecemos inteiramente como o resultado da nossa própria conquista coletiva (GULDIN, 2011, p. 106).

Contudo, antes de avançarmos até o ponto atual das tecnoimagens, voltemos para os primeiros códigos no sentido de compreender como chegamos aqui.

1.1 Das imagens pictóricas à textolatria

O mundo como objeto passível de manipulação está à distância do comprimento dos nossos braços, mas um passo para trás e tal circunstância já escapa de nossas mãos. Tomando esse distanciamento, não apenas nos afastamos do concreto como também recuamos para dentro de nossa própria subjetividade. Embora não possamos mais “tocar” aquele real, este passa a se apresentar como fenômeno manifesto subjetivo diante de nossos olhos. Contudo, trata-se de manifestação efêmera e transitória, assim, no intuito de fixar tal visão e intersubjetivá-la – isto é, informá-la tendo uma parede rochosa como suporte de modo que, tornada acessível por meio de sua publicação, possa orientar a mim e aos outros nesse mundo – devemos codificá-la

simbolicamente para que possa ser compreendida por todos. Por conseguinte, a caverna é superfície que armazena o registro daquele avistamento, representa-o através da habilidade de imaginar. Logo, é provável que tenha sido assim que surgiram as imagens nas cavernas de Lascaux (figura 1) vinte mil anos atrás.

Figura 1 - pintura rupestre em Lascaux, caverna no sudoeste da França



Fonte: WIKIPÉDIA, 2015.

Na referida pintura rupestre são representados dois auroques, um tipo de bovino já extinto, nas extremidades direita e esquerda; um cavalo na parte superior e alguns veados no centro da imagem. Especula-se que o complexo de cavernas de Lascaux, que guarda essa e inúmeras outras imagens pictóricas desse tipo, tinha por função a projeção imagética para fins ritualísticos e cuja visualização traria bons agouros para a caça. Logo, tais cenas seriam mapas de circunstâncias vividas⁵ e/ou circunstâncias desejadas, ou melhor, modelos para a ação no mundo.

Nesse sentido, essas primeiras imagens pictóricas podem ser consideradas “superfícies que pretendem representar algo. Na maioria dos casos, algo que se encontra lá fora no espaço e no tempo” (FLUSSER, 2011a, p. 21). Sendo assim, tal representação imagética é resultado do esforço de abstração das dimensões espaço-temporais para conservar a figuração na

⁵ Outra explicação plausível para a existência dessas imagens poder ser o mero registro de algo vivido que busca a eternização daquilo que foi observado já que a fixação do instante em um suporte pode muito bem se tratar da própria luta contra o caráter perecível e provisório da nossa existência. Em suma, comunicamos para permanecer quando não mais aqui estivermos. FLUSSER, Vilém. *Writings*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2002, p. 04.

dimensão apenas do plano; dessa forma, para dar significado à imagem é preciso vagar os olhos sobre ela para reincorporar as dimensões abstraídas. Os eventos do real substituídos pelas cenas formadas pictoricamente criam, portanto, um nível de consciência novo, o *imaginativo*, capaz da dupla tarefa de codificar as circunstâncias em símbolos e de decodificar símbolos em circunstâncias, isto é: fazer e decifrar imagens. Tal consciência é que permite a existência de um rico universo simbólico intersubjetivado entre todos.

As ideias que compõem a imagem demandam, então que estabeleçamos entre elas relações significativas, logo, a temporalidade de sua apreensão é circular. Com efeito, o tempo e o olhar circulam ao seu redor intentando apreendê-la: trata-se da magia do eterno retorno (FLUSSER, 2011a, p. 22). Em suma, o tempo projetado pelo olhar sobre ela é cíclico, nesse caso, é o tempo da pré-história das ideias circulares nas imagens que, com seu caráter mágico-mítico, produzem encantamentos naqueles que as veem.

Tais imagens, longe de apenas almejarem enriquecer o código simbólico partilhado, objetivam, principalmente, representar bem como transmitir o código daquele mundo que a pouco vira nascer o humano. “São elas superfícies que fixam e publicam visões da circunstância passadas pelo crivo de um mito. Significam circunstância simbolizada por mito. E o fazem ao abstraírem da circunstância a sua profundidade. São elas mapas míticos do mundo” (FLUSSER, 2008, p. 21-22). Por conseguinte, elas significam o próprio período da magia como explicação do mundo com seu animismo intrínseco, seus rituais e suas divindades; significam uma temporalidade de eterno retorno que ignora as relações causais; e significam, sobretudo, a ausência de uma linearidade histórica, que surge apenas com o advento da escrita.

No entanto, como código simbólico cuja função é intermediar a nossa relação com o mundo, a imagem começa a se interpor entre nós e aquilo que ela deveria representar, de forma que, embora leiamos os códigos, somos incapazes de decifrá-los porque deixaram de ser mapas do mundo e se tornaram biombos, passamos a adorar as imagens. Cega idolatria.

O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas. Tal inversão da função das imagens é idolatria. Para o idólatra – o homem que vive magicamente –, a realidade reflete imagens (FLUSSER, 2011a, p. 23).

Ao invés de orientarmo-nos no mundo objetivo com a ajuda da imagem, invertemos tal lógica, passamos a nos orientar na imagem com a ajuda do mundo. Elas perdem sua função primeva e passam a existir tautologicamente: *a imagem pela imagem*. Observamos o mundo apenas para fazer imagens, visto que elas não mais o representam, tornando-se superfícies que

tem fim em si mesmo. Por isso mesmo os primeiros escribas eram iconoclastas, eles perfuravam as imagens “adoradas” no sentido de torná-las novamente transparentes para nós.

Porém, antes de adentrarmos no estágio cultural do texto, que se tornou hegemônico apenas no século XV com a invenção da prensa móvel por Gutemberg, convém tornamos o pensamento de Vilém Flusser menos esquemático e incluímos também nesse primeiro momento outras imagens pictóricas tradicionais, isto é, todas aquelas cujo modo de produção é artesanal, identificadas como o paradigma pré-fotográfico por Lucia Santaella e Winfried Nöth (2013), tais como: o desenho, a pintura e a gravura. Elas são caracterizadas pela habilidade de plasmarem o visível e o invisível por meio da imaginação visual, são figurações por imitação – algo como uma imagem-mimese –, ou mais propriamente: figurações da imaginação da nossa visão. Sendo

imagem-espelho, aparência, semblante e miragem, a imagem pré-fotográfica funciona como uma metáfora, janela para o mundo. Nela, o real é imaginado por um sujeito através de um sistema de codificação ilusionista. Seu ideal de simetria deixa evidente o modelo imaginário do qual parte. Por mais figurativa que possa ser, ela é sempre uma imagem evocativa, que alude a um mundo que não existe porque ainda traz dentro de si resíduos do divino; por isso mesmo, embora seja eminentemente monádica, o efeito final desse tipo de imagem é, ao fim e ao cabo, simbólico. Imagem fantasmática, ela visa ao ocultamento da separação intransponível entre imagem e mundo (SANTAELLA; NÖTH, 2013, p. 177).

Por fim, um ponto crucial em tais imagens é a materialidade do seu suporte, a sua fisicalidade, que, em todos os casos, serve ao papel de armazenamento e transmissão. Por isso mesmo, elas carregam um caráter de unicidade, são objetos únicos que precisam de reclusão como forma de assegurar a sua conservação; assim, para escapar da precibilidade mundana, elas adentram os espaços dos templos, dos museus, das galerias etc. (SANTAELLA; NÖTH, 2013, p. 178). Por outro lado, o seu acesso imediato, embora restrito, lhes confere um caráter um tanto sagrado dentro da sua autenticidade, uma “aura” como diria Walter Benjamin (1994), algo que a profana reprodutibilidade técnica, com a sua serialidade, acaba por transformar na repetição mesma de transitoriedades.

1.1.1 O império das letras

No segundo milênio a.C. surgiram aqueles empenhados em lembrar a função originária das imagens, isto é, representar o mundo; eles passaram a rasgá-las objetivando abrir

a nossa visão para o mundo concreto escondido por trás delas e, em seguida, as superfícies pictóricas, agora desafiadas, foram dispostas em linhas de forma a alinhar o pensamento imaginístico (FLUSSER, 2011a, p. 24). Eis que surge na Mesopotâmia a escrita linear⁶ pautada na complexa relação entre palavras-sinais e fonogramas, ou seja, grafemas que representam fonemas. As cenas das imagens, em seu tempo cíclico, começam a ser transcodificadas em processos lineares, portanto, indo do confuso e compacto código das imagens para o claro e distinto código da escrita. Trata-se do início da consciência histórica, ou seja, a consciência mesmo da linearidade causal.

Figura 2 - plaqueta mesopotâmica datada do terceiro milênio a.C.



Fonte: THE BRITISH MUSEUM, 2015.

Obviamente, a transição da imagem à palavra se dá de maneira processual tanto que nas plaquetas dos dois milênios anteriores (figura 2), isto é, o período da escrita proto-cuneiforme, ainda é possível perceber a intrincada relação entre escrita e imagem. O suporte de argila acima, por exemplo, trata-se de uma listagem que contabiliza e descreve o racionamento de comida

⁶ Embora ainda restem elementos pictográficos, a escrita cuneiforme dos sumérios se trata da primeira com esforços eminentemente fonéticos. Vale ressaltar que, concomitantemente a ela, surgiram outros sistemas de escrita ainda rudimentares no Egito, na China e na Mesoamérica – todas elas civilizações sedentárias marcadas pela urbanização.

para cerca de quarenta pessoas (certamente trabalhadores) durante cinco dias – a numeração dos dias se encontra na extrema esquerda –; nele é possível perceber o emprego de pictogramas no sentido de simbolizar a partilha de grãos e os seus destinatários.

Tal sistema de escrita com notações numéricas evidencia sua origem ligada a registros de contabilidade que vão evoluindo gradativamente para uma escrita pictográfica e, posteriormente, ideográfica, passando a incluir elementos fonéticos, além de sílabas e números (WALKER, 1987); nesse interim, à medida mesmo que vai se complexificando, intensifica-se o seu uso burocrático na administração de templos e palácios, nas transações comerciais, nas leis e no poder religioso⁷.

Flusser explica que, ao observarmos certas plaquetas,

pode-se ver que o propósito original da escrita era facilitar o deciframento das imagens. Aquelas plaquetas contêm imagens impressas com selos cilíndricos e símbolos “cuneiformes” riscados nelas com buril. Os símbolos “cuneiformes” formam linhas e elas obviamente significam a imagem que acompanham. Elas a “explicam”, a “recontam” e a “contam”. Elas o fazem desenrolando a superfície da imagem em linhas, desembaraçando o tecido da imagem nos fios de um texto, tornando “explícito” o que estava “implícito” dentro da imagem (FLUSSER, 2002, p. 63-64).

Em outras palavras, passamos a contar a imagem e o imaginador de outrora se transforma em contador.

Mas é apenas com o desenvolvimento do alfabeto grego por volta do século IX a.C, influenciado pelo alfabeto consonantal dos fenícios, que a abstração da tecnologia alfabética (Cf. MCLUHAN; MCLUHAN, 1988) começa a demonstrar as suas potencialidades⁸. Em virtude disso, “as letras formam linhas, as linhas formam textos, e esses textos avançam contra as imagens” (FLUSSER, 2014, p. 135). E assim surgem os discursos filosóficos, científicos, literários etc., posto que apenas a conceituação abstrata da escrita é que permite que estes se realizem, afastando-nos, com o seu pensamento crítico, da idolatria e do mito por meio de explicações causais dos fenômenos que nos rodeiam.

⁷ O impacto da invenção da escrita nas civilizações antigas foi tamanho que sua origem foi atribuída, e reverenciada, a divindades como Tot no Egito, Nabu na Mesopotâmia e Cangjie na China. É justamente esse caráter mítico que marca o monopólio teocrático sob ela, tornando o letramento para tal código perpassado por questões de poder e de conhecimento restritos a um grupo social limitado – razão pela qual os escribas eram dotados de tamanho prestígio. LIU, Lydia H. Writing. In: MITCHELL, W. J. T.; HANSEN, Mark. *Critical terms for media studies*. Chicago: University of Chicago Press, 2010, p. 314.

⁸ Uma dessas potencialidades, por exemplo, é que a escrita trata de inaugurar a transmissão de símbolos à distância, no espaço e no tempo, visto que a portabilidade dos potenciais suportes do texto possibilita tal feito. DEBRAY, Régis. *Media manifestos: on the technological transmission of cultural forms*. London: Verso, 1996, p. 27.

Logo, o gesto de escrever corresponde, de alguma forma, ao próprio ato de alinhar e orientar o pensamento (FLUSSER, 2010, p. 20), razão mesma de ser a escrita o código que suporta e transmite a cultura ocidental por vários séculos, justamente pela sua capacidade de analisar e criticar o mundo. As linhas unidimensionais dos textos representam a realidade através da projeção de elementos que se sucedem em forma de processo, criando a própria possibilidade de pensamento histórico pela tradução, de maneira linear, de ideias em conceitos.

Dessa forma, o método da escrita, com a organização sistemática dos elementos linguísticos, permite o desvendamento da faculdade da imaginação ao explicar as imagens. É com esse objetivo que a escrita é criada: explicar as imagens. Para tanto,

a escrita se funda sobre a nova capacidade de codificar planos em retas e abstrair todas as dimensões, com exceção de uma: a da *conceituação*, que permite codificar textos e decifrá-los. Isto mostra que o pensamento conceitual é mais abstrato que o pensamento imaginativo, pois preserva apenas uma das dimensões do espaço-tempo. Ao inventar a escrita, o homem se afastou ainda mais do mundo concreto quando, efetivamente, pretendia dele se aproximar. A escrita surge de um passo para além das imagens e não de um passo em direção ao mundo. Os textos não significam o mundo diretamente, mas através de imagens rasgadas. Os conceitos não significam fenômenos, significam ideias. Decifrar textos é descobrir as imagens significadas pelos conceitos. A função dos textos é explicar imagens, a dos conceitos é analisar cenas. Em outros termos: a escrita é metacódigo da imagem (FLUSSER, 2011a, p. 24-25).

Portanto, em última instância, todo texto é ainda transcodificação de imagem. E a imaginação que é inerente à esta última é traduzida para a *conceituação*, a capacidade de compor e decifrar textos.

Entretanto, no tocante ao tempo histórico originado com a escrita, que institui a percepção de progressão linear (causal) do real, este passa a ser apreendido conscientemente apenas com a invenção da tipografia. A partir daí a escrita se torna amplamente reproduzível e aquele processo iniciado no segundo milênio a.C, uma forma de pensamento conceitual, por assim dizer, encontra o seu ápice, gestando o próprio nascimento das sociedades modernas, em consonância com aquilo que McLuhan chamou de a galáxia de Gutemberg (2002). O canadense propõe que como resultado da reprodução mecânica do texto, cria-se todo um ecossistema sociocultural pautado na sobrevalorização do texto e dos documentos, fazendo emergir os estados nacionais e uma cultura urbana comercial, além de contribuir para o estabelecimento de uma série de ideias bastante caras ao pensamento ocidental, tais como: democracia, capitalismo, individualismo, racionalismo etc.

Se antes da imprensa o acesso ao texto, em termos tanto de escrita quanto de leitura, era restrito às camadas sociais mais abastadas, ela, concomitantemente com a educação

compulsória, dá início à “revolução” da cultura letrada, visto que a produção em larga escala, barateia os livros, massificando-os ao ampliar o seu acesso, de modo que livros, jornais e panfletos se tornam acessíveis, em termos, até para camadas mais pobres. A cultura histórica é generalizada e o pensamento conceitual derrota o mágico-imaginístico, compelindo este último ao refúgio nos guetos dos museus e das exposições, deixando de influenciar diretamente a vida cotidiana (FLUSSER, 2011a, p. 34).

Por outro lado, ao longo do seu período hegemônico, os textos vão se tornando cada vez mais herméticos, dificultando o deciframento de seus conceitos. Eles passam a não mais mediar a relação entre nós e as imagens, não dando a perceber a suas ideias constituintes, ou melhor, tapando os seus significados; dessa forma, eles perdem sua função original e passamos a viver em função deles, na *textolatria*, ou adoração do texto. Tão alucinatória quanto a *idolatria* das imagens, Flusser (2011a, p. 26) aponta que a fidelidade ao texto é facilmente encontrada tanto nas ideologias políticas e nas religiosas quanto nas ciências.

No entanto, não decretemos, por enquanto, a sua derrocada, posto que a escrita alfabética, que surge, de fato, como uma tecnologia alfanumérica, encontra-se no próprio cerne dos desenvolvimentos técnico-científicos que trataram de gerar as tecnoimagens, desde o daguerreotipo até o computador digital.

1.2 Da magia imaginística das imagens técnicas

As tecnoimagens, isto é, as imagens produzidas por aparelhos, têm por função nos emancipar do pensamento conceitual, agindo, nesse sentido, contra a consciência histórica ao estabelecer novamente uma consciência mágica, dessa vez de segunda ordem (FLUSSER, 2011a, p. 33). E, assim, embora Flusser acredite que sua finalidade última é eliminar o texto, aquele código que tratava de “desmagicizar” as primeiras imagens que nos orientaram no mundo, à medida que surgem as novas imagens, elas acabam por “remagicizar”, de alguma forma, também o texto e a escrita no processo mesmo de transcodificação. Eis, então, a *pós-história*⁹, em suma, o processo circular que retraduz textos em imagens: a nossa era. Portanto,

⁹ A ideia de pós-história flusseriana longe de implicar o fim da história e dos seus processos de mudança, tal qual propôs Fukuyama, representa, na verdade, um novo momento de codificação cultural, dessa vez técnico, caracterizado pelo fim da consciência histórica como forma dominante de pensamento. Assim, os eventos deixam de ser interpretados de maneira linear como outrora.

somos testemunhas, colaboradores e vítimas de uma revolução cultural na qual agora, inegavelmente, vivemos imersos.

Um dos sintomas dessa revolução é a emergência das imagens técnicas em nosso torno. Fotografias, filmes, imagens de TV, de vídeo e dos terminais de computador assumem o papel de portadores de informação outrora desempenhado por textos lineares. Não mais vivenciamos, conhecemos e valorizamos o mundo graças a linhas escritas, mas agora graças a superfícies imaginadas. Como a estrutura da mediação influi sobre a mensagem, há mutação na nossa vivência, nosso conhecimento e nossos valores (FLUSSER, 2008, p. 15).

O império do código imagético desencadeia, então, uma nova *forma mentis* que, embora reconheçamos, ainda tardamos a compreender de todo; dessa forma, uma crescente miríade de aparatos técnicos mediam a sua produção e a sua reprodução em uma complexa ecologia midiática. Tais tecnoimagens são superfícies que transcodificam novamente processos lineares em cenas imaginísticas – assim como o texto operara de maneira oposta, anteriormente, no sentido de alinhar as imagens pictóricas –, de forma que, como é próprio à toda imagem, elas emanam um fascínio mágico palpável sobre o seu observador, que tende a projetar tal magia sobre o mundo. E, por conseguinte, agimos em função delas, em função da sua programação sobre nós.

É engano pensar, no entanto, que as novas imagens provenientes dos aparelhos se assemelham àquelas bidimensionais que lhe foram anteriores, isto porque,

historicamente, as imagens tradicionais precedem os textos, por milhares de anos, e as imagens técnicas sucedem aos textos altamente evoluídos. Ontologicamente, a imagem tradicional é abstração de primeiro grau: abstrai duas dimensões do fenômeno concreto; a imagem técnica é abstração de terceiro grau: abstrai uma das dimensões da imagem tradicional para resultar em textos (abstração de segundo grau); depois, reconstituem a dimensão abstraída, a fim de resultar novamente em imagem. Historicamente, as imagens tradicionais são pré-históricas; as imagens técnicas são pós-históricas. Ontologicamente, as imagens tradicionais imaginam o mundo; as imagens técnicas imaginam textos que concebem imagens que imaginam o mundo (FLUSSER, 2011a, p. 29-30).

Desse modo, a nova magia que sucede a consciência história não visa interpretar o mundo lá fora, mas sim os conceitos em relação a este, ou seja, a própria codificação textual do mundo. Trata-se, conseqüentemente, de magia de segunda ordem, posto que enquanto as imagens tradicionais ritualizavam modelos e mitos, a atual ritualiza programas (FLUSSER, 2011a, p. 33)

Visto que a codificação do texto em forma de tecnoimagem torna esta meta-código do primeiro, decifrar as imagens técnicas consiste em reconstituir mesmo os textos que estas

significam, visto que os seus significados giram justamente em torno do universo conceitual – em suma, elas precisam do texto no processo de “deciframento” pelo receptor – denotando, então, o que ainda resta de textual no pictórico. Adicionalmente, os aparelhos produtores de imagens – na verdade brinquedos que simulam pensamentos – são produtos da técnica, ou seja, são textos científicos aplicados provenientes de equações físicas, químicas e matemáticas; por consequência, as tecnoimagens são, inegavelmente, produtos indiretos de textos. Portanto os *gadgets*, e até mesmo os programas que os constituem, resultam do código alfanumérico.

Apesar disso, Flusser observa que “parece não haver quase ou absolutamente nenhum futuro para a escrita, no sentido de sequência de letras e de outros sinais gráficos. Hoje em dia, há códigos que transmitem melhor a informação do que o dos sinais gráficos” (FLUSSER, 2010, p. 17). Ele se refere, obviamente, aos códigos binários, estes capazes de produzir, armazenar e transmitir informação de maneira mais eficiente do que o código textual jamais pudera.

Nesse sentido, a informação, tendo se tornado mesmo um conceito central na cultura atual (FLUSSER, 2014, p. 273), desde que passou a ser registrada e transmitida no campo magnético, compeliu os códigos digitais contra as letras, tencionando superá-las. O engajamento do alfabeto contra a magia e o mito representados pelo pensamento imaginístico sofre agora uma revanche: as imagens baseadas em códigos binários avançam contra a linearidade do texto e o seu pensamento progressivo, de modo a substituí-lo por um pensamento, por assim dizer, cibernético¹⁰.

Dada a cronologia das tecnoimagens, a imagem digital, em especial a sintética, é o exemplo mais acabado de imagem “calculada” por aparelhos; no entanto, já na fotografia, a primeira das imagens técnicas, é possível perceber a natureza calculada e computada dos seus elementos pontuais, posto que esta se trata de um suporte imaterial que carrega uma situação informativa criada pelo diálogo entre uma memória técnica e outra humana (FLUSSER, 2008, p. 112), a partir das quais é formada uma superfície imagética, na verdade, um mosaico.

Assim, elas são superfícies imaginadas, por assim dizer, a partir da computação de partículas, de modo que a sua ontologia consiste em um gesto técnico de reagrupamento de pontos para formar superfícies, partindo, portanto, do abstrato da *nulodimensionalidade* para o concreto. Em última instância, sob uma inspeção microscópica, são apenas um amontoado de

¹⁰ O pensamento da segunda fase de Flusser, como um todo, é fortemente atravessado tanto pela terminologia conceitual quanto pelas problemáticas da cibernética, revelando-se uma clara influência ao longo de sua obra madura. Cf. FELINTO, Erick; SANTAELLA, Lucia. *O explorador de abismos: Vilém Flusser e o pós-humanismo*. São Paulo: Paulus, 2012.

partículas que, na escala micro, não permitem antever o todo superficial que se mostra aos nossos olhos.

Esse ato de concretizar o abstrato em superfície técnica, consiste, então, em uma imaginação ao quadrado, ou melhor uma visualização, que denota mesmo um nível de consciência novo que começa a emergir a partir da prova única sobre metal oriunda do daguerreotipo, que faz com que a imagem entre finalmente na era de sua reprodutibilidade técnica (BENJAMIN, 1994), posto que se nas imagens tradicionais a informação está impregnada em um suporte, o que lhe confere um caráter único, na fotografia, o seu valor se encontra na própria informação carregada em seu negativo, o que a torna multiplicável e reprodutível ao infinito¹¹ em forma de positivos. Logo, tal caráter se prolonga a todas as imagens técnicas no tocante à automatização da produção, da distribuição e do consumo da informação.

Apesar desses elementos comuns na concepção das tecnoimagens, elas também carregam diferenças, principalmente no tocante ao processamento da informação¹², desse modo podemos dividi-las, rudimentarmente, entre *imagens químicas* e *eletrônicas*: o primeiro tipo pode ser subdividido entre *imagens estáticas*, como no caso da fotografia, e *imagens em movimento*, o filme; quanto ao segundo tipo, podemos distingui-las entre *analógicas*, caso da televisão¹³ e do vídeo (no “arcaico” formato de fita magnética), e *digitais*, da qual falaremos mais detalhadamente adiante.

Este último tipo, atualmente, tende a abarcar todos os outros nas suas tramas binárias altamente maleáveis, tornando a imagem objeto de manipulação ou mesmo de criação absolutamente abstrata no que tange à sua relação com o real, posto que, em maior ou menor grau, as tecnologias pictóricas anteriores eram pautadas em um paradigma representacional de “relativa” correspondência com o mundo lá fora¹⁴ – relação apenas aparente, já que o mundo

¹¹ É justamente a reprodutibilidade da fotografia que a torna um produto típico da era da comunicação de massa, tendo em vista que o seu meio de transmissão mais legítimo não é o porta-retrato, mas sim os jornais, as revistas, os outdoors etc. SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2013, p. 178.

¹² Naturalmente, em cada um desses casos, conforme muda o dispositivo e o modo de produção imagético, o regime de visualidade da imagem é alterado bem como sua natureza e a maneira pela qual ela dá a conhecer a realidade; dessa forma, é preciso sempre nos perguntarmos com qual espécie de imagem estamos lidando, como forma mesmo de compreendê-la. SANTAELLA, Lucia. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007, p. 353.

¹³ Embora estejamos, pelo menos no Brasil, em um momento de transição do sinal de TV analógico para o digital.

¹⁴ Tomando a fotografia por exemplo, longe de marcar uma relação de paridade entre o mundo e sua representação fotográfica, as imagens técnicas sempre puderam mentir, visto que desde o seu início eram

representado por elas não é automático e objetivamente impresso, ele passa por um processo de simbolização como todas as outras imagens.

Apesar das inegáveis singularidades inerentes a cada tipo de imagem citada, elas partem do mesmo substrato comum: todas são formadas a partir de abstrações oriundas de aparelhos, são todas tecnoimagens, por conseguinte. Deste modo, são provenientes de um gesto apontador que procura projetar e conferir significado (FLUSSER, 2008, p. 49) ao nosso entorno, ao invés de necessariamente representá-lo; então, não se trata aqui de refletir de forma espelhada os vetores de significado do real, mas sim de “informar” o mundo, ou seja, moldá-lo, dar-lhe forma. Em suma, as *imagens técnicas são projeções que capturam fótons e elétrons de modo a codificá-los tendo em vista atribuir significados ao real*. De fato, tais imagens *stricto sensu* não significam, mas sim nos mostram uma trajetória, indicando uma direção: não se trata tanto do que é mostrado nelas, mas, ao invés, *a própria imagem técnica que é a mensagem* (FLUSSER, 2008, p. 49).

Nesse tocante, a crítica das imagens técnicas deve levar em consideração a própria materialidade da sua feitura, isto porque a sua significação também aponta para a intencionalidade por trás da sua produção, marcada pela fusão entre o aparato e o seu operador. No entanto, tal relação complexa é processo que se passa no interior de uma caixa preta – conceito da cibernética muito caro a Flusser e que designa um dispositivo fechado cujo interior não é acessível, a não ser pela introdução de um *input* e pelo recebimento de um *output*. Arlindo Machado explica que a introdução desse conceito na filosofia flusseriana possibilita a expressão de um problema novo, a saber: “o surgimento de aparatos tecnológicos que se pode utilizar e deles tirar proveito, sem que o utilizador tenha a menor ideia do que se passa em suas entranhas” (MACHADO, 1999, p. 135). Portanto, as superfícies imagéticas imaginadas e produzidas através de aparelhos condenam e emancipam o imaginador da superficialidade pela opacidade destes mesmos aparelhos.

E é justamente o desenrolar da produção sígnica no interior das caixas pretas, capacidade já inscrita nos aparelhos, que atualiza o fazer imagético para o qual os aparatos foram programados. Por exemplo,

se considerarmos o aparelho fotográfico sob tal prisma, constataremos que o estar programado é que o caracteriza. As superfícies simbólicas que produz estão, de alguma forma, inscritas previamente (“programadas”, “pré-escritas”) por aqueles que

passíveis de serem modificadas – embora não com a rapidez de uma manipulação digital via *softwares* – mediante manipulações ainda rudimentares. Sendo assim, a fotografia não pode ser considerada um ícone do real, mas talvez um ícone relativo; de todo modo, ela se trata de uma representação codificada tendo o mundo como referente.

o produziram. As fotografias são realizações de algumas das potencialidades inscritas no aparelho. O número de potencialidades é grande, mas limitado: é a soma de todas as fotografias fotografáveis por este aparelho. A cada fotografia realizada, diminui o número de potencialidades, aumentando o número de realizações: o programa vai se esgotando e o universo fotográfico vai se realizando (FLUSSER, 2011a, p. 42).

Entram em consonância, concomitantemente, a competência do fotógrafo e a do aparato técnico, o primeiro se apropria ludicamente deste último de modo a explorar as potências e os limites de sua programação.

Por outro lado, esta programação também revela uma faceta imprevista, *a programabilidade do humano diante dos aparelhos*. A princípio, enquanto exercermos a agência de apertar teclas de modo que isso reflita em alguma consequência, parece-nos que o aparato age conforme a nossa intencionalidade: nós o levamos a fazer algo. Mas em que medida ele não exerce também uma agência sobre nós? Dado que os processos de produção das imagens técnicas ocorrem apenas no interior dos programas dos aparelhos, ou seja, de maneira opaca dentro de caixas pretas, Flusser (2008, p. 27-28) afirma que podemos querer que os aparelhos façam somente aquilo que eles foram programados para fazer, moldando a nossa deliberação sobre o processo imaginístico, ao passo que nossos gestos e nossas intencionalidades são também programadas¹⁵, posto que o programa já tem, em potência, calculado nas suas entranhas, todas as imagens prováveis que virão a ser feitas. É nesse sentido que nos tornamos funcionários dos aparelhos e, em nosso brincar com eles, podemos passar a agir em função deles.

Diante deste cenário, “a liberdade é concebível apenas enquanto jogo absurdo com os aparelhos. Enquanto jogo com programas” (FLUSSER, 2011c, p. 44). De fato, trata-se de jogo *contra* os aparelhos, no sentido de interditar a programabilidade humana, de modo a sermos jogadores e não peças de jogo diante da programação dos aparatos técnicos. E para Flusser, decerto são as imagens técnicas binárias que carregam uma imprevista potência de liberdade.

1.2.1 A lógica computacional das imagens digitais

Como já dissemos, a emergência das imagens técnicas se dá como um engendramento do código alfabético, resultado da evolução dos discursos no campo técnico-científico, de modo

¹⁵ Sobre isto, vale destacar o slogan criado por George Eastman, fundador da Kodak na década de 1880, para as câmeras responsáveis por popularizar o uso amador da fotografia, que figurou em inúmeros anúncios publicitários dessa mesma empresa: “you press the button, we do the rest”.

que os aparelhos e seus programas carregam, de alguma forma, o código textual dentro de si. Os computadores, bem como todos os aparelhos digitais que lhe são correlatos, seriam a forma mais bem-acabada de tal evolução: as notações numéricas decimais são reduzidas a categorias binárias de zeros e uns. O pensamento em bits é infantilizado, portanto, dentro dessa lógica opositiva primária, que, no final das contas, se revela capaz de abarcar forças criadoras até então imprevisas na história do pensamento imaginístico. É isto que temos presenciado com a emergência das mídias eletrônicas, que se consolidam cada vez mais, à medida que a tradução das imagens químicas e das analógicas para os códigos digitais vai se processando de maneira irrevogável. E não se trata apenas disso, as imagens também passam a ser capturadas ou sintetizadas já na forma digital, pela proliferação e pelo barateamento dos próprios aparelhos responsáveis por sua feitura. No final das contas, o substrato simbólico informacional, devidamente computado, torna-se um padrão na nossa era.

Em suma, o computador, bem como os outros aparelhos digitais, é senão um *metameio*, como propuseram Alan Kay e Adele Goldberg (2003), isto porque não se trata de uma nova mídia apenas, mas sim de um meio capaz de não só representar as diferentes mídias anteriores, aumentando e acrescentando-lhes novas propriedades, mas também de criar novos tipos de mídias. Nesse sentido, o computador como um metameio contém dois tipos de mídia: uma de *simulação de mídias físicas*, acrescida de novas ferramentas, podemos citar aqui o formato de livro digital, e outra que não tem *nenhum precedente físico direto*, como acontece com o hipertexto criado por Ted Nelson na década de 1960 e que serve como a estrutura textual padrão na Web (MANOVICH, 2001, p. 110).

O interessante é que essa digitalização quase que geral e irrestrita para as tramas do binário opera de maneira tal que todas as diferenças entre as mídias e os códigos são apagadas. Sem diferenciação, texto, imagem e som se tornam dados computados, informação puramente binária dentro de uma base digital única, mantendo sua integridade como código apenas superficialmente, isto é, apenas para nossos sentidos; mas dentro dos aparatos digitais eles demonstram toda a sua natureza numérica, metamórfica e modulável. Enquanto nas mídias anteriores a informação é, digamos, relativamente irreversível, ou melhor, reversível, mas de maneira mais técnica (e talvez) burocrática, na digital ela é absolutamente variável e adaptável, podendo ser manipulada tanto em pontos individuais como na sua inteireza.

Nesse tocante, vale ressaltar os princípios gerais das novas mídias digitais propostos por Lev Manovich (2001, p. 27-48), a saber: representação numérica, modularidade, automação, variabilidade e transcodificação. A *representação numérica* se refere justamente à natureza matemática dos códigos digitais, sejam eles originalmente binários ou convertidos para tal, o

que os torna programáveis e calculáveis, sendo também sujeitos à manipulação algorítmica. O princípio da *modularidade* aponta a estrutura fractal da informação nas novas mídias, isto é, os dados têm uma estrutura modular formada por elementos discretos (tais como *pixels*, *voxels*, caracteres etc.) que, mesmo quando agrupados para formar um todo maior, ainda mantêm sua independência com identidades separadas, sendo, portanto, passíveis de manipulação em escala micro – tornando mais fácil as operações de edição que consistem em substituição e/ou eliminação de partes. O terceiro deles, a *automação*, consiste nas operações de criação, manipulação e acesso de mídia que são automatizadas, retirando em parte a intencionalidade humana do processo criativo, podemos citar como exemplo nesse caso, os filtros, os *templates* e mesmo as correções automáticas em *softwares* de edição de imagem. A *variabilidade* diz respeito à possibilidade de um objeto existir não em cópias idênticas, mas em diferentes versões do mesmo objeto, destacando a mutabilidade como propriedade das novas mídias. O último, a *transcodificação*, dá conta da intrincada relação entre a cultura e a computação que têm se co-determinado pelos menos desde meados dos anos 1960, assim, o processamento computacional se baseia em categorias socioculturais, nem que seja em forma de metáforas¹⁶, e a cultura cada vez mais existe e se faz representar de forma computacional.

Considerando tais categorias, interessa-nos pensar especialmente a questão de como o digital reconfigura a questão da imagem, dado que este amplia as suas possibilidades de produção e manipulação¹⁷. Segundo Edmond Couchot (1984, p. 124), uma imagem numérica é composta de pequenos fragmentos elementares, ou *pixels*, cada um deles correspondendo a valores numéricos, que determinam as suas coordenadas cartesianas no espaço daquela superfície imagética, e a valores cromáticos – é esse caráter pontual que subjaz a superfície aparentemente uniforme da imagem binária que lhe confere uma descontinuidade sobre a qual é possível exercer total controle, isto é, partindo da matriz numérica que a compõe, é possível modificar os valores que definem cada um dos *pixels*. Tais imagens entram, portanto, em um campo de virtualidade que lhe garante, em potência, eternas metamorfoses, tornando-as infinitas porque extremamente manipuláveis.

¹⁶ Nesse sentido, vale ressaltar as metáforas usadas nas interfaces gráficas no sentido de familiarizar os usuários com as ferramentas computacionais, tais como: *desktop*, lixeira, pastas, janelas etc. Cf. JOHNSON, Steven. *Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

¹⁷ Vale ressaltar, no entanto, que a emergência de novas tecnologias não implica apenas em renovados recursos e procedimentos de criação, mas também em novas formas de sensibilidade estética, posto que são criados com elas efeitos estéticos capazes de acionar a percepção sensível do receptor – como consequência, à medida que os dispositivos computacionais foram se estabelecendo, à medida mesmo que se diversificavam, suas estéticas foram também se alterando concomitantemente. SANTAELLA, Lucia. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

De todo modo, o gesto de feitura da imagem consiste em aplicar e fixar informação sobre uma superfície imagética tencionando que outros possam decodificá-la (FLUSSER, 2014, p. 127). Portanto,

trata-se de gesto programador e des-programador, graças ao qual elementos pontuais são computados para formarem imagens informativas. O gesto é executado por aparelhos munidos de teclas que são acionadas por pontas de dedos. A estrutura do gesto é a de juntar elementos pontuais para se formarem superfícies: é gesto que parte do abstrato e visa o concreto. Visa avançar da zerodimensionalidade até a bidimensionalidade, da “estrutura profunda” até a superficialidade. O gesto não pode alcançar sua meta, porque para fabricar superfícies a partir de pontos seria preciso uma infinidade de pontos. De modo que as imagens técnicas não são superfícies efetivas, mas superfícies aparentes, superfícies cheias de intervalos (FLUSSER, 2008, p. 28-29).

Dessa forma, a própria concepção do que é uma imagem acaba se alterando com as mídias digitais, como aponta Manovich (2001, p. 167), visto que estas tornam o seu emissor/receptor um usuário ativo que “atua” sob a imagem, tornando-a mesmo interativa. Isto quer dizer que as novas técnicas alteram ontologicamente a imagem, tanto na maneira como a produzimos quanto como ela se mostra para nós. Assim, a sua produção bem como a sua circulação são potencializadas no ambiente digital, tendo em vista que este implica em um crescimento exponencial no montante de imagens que aí estão e na rapidez de sua transmissão, especialmente quando se trata da Internet. A lógica de distribuição delas só faz sentido, então, pelo contato e pela contaminação, em seus múltiplos agenciamentos. De modo que

o caráter dominante dessas imagens está, portanto, na sua interatividade que suprime qualquer distância, produzindo um mergulho, imersão, navegação do usuário no interior das circunvoluções da imagem. Imediatamente transformáveis ao apertar de teclas e mouses, essas imagens estabelecem com o receptor uma relação quase orgânica, numa interface corpórea e mental imediata, suave e complementar, até o ponto de o receptor não saber mais se é ele que olha para a imagem ou a imagem para ele (SANTAELLA; NÖTH, 2013, p. 179).

Atualmente, esses aparatos, e os programas que o subjazem, deixaram de ser apenas funcionais, tornando-se mesmo brincáveis, proporcionando a experiência lúdica de brincar com imagens – uma marca mesmo da cultura digital. Nesse sentido, Andrew Darley (2000, p. 18) aponta que as imagens computacionais, marcadas pela convergência de memórias humanas e artificiais, seguem duas linhas distintas, que naturalmente podem convergir, no tocante à sua feitura: *imagem de síntese e imagem de manipulação*.

As imagens sintéticas consistem em fabricações imagéticas exclusivamente computadas, isto é, surgem não do real empírico¹⁸, mas sim do processamento do *input* de uma matriz numérica em um programa a partir do qual se cria um modelo abstrato a ser manipulado, alterado e refinado matematicamente da maneira que se desejar, para no fim gerar uma superfície imagética cuja pretensão estética, no geral, é ser a mais realista possível¹⁹ (DARLEY, 2000, p. 19) – os procedimentos são basicamente os mesmo para as imagens estáticas e aquelas em movimento, sendo que, neste último caso, a animação das cenas se torna um processo mais complexo em termos de produção e captura dos movimentos. Dessa forma, isto implica que,

na nova ordem visual, na nova economia simbólica instaurada pela infografia, o agente da produção não é mais um artista, que deixa na superfície de um suporte a marca de sua subjetividade e de sua habilidade, nem é um sujeito que age sobre o real, e que pode até transmutá-lo através de uma máquina, mas se trata agora, antes de tudo, de um programador cuja inteligência visual se realiza na interação e complementaridade com os poderes da inteligência artificial (SANTAELLA; NÖTH, 2013, p. 171).

Nesse tocante, é esse tipo de imagem que se torna a porta de entrada para o mundo das virtualidades e simulações. Trata-se de uma imagem pura e refinada, experimentalmente matemática, quase ascética porque mediada apenas pela abstração da faculdade imaginativa de seu produtor, isto é, mantendo relativa autonomia do real mundano de maneira a não se limitar a ele, como as imagens técnicas anteriores, em certa medida. Nesse sentido, ela resulta, de fato, em um *hiper-real*.

Por sua vez, as imagens manipuladas implicam na alteração de superfícies imagéticas já produzidas e acabadas através de duas técnicas distintas, que podem também ser usadas concomitantemente: *processamento* e *composição* (DARLEY, 2000, p. 18). O primeiro tipo consiste em quaisquer alterações na imagem, incluindo correções na mesma, como ocorre nas edições realizadas em fotografias digitais capazes de modificar características como o brilho, a saturação e as cores ou até mesmo retirar elementos indesejáveis. O segundo tipo, por outro

¹⁸ Estas imagens sintéticas são as responsáveis por liberarem as imagens técnicas químicas e analógicas do trinômio olho-mediação-registro a que estavam submetidas, a imagem computacional salta para um outro trinômio: cérebro-programa-expressão sensível. SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2013, p. 97-98.

¹⁹ Nesse caso, o filme Jurassic Park (1993), dirigido por Steven Spielberg, talvez seja um dos mais emblemáticos casos do uso de computação gráfica no cinema, dada a magnitude dos resultados obtidos na representação digital dos dinossauros – mesmo que nem todos sejam fruto de imagens sintéticas, como bem sabemos –, que ainda hoje são capazes de impressionar em termos de verossimilhança na (re)produção imagética de cópias cujos originais se fazem, naturalmente, ausentes.

lado, consiste na combinação de múltiplas imagens também já existentes, na maioria das vezes por superposição, como no caso de fotomontagens.

Considerando as tecnologias necessárias, os *softwares* requeridos e a própria complexidade na feitura das imagens sintéticas, grosso modo, elas estão circunscritas à produção profissional de imagens²⁰, por seu turno, é a imagem manipulada que mais se faz presente no ambiente das redes digitais. Atualmente, até mesmo as fotografias pessoais tiradas via aparelhos móveis são passíveis de processamento, são imagens trabalhadas, seja pelo uso de fáclimos filtros aplicados nas imagens através do uso de programas, normalmente bastante intuitivos até mesmo para usuários iniciantes, ou mesmo por alterações mais extensivas e complexas, de modo que é possível afirmar, de maneira mesmo exagerada, a quase inexistência de imagens digitais não manipuladas via processamento²¹.

Dada também a lógica dessa cultura computacional, raramente os objetos das novas mídias são criados *ex nihilo*, posto que há bancos de dados na Web capazes de prover material para todos os tipos de produção imagináveis, de forma que normalmente eles são criados pela montagem de vários elementos (MANOVICH, 2001, p. 124), como resultado, as imagens manipuladas por composição têm se tornando um padrão na cibercultura – é certo que as técnicas de montagem são anteriores à Internet, mas as novas tecnologias tornam a sua feitura mais fácil, partindo de comandos simples como “cortar” e “colar” é possível efetuar toda uma miríade de produções. Nesse sentido, a lógica desse tipo de imagem é precedida pela *seleção* de material sobre o qual, posteriormente, opera-se a *combinação*²² (MANOVICH, 2001, p. 130), de forma a ajustar a superposição dos elementos díspares; no geral, a aspiração é tornar a manipulação não detectável, mas em muitos casos, acontece justamente o contrário e são deixadas as marcas grosseiras, os rastros das manipulações (os restos de recorte e cola, por assim dizer), talvez para evidenciar o próprio gesto de sua feitura.

²⁰ Isto não quer dizer categoricamente que não há produção amadora de imagens sintéticas, evidentemente elas existem tanto em qualidade comparável à profissional quanto em qualidade estética “tosca”, que faz questão de denotar a própria produção amadora descuidada.

²¹ Vale considerar aqui o Instagram, um *site* de rede social bastante popular para compartilhamento de fotos e vídeos criado em 2010, que parte de uma lógica imagética marcada pelos filtros oferecidos pela plataforma, de modo que as imagens publicadas são, em geral, estetizadas por tal processamento. Por outro lado, e até para confirmar a regra, há também a disseminação de *hashtags* como #nofilter ou #semfiltro em imagens que buscam justamente marcar a autenticidade da sua não-manipulação.

²² A título de explicação, ao selecionarmos uma imagem A e combinarmos com uma imagem B, durante o processamento de sua combinação elas mantêm identidades separadas, podendo mesmo ser modificadas ou substituídas, até que a edição resulta em uma imagem C completa e com uma identidade única formada a partir da aglutinação das outras duas, de forma que os dois elementos isolados não são mais acessíveis nela.

Isto evidencia que as práticas contemporâneas são marcadas por uma lógica de produção criativa que torna as operações de seleção e de recombinação de fontes pré-existentes, de maneiras novas e imprevistas, as que mais fazem sentido atualmente (CAMPANELLI, 2010, p. 202). Tais práticas estão embebidas em um contexto que Manovich chama de “remixabilidade profunda”, que marca o padrão cultural de produção e de efeitos estéticos, isto é, a partir de um cenário de *softwares* de produção que permitem “remixar” não apenas o conteúdo de diferentes tipos de mídia, mas também suas técnicas, seus métodos e suas maneiras de expressão e de representação (MANOVICH, 2013, p. 46).

Por certo, a brincadeira informacional com o código numérico manipulado mecanicamente diante do computador, no sentido de usá-lo como trampolim para a força imaginativa (FLUSSER, 2010, p. 41), não acontece no vácuo do espaço de zeros e uns; devemos ressaltar que, como aponta Sonia Montañó, “a experiência de tatilidade na atualidade está mediada por *softwares*, é com eles que as pessoas tocam as imagens e são tocados por elas” (MONTAÑO, 2012, p. 78). Dessa forma, embora não joguemos diretamente com números, a não ser que sejamos programadores, nós jogamos com programas que codificam os números em objetos manipulados. Os *softwares* são criados justamente para criar e interagir com os objetos das novas mídias e seus ambientes (MANOVICH, 2013, p. 26), portanto, todo o nosso contato e interação com elas é mediado e moldado por esses programas. Como explica Flusser,

não é a madeira do tabuleiro e das pedras que torna o xadrez jogo. São as virtualidades contidas nas regras: o *software*. O aspecto duro dos aparelhos não é o que lhes confere valor. Ao comprar um aparelho fotográfico, não pago pelo plástico e aço, mas pelas virtualidades de realizar fotografias. De resto, o aspecto duro dos aparelhos vai se tornando sempre mais barato e já existem aparelhos praticamente gratuitos. É o aspecto mole, impalpável e simbólico o verdadeiro portador de valor no mundo pós-industrial dos aparelhos (FLUSSER, 2011a, p. 46-47).

Em última instância, as imagens técnicas também significam, ou melhor, apontam programas calculados e assim, decifrá-las implica em “revelar o programa do qual e contra o qual surgiram” (FLUSSER, 2008, p. 29). É preciso então reconhecer a sua produção artificial como forma de resistir a elas e ao seu fascínio mágico, decifrando-as através dos programas e da intenção daquele que os manipula, visto que são os *softwares* que permitem a criação dos objetos das novas mídias bem como moldam a imaginação e as potencialidades de produção digital – sejam eles textos, imagens, vídeos, animações, GIFs, objetos 3D, mapas e muito outros, além de suas possíveis combinações.

Desde meados dos anos 1990, o *software* tem substituído as tecnologias de mídias anteriores, isto se deve ao fato da mídia contemporânea ser criada, manipulada, experienciada

e compartilhada via *softwares* culturais²³ (MANOVICH, 2013, p. 124). E se, em um primeiro momento, houve apenas a proliferação de *softwares* aplicativos nos computadores, a partir dos anos 2000 houve o surgimento de ferramentas e serviços desenvolvidos para a Web ou para as plataformas móveis. Dessa forma, Manovich (2013, p. 24-25) faz uma distinção entre dois tipos de programas: a primeira categoria é a dos *media softwares*, responsáveis por criar, editar e organizar conteúdos, aqui podemos citar exemplos como Microsoft Word, Photoshop, Illustrator etc.; quanto à segunda categoria, trata-se de programas para distribuição, acesso e combinação de conteúdos na Web, tais como Chrome, Youtube, Facebook e inúmeros outros serviços. Ambas as categorias não são estanques e, em muitos casos, chegam a se sobrepor, por exemplo: uma imagem manipulada em um *software* de edição de imagem que posteriormente é publicada em um *site* de rede social²⁴.

O que podemos concluir, neste caso, é o caráter duplamente codificado das imagens técnicas digitais, porque codificadas não apenas pelo dado humano, mas também pelo binário. A “reificação” da informação em nossa era, em consonância com a nossa associação com os *gadgets* em prol da produção de tecnoimagens, resulta então em novos critérios para pensar a imagem “não mais do tipo “verdadeiro ou falso” ou do tipo “belo ou feio”, mas do tipo “informativo ou redundante”” (FLUSSER, 2008, p. 54).

Por exemplo, uma fotografia da Avenida Paulista (figura 3), na cidade de São Paulo, em um dia de tráfego e movimento normal, sem nenhum acontecimento extraordinário, o que ela tem a nos dizer? Se tratando de uma imagem, portanto, absolutamente banal, o que de original ela tem a colocar? Podemos julgar, obviamente a questão estética, mas que tipo de informação nova ela traz? O problema aqui não é se esta é uma imagem boa ou ruim, ela é apenas absolutamente provável e previsível. Trata-se apenas de mais uma foto a documentar a majestosa Avenida Paulista.

²³ Notadamente, a evolução do *software* se conecta com a evolução do *hardware*, cujas conquistas técnicas e tecnológicas baratearam bem como ampliaram o acesso aos aparatos e às ferramentas digitais, produzindo, portanto, um ecossistema de conectividade sociotécnica no qual *gadgets*, programas, pessoas e outros actantes criam redes de associações nas tramas da Web.

²⁴ A título de ilustração podemos citar o caso do jovem Veerender Jubbal que teve um inofensivo *selfie* com um iPad alterado de forma a mostrá-lo como um homem-bomba segurando um Corão, isto logo após os ataques terroristas em Paris, em novembro de 2015, planejados pelo Estado Islâmico. A imagem circulou de maneira viral no Twitter, chegando a figurar na primeira página de jornais até que a imagem fosse desmentida. Ver: <www1.folha.uol.com.br/tec/2015/11/1707522-ataques-em-paris-resultam-em-noticias-falsas-e-desinformacao.shtml>.

Figura 3 - fotografia da Avenida Paulista



Fonte: JR HOLANDA, 2015.

Agora imaginemos essa mesma fotografia manipulada digitalmente por meio de um *software* de edição de imagens (figura 4): a sua coloração é alterada, um recorte da arte e da legenda do Jornal Hoje, da emissora Rede Globo, são introduzidas e uma imagem de Dollynho, a mascote da marca de refrigerantes nacional Dolly, é sobreposto a ela, de maneira que ele parece destruir os prédios pois se notam explosões nos mesmos. Tal amálgama de justaposições é inferida por conta da legenda que acompanha a publicação dessa imagem, a saber, “está na hora de chamar o Dollyzord”, fazendo uma referência explícita ao seriado infanto-juvenil de super-heróis Power Rangers na qual os vilões/monstros – neste caso específico o Dollynho – eram combatidos pelos cinco *rangers* principais, que sempre contavam com a ajuda do gigantesco robô Megazord em cada episódio – dessa vez é necessário, obviamente, chamar o Dollyzord para derrotar o inimigo. Por conseguinte, a referida tecnoimagem, como um todo, significa que o Dollynho destrói prédios na Avenida Paulista e uma cobertura é feita pelo citado telejornal, pretensa fonte da imagem.

Contrastando essas duas imagens, é notável que enquanto a primeira é autêntica, a segunda é abertamente artificial porque manipulada, tanto que um elemento dessa combinação é absolutamente “fictício”, o Dollynho. Mas qual dessas duas imagens é mais informativa? Qual delas acaba nos dizendo algo novo? Flusser afirma que, “*a fortiori*, passa a ser tolice distinguir entre imagens más ou boas: o que importa é distinguir entre imagens pouco informativas e imagens muito informativas – “estética pura” (FLUSSER, 2008, p. 128). Dessa forma *uma imagem é informativa tanto mais improvável for*. Assim, em termos de improbabilidade como informatividade, a Avenida Paulista com o Dollynho é mais improvável, e, portanto, mais

informativa do que a foto original. É justamente essa capacidade imaginativa das imagens técnicas, em especial das digitais, que articula “a revolução epistemológica, ético-política e estética pela qual estamos passando” (FLUSSER, 2008, p. 45).

Figura 4 - imagem manipulada da Avenida Paulista²⁵



Fonte: DIEGO LUCAS, 2015.

Por fim, podemos dizer que as imagens técnicas são

produtos de aparelhos que foram inventados com o propósito de informarem, mas que acabam produzindo situações previsíveis, prováveis. Precisamente, tal contradição inerente às imagens técnicas desafia os produtores das imagens. O seu desafio é o de fazer imagens que sejam pouco prováveis do ponto de vista do programa dos aparelhos. O seu desafio é o de agir contra o programa dos aparelhos no “interior” do próprio programa (FLUSSER, 2008, p. 28).

Isto é, os aparelhos não servem para produzir imagens informativas é preciso mesmo utilizá-los contra o automatismo de seus programas, de forma que a luta entre a programação pelos aparelhos e a liberdade da informatividade se faz constante na nossa relação com os aparatos técnicos. E é justamente a criatividade imbuída na produção tecnoimagética que desemboca no jogo dialógico em rede antevisto por Vilém Flusser.

²⁵ A imagem foi retirada de um comentário de um usuário em uma *fan page* do Facebook chamada “Dicas Dollynho” e a partir dela encontramos a imagem original (figura 3) no Google Imagens.

1.3 O enredamento contra o agrupamento massivo

Partindo das imagens técnicas que compunham o cenário comunicacional em meados dos anos 1980, Flusser (2008, p. 14) identificou duas tendências diferentes no tocante aos possíveis engendramentos delas: a primeira, o *agrupamento*, indicava o rumo de uma sociedade totalitária programada pelas imagens e a outra, o *enredamento*, uma sociedade dialógica de criadores de imagens. Erick Felinto explica que

o primeiro corresponde, grosso modo, às estruturas da comunicação massiva e encontra na televisão sua expressão mais nítida. O segundo significa a emergência da cultura das redes e está ligada à noção de jogo. Flusser favorecia a segunda perspectiva, capaz de liberar os indivíduos de certa inércia característica do paradigma massivo, dentro do qual, segundo o autor almeja-se apenas o consumo sem ação [...] Jogar, para Flusser, significa comprometer-se, envolver-se ativamente em processos criativos capazes de continuamente transformar a sociedade e a própria vida (FELINTO, 2014, p. 55).

Tal modelo massivo é descrito metaforicamente como a retroalimentação circular do verme que consome, excreta e consome o excretado, já o das redes é representado pela figura do cérebro com a sua lógica *bottom-up* no estabelecimento de múltiplas conexões.

A lógica do agrupamento enfoca um tipo de sociedade massivo-fascista na qual a emissão centralizada das imagens técnicas trata não de juntar as pessoas, mas sim de espalhar a sociedade, visto que a televisão, por exemplo, longe de estabelecer a aldeia global proposta por McLuhan (2002), dirige-se do público ao privado dos indivíduos isolados a contemplar imagens. O máximo de ligação existente entre os receptores solitários é o fato de todos receberem as mesmas imagens, o que as torna, na verdade, redundantes, a despeito do gigantesco fluxo informacional – e se todos dispõem de informações idênticas, elas se tornam prescindíveis porque nenhum dado novo pode ser trocado em forma de diálogo com os outros telespectadores.

Nessa circulação íntima de imagens, cabe ao humano apenas um papel reativo, em um viés um tanto espetacular *à la* Guy Debord (1997). O homem é programado pela imagem de forma que, nessa pós-história, os nossos atos não mais almejam modificar o mundo, mas sim se tornar imagem. Portanto, cria-se um circuito fechado entre nós e as imagens. Ou seja,

a utopia, o país das delícias, estaria ao alcance da mão, logo, todos seremos felizes. Todos seremos boca que suga imagens, e ânus que devolve o que a boca sugou das imagens (*feed-back*). Sociedade de consumo. Tal felicidade geral é do tipo que a psicanálise chama de “fase oral-anal”, e do tipo “jardim de infância” (embora poluído

por excrementos indigestos). Tal felicidade geral e generalizada é precisamente o que o termo “cultura da massa” significa. O indivíduo dispersado e distraído, o indivíduo inconsciente, passa a ser elemento de massa, elo “coletivo inconsciente”, e as imagens que o divertem passam a ser os sonhos do coletivo. Sonhos de massa. Vista assim, a atual dispersão da sociedade se afigura tendência rumo à cultura de massa, à inconsciência geral, à felicidade (FLUSSER, 2008, p. 69).

Considerando que na altura em que Flusser falava os meios de comunicação massivos discursivos eram os principais responsáveis por codificar o nosso mundo, ele apontou que seria necessário reformular o próprio tecido comunicológico da sociedade em prol de um dialogismo em rede. A imagem, longe de ter um fim em si mesma, poderia estabelecer as bases de uma sociedade dialógica²⁶, isto através dos próprios fios que ordenam a circulação massiva entre as imagens e nós, visto que

há fios que começam a correr em outra direção, a saber, de uma pessoa para outra, diretamente através dos pacotes de raios que amarram as imagens às pessoas, fios dialógicos que atravessam os grupos midiáticos horizontais e discursivos. Fios dialógicos (tais como cabos, videofones ou videoconferência) poderiam abrir o tecido fascista da sociedade emergente para o tipo de rede que nós estamos habituados a chamar de “democráticas”. E se tal rede fosse, na verdade, construída e imagens conectadas de acordo com tal padrão, não poderíamos mais falar de isolamento e organização política. As pessoas do futuro estariam verdadeiramente em diálogo, em uma conversação global (FLUSSER, 2011b, p. 64).

Certamente a ideia de converter dialogicamente as estruturas comunicacionais discursivas não é nova, ainda nos anos 1930 Bertolt Brecht (1986) esboçava a sua teoria do rádio na qual propunha que estes aparelhos de distribuição poderiam ser transformados em aparelhos de comunicação cuja participação seria coletiva. Ele idealiza tal comunicação em via de mão dupla da seguinte maneira:

o rádio é unilateral quando ele deveria ser bilateral. Ele é um aparato estritamente para a distribuição, para o mero partilhamento. Então, aqui está uma sugestão positiva: transformem esse aparato da distribuição para a comunicação. O rádio seria o aparato de comunicação mais refinado possível na vida pública [...] se ele soubesse como receber assim como transmitir, como deixar o ouvinte falar assim como escutar, como colocá-lo em relação ao invés de isolá-lo (BRECHT, 1986, p. 53).

Essa mesma agenda é revisitada nos anos 1970²⁷ por Hans Magnus Enzensberger (2000), ele propõe a emergência de uma cultura midiática mais participativa na qual os meios

²⁶ Uma das influências claramente rastreáveis de Flusser é o filósofo Martin Buber, isto no tocante à questão do diálogo, posto que o tcheco se apropriou da ideia de vida dialógica deste último, significada a partir do relacionamento com Deus, secularizando o seu argumento. BUBER, Martin. *I and Thou*. Edinburgh: T. & T. Clark, 1950.

²⁷ Vale notar a influência ideológica que os movimentos contraculturais dos anos 60 e 70 tiveram no desenvolvimento técnico e tecnológico bem como no substrato utópico da cultura digital que hoje se apresenta;

de produção e circulação serão acessíveis às massas. Para tanto, não apenas a alteração da infraestrutura tecnológica seria necessária – de fato eram ensaiados nessa época os primeiros passos da “revolução computacional” –, mas também mudanças nas práticas sociais e culturais em torno da mídia para estabelecer uma legítima mobilização e uma significativa participação do público na produção e no compartilhamento de conteúdo midiático.

A lógica do enredamento proposta por Flusser segue essa mesma linha de pensamento no sentido de suplantar os fios fascistas, almejando um engajamento humano em forma de diálogo que permita reunir os indivíduos dispersos pela emissão massiva. Para tanto, devemos olhar para os *gadgets* e extrair as potencialidades dialógicas que se fazem presentes neles, sendo este o engajamento político possível no império das imagens técnicas: *brincar contra os aparelhos de forma a produzir informação improvável e distribuí-la dialogicamente*. Isto porque “para Flusser, tudo aqui gira em torno dos conceitos de rede e conectividade e de sua relação com o diálogo enquanto ação libertadora, coletiva e doadora de sentido” (GULDIN, 2014, p. 158).

Nesse sentido, os revolucionários atualmente seriam aqueles que lidam com as tecnoimagens, tais como fotógrafos, filmadores, programadores, designers e todos aqueles que produzem e manipulam tais imagens. Eles que devem tecer os fios dialógicos que perturbariam os discursos massivos entorpecentes, instituindo uma “estrutura social de feixes sincronizados em rede” (FLUSSER, 2008, p. 69). A tessitura dessa estrutura deve acompanhar a mudança no consenso geral, apenas assim os aparatos e as imagens técnicas podem ser usados não apenas para o divertimento nos circuitos fechados programadores, mas também para os diálogos efetivos nos quais as imagens podem servir de mediação para a criação e a troca de informação coletiva, estabelecendo relações intra-humanas.

Tal reformulação revolucionária da sociedade informática, na qual as imagens deixariam de ser imperativas e passariam a ser dialógicas, seria ainda sociedade “informática”, mas com um significado novo para o termo. As imagens passariam a merecer o nome *media*, nome a que hoje injustamente se atribuem, e o propósito da sociedade seria o de criar informações em colaboração de todos com todos. “Cultura democrática” em vez de “cultura de massa”. O núcleo de tal sociedade não seria mais a circulação entre imagem e homem, mas sim a troca de informação entre homens por intermédio de imagens (FLUSSER, 2008, p. 71).

desde o início os computadores foram significados como ferramentas para a colaboração coletiva, para a construção de comunidades virtuais alternativas, para a exploração de novas fronteiras sociais etc. Cf. TURNER, Fred. *From counterculture to cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth network, and the rise of digital utopianism*. Chicago: University of Chicago Press, 2006.

Dessa forma, essa nova sociedade pautada no engajamento em rede não constituiria uma aldeia cósmica, posto que não haveria distinção entre privado e público, mas seria sim um “cérebro global” a irradiar informações novas pessoa a pessoa. Tal ligação em rede seria feita por meio de teclas, ligadas entre si de maneira todos-todos por fios reversíveis, que permitem tanto a emissão quanto a recepção irrestrita.

A conectividade dialógica em rede sociotécnica, portanto, estabelece que cada pessoa é um nó, entre um emaranhado de fios, pelos quais a informação entra e é processada, armazenada e transmitida (FLUSSER, 2014, p. 43). Essa trama é disposta de tal forma que não é possível distinguir claramente entre emissores e receptores – de modo que tal dicotomia deixa mesmo de ter qualquer sentido –, posto que somos todos nós dessa rede, sendo o próprio indivíduo, senão, “uma reificação de um nó em uma rede” (FLUSSER, 2014, p. 323). Por conseguinte, a própria sociedade passa a assumir uma estrutura de rede intersubjetiva.

Somente tal configuração social marcada pelo fluir de tecnoimagens entre nós mereceria, verdadeiramente, ser chamada de uma “cultura da imagem” (FLUSSER, 2011b, p. 67). Tendo em vista que a possibilidade do uso enredado dos aparelhos já se encontra na sua programação como uma virtualidade realizável, nessa sociedade seria possível florescer o consenso de um jogo dialógico através de imagens em uma busca constante pela aventura informacional do novo: uma *sociedade telemática*.

1.3.1 O jogo dialógico da telemática

Embora atualmente nos pareça dado que os meios de produção e circulação cultural quer permeiam a Web aí estejam, de modo que frequentemente esquecemos de que há sim uma história por trás deles – que costuma ainda ser ofuscada pela euforia diante do novo –, o recuo a um passado em que tudo isso existia ainda em potência teórica, antes mesmo de técnica, torna-se talvez necessário para compreender a nossa situação atual. É nesse sentido de dar um passo atrás, tendo em vista visualizar melhor tal engendramento, que a utopia da sociedade telemática flusseriana nos serve como arcabouço teórico para pensar as imagens digitais que afluem nas redes cibernéticas e, em especial, o meme.

Digamos que enquanto o profetismo de McLuhan seja circunscrito às mídias eletrônicas analógicas, embora o autor seja sabiamente apropriado nas interpretações do digital (Cf. PEREIRA, 2011), o filósofo tcheco encara o nascimento deste último e parece entender a sua

posição privilegiada porque o toma como objeto preferencial para entender as mudanças socioculturais que se ensaiavam à época, em uma sociedade que ainda engatinhava no tocante à sua informatização.

Nesse sentido, Vilém Flusser procura apreender as tendências que se manifestam, pouco a pouco, nas tecnoimagens de modo a “futurizar” sobre a sintetização da sociedade pelas imagens eletrônicas. Em sua obra *O universo das imagens técnicas* (2008), que se segue após o estrondoso sucesso de *Filosofia da caixa preta*, o referido autor descreve suas fabulações sobre uma possível sociedade telemática²⁸, a saber: *um universo fantástico de imagens técnicas intermediando diálogos cibernéticos e estabelecendo um império imaginístico criativo*. Nas suas reflexões ele afirma não ter antevisto o universo que se aproxima, mas apenas a direção para onde os fenômenos apontam, isto é, através do prolongamento das tendências atuais, assim, em meio às nuvens de “futuros” que nos cercam, ele pretendia sugerir os mais prováveis (FLUSSER, 2008, p. 141).

De todo modo, essa sociedade telemática messiânica é sinônimo de *cibercultura* na terminologia flusseriana (FELINTO; SANTAELLA, 2012, p. 173), posto que Flusser propõe com sua rede dialógica global justamente uma espécie de *Web avant la lettre* na qual os signos informacionais desmaterializados e altamente manipuláveis circulam pelas redes virtuais telemáticas, ou melhor, pelo *ciberespaço*. Além disso, vale notar que

com suas reflexões sobre a “sociedade telemática”, Flusser não apenas antecipou, em fins da década de 80, uma série de questões e problemáticas que apenas agora se tornaram lugar comum de nosso repertório teórico, senão que também sugeriu caminhos importantes para lidarmos com os dilemas da relação, cada vez mais intensa e ambígua, entre homens e máquinas. De fato, sua obra inteira se delinea sobre o pano de fundo da grande dualidade que constitui eixo central da chamada cibercultura, sempre distendida entre os polos da liberdade e criação e do controle e programação (FELINTO, 2014, p. 53).

Dessa forma, a sociedade telemática cibercultural significa, expressamente, um elogio ao *agenciamento livre e criativo entre o humano e a tecnologia*, para além das possibilidades de programação pelos aparatos técnicos.

²⁸ Nessas “futurizações” com os possíveis engendramentos de uma sociedade centrada na tecnoimagem, Flusser mostra a ambivalência de alguém que, ao mesmo tempo que encantado pelo novo, torna-se desorientado por ele e hesita entre um otimismo contagiante e um pessimismo que acabam por desnortear, em certa medida, aquele que o lê; portanto, a leitura sobre as imagens técnicas flusserianas se faz em terreno extremamente movediço, que avança e recua de modo muitas vezes inesperado. De todo modo, tentamos empreender aqui o esforço de oferecer um panorama geral daquilo que o filósofo denominou como telemática, salientando os aspectos que nos pareceram mais relevantes – escolha que, por razões óbvias, também implica em negligenciar outros tantos aspectos.

A revolução cultural implicada nas tecnoimagens encontra na utopia telemática a convergência de duas tendências distintas iniciadas ainda no século XIX: informática e telecomunicações; enquanto a primeira indica a computação, o cálculo, de elementos pontuais sobre uma dada superfície, a outra indica a irradiação também de elementos pontuais. Atualmente, essas tendências são amalgamadas para formar a telemática, quer dizer, a informação e comunicação se unem definitivamente, de modo que, agora, as imagens devidamente computadas podem mostrar seu verdadeiro caráter (FLUSSER, 2008, p. 83) em termos de criação e de conexão. Dessa forma,

deliberaremos as teclas a serem apertadas em função de informação a ser produzida. “Informaremos”. A “sociedade informática” desse futuro não muito distante será sociedade composta por tateadores de teclas em busca de informação nova. E isto, precisamente por ser sociedade programada para tatear sobre teclas. A forma até agora insuspeita de liberdade será a da deliberação no interior de um programa (FLUSSER, 2008, p. 38).

Por conseguinte, os aparelhos se tornam brinquedos, jogamos com e contra eles, abrindo a possibilidade de sintetizarmos imagens com computadores para exprimirmos nossas ideias, nossos desejos e nosso projetos, junto com alguém, digamos, do outro lado do mundo, sob forma de tecnoimagem (FLUSSER, 2008, p. 86). Graças à telemática, as imagens produzidas por aparelhos poderiam ser usadas para conversações ao invés de nos distraírem, isto é, poderiam se tornar superfícies nas quais a informação é projetada e através delas seria possível entrar em diálogos efetivos. Vale notar que a densidade semântica dessas imagens carregaria mais informação do que a linha escrita jamais pode, de modo que as imagens manipuladas telematicamente dariam vazão a um diálogo pictórico extremamente mais rico do que o linear.

A telemática propõe, então, uma abertura total rumo ao outro, posto que todos estariam ligados a todos graças às imagens telematizadas e aquela solidão a que as tecnoimagens massivas nos relegava, portanto, abrir-se-ia para uma comunhão cósmica impensável: sendo *o indivíduo apenas mais um nó em uma rede de interações e possibilidades*. Assim, nesse enredamento sociotécnico que emula o sistema neurológico, seria possível estabelecer conexões entre pessoas através de aparelhos, a despeito mesmo das divisões geográficas, sociais e culturais; isto porque as ideias de Flusser implicam em

uma conectividade em rede que se espalha como um cérebro ao redor do globo terrestre, sendo que os canais são os nervos, e os nós são as pessoas e os aparelhos [...] Sua função nada mais é que um cruzamento de competências para secretar novas informações e aumentar a competência total do cérebro” (FLUSSER, 2014, p. 276).

Portanto, essa conectividade em rede tem a função de mobilizar as competências cruzadas, levando-as ao delírio criativo da criação de informação nova.

Além disso, essa designação de enredamento proposta, mais do que uma mera estrutura técnica, propõe, de fato, uma nova antropologia, e uma outra ontologia, na qual somos nós de relacionamentos (FELINTO, 2014, p. 56), isto é, trata-se de uma forma de pensamento centrada nas associações estabelecidas entre e não apenas nos elementos. Assim, tal rede dialógica, pela qual a informação flui ponto a ponto, impõe-se mesmo pelas associações sociotécnicas entre o humano e a tecnologia.

Um outro nó dessa rede é a própria imagem técnica que, não podendo mais encobrir o real porque não parte dele, passa a propor significados – desse modo, ela ultrapassa o real, torna-se virtual, algo mesmo entre o real e o fictício. Não correndo o risco de encobrir o mundo, só nos resta usarmos as tecnoimagens em prol da *comunicação*, da *criatividade* e do *jogo*.

1.3.2 O devir criativo do *homo ludens*

O jogo é um fenômeno cultural que existe desde o início dos tempos, como afirma Johan Huizinga (1964), de modo que assim como recebemos a nomenclatura de *homo faber* e a de *homo sapiens*, merecemos também a de *homo ludens*. Segundo o referido autor, o jogo é uma atividade voluntária delimitada espaço-temporalmente, distinguindo-se então da vida ordinária, que carrega um fim em si mesmo e é acompanhada de um sentimento de tensão e alegria (HUIZINGA, 1964, p. 28).

Em suma, podemos dizer que se a ação do jogo para Huizinga consiste em um fenômeno bem marcado que difere do resto da constante da vida, Vilém Flusser parte do entendimento contrário, julgando este não um fenômeno isolado da vida comum e do cotidiano; assim, este último acaba propondo que o jogo telemático consiste no próprio *viver como intercâmbio informacional dialógico*. O aspecto lúdico do diálogo promovido pelas imagens produzidas por aparelhos traça a própria trama do *comunicar com e para o outro*, retendo o aspecto mágico do jogo.

Como já foi dito, a liberdade atual consiste em jogar contra os aparelhos. Mas o que são esses *gadgets*? Eles são, antes de tudo, brinquedos, não apenas instrumentos com os quais trabalhamos; dessa forma, em contato com eles somos jogadores: “não mais *homo faber*, mas *homo ludens*” (FLUSSER, 2011a, p. 43). Por conseguinte, *o nosso brincar com os aparelhos*

consiste em esgotar as possibilidades que repousam em seus programas de maneira a descobrir suas potencialidades e limitações. Esta maneira de ultrapassar a programação pelos aparelhos, forçando a entrada em sua caixa preta, não nos coloca nem aquém nem além da máquina, mas sim em uma posição em que o humano se confunde com o aparato em prol de *informar o mundo ludicamente.*

O jogo telemático da troca informacional é jogo aberto, isto é, modifica as próprias regras e acrescenta elementos no próprio jogar, tendo como propósito produzir informação nova, leia-se: improvável. Como é próprio do jogo, seu significado é tautológico e denota o jogar mesmo. Os jogadores computam metodicamente a informação, se submetendo e modificando as regras do jogo a cada lance do processo lúdico, seguindo uma estratégia na qual todos eles são vencedores à medida que estes são enriquecidos pela experiência de se perder ludicamente no jogo, e também nos outros (nós), aumentando a sua competência para o mesmo. Portanto, o jogo é enriquecido pela constante atualização das suas regras e o universo das tecnoimagens, por sua vez, é também enriquecido nesse processo de criação informacional inesperada.

Como apenas mais um nó nas redes globais telemáticas estabelecidas, o jogador esquece de si ao produzir informação de maneira dialógica, a criatividade inspiradora é, pois, distribuída coletivamente. Deste modo, *a brincadeira informacional consiste no próprio elogio da criatividade,* almejando criar dialogicamente, com outros, o inconcebível e o inimaginável. Vale notar que a produção de *informação nova se dá pela síntese de informações precedentes,* por diálogo se trocam bits de dados no sentido de produzir, a partir disso, informação nova. Por conseguinte,

o “artista” deixa de ser visto enquanto criador e passa a ser visto enquanto jogador que brinca com pedaços disponíveis de informação. Esta e precisamente a definição do termo “diálogo”: troca de pedaços disponíveis de informação. No entanto: o “artista” brinca com o propósito de produzir informação nova. Ele delibera. Ele participa dos diálogos a fim de, deliberadamente, produzir algo imprevisto. Dessa maneira, o “artista” não é uma espécie de Deus em miniatura que imita o Grande Deus lá de fora (ou o quer que se ponha no lugar desse Grande Deus), mas sim jogador que se engaja em opor, ao jogo cego de informação e desinformação lá de fora, um jogo oposto: um jogo que delibere informação nova. O método a que recorre nesse jogo não é de uma “inspiração” qualquer (divina ou anti-divina), mas sim o do diálogo com os outros e consigo mesmo: um diálogo que lhe permita elaborar informação nova junto com informações recebidas ou com informações já armazenadas. Devemos imaginar esse jogo produtivo de informações dentro de uma rede dialógica, tornada atualmente tecnicamente viável graças a telemática e a seus *gadgets.* (FLUSSER, 2008, p. 93)

As imagens técnicas telematizadas, como superfícies aptas à manipulação e à distribuição dialógica, carregam em si virtualidades que abrem espaço para a criação de informações infinitamente improváveis. Graças aos aparatos técnicos, a exploração e o cálculo da criatividade transformariam todos nós em artistas livres, assim, a sociedade telemática consistiria na liberdade de produção do imprevisível – portanto, trata-se de um nível de consciência novo porque consciente de si, do jogo e dos outros nós que perfazem tal rede de relações intersubjetivas.

Nesse contexto, fica bastante claro que nessa aventura da criação e da criatividade, a informação não surge como uma mítica *criatio ex nihilo*. Longe de pensarmos aqui em um criador demiúrgico ou em uma fonte de inspiração divina, o artista telemático é, sobretudo, jogador em diálogo com outros, produzindo o novo a partir do intercâmbio informacional com dados precedentes. Dessa forma, vale lembrar aqui de Michel Foucault (1984) e Roland Barthes (1988), que há muito já haviam constatado a morte do autor como conhecíamos, com isso, há a ascensão do leitor, aquele que manipula e recompõe a obra ao seu próprio gosto.

Flusser (2014, p. 178) afirma que com a queda da aura da obra de arte, implicada no nascimento da fotografia, a reprodutibilidade técnica leva também ao chão as ideias de autor e de autoridade porque estes se tornaram supérfluos, pondo em seu *lugar a criatividade gerada pelas competências humanas e artificiais cruzadas*; portanto, a emergência das imagens técnicas marca a crise na problemática sobre a autoria – mas é no ambiente digital que a questão se intensifica sobremaneira, posto que as tecnologias de reprodução evoluíram significativamente, transformando a cópia em um imperativo talvez mais saliente que a ideia de original. Por conseguinte, o *homo ludens* seria artista criativo, mas de uma *criatividade consciente e distribuída coletivamente*; de fato, trata-se de uma *espécie de intercriatividade por conjugar em si os aspectos de uma produção intersubjetiva*.

As tecnoimagens eternamente copiáveis e reproduzíveis são resultado, portanto, desse devir criativo distribuído. Isto porque criatividade se torna sinônimo de produção dialógica de informação. Assim, “quanto maiores e mais numerosas forem as competências cruzadas, mais rico será o metajogo que chamamos de programa” (FLUSSER, 2014, p. 269). Então, a criatividade reside no cruzamento mesmo entre: o total de participantes do jogo, as associações entre humanos e aparatos, e o montante de informações existentes antes e depois do próprio jogar. Dessa forma, *o jogo telemático é o desafio da contínua produção de informação tendo em vista aumentar a competência do próprio jogo bem como dos jogadores*. Em linhas gerais, a criatividade flusseriana significa “produção do novo e diferenciação (FELINTO; SANTAELLA, 2012, p. 22). Por conseguinte, o novo é produzido de maneira duplamente

dialógica: primeiro, na relação entre os humanos e os aparelhos e segundo, no elo estabelecido entre os jogadores, ambos em prol da criação e da criatividade.

Nesse caso, torna-se impensável uma separação radical entre o humano e o tecnológico, posto que ambos estabelecem uma intrincada relação de codeterminação através da qual, “nos diálogos telemáticos, memórias humanas e artificiais trocam informação para sintetizar nova informação e armazená-la artificialmente” (FLUSSER, 2011b, p. 108). Em todo caso, eles se conectam de tal forma que, muitas vezes, é indiscernível a separação entre fatores humanos e não-humanos na produção informacional, de modo que o aumento na competência dos computadores, por exemplo, implica também no refinamento do poder imaginativo dos produtores de imagem.

No tocante aos outros nós dessa relação dialógica, os humanos, estes se realizam justamente nessa relação lúdica com os outros, visto que “o jogo futuro fará a concretização da abstração “eu” sob forma do “nós outros” (FLUSSER, 2008, p. 107). Sob forma de conversação intersubjetiva se dará a criação de imagens inesperadas, passíveis de serem infinitamente modificadas e reproduzidas nesse jogo, posto que cada alteração consiste em uma nova informação. Assim,

a pessoa do futuro, jogando no teclado, estará extasiada com a criação de informação durável que é, no entanto, constantemente disponível para uma nova síntese [...] A pessoa do futuro estará absorvida no processo criativo ao ponto do auto esquecimento. Ele se levantará para jogar com outros por meio dos aparatos. No entanto, é errado ver esse esquecimento de si no jogo como uma perda do eu. Pelo contrário, o ser do futuro se encontrará, substanciado a si mesmo, através do jogo. O “eu”, cuja redução eidética (e as análises neuropsicológicas, psicológicas e informáticas) tem mostrado ser um conceito abstrato, um nada, será realizado, pela primeira vez, através do jogo criativo. O jogador encontrará a si mesmo nos outros através do jogo criativo. Nessa conversação, nesse jogo criativo de mútuo reconhecimento do outro, todos são iguais, em termos familiares (FLUSSER, 2011b, p. 104).

Considerando que o que conta nas tecnoimagens não é seu significado, mas o seu significante, a direção para a qual apontam, podemos inferir que elas acabam apontando não só a si mesma, mas também o outro, denotando justamente a construção de diálogos via imagens técnicas entre os nós em rede.

Certamente a existência de tais seres do jogo implicaria também em um novo estado psíquico: o da *celebração*. O gesto produtor de tecnoimagens é relaxante porque jogo, não precisa de um propósito, a sua motivação é o próprio jogo, assim, o fluxo de informação não será útil, mas será apenas celebrado (FLUSSER, 2011b, p. 154). Jogo e celebração são, portanto, conceitos correlatos na sociedade telemática, de forma que uma “religiosidade não ortodoxa está começando a emergir dos cantos mofados da nossa consciência, e isso,

surpreendentemente, na forma do quimérico universo das imagens técnicas” (FLUSSER, 2011b, p. 157). Nesse sentido, a função da tecnoimagem seria apenas a da *experiência estética*, ao mesmo tempo ativa e apaixonada, de forma que essas imagens teriam agência sobre nós e vice-versa – as criaríamos dialogicamente e elas nos seduziriam, como as outras imagens o fizeram antes dessas.

Por fim, todo o elogio possível das imagens técnicas reside na sua própria virtualidade utópica. Mas até que ponto é utopia? Pensamos que o futuro aludido por Flusser pode, em certa medida, ser o agora. Já não nos afogamos cotidianamente no mar de informação criativa e imprevisível que permeia a rede? Já não seríamos *homines ludentes*, manipuladores de *softwares*, jogando na abstrata esfera digital? Já não apertamos teclas e criamos “artisticamente” nossas imagens binárias, produzindo-as, dialogicamente ou não, a partir de informação precedente? Nossa resposta para tais indagações é sim, visto que a cultura digital que tem se ensaiado “globalmente” desde meados dos anos 1990 conjuga várias das questões levantadas pelo pensamento teórico flusseriano, principalmente no tocante às imagens técnicas e suas propriedades dialógicas e criativas, como veremos no capítulo a seguir sobre os memes da internet.

2 OS MEMES E O AMBIENTE DIGITAL

Oh hai. In teh beginnin Ceiling Cat maded teh skiez An da Urfs, but he did not eated dem.

LOLcat Bible Translation Project

Antes de adentrarmos no rico universo dos memes da internet, de fato o objeto central deste capítulo, faz-se necessário um breve recuo temporal, bem como teórico, no sentido de buscar a genealogia do meme, o replicador da cultura proposto pelo etólogo Richard Dawkins (2006), como um paralelo ao gene. Desse modo, visando compreender como sua origem no campo da biologia interfere também no nosso próprio entendimento das referidas unidades digitais contemporâneas, empreendemos um retorno às bases da “ciência memética” como forma de avançarmos um pouco mais no tema proposto.

* * *

Em 1859, com a publicação de *On the origin of species by means of natural selection, or the preservation of favoured races in the struggle for life*, Charles Darwin introduz o princípio básico da evolução das espécies: a seleção natural. Partindo do princípio de que as criaturas vivas sofrem variações biológicas entre si, em dados ambientes, algumas características distintivas beneficiarão o bem-estar de seu possuidor por conta destas serem mais aptas para aquele contexto; isto é, tal indivíduo terá não apenas mais chances de sobreviver mas também de perpetuar tais atributos em seus filhos.

Por conseguinte, depreende-se que a seleção natural darwiniana é calcada, sobretudo, na *variação* biológica dos indivíduos, na *seleção* daqueles mais adaptados, cujas características são favoráveis ao seu habitat, e na *hereditariedade* (ou replicação) delas em suas “cópias”, leia-se, seus descendentes. No final das contas, aqueles cujas qualidades são mais úteis à sobrevivência em determinado local tendem a aumentar e a se estabelecer como um padrão para a espécie, dado o perecimento dos menos adequados.

Mas se a evolução das espécies é estabelecida através da diferenciação e do estabelecimento daqueles cujas características os tornam mais aptos a um meio, falamos aqui dos indivíduos mais adaptados ou das espécies? Na contramão dessas possibilidades de resposta, Richard Dawkins propõe que a unidade fundamental de seleção não é a espécie, nem

o grupo e muito menos o indivíduo, mas “é o gene, a unidade de hereditariedade” (DAWKINS, 2006, p. 11).

2.1 Os replicadores

No livro *The selfish gene*, publicado em 1976, Dawkins parte do argumento de que nós seres humanos, bem como todos os outros animais, somos máquinas criadas pelos nossos genes, e, ao considerarmos a sobrevivência destas unidades em um mundo altamente competitivo, uma das qualidades que se espera desse replicador é o egoísmo. Ou seja, esta é uma perspectiva do processo cego da seleção natural a partir do ponto de vista do gene, apenas uma metáfora dele como um agente consciente; portanto, vale lembrar que eles não têm plano nem propósito, “apenas existem” (DAWKINS, 2006, p. 24). Aqui trata-se da história da evolução da vida na Terra contada a partir da perspectiva das suas menores unidades, o que faz sentido se pensarmos que tal empresa iniciou-se com replicadores que vieram a se tornar o que nós entendemos atualmente como genes.

Portanto, antes de nos aprofundarmos mais um pouco no gene egoísta, cabe voltarmos três ou quatro bilhões de anos atrás, para entender as especificidades desse replicador. Por volta desse período, na sopa primordial que formava os oceanos, uma molécula formou-se ao acaso: um replicador. Certamente não era a maior nem a mais complexa, mas tinha a extraordinária propriedade de criar cópias de si, como um molde ou um *template* não para uma cópia exata, mas para uma espécie de negativo que, por sua vez, refaria uma cópia do positivo original (DAWKINS, 2006, p. 15-16).

Tão logo esse replicador surgiu, ele deve ter espalhado suas cópias rapidamente pelos oceanos e, claro, a *fidelidade da cópia* nesse processo mimético foi essencial para a formação de um universo de réplicas idênticas – por outro lado, as falhas tiveram também a sua significância nos primeiros tempos de formação molecular, posto que se em qualquer processo de cópia da cópia *ad infinitum* naturalmente ocorrem erros, foi justamente a acumulação deles que ocasionou a variação genética que deu origem à evolução progressiva da vida na Terra.

Em um outro momento, a sopa primordial já estava repleta de uma população variada dessas moléculas capazes de auto-replicação, todas oriundas de um mesmo ancestral comum; sendo algumas mais numerosas, outras mais estáveis etc. De qualquer forma, aquelas com maior *longevidade* certamente dispunham de maior tempo para replicarem-se, tornando-as, então,

mais numerosas. Assim, outra propriedade não menos importante desse replicador primevo foi a *fecundidade*, ou seja, a velocidade através da qual essas unidades se auto-replicavam.

Portanto, *fidelidade*, *longevidade* e *fecundidade* tornam-se parte do processo de seleção automática entre moléculas, logo porque a luta pela sobrevivência as torna rivais entre si. Destarte, a maior ou menor incidência dessas citadas características, ou melhor, as prerrogativas para uma unidade bem-sucedida na seleção natural, são responsáveis por favorecer os replicadores melhor adaptados às pressões da sua auto-reprodução; nesse interim, as variedades menos favorecidas vão tornando-se menos numerosas até desaparecerem por completo.

Enquanto isso, alguns replicadores devem ter descoberto novas formas de se protegerem, alguns quimicamente e outros através da construção de paredes de proteína no seu entorno – sendo talvez dessa maneira que as primeiras células vivas surgiram. Nesse momento, então, eles passam a construir armaduras no sentido de favorecerem a própria sobrevivência, enxameando-se em gigantescas colônias, salvos dentro de pesados e gigantescos organismos, isolados do mundo exterior: eles nos criaram, corpo e mente, bem como os outros animais. Atualmente, essas unidades atendem pelo nome de genes e “nós somos suas máquinas de sobrevivência” (DAWKINS, 2006, p. 20), lotadas com milhares de molécula de DNA.

Em suma, considerando o gene a unidade fundamental de seleção natural capaz de auto-replicação ou a “unidade fundamental de auto-interesse” (DAWKINS, 2006, p. 33), posto que o seu único objetivo é a própria sobrevivência por meio das suas cópias, é essa luta incessante que o torna, na verdade, a unidade básica de egoísmo. Nessa perspectiva, o gene faz uso do organismo de suas máquinas para favorecer os seus interesses, ou seja, a perpetuação de si mesmo através da reprodução.

Claro que os genes são apenas replicadores cegos e inconscientes, eles não antevêm nem planejam deliberadamente suas ações. Eles tendem somente a favorecer os seus próprios aspectos de sobrevivência e de replicação, o que na perspectiva de Dawkins podem ser consideradas qualidades egoístas. A psicóloga Susan Blackmore lembra que

o termo ‘egoísta’ aqui significa que os genes agem apenas para si mesmos; seu único interesse é sua própria replicação; tudo o que eles querem é serem transmitidos para a próxima geração. Claro, genes não “querem” ou não têm objetivos ou intenções da mesma maneira que as pessoas têm; eles são apenas instruções químicas que podem ser copiadas (BLACKMORE, 1999, p. 05).

Ao considerarmos a diversidade de espécies que povoam a Terra e sua adaptação ao meio, fica bastante claro que o algoritmo evolutivo pautado nesses replicadores genéticos

obteve pleno êxito. Mas dentre todas as espécies, há apenas esse replicador, essa única forma de evolução?

2.2 O meme egoísta

Richard Dawkins observa que o darwinismo é uma teoria grande demais para ficar circunscrita aos limites biológicos, dessa forma, apenas como uma analogia e nada mais, ele propõe que a transmissão cultural seja análoga à transmissão genética e que aquela possui sua própria forma de evolução (DAWKINS, 2006, p. 191); portanto, a linguagem, a moda, os costumes, a arte etc. podem ser apontados como elementos que evoluem ao longo do tempo, à sua própria maneira.

Nesse sentido, o etólogo propõe a emergência de um novo replicador capaz de produzir cópias de si mesmo. Ele ainda se encontra em tenra idade, se comparado ao gene, mesmo assim, ele tem alcançado uma taxa evolutiva capaz de ultrapassar em muito a das moléculas genéticas.

Nós precisamos de um nome para o novo replicador, um nome que expresse a ideia de uma unidade de transmissão cultural ou uma unidade de *imitação*. ‘Mimeme’ vem de uma raiz grega adequada²⁹, mas eu quero um monossílabo que soe um pouco como ‘gene’. Eu espero que meus amigos classicistas me perdoem se eu abreviar mimeme para *meme*. Caso sirva de consolo, ele pode, alternativamente, ser pensado como sendo relacionado à ‘memória’ ou à palavra francesa *meme*. Ele deve ser pronunciado para rimar com ‘creme’ (DAWKINS, 2006, p. 192).

É desta forma que, no último capítulo de *The Selfish gene*, Dawkins despretensiosamente dá os primeiros passos do que virá a se tornar a memética³⁰, a ciência que estuda a replicação, a propagação e a evolução dos memes e que atraiu pesquisadores dos mais variados campos, desde as ciências computacionais até a microbiologia. Nos anos 1990 e 2000 tal programa de pesquisa contava com a contribuição de proeminentes filósofos como Daniel

²⁹ À título de informação, da raiz etimológica *mimos* são derivados os seguintes vocábulos: *mimesthai*, *mimetes*, *mimetikos*, *mimema* e *mimesis*. Enquanto *mimesthai* significa “imitar”, “representar” ou “retratar”, *mimos* e *mimetes* designam as pessoas que imitam; já *mimetikos* remete a algo imitável. *Mimema*, por sua vez, designa o resultado da ação mimética e *mimesis* a própria ação. GEBAUER, Günter; WULF, Christoph. *Mimese na cultura: agir social, rituais e jogos, produções estéticas*. São Paulo: Annablume, 2004, p. 22.

³⁰ Para sermos mais precisos, a memética como uma disciplina surge a partir da sugestão de Douglas Hofstadter no artigo “On viral sentences and self-replicating structures”, publicado em janeiro de 1983 na coluna “Metamagical Themas”, que o filósofo mantinha na revista *Scientific American* – posteriormente publicada inteiramente em um livro de mesmo nome. Cf. HOFSTADTER, Douglas. *Metamagical themas: questing for the essence of mind and pattern*. New York: Basic Book, 1985, p. 65-66.

Dennett e Douglas Hofstadter; é dessa época também que data a publicação de vários livros cujo objetivo é esmiuçar essas pequenas unidades, sendo o de Susan Blackmore, *The meme machine*, talvez o de maior relevo. Além disso, é importante ressaltar que, como contribuição ao campo, surge em 1997 o ‘Journal of Memetics’, um periódico eletrônico que durante oito anos fez avançar as discussões em torno do status, da missão e da terminologia da memética.

O meme, sendo uma ideia, uma unidade ou complexo informacional (DAWKINS, 1982, p. 109) da cultura, lida, portanto, com conteúdos representacionais (DISTIN, 2005, p. 20) que se propagam pulando de um cérebro para outro através de “um processo que, em sentido amplo, pode ser chamado de imitação” (DAWKINS, 2006, p. 192). Assim sendo, podemos apontar como exemplos de memes melodias, slogans, lendas, gírias, dietas, religiões etc.; em suma, quaisquer unidades que se repliquem de forma efetiva no caldo cultural. Dessa forma, torna-se evidente que cotidianamente somos expostos a uma infinidade de memes e os produzimos sem nos darmos conta disso.

Nós não poderíamos (mesmo a princípio) calcular a proporção de memes potenciais que na verdade são repassados, mas a ideia é suficientemente clara. Há uma enorme pressão nessa seleção e, portanto, bem poucos sobreviventes dentre os muitos que iniciaram. Apenas uns poucos memes são copiados com sucesso de cérebro para cérebro[...]. Aqueles que nós regularmente encontramos são os bem-sucedidos – aqueles que sobressaíram-se na competição pela replicação (BLACKMORE, 1999, p. 37).

Nesse sentido, memes podem ser tanto unidades distintas e memoráveis nas suas singularidades quanto complexos maiores, ou melhor, memeplexos (BLACKMORE, 1999, p. 19), porque compostos de ideias-meme associadas umas com as outras – aumentando mesmo as suas chances de sobrevivência e replicação. Ao pensarmos nesses tipos de memes coadaptados que mutuamente assistem uns aos outros, podemos citar a Igreja Católica como exemplo, embora também coubesse aqui usar qualquer instituição religiosa, que conta com sua arquitetura, sua ritualística, seus ícones, suas leis, suas artes, seus escritos etc.

De qualquer forma, não importa se como unidades ou como complexos, os memes competem uns com os outros principalmente pela nossa atenção, sendo justamente a capacidade deles de ganhá-la e retê-la talvez a melhor medida da adaptação memética (DISTIN, 2005, p. 90) ao seu ambiente. Isto porque somos nós que decidimos a quais ideias daremos atenção ou não.

Uma maneira útil de pensar o meme pode ser a da brincadeira de roda conhecida como telefone sem fio, que consiste basicamente em uma palavra ou frase criada por um dos componentes do grupo que vai sendo sucessivamente cochichada no ouvido daquele que está

ao seu lado até que, por fim, o último elemento deve proferir em voz alta o que ouviu; qualquer um que já brincou alguma vez disso sabe que, no final das contas, a informação inicial muito raramente corresponde à final. Com o meme acontece a mesma coisa, pois trata-se de uma unidade que vai sendo replicada de pessoa a pessoa e no seu próprio processo de propagação, a informação vai se modificando, ganhando novos contornos, assim, *input* e *output* entram em dissonância. A diferença aqui é que no caso da replicação na cultura, não podemos delimitar o seu ponto final.

Posto isso, é oportuno retomar a metáfora do egoísmo do gene trabalhando apenas em prol da própria sobrevivência, tendo em vista que ela se aplica também ao meme; claro que, novamente, isso não deve ser entendido de forma literal. Aqui tem-se a evolução da cultura do ponto de vista dos memes, unidades que competem entre si pela nossa atenção, ou seja, replicadores cujo objetivo é multiplicar-se na forma de cópias sempre que tiverem chance e que “olham para o mundo em termos de oportunidades para replicação” (BLACKMORE, 1999, p. 37).

Nós podemos dizer que memes são ‘egoístas’, que eles ‘não se importam’, que eles ‘querem’ propagar-se etc., quando tudo que nós queremos dizer é que memes bem-sucedidos são aqueles que são copiados e espalhados, enquanto os malsucedidos não o são. Este é o sentido no qual memes “querem” ser copiados, “querem” que você os transmita e “não se importam” com o quê isso significa para você ou seus genes (BLACKMORE, 1999, p. 07).

No entanto, vale ressaltar que os genes são um exemplo de replicador e os memes outro. Muito embora a teoria geral da evolução darwiniana aplique-se a ambos, isto é, as categorias de *variação*, *seleção* e *hereditariedade*, os detalhes específicos do funcionamento de cada um dos dois são bem diferentes. Então, quanto à analogia gene-meme devemos pensar que embora eles se submetam às mesmas leis, eles têm dinâmicas próprias, talvez até mesmo opostas. Em virtude disso, e a despeito mesmo dos genes, os memes são unidades intangíveis e imensuráveis e, por isso mesmo, bastante flexíveis (GLEICK, 2011).

Então, o meme, ao submeter-se também às leis da seleção natural – sendo esta a razão pela qual alguns são definitivamente mais bem-sucedidos que outros –, conta com as qualidades requeridas de um gene, a saber: *fidelidade da cópia*, *longevidade* e *fecundidade*. Nesse ponto, cabe retomar a metáfora do telefone sem fio porque no tocante à fidelidade, a transmissão memética é, sobretudo, “sujeita à contínua mutação e também combinação” (DAWKINS, 2006, p. 195) e, assim, essas unidades propagam-se livremente, modificando-se e misturando-se no meio do caminho. Por conseguinte, podemos atribuir tais mutações à agência humana

(DENNETT, 1995, p. 355) que, dentre as alternativas culturais que competem entre si, escolhe aquelas as quais dá atenção e as propaga, por vezes subvertendo a ideia original.

Antes de tudo, devemos fazer uma ressalva aqui quanto à questão da imitação, que deve ser entendida mesmo de maneira bem ampla, talvez até como uma forma de aprendizagem social. Isto porque a fidelidade dos memes é bastante relativa, pois eles são extremamente mutáveis; dessa forma, a imitação, em um sentido estrito, não é capaz de dar conta da ideia da cópia como uma semelhança, que estabelece relação entre comuns, mas que guarda também uma diferença que extrapola o significado inicial e permite a variação³¹. Então, o mais importante entre as cópias é a relação estabelecida entre elas, a cadeia de significados comuns que dão conta também das diferenças entre elas.

No tocante à longevidade e à fecundidade, digamos que em um âmbito micro, a cópia de cada meme é relativamente sem importância – a cópia que cada um de nós tem de uma lenda urbana como a “Loira do Banheiro”³² é inexpressiva, portanto –, o importante é que essas cópias continuem replicando-se e encontrem terreno nos cérebros daqueles que estão por vir; nesse caso, a “fecundidade é muito mais importante do que a longevidade de cópias particulares” (DAWKINS, 2006, p. 194). E muito embora alguns memes alcancem um extraordinário sucesso em termos de replicação a curto-prazo, como nos diversos modismos, eles não tendem a permanecer na memesfera, enquanto outros de propagação talvez mais lenta, no entanto contínua, permanecerão a replicar-se pelos séculos a frente. Por outro lado, agora no âmbito macro,

nós fomos construídos como máquinas dos genes, criados para transmitir nossos genes. Mas esse nosso aspecto será esquecido em três gerações. Seu filho(a), até mesmo seus netos, podem possuir uma semelhança com você, talvez nas características faciais, no talento para música, na cor do cabelo dela. Mas a medida que cada geração passa, a contribuição dos seus genes é diminuída pela metade. Não demora até alcançar proporções insignificantes[...]. Mas se você contribuir para a cultura mundial, se você tiver uma boa ideia, compor uma melodia, inventar uma vela de ignição, escrever um poema, isso pode perdurar, intacto, muito tempo depois que seus genes foram dissolvidos[...]. Sócrates pode ou não ter um ou dois genes vivos no mundo de hoje, como G. C. William observou, mas quem se importa? Os complexos-de-memes de Sócrates, Leonardo, Copérnico e Marconi continuam a prosperar (DAWKINS, 2006, p. 199).

³¹ Quanto à ideia de mimese entre os polos de semelhança e de diferença, faz-se oportuno lembrar o desenvolvimento teórico do tema nos estudos literários. Cf. LIMA, Luiz Costa. *Mimesis e modernidade: formas das sombras*. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

³² Inspirada na lenda americana “Bloody Mary”, a loira do banheiro consiste na história de uma jovem que faleceu em um banheiro – após bater a cabeça em um vaso sanitário em decorrência de um escorrego – e, desde então, assombra as toaletes quando invocada por meio de três apertos na descarga seguidos de três chamados pelo seu nome.

De qualquer forma, podemos especular que essas unidades transitórias, durante boa parte da nossa história biológica, tiveram como principal meio de transmissão o boca a boca (GLEICK, 2011). Claro, os memes não poderiam simplesmente pular de um cérebro para outro, eles precisam de veículos para tantos. Dessa forma, é oportuno alinharmos-nos ao pensamento do antropólogo Robert Aunger (2002), que entende que esses neuromemes usam, na verdade, sinais, tais como a fala, para ajudar na sua propagação; uma vez tendo entrado no cérebro hospedeiro, tais sinais iniciam a reconstrução do meme a partir do *background knowledge* que já se encontra lá – em suma, trata-se de um processo informacional de codificação, de transmissão e de decodificação. Logo, podemos pensar “tais eventos como atos de comunicação” (AUNGER, 2002, p. 08), posto que envolvem a replicação de uma informação através do envio de uma mensagem via sinal, que será resignificada no ato de sua recepção.

Ao longo dos tempos os memes aprenderam a usar outros artefatos como depósitos para essas mensagens, tais como: as paredes das cavernas, rolos de pergaminho, códices, livros, jornais, rádios, televisores, Internet, redes digitais etc. E através destes a jornada rumo à cada cérebro sofreu acréscimos em termos de *fidelidade, longevidade e fecundidade*.

2.2.1 As tecnologias meméticas

Dado que a existência do meme depende da sua materialização física em algum meio, as ferramentas, as tecnologias e outras invenções são consideradas, então, como veículos para a sua propagação (DENNETT, 1991, 204); tal maquinaria de replicação inclui aparelhos de cópia memética desde canetas até computadores. De qualquer forma, este foi um grande salto evolutivo para o meme, tanto que Dawkins acredita que foram esses replicadores que impulsionaram a criação de tais sistemas e máquinas em favor da sua replicação continuada e melhorada (DAWKINS, 2006, p. 322). Considerando a perspectiva do gene e do meme que vem sendo trabalhada aqui, se nós somos máquinas criadas pelos nossos genes para favorecer sua sobrevivência e replicação, as nossas tecnologias, naturalmente, são criadas pelos memes para este mesmo fim.

Tais tecnologias têm evoluído no sentido de potencializar a capacidade de difusão dessas unidades de informação no tocante à fidelidade, à longevidade e à fecundidade desses replicadores. Nesse sentido, Susan Blackmore afirma que “o telégrafo, o telefone, o rádio e a

televisão são todos passos em direção ao espalhamento mais efetivo dos memes” (BLACKMORE, 1999, p. 212).

Desse modo, esses artefatos comunicativos acabam por serem intermediários no processo de transmissão e de replicação memética que se dá através de sinais, isto é, “fluxos de partículas padronizadas fluindo através de um canal” (AUNGER, 2002, p. 286). Assim, aqueles naturais, como os sons da fala, são acrescidos àqueles produzidos maquinicamente – nesse caso a tecnologia serve como uma espécie de *template* para a produção deles (AUNGER, 2002, p. 286) – como, por exemplo, os sinais digitais, por ventura mais eficazes pela capacidade de propagar quase que automática e instantaneamente múltiplas cópias de um mesmo meme. Além disso, “o advento dos artefatos eletrônicos também introduz maior controle sobre conteúdo do sinal, destinos e distribuição, e simultaneamente, reduz a incerteza associada com a produção original de tal mídia. A potencial população de hospedeiros também aumenta drasticamente” (AUNGER, 2002, p. 292).

Por conseguinte, os ambientes digitais apenas dão continuidade a esse processo crescente de aprimoramento na difusão memética, visto que nesse caso os memes são passíveis de armazenamento e transmissão com menor perda, mesmo através de canais ruidosos (BLACKMORE, 1999, p. 58). Nesse sentido, os sistemas digitais são melhores que os analógicos para tanto, tendo em vista que “era obviamente previsível que computadores eletrônicos manufaturados, também, iriam afinal atuar como anfitriões para padrões informacionais que se auto-replicam – memes. Computadores estão intrinsecamente ligados em intrincadas redes de informação compartilhada” (DAWKINS, 2006, p. 329). Os computadores sendo, portanto, lugares perfeitos para o florescimento e propagação dos memes.

Mas talvez seja nessa Era da Viralidade em que vivemos que os memes encontrem o seu apogeu. A medida que o fluxo de informação encontra cada vez mais conectividade, os memes evoluem mais rápido e são transmitidos para cada vez mais longe, tornando-os as epidemias virais que permeiam as tramas da Web.

Em 1989, a World Wide Web foi inventada. A Internet já vinha expandindo-se por vários anos e o que havia começado como um pequeno projeto ligando uns poucos cientistas do governo, rapidamente tornou-se um sistema mundial através do qual qualquer um com um computador e um modem poderia buscar informação armazenada do redor do mundo. Esse foi um grande passo para os memes. Memes agora podem ser armazenados no disco rígido de um computador em Melbourne e a qualquer momento do dia ou da noite serem copiados, quase sem erros, através de linhas telefônicas ou conexões de satélite, para outro computador em Londres, Florença, Chicago ou Tóquio, usando recurso energéticos de inúmeros seres humanos ao longo do caminho (BLACKMORE, 1999, p. 216)

Susan Blackmore (1999, p. 216-217) pensa a Web como uma criação dos memes não apenas como um ambiente para eles competirem uns com os outros pela nossa atenção, mas também para ajudar na sua própria replicação, visto as suas indiscutíveis potencialidades de cópia e propagação – nesse sentido, claro, a frequência de transmissão memética nunca foi tão grande. Mas a Internet não é apenas um meio bastante fértil para essas unidades, ela deu asas à própria ideia de memes (GLEICK, 2011) e apropriou-se deles à sua maneira, isto é, à maneira dos usuários.

2.3 Os memes da internet

Os memes, como unidades informacionais abstratas e maleáveis, são passíveis de sofrerem modificações e mesmo mutações ao longo do tempo; mas digamos que, nesse sentido, a sua própria ideia evoluiu para muito além daquilo que os memeticistas teorizavam *a priori*. A Internet deixou de ser apenas uma potencial ecologia perfeita para o meme e tornou-se ela mesma um grande e complexo ecossistema memético diverso daquela acepção inicial, mas que ainda mantém algumas interfaces, no qual é mister entender as pessoas como agentes ativas no processo de alteração do meme no curso de sua difusão. Richard Dawkins, em uma psicodélica performance para The Saatchi & Saatchi New Directors' Showcase em Cannes, explicou que

um meme da internet é um sequestro da ideia original. Ao invés de sofrer mutação ao acaso, antes de espalhar-se pela forma de seleção darwiniana, memes da internet são deliberadamente alterados pela criatividade humana. Na versão sequestrada, mutações são criadas – não ao acaso – com o total conhecimento da pessoa realizando a mutação (DAWKINS, 2015).

Cerca de quarenta anos depois da publicação de *The Selfish Gene*, o meme do Dawkins, ironicamente, memetizou-se. Enquanto a unidade abstrata da qual fala a memética é pautada, sobretudo, mas não exclusivamente, em unidades culturais ditas “sérias” e mais ou menos duráveis, a apropriação popular do termo na Web trata de fenômenos infecciosos pontuais e, principalmente, efêmeros, que são relativamente observáveis e rastreáveis. No entanto, essa unidade específica que é o meme da internet pode ser tratada também como um replicador, com a sua própria sorte de seleção “digital” natural.

Devemos pensar que se os memes *offline* como a linguagem, de modo geral, propagam-se e evoluem em um piscar de olhos, principalmente se comparados aos genes, aqueles *online*

são ainda mais rápidos. As especificidades deste último advêm justamente da sua incrível velocidade de transmissão, daí cabe dizer que ele usa mesmo um modelo de propagação viral, e da infidelidade de suas cópias, posto que a medida que vai reproduzindo-se ele sofre inúmeras reinterpretações.

Potencialmente, a *fidelidade*, a *longevidade* e a *fecundidade* dos memes é aumentada pelos próprios aspectos materiais das redes em que circulam, visto que é possível transmitir informações, em inúmeras cópias concomitantemente, ao redor do globo, sem grandes perdas e armazená-las indefinidamente em bancos de dados; no entanto, os memes da internet caracterizam-se pelas suas cópias deliberadamente manipuladas e alteradas que costumam alcançar um rápido sucesso para caírem no ostracismo cultural pouquíssimo tempo depois. Por conseguinte, eles carregam todas as prerrogativas de um replicador bem-sucedido, e de fato eles o são, mas apenas durante seus poucos minutos de fama.

Então, dentro dessa *memesfera* na qual se constitui a Web, o meme acaba por tornar-se um complexo corpus textual-imagético interconectado e “esotericamente” autorreferente (MILTNER, 2011, p. 13); ou melhor, uma espécie de folclore pós-moderno, como aponta Limor Shifman (2014, p. 14), que possibilita que enxerguemos com acuidade o *Zeitgeist* em voga por trás destes artefatos triviais. Portanto, dando a conhecer as mentalidades, as normas e os valores compartilhados bem como as novas formas de participação social dentro dessas redes de comunicação e relacionamento distribuídas.

Mas do que se trata essa nova modalidade específica de meme? Grosso modo, é uma forma digital (áudio)visual e/ou textual, ou qualquer outra unidade cultural, que é apropriada e recodificada pelos usuários, sendo introduzidas de volta na infraestrutura da Internet de onde vieram (NOONEY; PORTWOOD-STACER, 2014, p. 249). Ou seja, trata-se, então, de um “molde comum” ou “modelo formal básico” (FONTANELLA, 2009, p. 09) que é rapidamente assimilado, copiado e repetido, através dos qual são geradas as diversas versões e variações, ou mesmo evoluções, do meme, que se espalha de pessoa a pessoa de maneira viral. Em suma, ele tem se tornado, na verdade, uma espécie de bit de moeda cultural (STRYKER, 2011) bastante popular na rede. Isto porque

inúmeros participantes criam, circulam e transformam memes em redes amadoras de participação cultural mediada. Com cada novo remix, memes são reapropriados a fim de produzir novas iterações e variações de amplas ideias, geralmente sem assinatura ou citação. Desse modo, o meme da internet poderia ser um artefato participativo quintessencial: aberto, colaborativo e adaptável (MILTNER, 2012, p. 12).

Conseqüentemente, podemos perceber que os memes são marcados, então, pela aura do digital *trash* (PRIMO, 2013) que ronda o ecossistema digital e age no sentido de potencializar novas formas de interação social e consumo, através das quais os usuários são estimulados a interagirem com produtos midiáticos ou da própria Internet, contribuindo coletivamente no sentido de criarem conteúdo *online* marcado pelo humor e pela banalidade de seus temas.

A título de ilustração, trazemos aqui o meme Grumpy Cat (figura 5). Trata-se de uma gata chamada Tardar Sauce que alcançou fama mundial logo após a dona publicar suas fotografias no *site* Reddit em 2012, nelas a felina aparece com um semblante humanamente mal-humorado, incitando uma série de montagens com essas imagens, em geral, perpassadas por um humor irônico (Cf. FELINTO, 2013). No *image macro* – espécie de meme que será retomada em nossa tipologia ao final desse capítulo – em questão, que talvez seja sua montagem mais ilustre, o texto significa a imagem da gata “emburrada”, falando em primeira pessoa, que já se divertira uma vez e tinha sido terrível.

Figura 5 - Grumpy Cat: exemplo de um meme da internet



Fonte: KNOW YOUR MEME, 2015.

Claro que a natureza modular das mídias binárias é essencial para que as imagens, os vídeos, os sons, os textos etc., em linguagem numérica, sejam divididos, combinados, recombinaados e disseminados livremente, isto é, trata-se da própria essência da nova realidade

comunicacional (JUZA, 2013) na qual emergem os processos de criação dos memes da internet. Sendo assim, eles são mensagens nunca completas, em processo contínuo de transformação, abertos aos usos, modificações, *remix* e recontextualizações. Nesse sentido, as unidades da cultura digital são propriedade comum a todos, não exclusivamente de seus criadores, posto que nessa cultura participativa da qual fazemos parte, as fronteiras entre produção e consumo de conteúdo tornam-se mesmo embaçadas (Cf. JENKINS, 2006).

E é nesse contexto de reprodutibilidade digital que se um meme falha em propagar-se, ele já está morto (STRYKER, 2011). O meme da internet reina, então, apenas enquanto ainda espalha as suas cópias, sendo estas mais importantes que os originais, pois tornaram-se a própria *raison d'être* da comunicação *online* (SHIFMAN, 2013, p. 373). Posto isso, o meme da internet mantém uma notável interface com os vírus, porque a medida que este último vai infectando seus hospedeiros, tende não apenas a se propagar de maneira cada vez mais veloz ao longo do caminho, mas também a sofrer mutações – repetindo a ação a cada novo hospedeiro, isto é, invadindo as células e reprogramando-as através da inserção de códigos a partir dos quais surge a contaminação –; com o meme ocorreria o mesmo, pois a medida que é compartilhado no ambiente virtual, no ato mesmo de sua propagação, vão aparecendo cópias, que partem de um substrato comum, mas são variações portadoras de códigos diferentes do original (MAIA; ESCALANTE, 2014a).

Atentando para as questões de propagação do meme da internet, Cole Stryker (2011, p. 205) delineia uma espécie de ciclo de vida memético em oito passos, não universalmente válido, claro, mas ainda assim um modelo útil para ordenar e padronizar a circulação dessas unidades na Web, a saber: (1) *nascimento*, o material original é publicado na Internet, normalmente no fértil terreno das plataformas cujo conteúdo é gerado pelo usuário, e aí ele pode permanecer por muito tempo até ser descoberto; (2) *descoberta*, o material começa a ser manipulado dentro de uma comunidade mais restrita, como, por exemplo, o 4chan (espécie de fórum de discussão bastante popular, a ser explorado mais à frente) – caso seja uma imagem, ela passa a sofrer uma série de montagens ou mesmo receber elementos textuais, caso seja um vídeo, criam-se paródias, *mashups* etc. em cima dele, caso seja um áudio, ele pode ser “remixado” e caso seja um texto, ele será devidamente atualizado; (3) *agregação*, o meme recém-nascido espalha-se através de agregadores de conteúdo como o Reddit ou o Digg, que o promovem para uma audiência bem mais ampla, extrapolando aquele nicho inicial; (4) *boca a boca*, o meme finalmente chega aos *sites* de redes sociais e transforma-se em uma tendência na qual muitos falam a respeito – talvez seja este seja o seu ponto alto, posto que aqui ele se torna mesmo uma piada autorreferente e passa a sofrer intensas mutações; (5) *descoberta pela blogosfera*, ou seja,

sites como o BuzzFeed³³ e o Know Your Meme³⁴ que trabalham dentro da cultura própria da Internet e agem no sentido de explicar e adicionar contexto ao meme (explicar sua origem, entrevistar os envolvidos, acompanhar o desenvolvimento da história etc.) – estes querem explorá-lo ao máximo, de todos os ângulos possíveis; (6) *exposição no mainstream*, isto é, ele ultrapassa os limites da digital e torna-se conteúdo de programas de notícia e de entretenimento; (7) *comercialização*, muito embora raramente dê algum retorno financeiro, quando isso acontece dá-se, normalmente, via *merchandising* associado ao meme (8) *morte*, ou melhor, obsolescência, visto que não se fala mais a respeito ou se faz qualquer intervenção relacionada ao meme – tanto pela saturação do mesmo quanto pelo próprio tempo de vida curto dessas unidades –, claro que eles podem ser novamente ressuscitados ou mesmo “remixados” em conjunto com novas referências meméticas.

2.3.1 Uma arqueologia :-)

Convencionou-se afirmar, *a posteriori*, que um dos primeiros, senão o primeiro verdadeiramente, meme da internet foi o *emoticon*. Criado em setembro de 1982 por Scott E. Fahlman e composto inteiramente por sinais gráficos, o :-)) e o :-(tinham como objetivo resolver o problema da falta de contexto relativa à comunicação virtual; isto porque, tanto na pré-história daquilo que conhecemos como Internet quanto hoje, a comunicação mediada por computador incorreu sempre no risco de gerar mal-entendidos pela interpretação errônea de ironia ou humor na mensagem pela ausência mesmo de um canal visual capaz de fornecer tal *feedback*.

Pela percepção do âmbito escrito como sendo pautado na deficiência relativa ao tom da mensagem, ele propõe os dois citados emoticons como marcadores: o primeiro deveria ser incluído em caso de algo humorístico, o segundo caso o tema fosse sério, para expressar as emoções daquilo que estava escrito. De qualquer forma, essa prática de contextualizar mensagens escritas no sentido de indicar uma intenção emocional memetizou-se (DAVISON, 2012, p. 124) e, em questão de meses, foram criados novos emoticons partindo também de

³³ Uma empresa americana de “*infoteinment*”, criada em 2006, nativa da cultura digital e daquilo que conhecemos como Web 2.0, cujo enfoque dos seus conteúdos é justamente naquilo que tem potencialidade de viralizar na rede.

³⁴ Criado em 2008, trata-se do *site* que conta com a maior base de dados sobre memes, virais e toda sorte de fenômenos *online* – incluindo históricos, análises, variações etc. – através do emprego de *softwares* que permitem a produção colaborativa dos seus “verbetes”. Ver: <knowyourmeme.com>.

sinais gráficos – e aquilo que havia sido iniciado no *bulletin board* da universidade Carnegie Mellon chegou a ARPANET e a Usenet. Atualmente há uma enorme gama de “pseudopictogramas de expressões e objetos que são regularmente adicionados à comunicação digitada” (DAVISON, 2012, p. 124), tais como o alfabeto pictográfico emoji³⁵.

Nesse sentido, esses *ur-memes* minimalistas servem à função de comunicação não-verbal, visto que reproduzem os traços das expressões faciais; além disso, eles não apenas complementam as mensagens, dando-lhes contexto, mas adicionam uma nova camada de significado – denotando quase que uma nova linguagem, um idioleto, que contempla a expressão de humores e afetos que, assim como no caso dos emojis, talvez tenha tanto a função de entreter quanto a de comunicar.

Mesmo tratando retrospectivamente o emoticon como um meme, supõe-se, claro, que logo que surgiu ele não fosse considerado como tal. Pois não há como precisar em que momento o meme de Dawkins das páginas anteriores começou a ser referido também em relação à iconografia cultural de bits oriundos da Internet. Stryker (2011) aponta que entre o final dos anos 1990³⁶ e a metade dos anos 2000, o meme tornou-se sinônimo daquele tipo de “material bobo” que circula na Web – coisas estranhas, legais e/ou engraçadas – e, assim, as pessoas passaram a se referir aos memes sem terem ideia da sua acepção de origem no campo da biologia evolutiva.

O que sabemos ao certo é que tais unidades digitais em fluxo passaram definitivamente a serem conhecidas como memes a partir da ascensão do 4chan como um dos grandes polos de produção (sub)cultural na Web, tornando-se a primeira, e talvez a mais original, máquina dos memes. Lançado em outubro de 2003, o *imageboard* ou *chan*, uma espécie de fórum de discussão baseado em postagens de textos e de imagens, foi criado por Christopher Poole como uma versão ocidental de *websites* japoneses como 2channel e Futaba, sendo voltado

³⁵ Em um viés evolutivo podemos pensar os atuais emojis que circulam cada vez mais na comunicação via aplicativos de smartphone como um aprimoramento, não apenas estético, dos rudimentares emoticons surgidos na década de oitenta, isto porque os primeiros permitem expressar com muito mais acuidade uma gama maior de emoções. Por outro lado, eles partem de ícones padronizados referente à cada *software* que deles se utiliza, ou seja, a criatividade dos usuários está circunscrita apenas ao seu uso e não à criação, como no caso dos emoticons; de qualquer forma, isso não torna o seu impacto menos importante, visto, por exemplo, que em um levantamento realizado pela Global Language Monitor, o emoji de coração foi a “palavra” mais usada em 2014. Cf. CARPANEZ, Juliana. *Emoji*. UOL, s/d. Disponível: <tab.uol.com.br/emoji/>. Acesso em: 14 jun. 2015.

³⁶ Já em 1998 a ideia de memes como referindo-se a unidades informacionais da Internet já tinha alguma adesão, visto que nesse mesmo ano Joshua Schachter funda um *weblog* no qual ele e seus contribuidores rastreavam e compartilhavam conteúdos virais interessantes que circulam na Web naquela altura – naturalmente, os memes eram referidos como a matéria prima do *site*. STRYKER, Cole. *Epic win for Anonymous: how 4chan’s army conquered the web*. New York: The Overlook Press, 2011.

inicialmente para apreciadores de mangás e animes. Atualmente é o mais popular do seu gênero, em língua inglesa, e conta com 700 mil postagens diárias feitas por, aproximadamente, 7 milhões de visitantes diários³⁷. O *site* é dividido entre 56 sub-fóruns com temáticas extremamente variadas, muito embora o mais conhecido seja o /b/ ou *random*, sobre temas aleatórios, responsável por boa parte do seu tráfego e conhecido pela ausência de regras.

A página ainda mantém a interface simples de outrora e baseia-se na ausência de *logins*, criação de perfis ou qualquer hierarquia de usuários, trata-se de uma meritocracia pura (STRYKER, 2011), baseada não nas identidades, mas nas contribuições para a comunidade. Foram essas características que permitiram que o 4chan se tornasse a origem e a morada do exército de ativistas conhecido como Anonymous, razão pela qual o fórum é mais conhecido. Mas outras coisas surgiram no seu mais famoso sub-fórum, foi ele o marco zero de inúmeros fenômenos expressivos da Web, entre memes e memeplexos, que desaguaram no que vem a ser a cultura memética que hoje se apresenta, dentre eles os mais famosos: LOLcats, Advice Animals, Rage Comics, Rickrolling³⁸, Pedobear³⁹, Copypasta⁴⁰ e outros.

Aquilo que é disseminado nas entranhas do 4chan lida com aspectos de uma subcultura e pelo humor bastante restrito dessa comunidade, uma espécie de “piada interna” desse grupo, apenas uns poucos memes conseguiram sair dela para atingir públicos maiores, dentre esses, vale destacar principalmente os dois primeiros, por terem dado origem a gêneros meméticos extremamente populares na rede, tornando-se memeplexos gigantescos de signos que agrupam uma grande gama de submemes – tópico a ser tratado ao final desse capítulo. É nesse sentido que os LOLcats, os Advice Animals e as Rage Comics formam o “cânone” desse universo

³⁷ Os incríveis números do 4chan são apenas um ínfimo reflexo da importância desse *imageboard* na cultura que se desenvolve especificamente na Internet. Ver: <knowyourmeme.com/memes/sites/4chan>.

³⁸ Trata-se de uma variação de outro meme do 4chan, Duckrolling, a lógica em ambos os casos consiste em: um *link* é publicado *online* e quando os usuários clicam nele, estes são redirecionados para uma página, digamos, inesperada – claro, o *link* é devidamente “mascarado” por um *software* gerador (encurtador) de URL para não dar pistas sobre a brincadeira. No caso do Rickrolling, o direcionamento era para o videoclipe, do ano de 1987, “Never Gonna Give You Up” de Rick Astley, Ver: <knowyourmeme.com/memes/rickroll>.

³⁹ Inicialmente uma mascote usada apenas para sinalizar aos moderadores do 4chan a presença de pornografia ilegal, à medida que seu uso foi sendo popularizado, o meme ganhou uma nova significação: a de “urso pedófilo”. A partir daí, surgiram inúmeras montagens nas quais Pedobear aparece, invariavelmente, como predador sexual em imagens de crianças ou contextos relacionados às mesmas. Ver: <knowyourmeme.com/memes/pedobear>.

⁴⁰ Um *portmanteau* dos verbos de língua inglesa *copy* e *paste*, as Copypastas são blocos de texto “copiados” e “colados” inúmeras vezes pelos usuários em fóruns de discussão, *blogs*, *sites* de redes sociais etc. Um dos seus subgêneros mais populares é a Creepypasta, que consiste em curtas narrativas de horror disseminadas *online* e cujo exemplo mais emblemático talvez seja a lenda urbana Slender Man. Ver: <knowyourmeme.com/memes/copyypasta>.

digital e tornaram-se “idiomas, modos característicos de expressão usados por milhares ou milhões de criadores amadores” (DOUGLAS, 2014, p. 317).

O primeiro deles, LOLcats, vem a ser a primeira manifestação proeminente do gênero conhecido como *image macro*, ou seja, uma estrutura sintética de texto superposto a uma imagem, em geral, para fins de humor – trata-se aqui do ancestral mais antigo da categoria memética que subsume todas as outras, isto porque quando se fala de memes, essas unidades imagéticas-textuais são as que primeiro vem à mente, como será tratado adiante.

De qualquer forma, suas primeiras aparições datam do ano de 2005, dentro da tradição do sub-fórum /b/ conhecida como “Caturday”, que consistia na publicação de fotos “fofas” de gatos com legendas aos sábados; no entanto, os LOLcats só atingiram ubiquidade cultural em 2007 quando a imagem do “Happy Cat” (figura 6), que tornou-se um submeme dentro desse gênero maior, foi postada noutro *imageboard* chamado Something Awful (STRYKER, 2011), em homenagem à tradição do 4chan – o referido meme consiste na imagem de um lindo gato de pelo curto inglês que pede por um *cheeseburger*, em um linguajar, digamos, infantil, posto que carregado de erros. E a partir daí digamos que esse meme popularizou-se de vez, sendo criadas novas versões e subgêneros desse gigantesco memeplexo que se tornaram os LOLcats.

Figura 6 - o primeiro LOLcat



Fonte: KNOW YOUR MEME, 2015.

Toda a extensa mitologia dos LOLcats⁴¹ forma-se a partir de uma base comum de fotos “bonitinhas” de gatos acopladas com legendas, quase sempre em *lolspeak*, um dialeto em inglês cravado de erros gramaticais e ortográficos – celebrado pela comunidade como “teh furst language born of teh intertubes” – que tem como intuito simular a própria fala dos gatos. A criativa combinação de imagem e texto e o humor *nonsense* gerado por ela tornou os LOLcats um fenômeno não apenas viral, mas memético⁴². Ou seja, os usuários apropriaram-se dessa ideia e a refazem à sua maneira, respeitando, claro, os aspectos formais comuns que os unem, pois caso esses limites sejam extrapolados, corre-se o risco de perder o sentido ou mesmo o humor almejado dentro daquele contexto (Cf. MILTNER, 2011).

A partir daí, quase que concomitantemente aos LOLcats, foram surgindo uma série de memes correlatos, no sentido de que também uniam imagens e textos, e ajudaram a moldar o já citado gênero *image macro*, mas não necessariamente mantém alguma relação. O primeiro deles foi o Advice Dog⁴³ (figura 7), que surgiu em 2006 também dentro da subcultura de fóruns de discussão da Internet e consiste na fotomontagem de um cachorro em um plano de fundo colorido com um texto superposto em dois tempos, acima e abaixo da montagem, isto porque o mau conselho dado pelo cachorro inicia-se aparentemente normal para ser encerrado com uma *punchline*⁴⁴ que gera o humor na imagem – neste caso específico, ele aconselha inusitadamente a “contratar palhaços/para funerais”.

⁴¹ Que inclui submemes como o Longcat, o Ceiling Cat, o Serious Cat e vários outros. Ver <knowyourmeme.com/memes/lolcats>.

⁴² Fenômeno este que deu origem ao império de Ben Huh, conhecido como Cheezburger Network, que aglutina uma série de *sites* com conteúdo gerado pelos usuários que têm como objetivo comum abordar os fenômenos e a própria cultura da Internet, como os memes em geral – com o *site* Know Your Meme –, os Fails, os LOLcats, o universo “geek” etc.

⁴³ No Brasil houve uma variação desse meme chamada “Cão da Depressão”, que ganhou diversas replicações e talvez tenha servido de mote para a criação de perfis nos *sites* de redes sociais com “o nome de uma universidade” acrescido da frase “da depressão”, que serviam ao objetivo de gerar conversações em torno daquela comunidade de alunos. MARINO, Tomaz S. *Estudo sobre a origem e propagação dos memes em ambientes digitais*. 2012. 63 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Digital) – Curso de Comunicação Social, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo. 2012, p. 31.

⁴⁴ Termo de difícil tradução para o português, trata-se da última tirada de uma piada, o seu ponto alto, justamente aquilo que renderá o riso.

Figura 7 - exemplo do meme Advice Dog



Fonte: KNOW YOUR MEME, 2015.

O meme, claro foi apropriado pela comunidade do 4chan e gerou uma série de derivações. A partir daí foram sendo criados outros inúmeros memes baseados nessa premissa, alcunhados como Advice Animals, que consistem na imagem de algum animal (ou mesmo humano), com ou sem fundo colorido, que dão conselhos ou representam algum estereótipo, os quais podemos citar: Socially Awkward Penguin⁴⁵, Success Kid⁴⁶, Annoying Facebook Girl⁴⁷ e outros⁴⁸.

⁴⁵ Outro *image macro* com animais, nesse caso um pinguim que sofre com baixa autoestima e ausência de habilidades sociais. O texto que acompanha a imagem trata justamente de narrar as situações desconfortáveis pelas quais a estranha ave passa em sua vida. Ver: <knowyourmeme.com/memes/socially-awkward-penguin>.

⁴⁶ Meme surgido a partir da foto de um bebê na praia que parece estar comemorando uma vitória, tanto pela sua pose quanto pela sua expressão facial, mas que, na verdade, está apenas comendo areia. As legendas em torno desse meme contemplam situações cujo resultado foi melhor do que o esperado inicialmente. Ver: <knowyourmeme.com/memes/success-kid-i-hate-sandcastles>.

⁴⁷ *Image macro* que apresenta o recorte de uma fotografia na qual uma garota revira os olhos e está de boca aberta em frente a um plano de fundo azul e branco, os textos que acompanham o meme descrevem “atualizações de status” ou comportamentos e atividades irritantes no *site* de rede social Facebook. Ver: <knowyourmeme.com/memes/annoying-facebook-girl>

⁴⁸ A princípio esses memes eram criados em *softwares* de edição de imagens, mas tão logo cresceram em popularidade foram surgindo *sites* geradores de memes que reduziam a tarefa à escolha de um *template* da base de dados, ou mesmo o *upload* de uma outra imagem, em cima do qual adiciona-se um texto a partir de um módulo que realiza a tarefa de colocar a legenda em dois tempos em uma fonte “Impact” branca, em caixa alta, com sombreamento preto.

Figura 8 - a primeira das Rage Comics



Fonte: KNOW YOUR MEME, 2015.

Outro *ur-meme* que merece menção é o memplexo das Rage Comics que data de 2008, oriundo do sub-fórum /b/ do 4chan, ele é responsável por introduzir o icônico “Rage Guy” na memesfera (figura 8) – cremos que as imagens, nesse caso, são autoexplicativas, dispensando quaisquer comentários. A partir dessa tirinha inicial vão sendo criadas outras *web comics*⁴⁹, seguindo o mesmo estilo de desenho simplista e amador, que denota mesmo o uso do clássico *software* Paint do sistema operacional da Microsoft, com outras expressivas “rage faces” como o “Forever Alone”, o “Troll Face”, o “Poker Face”, o “Cereal Guy” etc. – cada uma delas associada com um tipo de emoção ou comportamento – para contar situações ou experiências em uma tônica de humor⁵⁰.

De forma geral, é possível depreender que em todos esses discursos meméticos, faz-se necessário não apenas um relativo conhecimento técnico para elaborar suas próprias versões, mas é necessário compreender a própria subcultura de onde eles saem para que as iterações façam sentido dentro desse jogo, dentro da conversação que se estabelece com e através dessas

⁴⁹ Esse foi outro meme que a medida que foi crescendo em popularidade ganhou *sites*, ou mesmo aplicativos para dispositivos móveis, dedicados à sua confecção, “Rage Makers”, que consistem em uma estrutura de painéis, típica de tirinhas, as quais adiciona-se os expressivos personagens, que podem ser escolhidos dentro de uma enorme variedade, bem como o texto, no sentido, claro, de construir a história.

⁵⁰ Esses foram os primeiros memes a se popularizarem-se no Brasil, principalmente por meio de blogs como Le Ninja e Não Intendo. MARINO, Tomaz S. *Estudo sobre a origem e propagação dos memes em ambientes digitais*. 2012. 63 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Digital) – Curso de Comunicação Social, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo. 2012, p. 30.

unidades. Ou seja, dentro da memesfera como um todo são acordados códigos e normas que dão o tom da brincadeira de criação memética.

Mas se antes esses memes, mesmo crescendo em popularidade, ainda eram considerados produtos de subculturas da Internet, normalmente associados aos *imageboards*, com suas próprias condutas e humores idiossincráticos, a partir da introdução das novas plataformas da Web 2.0 no contexto digital e seu estabelecimento como principais canais de circulação de informação nesse ambiente, os memes, de uma maneira geral, passaram do seu estado de exclusividade e circulação em circuitos restritos para uma espécie de massificação, tornaram-se mesmo *mainstream*, ou seja, passaram a ser reconhecidos e aceitos por um público não associado a essas tendências⁵¹. Assim, se o 4chan pode ser traçado como a matriz geradora e disseminadora desses primeiros memes, atualmente há uma enorme gama de plataformas que funcionam como *hubs* meméticos, posto que nelas “os memes se qualificam como conteúdo relevante” (MARINO, 2012, p. 34), pautados na criação e compartilhamentos de memes, tais como Reddit, Youtube, Tumblr, Twitter, Facebook e outros.

Quando os memes atingiram esse estágio de popularidade, passou-se a vangloriar as plataformas da Web 2.0 como principal motor para toda essa produção realizada pelos usuários⁵²; no entanto, vale ressaltar, como já delineamos, que o meme tanto no caso do emoticon quanto nos oriundos do 4chan surgem de locais não conhecidos pela abundância de tecnologias de produção e reprodução de conteúdo, eram ambientes simples, na verdade. Dessa forma, é possível deduzir que a relação dos memes com essa nova Web tem mais a ver com uma questão de abrangência de público, mas a raiz deles é muito anterior a todo esse discurso comercial de monetização da participação e do compartilhamento. Supomos, então, que o gesto de fazer um meme e compartilhá-lo é bem menos técnico do que lúdico, almeja-se muito mais o contato, as iterações e as interações geradas através deles.

Claro que dentro dessa lógica cultural compartilhada do meme, as plataformas da Web 2.0 tornaram-se *hubs* indispensáveis para sua difusão, posto que através delas é possível criar e distribuir conteúdo facilmente em uma escala massiva, sendo possível também traçar a sua

⁵¹ Vale notar que estes se tornaram *mainstream* enquanto linguagem – um tópico que será explorado no terceiro capítulo. No entanto, continuam a existir e a se propagar inúmeros memes ligados apenas à certas subculturas, ou seja, dentro de um círculo que compartilha aqueles códigos específicos.

⁵² Interessante notar que toda essa tradição de obras derivativas, paródias e pastiches da chamada cultura participativa remonta a um período anterior à própria Internet, pois o *fandom*, ainda no período de mídias massivas, exercia atividades não apenas interpretativas em cima de seus conteúdos, mas também produtoras e criativas. A questão é que ao longo da última década, a Web tem trazido esses consumidores das margens para o foco da indústria da mídia. Cf. JENKINS, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 1992.

propagação, a sua evolução bem como a sua popularidade na rede. E, assim, cada vez mais pessoas têm a oportunidade de contribuir para essas narrativas que se processam digitalmente. É nesse sentido que “a história dos memes é crucial para o entendimento da cultura digital, não apenas como uma característica de uma subcultura da Internet, mas como um artefato cultural que está ganhando novo significado e função à medida que atinge mais e mais o *mainstream*” (BÖRZSEI, 2013, p. 155).

2.3.2 Do the harlem shake: a era hipermemética

No dia 02 de fevereiro de 2013 um *vlogger* conhecido como “Filthy Frank”, que já fazia um relativo sucesso com seus vídeos no quais aparece vestido com um *collant* de lycra cor de rosa e performatiza pegadinhas e danças, publica em seu canal DizastaMusic um curto vídeo com uma louca performance dele e seus amigos (figura 9), igualmente fantasiados, ao som da música “Harlem Shake” de Baauer.

Figura 9 - print do videomeme Harlem Shake



Fonte: DIZASTAMUSIC, 2015.

A princípio, tratava-se de uma expressão perfeita dos detritos digitais que se espalham comumente pelo infosfera da Internet, pois, como aponta Erick Felinto, estes “são produtos caracterizados por sua temporalidade sensível, por sua “descartabilidade” e trivialidade” (FELINTO, 2008, p. 37). No entanto, ao longo das semanas seguintes o vídeo não apenas acumulou milhares, milhões, de visualizações, mas inspirou os usuários a fazerem suas próprias versões do Harlem Shake, tanto que na metade desse mesmo mês já haviam sido publicados

aproximadamente 12.000 dessas performances, que tiveram um total de mais de 44 milhões de visualizações⁵³.

Essas cópias são caracterizadas, claro, por elementos comuns, posto que para fazerem parte do repertório memético do Harlem Shake esses vídeos, quase sempre amadores, têm normalmente de conter sujeitos fantasiados dançando ao ritmo da música de Baauer até que no ápice da performance, há um corte de cenas, e eles começam a dançar de forma frenética (Cf. VALE; MAIA; ESCALANTE, 2013). Ou seja, em cima desses elementos básicos inerentes à cada cópia do meme, para que façam parte mesmo dessa grande narrativa, dentro dessa lógica da “imitação”, há ainda a liberdade criativa e criadora na apropriação e recriação desse texto.

O fenômeno Harlem Shake, embora já datado – como a maioria dos fenômenos que tomam de assalto a Web e caem ligeiramente no esquecimento da inteligência coletiva –, serve aqui para ilustrar o próprio *ethos* da Internet, cujos atributos têm sido cada vez mais pautados na articulação entre originais e cópias, ou seja, derivativos gerados pelos usuários principalmente em forma de paródia (*spoof*) e *remix* – dos quais falaremos mais à frente. Isto porque, como propõe Limor Shifman, “o conceito de meme encapsula alguns dos mais fundamentais aspectos da cultura digital contemporânea” (SHIFMAN, 2014, p. 04), a saber: a cultura participativa, a estética *trash*, a reprodutibilidade das cópias, a viralidade como modelo de propagação e a materialidade dos processos comunicativos.

Por conseguinte, vivemos em uma era marcada por uma lógica *hipermemética* (SHIFMAN, 2014, p. 04) na qual cada evento público desagua em uma enxurrada de memes como forma de estabelecer uma conversação em torno de um tópico, daí que desde a Copa do Mundo no Brasil⁵⁴ até as eleições presidenciais⁵⁵, ambos em 2014, tudo foi motivo para que memes fossem criados como artefatos participativos que são, na verdade, discursos (MILNER, 2012, p. 10). Mais que isso, os memes da internet são formas peculiares de expressão dos seus autores em uma nova ágora, comentários acerca da própria realidade que se apresenta. Claro que nesses debates sociais, mesmo no caso de assuntos mais densos como a política, os memes

⁵³ Muito embora os memes, de modo geral, tendam a ter sua circulação mais restrita aos âmbitos locais, regionais e/ou nacionais, eventualmente, há fenômenos como esse que alcançam uma escala de propagação e memetização mundial. Ver: <knowyourmeme.com/memes/harlem-shake>.

⁵⁴ De modo geral, os eventos transmitidos em nível mundial tendem a contar com a Internet, mais especificamente os *sites* de redes sociais, como uma segunda tela que complementa a recepção do conteúdo midiático, posto que nessas plataformas os usuários podem expressar-se a respeito dele, interagindo entre si em torno de um mesmo assunto. Ver: <youpix.virgula.uol.com.br/fun/101-momentos-memes-copa>.

⁵⁵ A memetização do debate político ocorreu, nesse caso, principalmente através da simplista polarização entre “coxinhas” e “petralhas”, ou melhor, direita e esquerda – muito embora tais vocábulos estejam esmaecidos de significado em nosso contexto atual. Ver: <youpix.virgula.uol.com.br/eleicoes-2/eleicoes-2014-na-web>.

tendem a se combinar e recombinar com outros elementos, com outros tópicos, com outros motivos e com outros memes, criando múltiplas camadas de significado e abrindo novas formas de sátira política e social. Ou seja, eles funcionam também como discursos públicos construídos socialmente

Outro aspecto dessa lógica hipermemética é que ela “refere-se não apenas ao fato de que os memes propagam-se mais ampla e rapidamente do que antes, mas também à sua evolução como um novo vernáculo que permeia várias esferas da expressão digital e não-digital” (SHIFMAN, 2014, p. 23). Esta é a razão pela qual as ideias de compartilhamentos, cópia e *remix* tornam-se sustentáculos da cultura participativa, visto que são como módulos na alfabetização de um sujeito que se quer digital. Por isso que “capturar o mundo na forma de memes da internet encaixa-se perfeitamente na estética cotidiana de nossa época” (BÖRZSEI, 2013, p. 176).

É dentro dessa lógica cultural que Shifman (2014, p. 07-08) dá uma definição mais precisa do que é o meme da internet: *um grupo de itens digitais que compartilham características comuns e que não só foram criados com ciência um do outro, mas foram também circulados, imitados e/ou transformados por muitos usuários*. Nesse sentido, os memes não são ideias ou fórmulas isoladas que se propagam, mas grupos de conteúdo imagéticos e/ou textuais que dialogam entre si e com outros memes em intrincadas tramas intertextuais.

Por conseguinte, a autora acaba por definir três atributos meméticos relevantes que delineiam a importância do meme na análise da cultura digital contemporânea: a *propagação no sentido indivíduo-sociedade*; a *reprodução através da cópia ou da imitação e do remix*; a *difusão via competição e seleção* (SHIFMAN, 2014, p. 18). Isto porque nos dias atuais, o consumo, a produção e o compartilhamento tornam-se um único amalgamado na infosfera comunicacional da Web (SHIRKY, 2012, p. 239).

Primeiramente, os memes devem ser compreendidos como “pedaços de informação cultural que são passados de pessoa a pessoa, mas gradualmente escalam em um fenômeno social compartilhado” (SHIFMAN, 2014, p. 18). Porque aquilo que começa em uma escala micro, com um único vídeo, por exemplo, tem um impacto macro porque capaz de moldar comportamentos e ações de grupos sociais. Aqui vale considerar a ideia do imperativo do compartilhamento que marca as plataformas da Web 2.0 que delineiam os aspectos formativos da cultura atual, pois Facebook, Twitter, Youtube etc. são baseados justamente na criação e propagação de conteúdo gerado pelo usuário.

Outro ponto a ser ressaltado é a reprodução memética via “reempacotamento”, ou seja, os memes são recebidos de outrem, processados, reinterpretados e repassados para outra(s)

pessoa(s) – é nesse processo que os memes mudam, transformam-se, evoluem no próprio processo de sua propagação, tendo sua forma e/ou conteúdo modificados. Ou seja, essas mutações parecem ajudar na sua própria fecundidade, visto que isso estimula as pessoas a contribuírem com suas próprias versões do meme.

Esses mecanismos de empacotamento memético tem como práticas mais populares: a imitação e o *remix*. A primeira envolve uma espécie de recriação, reapropriação ou re-feitura, de um “texto” por pessoas e meios diversos – o que se tornou uma prática bastante difundida na esfera pública digital, posto que a medida que um vídeo, por exemplo, atinge certo grau de popularidade na rede, uma série de recriações desse mesmo texto tornam-se esperadas e naturais. Vale ressaltar que essa prática mimética⁵⁶ que cria sua própria forma narrativa tensiona os limites entre cópia ou repetição e invenção ou diferença dentro dessa metanarrativa do contágio e da reprodutibilidade técnica (VALE; MAIA; ESCALANTE, 2013), como podemos perceber com o fenômeno do Harlem Shake. Sendo assim, a prática da imitação, grosso modo, circunscreve-se à ideia de uma performance, uma re-encenação de algo já dado, tratando-se, então, de uma prática comumente associada aos videomemes.

Quanto ao *remix*, outra prática também bastante popular, este envolve a manipulação tecnológica do texto, isto é, através de *softwares* de edição que permitem que qualquer conteúdo digital (imagem, texto, vídeo, áudio etc.) seja editado e re-editado através de técnicas de modificação como colagem (figura 10), reordenação e superimposição de elementos, duplicação etc.

O referido exemplo de colagem n’*A última ceia* de Leonardo da Vinci remonta à improvável história, ocorrida em 2012, da senhora Cecilia Giménez que, na tentativa de restaurar o afresco *Ecce Homo* localizado em uma igreja do município de Borja na Espanha, acabou alterando completamente a pintura que data do século XIX. O resultado da pretensa restauração foi tão ridículo que o Cristo de Borja, como também é conhecida a obra, aparece desfigurado a partir dos traços poucos artísticos impressos pela “restauradora”⁵⁷; como consequência, tamanho malfeito foi alçado ao posto de meme⁵⁸ e várias montagens foram feitas com a “restauração”. O *remix* em questão se trata da colagem do rosto de Cristo feito por

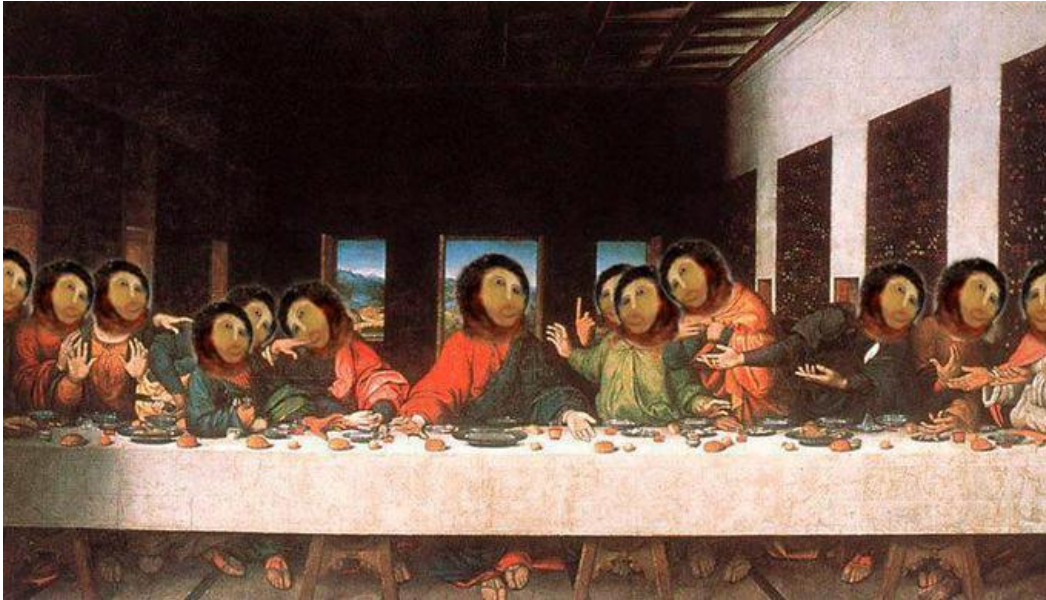
⁵⁶ Se a mimese é uma “alocação de significados sobre um corpo discursivo significante”, podemos pensar também o meme no mesmo sentido: um significante ao qual, mediante as diversas apropriações, semantiza-se de novos conteúdos. Estes novos conteúdos é que são a 'diferença' de significado que se fundamentam na 'semelhança' do significante. LIMA, Luiz Costa. *Mimesis e modernidade: formas das sombras*. São Paulo: Paz e Terra, 2003, p. 80.

⁵⁷ Ver: <cultura.elpais.com/cultura/2012/08/21/actualidad/1345563468_581914.html>.

⁵⁸ Ver: <knowyourmeme.com/memes/events/botched-ecce-homo-painting>.

Giménez em todos os componentes do famoso quadro da Santa Ceia, isto é, Jesus e seus apóstolos.

Figura 10 - exemplo de remix: colagem sobreposta ao afresco de da Vinci



Fonte: KNOW YOUR MEME, 2015.

Lawrence Lessig (2012, p. 160) entende que muito embora o *remix* tenha uma clara relação com a técnica, esta já existia desde os primórdios da fotografia e do cinema; o importante é que, em alguma medida, ela foi democratizada através dos aparatos que nos acompanham diariamente, sendo assim, nós estamos cada vez mais inseridos em uma cultura na qual as pessoas participam ativamente na criação e recriação dessa própria cultura.

Qualquer um pode retirar imagens, sons, vídeos da cultura ao nosso redor e remixá-los em maneiras que falam com uma geração de maneira muito mais poderosa do que o texto puro jamais pôde. Essa é a chave. Isto é apenas a escrita para o século 21. Nós, que passamos nossas vidas escrevendo, temos de reconhecer que o simples texto alfanumérico não-multimídia no século 21 é o latim da idade média. As palavras, as imagens, os sons e os vídeos do século 21 falam ao vulgar; elas são as formas de expressão que são entendidas pela maioria das pessoas (LESSIG, 2012, p. 160).

Por último, a difusão memética dá-se através de competição e de seleção, isto é, tais elementos sofrem uma amplificação dentro do contexto digital. Posto que vivemos dentro de um ambiente saturado de informação no qual reina mesmo uma economia da atenção, a competição e a seleção dos memes baseia-se naquilo que, dentre milhares de opções que competem entre si, consegue chamar a nossa atenção – nos roubando um instante qualquer de observação e outro de replicação deste conteúdo. Ou seja, os memes variam em formas, tamanhos, conteúdos e graus de adaptação; no entanto, o que importa verdadeiramente são as

suas cópias, ou melhor, a sua capacidade de se replicar e evoluir no processo, indo além do hospedeiro único.

Mas se pensarmos que o imperativo do meme é a sua cópia, o ato de replicação – o que o torna mesmo o que ele é –, o que exatamente é copiado nesse ínterim? Patrick Davison (2012, p. 123) propõe que o meme da internet seja decomposto em três dimensões no sentido de rastrear com maior precisão o que está sendo replicado e adaptado, a saber: a *manifestação*, o *procedimento* e o *ideal*. O primeiro não é senão a própria forma, ou seja, o fenômeno externo e observável, a encarnação física da mensagem que é perceptível através de nossos sentidos visuais e/ou auditivos, ou ainda melhor, o arranjo específico dos elementos dentro daquele registro memético. O segundo diz respeito à ação individual que é realizada à serviço do meme, ou seja, o gesto, o próprio ato da feitura do mesmo. O terceiro trata da ideia, do conceito, da própria ideologia impressa na obra. Em suma, o ideal conduz o procedimento do meme que cria a sua manifestação.

Essa diferenciação faz-se oportuna aqui porque no caso dos memes da internet, o aspecto que é copiado pode ser subjetivo, visto que não há fórmulas prontas e cada meme cria seu próprio *modus operandi* a partir do qual as cópias se basearão. Assim, “contanto que um dos três componentes seja transmitido, o meme está replicando-se” (DAVISON, 2012, p. 123), mesmo que esteja sofrendo adaptações e mutações nesse meio tempo. Por conseguinte, tomando o meme Harlem Shake como exemplo, é perceptível que nele as três dimensões são claramente identificáveis e copiadas, isto é: a ideia em torno dos vídeos é a mesma, trata-se do próprio ato de “do the harlem shake” como fala a música, ou seja, performatizar coletivamente uma dança maluca mediante o uso de fantasias ou acessórios aleatórios; tal performance tem como procedimento a sua gravação em vídeo para a publicação – estendendo a narrativa desse megatexto –; por último, para fazer parte dessa conversação estabelecida entre as cópias é necessário atentar para os aspectos formais do meme e segui-los.

2.3.3 #thedress ou as qualidades dos memes

Em 25 de fevereiro de 2015, a usuária “swiked” do Tumblr postou a fotografia de um vestido (figura 11) pedindo ajuda para identificar as suas cores, visto que seus amigos estavam absolutamente divididos entre o fato dele ser branco e dourado ou preto e azul; no entanto, a resposta dos outros usuários foi igualmente segmentada. Dada a impossibilidade de definir com

certeza a cor daquela peça, tal enigma tornou a imagem tão popular na plataforma que no dia seguinte ela começou a viralizar na Web como um todo, catapultada pela cobertura do BuzzFeed sobre o tema.

Figura 11 - imagem viral do policromático vestido



Fonte: SWIKED, 2015.

A questão acerca da percepção das cores desse vestido despertou um intenso debate na Internet, em nível global, em torno do assunto, principalmente no Facebook e no Twitter. Apesar da notável trivialidade do tema, essa história alcançou popularidade de tal maneira que nos dias seguintes deu-se a sua exposição no *mainstream* em jornais como *The New York Times*, *The Washington Post* e outros.

A princípio, este exemplo sobre a crise existencial criada em torno da visão serve para ilustrar muito bem os modos de propagação de conteúdo na Web, posto que imagem como essa que viraliza nas redes difere do meme apenas no tocante à variabilidade, pois “enquanto o viral compreende *uma única unidade cultural* (como um vídeo, uma foto ou piada) que se propaga em muitas cópias, um meme da internet *é sempre uma coleção de textos*” (SHIFMAN, 2014, p. 56).

Ou seja, eles envolvem níveis diferentes de engajamento, enquanto os primeiros popularizam-se ao acaso, ascendendo em termos de notoriedade principalmente por intermédio do compartilhamento nos *sites* de redes sociais – o que normalmente envolve meta-comentários personalizados sobre aquilo que está sendo partilhado –, os memes caracterizam-se, ao contrário, pelo convite às intervenções de uma fonte qualquer, isto é, *refeituras* do próprio texto, que é reinterpretado, reeditado, “remixado” e reconfigurado.

Portanto, embora tenham notáveis diferenças, o viral e o memético não são exatamente dicotômicos, visto que os fenômenos da Web, à medida que vão crescendo em popularidade, começam a sofrer reinterpretações e alterações. Assim, os memes costumam surgir tanto de maneira isolada, como no caso dos memes do 4chan citados, no qual uma fórmula origina-se a partir de um texto fundador, quanto serem oriundos de material viral que circula na Internet, tais como textos, vídeos, imagens (SHIFMAN, 2014, p. 58). Logo, podemos compreender o viral e o meme como duas vias dinâmicas que frequentemente intercambiam-se ao longo de sua difusão.

Esse embotamento das fronteiras torna-se ainda mais claro se pensarmos novamente no exemplo da imagem do vestido, que começou a ser difundido através de uma replicação viral, mas foi sendo reinterpretado e recontextualizado no devir do seu compartilhamento, ganhando novos contornos e significados; isto é, a partir inicialmente de um texto viral, essa imagem acaba por se transformar em um meme que, por sinal, agrega inúmeras qualidades que, de modo geral, são inerentes aos memes da internet, tais como: *afetividade, autoria desconhecida, criatividade, estética trash, humor, intertextualidade, simplicidade, sociabilidade*.

Grosso modo, um dos atributos fundamentais do meme da internet, e mesmo da cultura midiática contemporânea atual, é a *intertextualidade*. Os memes dialogam entre si de maneiras complexas e criativas, primeiramente pelo cruzamento de referências com elementos da cultura pop e produtos midiáticos tais como filmes, séries (figura 12), videogames, notícias etc., além de eventos, de ícones e de outros fenômenos. Por exemplo, no referido meme, uma imagem com os *rangers* azul e preto, do seriado de televisão Power Rangers, dialoga diretamente com a questão do vestido pela sobreposição de uma legenda na qual se afirma que aqueles seriam os *rangers* branco e dourado.

Figura 12 - exemplo de meme sobre o vestido



Fonte: KNOW YOUR MEME, 2015.

Claro, essas referências comuns, porque experiências e práticas da cultura popular, adentram mesmo um “espaço de afinidades” que reconhece e aprecia essa intertextualidade (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007, p. 213), quase como uma “piada interna” que apenas os iniciados, “os entendedores”, entenderão. Esse *background* comum é essencial para que o humor e a intertextualidade estabelecida com os outros textos sejam compreendidos, de modo que é preciso mesmo conhecer a polêmica do vestido e a série Power Rangers para apreciar o meme acima.

Outra questão acerca da intertextualidade está na citação contínua dos próprios memes entre si, como signos que apontam uns para outros em uma cadeia de significação sem fim (figuras 13, 14 e 15). Eles acabam construindo-se mutuamente, sendo atribuídos, nesse processo, de extrema auto-referencialidade, dentro das práticas de *remix* que os formam. Trata-se mesmo da apropriação criativa das unidades digitais que são devidamente editadas e replicadas dentro desse ciberimaginário compartilhado.

Posto que a Internet consiste em uma rede complexa na qual a informação não só não é organizada de maneira linear como também é cheia de brechas, de rupturas e de elementos que só fazem sentido dentro de um contexto, para entendê-la é preciso partir do esforço de buscá-las em inúmeros *sites* e plataformas e de conectá-las no sentido de montar esse grande quebra-cabeças (STRYKER, 2011). Esse ato de percorrer os labirintos e as tramas da Web tem como objetivo a compreensão da complexidade dessa própria cultura digital interconectada, por vezes demasiadamente imanente – o que tem se tornado mesmo uma segunda natureza do usuário que consome e produz através das novas formas de comunicação.

Destarte, para compreender tais camadas de significado é preciso decodificar as referências contínuas a esse universo próprio da Web, muito embora os significados

desempenhem apenas um papel secundário nessas unidades, tendo em vista que nelas predominam, na verdade, *a produção e a transmissão de afetos*, as afetações emocionais de ordem sub-representacionais que estão aquém ou além do mero sentido, que adquirem características virais (FELINTO, 2013). O que também deve ser considerado no caso do meme, então, é o contato catártico, a perturbação e o ruído.

Nesse caso, vale ressaltar os papéis da criatividade e da *sociabilidade* que, na verdade, andam juntas: a primeira, tendo mesmo uma motivação social, tem como base o conhecimento e as referências partilhadas entre um ou mais grupos; não se trata, portanto, de um ato isolado, mas sim dentro de uma comunidade que valida o próprio gesto criativo – dentro dos *sites* de redes sociais isso materializa-se através de comentários, de compartilhamentos ou mesmo através da imitação e do *remix* daquela ideia inicial. Basta lembrar que um meme não é feito para apreciação individual, mas coletiva, ele é um ato comunicativo dotado de um imperativo de sociabilidade e compartilhamento – logo porque ele existe apenas no momento, e em prol, da sua propagação.

Figura 13 - o meme Disaster Girl sobre o vestido⁵⁹



Fonte: KNOW YOUR MEME, 2015.

⁵⁹ O fenômeno memético em torno da Disaster Girl se inicia por volta de 2008, a partir de uma fotografia na qual uma garota sorri um tanto “diabolicamente” em frente a uma casa em chamas – adicionando um pouco de contexto ao meme: a foto foi tirada pelo pai da menina, Zoe, em um incêndio que ocorria perto de sua casa. A expressão facial inusitada de Zoe em contraste com o incidente terminam por indicar alguma relação com o ocorrido. Dessa forma, a imagem dela é recortada e colada em imagens de diversos desastres naturais e acidentes para indicar o seu papel como mentora em toda tipo de calamidades. No entanto, no meme em questão, Zoe, irritada com o debate sobre as cores do vestido, o queima para que este resulte em uma cor única, o cinza. Ver: <knowyourmeme.com/memes/disaster-girl>.

A *criatividade* dá-se também pela apropriação dos aparatos técnicos no sentido de fazê-los trabalhar a nosso favor, em prol do inesperado, do humor e da ludicidade, diante da intervenção em produtos informacionais através das mais diversas técnicas. Por conseguinte, é possível enquadrar a prática memética dentro do que Jean Burgess (2007) chamou de “criatividade vernacular”, ou seja, um conjunto de práticas artísticas, que operam em uma base quase que rotineira e cotidiana, criadas por intermédio de simples meios de produção. Sendo assim, diante da “vulgarização” dessa inventividade tecnológica, essas produções são marcadas mesmo pelo prosaico, visto que as novas mídias permitem justamente que a elaboração do mundano e do trivial seja facilitada.

Outro elemento comum aos memes, de forma crucial, é o *humor* como o próprio resultado da disposição criativa dos elementos nessas unidades, daí que eles fazem uso de simples ironia, ou mesmo do *nonsense*, e até de paródias. Embora muitas vezes o texto original não tenha intenção de humorística, a criatividade alia forças com o lúdico no sentido de brincar com os significados e de gerar o novo através da apropriação, alteração e recontextualização da ideia original. Elementos diversos concatenam-se, então, em uma informação nova criada através dessa espécie de jogo pautado na criação e na fruição dessas pequenas unidades que são, sobretudo, riso em latência. O humor, além do mais, é pressuposto de compartilhamentos na rede, visto que se trata do tipo de conteúdo que mais tem aderência na Internet, na mesma medida que conchama imitações e *remix*.

Figura 14 - o meme Grumpy Cat sobre o vestido⁶⁰



Fonte: KNOW YOUR MEME, 2015.

⁶⁰ Grumpy Cat, já explicado aqui, dá sua contribuição ao debate sobre o vestido afirmando que o mesmo é dourado, mas, com seu mau humor típico, afirma também que não se importa com isso.

Nesse tocante, a sua *simplicidade* é responsável também por aumentar a potencialidade memética, porque os memes precisam não apenas ser empacotados de maneira que sua fruição seja rápida e intuitiva, mas também devem ser formal e tecnicamente simples no intuito mesmo de incitarem imitações e *remix* que possam ser realizados de maneira igualmente fácil. O meme lida principalmente com a rapidez, ele precisa ser criado e distribuído de maneira ágil porque as narrativas que se estabelecem através dele não prezam pela perfeição estética, mas sim pela interação, a própria conversação circular estabelecida em torno disso: ou o aspecto lúdico da comunicação.

Grosso modo, um traço notável da cultura dos memes é a *estética trash*, ou seja, aquela que preza pelos acidentes visuais e pela celebração de produtos amadores e desleixados, que incluem desde desenhos toscamente produzidos no Microsoft Paint, como no caso das Rage Comics, até erros intencionais de escrita e gramática, como no caso dos LOLcats, passando pelas manipulações grosseiras de imagens e pelas produções audiovisuais bem pouco produzidas e marcadas pelas falhas técnicas – assim, as tecnologias e os avançados *softwares* de edição que aí existem são usados não para corrigir e embelezar, mas para distorcer e bagunçar.

Muito embora essa “estética do feio” não seja a única que ronda a Internet, ela é a que melhor a define em contraste com as outras mídias *mainstream*, porque ela é pautada mesmo na exposição da falha, do erro, do ruído e é subproduto das vantagens do meio, ou seja, a rapidez e a ausência de *gatekeepers* (DOUGLAS, 2014, p. 315). É nesse sentido que tal estética pode ser, inclusive, considerada uma espécie de “folk art” de nossa época porque feita por amadores de modo a refletir a cultura do seu local de origem; ou, talvez, até mesmo o *kitsch*, porque capaz de agregar elementos ditos de “alta cultura” com outros vulgares, nesse caso, primeiramente para fins de humor, sem desconsiderar, claro, também os seus aspectos afetivos.

Claro que nem todas as iterações meméticas são pautadas nessa estética, embora seja esta a que mais as caracteriza. Basta compararmos o primeiro dos Advice Animals (figura 7) com os seus desdobramentos ulteriores, no caso o Philosoraptor (figura 15), para percebermos que a evolução em termos de qualidade estética do segundo é inegável, tanto na questão da edição da própria imagem, cuja montagem não se faz tão evidente dentro de um *background* melhor produzido, além da própria colocação do texto, bem mais harmonizado em sua superposição na imagem.

Figura 15 - o meme Philosoraptor sobre o vestido⁶¹



Fonte: KNOW YOUR MEME, 2015.

Outro aspecto intrínseco à memética digital é a questão da *autoria desconhecida*, isto porque, mesmo quando é possível traçar a origem dos memes, é quase impossível saber ao certo quem os produziu, posto que eles não possuem propriedade intelectual alguma. Daí que, muito embora as diferentes versões e evoluções dessas unidades sejam, potencialmente, passíveis de rastreamento, seus autores permanecem no anonimato de seus *usernames*, posto que – com exceção do Facebook – boa parte das plataformas que atuam como seus *hubs* de difusão não faz uso de uma política de identidades reais.

Assim, grosso modo, os memes vagam pela Internet, indiferentes às questões de atribuição⁶² – afinal, os autores não têm interesse de declarar posse de um material aparentemente sem valor monetário. O que é bastante prezado como característica, na verdade, visto que isso traz a liberdade que permite com que eles nasçam, sejam replicados, citados e

⁶¹ Esse Advice Animal surgido entre 2007 e 2009 faz uso da imagem de um Velociraptor “filósofo” imerso em questionamentos metafísicos e existenciais profundos além de paradoxos peculiares. No meme citado, o dinossauro se indaga, considerando o tema do vestido, se durante todo esse tempo as pessoas brancas não seriam, na verdade, azuis. Ver: <knowyourmeme.com/memes/philosoraptor>.

⁶² Outro viés dessa questão é que, nesse sentido, qualquer um pode apropriar-se de um meme a fim de monetizá-lo de alguma forma; pois se não há claramente um autor, qualquer um pode, a princípio, tomá-lo para si. Podemos tomar como exemplo o já citado conglomerado Cheezburger Network, ou a indústria do meme, que cria *sites* orientados especificamente para aqueles que fazem sucesso na Internet, como os LOLcats, os Advice Animals, os pôsteres desmotivacionais etc., no sentido de monetizar em cima desses fenômenos. Por conseguinte, em alguma medida, essa apropriação para fins lucrativos consiste em usurpar os memes daquela comunidade que os criou e os moldou de forma que eles se tornassem um sucesso. STRYKER, Cole. *Epic win for Anonymous: how 4chan’s army conquered the web*. New York: The Overlook Press, 2011.

transformados; a despeito das questões de monetização e qualquer espécie de licenciamento (DAVISON, 2012, p. 132).

Considerando todas essas características que constituem o complexo digital dos memes, essas unidades, a princípio tidas como simples e triviais, demandam, na verdade, uma espécie de letramento midiático específico tanto para o seu entendimento quanto para a sua feitura: um *letramento memético*.

2.3.4 Por um letramento tecnológico e/ou memético

As novas tecnologias possibilitam outras formas de alfabetização para os meios, que incluem a construção e a participação em práticas de letramento que envolvem “diferentes tipos de valores, sensibilidades, normas e procedimentos” (LANKSHEAR; KNOBEL, 2007, p. 07), quando comparados com as de outrora. Essas mídias têm ganhado cada vez mais significados nas práticas da vida cotidiana e, claro, estas formas ainda nascentes de estar no mundo demandam maneiras diversas de perceber e de produzir em cima da cultura advinda delas.

Atualmente, com um mínimo de conhecimento e com acesso a alguma tecnologia digital conectada à Internet, fazendo uso de uns poucos *softwares*, é possível criar toda uma miríade de artefatos através de operações relativamente simples. Assim, uma prática como o *remix*, por exemplo, dentro de todas as suas possibilidades de edição, faz-se bastante acessível no sentido de gerar o novo a partir do já existente. Por conseguinte, depreende-se que essa nova espécie de letramento é mais participativa, colaborativa e distribuída. Não que devamos atribuir à tecnologia todo esse papel redentor, logo porque o *ethos* dessa cultura participativa, como já foi dito, podia ser encontrado nas práticas bem anteriores do *fandom*. Acontece que ela ampliou o acesso do par consumo/produção de conteúdo para um público carente de auto-expressão midiática.

É nesse sentido que os memes tornam-se mais do que um passageiro fenômeno cultural, pois, levando em consideração que tais formas de expressão contam com uma grande gama de técnicas para a sua efetiva realização, faz-se necessário mesmo um *letramento memético*, por assim dizer, para o seu entendimento e a sua realização, o que inclui visualização, escrita, leitura, manipulação de som e imagem etc., além do estabelecimento de conexões entre diferentes ideias e textos (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007, p. 219) – usando, claro, os símbolos, os gêneros e as práticas que fazem parte do cânone memético.

Ou seja, a natureza multimídia desses textos inclui como prerrogativa, então, que o usuário tenha uma série de conhecimentos relativos à produção dos memes, tais como o uso de *softwares* de edição de imagem, vídeo e/ou áudio bem como outros aplicativos. Assim, a contribuição para um texto multimodal complexo como este requer uma ampla gama de habilidades técnicas e competências; primeiro, no sentido de compreender o fluxo de sentidos no ambiente midiático e, segundo, de colocar tal conhecimento em prática ao usar as tecnologias para fins meméticos.

Claro que esses textos não existem em isolado, eles estão inscritos em um âmbito intrincado de relações e práticas, visto que na memesfera digital não bastam apenas as habilidades técnicas e as competências na compreensão dessas unidades, que dizem respeito também às maneiras de interagir com os outros, de criar significado, bem como às maneiras de ser, conhecer, aprender e fazer (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007, p. 221). Em suma, mais do que a mera feitura e replicação, o meme é um produto social que reproduz elementos de uma cultura específica, portanto, ele é gerado dentro de “redes de interesses compartilhados, experiências, hábitos, visões de mundo” (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007, p. 220), que fazem uso de textos, eventos, fenômenos, ícones, artefatos culturais etc. como formas de expressão.

Por fim, a razão de ser desse letramento memético reside no próprio ato de criar e compreender essas unidades, posto que cada uma delas trabalha com suas próprias prerrogativas e especificidades; mas dentro do assincronismo dos memes podemos compartimentá-los em certos gêneros, cada um deles envolvendo linguagens diversas e um nível diferente de alfabetização – enquanto uns são facilmente assimiláveis, e produzíveis, outros remontam às subculturas próprias da Internet, contando com uma produção e um humor bem mais específicos.

2.4 Os gêneros meméticos

Visto que a interação *online* está intrinsecamente ligada à capacidade de reconhecer a natureza, a estrutura e o propósito das unidades digitais, o gênero encerra, portanto, uma espécie de contrato social no processo comunicativo através do qual a mensagem é estruturada – partindo desse substrato comum, socialmente construído, tanto o emissor quanto o receptor são capazes de (re)construí-la. Ou seja, o gênero é essencial para a própria participação no ato de comunicar, posto que convencionou fórmulas responsáveis por moldar a informação.

Os memes da internet mesmo em suas idiossincrasias, de modo geral, seguem um mesmo caminho na sua criação, rotas que podem ser pensadas de fato como gêneros, ou seja, tipos de ação comunicativa socialmente reconhecidos, que “compartilham não apenas características estruturais e estilísticas, mas também temas, tópicos e público alvo” (SHIFMAN, 2014, p. 99) – eles podem ser considerados, então, como grandes *memplexos* que agrupam dentro de si uma variada gama de *submemes*. Por conseguinte, os gêneros meméticos⁶³ estabeleceram-se como formas que encontramos diariamente na comunicação digital; outrora simples artefatos isolados, eles passaram a compor um largo campo de modelos com suas próprias regras e convenções, caracterizados por uma agência dupla de consumo e produção (WIGGINS; BOWERS, 2014).

Tais memes surgidos na segunda metade dos anos 2000, como pudemos perceber, tem a língua inglesa como padrão – na medida que ela é considerada mesmo uma espécie de língua franca da Internet. Claro que num primeiro momento isso ajudou a difundir essas pequenas unidades em um nível global, mas desde o seu nascimento, elas têm se inclinado cada vez mais no sentido de serem localmente circunscritas (BÖRZSEI, 2013, p. 175). Portanto, muito embora existam memes capazes de estabelecer interações multinacionais, como o caso do Harlem Shake ou mesmo o do vestido, estes são mais raros, posto que são aqueles nacionais, ou mesmo regionais, que falam mais especificamente ao nosso cotidiano e às nossas vivências e experiências comuns⁶⁴, que fazem sucesso na memesfera brasileira.

Não podemos negar que os memes oriundos de língua inglesa são bastante conhecidos e replicados, claro, mas na grande maioria das vezes eles acabam não tendo grande adesão em

⁶³ Limor Shifman propõe talvez a melhor e mais compreensiva tipologia dos memes da internet; infelizmente, como alguns dos gêneros propostos por ela são estranhos ao nosso contexto, não cabe utilizá-la aqui. De toda modo, vale ressaltar a sua classificação da memesfera em nove gêneros, são estes: *Reaction Photoshops* (fotografias que provocam uma extensiva manipulação criativa); *Photo Fads* (fotos encenadas por pessoas em determinadas posições ou executando ações específicas); *Flash Mob* (grupo de pessoas que, coordenadas de forma *online*, marcam um encontro em um local público e realizam uma performance, retroalimentando a Web com o conteúdo gerado ali); *Lipsynch* (vídeos de dublagem de músicas populares); *Misheard Lyrics* (divertidas “traduções fonéticas” de canções, isto é, as línguas faladas de uma língua são transcritas para a escrita de uma outra língua a partir de como ele soa nesta segunda, independentemente do seu significado); *Recut Trailers* (trailers de filmes falsos realizados a partir da edição e/ou *remix* de cenas de um ou mais filmes); *LOLcats* (já explicados anteriormente); *Stock Character Macros* (*image macros* que representam comportamentos estereotipados). Cf. SHIFMAN, Limor. *Memes in digital culture*. Massachusetts: MIT Press, 2014.

⁶⁴ Muito embora a lógica de fluxos da rede interconecte o local e o global simultaneamente, além de outros vários espaços e temporalidades, há uma espécie de comum na descontinuidade entre singular e coletivo que, por vezes, gera uma identificação – sendo este um aspecto intrínseco ao meme, pois cabe a ele gerar e mediar esse contato. Cf. OLIVEIRA, Juracy. Suricate Seboso: o comum como experiência e memória. *Entre.Meios*, v. 11, p. 01-15, 2014.

nosso contexto e nem produzindo iterações significantes⁶⁵. Esta é a razão pela qual partimos aqui do esforço de identificar os gêneros mais recorrentes na *memesfera brasileira*, ou seja, aqueles que têm mais tração no nosso contexto em termos de replicabilidade e que encontramos com certa regularidade no nosso cotidiano na Web. Posto isso, convém afirmarmos também que os *hubs* de difusão memética mais fortes por aqui são as plataformas Facebook, Twitter e Youtube – o primeiro é pautado, sobretudo, na difusão de memes imagéticos-textuais, contando com *fan pages* voltadas exclusivamente para este fim; o segundo é mais voltado para a propagação de textos e o último, para a de vídeos.

Em se tratando de memes da internet, essas unidades fugidias, a tentativa de segmentá-los em termos de gêneros recorrentes já se inicia, *a priori*, diante da impossibilidade de abarcar o panorama completo da mitologia memética brasileira. De qualquer forma, propõe-se aqui agrupamentos bastante amplos em torno das características formais de cada um desses gêneros, resultando em cinco deles: *desenhomemes*, *textomemes*, *fotomemes*, *videomemes* e *image macros*. Claro que estas não se tratam de categorias estanques, pois, muitas vezes, os memes intercambiam-se entre elas, tornando-se ainda mais difícil classificá-los.

E, muito embora possamos circunscrever os memes da nossa memesfera a essas cinco categorias, eventualmente surgem aqueles que escapam às denominações gerais, como por exemplo: a febre de eventos *fakes* que assolou o Facebook (Cf. MAIA; ESCALANTE, 2014b) – uma brincadeira com as próprias possibilidades de criação da plataforma – e os bioGIFs⁶⁶. Isso apenas evidência a própria geratividade dos memes que, diante de uma criatividade coletiva, às vezes foge das fórmulas prontas.

2.4.1 Desenhomemes (ou tirinhamemes)

As Rage Comics, como vimos, podem ser consideradas uma das precursoras daquilo que conhecemos atualmente como o *cânone dos memes da internet*; elas, mais do que qualquer

⁶⁵ Em princípio, tal afirmação pode soar um pouco estranha, posto que há uma tendência um tanto homogeneizante quando se fala de cultura da Internet, ainda mais quando se fala de memes, mas basta um “exercício de estranhamento” para lembrarmos que existem inúmeras culturas e subculturas dentro desse mesmo ambiente, a saber: uma rápida olhada na página inicial do site Know Your Meme, a maior e melhor fonte de assuntos meméticos da Web, para percebermos que muito, quase tudo, que acontece na memesfera de língua inglesa passa despercebido em nosso território e vice-versa. Ver: <knowyourmeme.com/>.

⁶⁶ GIFs divididos em vários *frames* que têm como objetivo biografar ou homenagear alguma personalidade famosa. Ver: <www.museudememes.com.br/sermons/biogifs/>.

outro meme, deixam a mostra uma estética autenticamente computacional, isto porque dão a perceber as limitações técnicas do *software* Microsoft Paint no qual foram feitas (DAVISON, 2014, p. 277) – apesar de ter tido a sua história e a sua influência normalmente esquecidas e negligenciadas, a cultura visual da Internet tem esse programa como uma inegável fonte.

Tal preponderância é bastante perceptível dentro de um gênero inaugurado pelo “Rage Guy”, que podemos chamar de *desenhomemes* ou *tirinhamemes*. Apesar do claro peso que “Forever Alone” e companhia têm aqui, este trata-se de um memeplexo um tanto restrito, posto que são poucos os submemes que fazem parte dessa categoria. De qualquer forma, eles podem ser agrupados pelas características formais que trazem em comum, isto é: *uma estrutura em quadros que desenvolve uma forma narrativa no estilo de tirinhas e caracteriza-se pela baixa qualidade intencional de seus desenhos e traços*.



Figura 16 - exemplo de meme da fan page "Este é alguém"
Fonte: ESTE É ALGUÉM, 2015.

Na memesfera brasileira contamos com exemplos como a *fan page* do Facebook “Este é alguém”⁶⁷, que surgiu no ano de 2013 com o objetivo de ironizar o comportamento das pessoas na Internet, em especial com relação às postagens nos *sites* de redes sociais (figura 16) – neste caso, a personagem “Eduarda” percebe que está fazendo frio e resolve (desnecessariamente) publicar no Facebook a respeito e, ironicamente, acaba “avisando” sobre o clima aos seus contatos inadvertidos. A partir disso a ideia memetizou-se de forma que começaram a aparecer mais páginas no mesmo estilo; algumas com uma tônica regionalista, como no caso de “Este é

⁶⁷ Ver: <www.facebook.com/esteealguem>.

alguém – cearense”⁶⁸, e outras relacionados a grupos específicos, como no caso de “Este é alguém – uerjiano”⁶⁹.

Em todas elas a produção memética é pautada em um mesmo padrão, ou seja, uma estrutura de dois quadros com plano de fundo azul em cima da qual constrói-se uma narrativa na qual costuma ser apresentado um comportamento estereotípico qualquer. A baixa qualidade dos desenhos também é uma característica bastante saliente, tendo em vista que traços propositalmente não-harmônicos são dispostos na tirinha, remetendo mesmo à estética típica das Rage Comics.

Figura 17 - exemplo de meme da fan page "O que queremos?"



Fonte: O QUE QUEREMOS, 2015.

Outro meme que podemos destacar aqui, também de outra *fan page*, é “O que queremos?”⁷⁰, criado em 2012. A ideia para a sua criação veio de uma tirinha da artista Allie Brosh em seu blog “Hyperbole and a Half”; quando a imagem foi publicada no *imageboard*

⁶⁸ Ver: <www.facebook.com/EsteeAlguemCearense>.

⁶⁹ Ver: <www.facebook.com/esteealguemuerjiano>.

⁷⁰ Ver: <www.facebook.com/oquequeremos>.

Canvas, em 2011, ela passou a sofrer uma série de *remix* e alastrou-se pela Internet⁷¹. Foi nesse contexto que a referida página do Facebook foi criada, agregando uma tônica diferente ao meme, com temáticas mais nacionais, assim, ela lida, principalmente, com os problemas típicos do nosso cotidiano através do humor e da ironia (figura 17), além de eventuais críticas políticas e sociais – a tirinha em questão consiste em um grupo de amigos que desejam se encontrar, mas esbarram na dificuldade de marcar um dia que seja conveniente para todos.

A estrutura do meme consiste em quatro quadros que seguem a seguinte estrutura frasal, com eventuais variantes: “o que queremos?”; resposta; “quando queremos?” e resposta. Quanto aos desenhos, claro, eles são toscamente produzidos e pautados mesmo em uma economia visual, posto que costumam repetir-se entre os quadros – padrão que é também seguido nos *templates* fornecidos pelos *sites* geradores desse meme.

A convergência das Rage Comics nestes dois exemplos citados, no sentido de formar esse gênero maior que chamamos de desenhomemes, vem primeiro no sentido de criar uma estrutura narrativa que têm as histórias em quadrinhos como uma influência clara, muito embora, nesse caso, com ênfase no humor e nos temas menores típicos da Internet; e, segundo, ao trabalhar com uma estética *trash*, de bonecos palitos e de traços grosseiros, cheia de interferências visuais que trazem um viés muito mais ordinário para a tradição memética.

2.4.2 Textomemes

Podemos classificar como *textomemes* aqueles que a partir do uso de um *código escrito* e de um *formato de texto pré-estabelecido*, vão sendo replicados, reapropriados, recontextualizados; em suma, modificando-se ao longo do caminho. Dessa forma, aqui podemos incluir, sobretudo, os bordões, ou seja, as frases feitas – normalmente retiradas das próprias entranhas da Web, isto é, quase sempre de vídeos virais – que vão sendo (re)circuladas

⁷¹ As primeiras produções meméticas, em língua inglesa, tinham um conteúdo mais direto, sem os traços de ironia que caracterizam a versão brasileira. Ver: <www.museudememes.com.br/sermons/o-que-queremos-quando-queremos/>.

em diversos contextos digitais, tais como: “fica, vai ter bolo”⁷²; “aham, Cláudia, senta lá”⁷³; “e teve boatos de que eu ainda estava na pior”⁷⁴; “meu óculos, ninguém sai”⁷⁵ etc.

Um ambiente com bastante potencial para a propagação de memes textuais é o *microblogging* Twitter, especialmente se considerarmos a sua marca maior: as *hashtags*, isto é, “indexadores de temas, tópicos e/ou palavras-chave que agregam todos os *tweets* que as contêm em um mesmo fluxo, onde é possível observar a formação de uma comunidade ao redor do uso específico da *#hashtag*” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 108). É justamente isso que permite que os usuários entrem em uma conversação sobre o mesmo tópico, como, por exemplo, o *#nãovaitercopa* em 2013/2014.

Figura 18 - exemplo de meme textual no Twitter



Fonte: @OCRIADOR, 2015.

Por conseguinte, *#LuizaEstanoCanada* pode ser citado como umas das suas *hashtags* mais conhecidas e lembradas, logo porque extrapolou os limites da Internet e chegou mesmo à

⁷² Meme que surgiu a partir de uma comunidade no Orkut chamada “fica ae”, cuja descrição complementava, “vai ter bolo”. Ver: <youpix.virgula.uol.com.br/memepedia/a-origem-do-fica-vai-ter-bolo/>.

⁷³ Em referência a um vídeo do programa “Clube da Criança” de 1984, comandado pela apresentadora Xuxa. Ver: <www.youtube.com/watch?v=0ruAD9TSchI>.

⁷⁴ Um vídeo viral de 2010 no qual a travesti Luisa Marilac, além da frase citada, immortalizou também na memesfera o seu “poham” e os seus “bons drink”. Ver: <www.youtube.com/watch?v=ikzC29rV75A>.

⁷⁵ O vídeo, sucesso em 2014, consiste na dublagem de um material já amplamente difundido na rede; nele, o paraibano Gil Prada insere também na memesfera a frase “Juliana está desmaiada”. Ver: <www.youtube.com/watch?v=ZWZEzvn13CE>.

mídia televisiva⁷⁶. O meme surge em janeiro de 2012 quando um conhecido colunista na Paraíba, ao gravar um comercial⁷⁷ para uma construtora juntamente com a sua família, declara a ausência da sua filha na ocasião com a célebre frase: “menos Luiza, que está no Canadá”. A partir do *upload* no Youtube, o vídeo viraliza e o textomeme toma conta dos *sites* de redes sociais (figura 18) – como podemos ver no *tweet* abaixo, que menciona o ditado popular no qual “o bom filho a casa torna”, menos, claro, a Luiza. Rapidamente a *tag* passa a liderar o “*Trending Topics*” do Twitter no Brasil e a frase dissemina-se no jargão da Web, surgindo ao longo do caminho diversas iterações bem como montagens.

A inegável natureza multimídia da Internet, com a grande ênfase dada no aspecto imagético da superfície dos vídeos e imagens que por ela circulam, muitas vezes sublima o aspecto profundamente textual das práticas digitais. Isto porque o grosso da comunicação mediada por computador processa-se, sobretudo, via palavra digitada. Portanto, essa é uma das formas de propagação memética mais usadas; logo porque as culturas e as subculturas da Web costumeiramente fazem uso de unidades linguísticas e brincadeiras textuais próprias que se tornam uma espécie de dialeto para os iniciados nessas redes – sendo perfeitamente natural, então, que as frases feitas circulem bastante nesse meio digital, ganhando bastante amplitude.

2.4.3 Fotomemes

Assim como a cultura hipermemética que se apresenta tem uma enorme dívida com o programa Microsoft Paint, outro *software* deve ser lembrado devido às suas contribuições para a geratividade do humor da Web, trata-se do Photoshop – que se estabeleceu como o principal editor de imagens do mercado, transformando-se mesmo no verbo “photoshopar”, que designa o ato de alterar, de qualquer forma, uma imagem.

Boa parte do humor gerado na Internet advém de fotografias que provocam um extensivo devir *criativo* em forma de fotomontagens, ou seja, *fotomemes*. Tal gênero é ancorado na *apropriação de um elemento fotográfico através de recorte e/ou de justaposição*, gerando um desvio do significado original ao agregar novos contextos e valores através da adulteração

⁷⁶ Uma das coberturas televisas deu-se no Jornal do SBT, mas ao criticar toda a brincadeira surgida em torno dessa história, o jornalista Carlos Nascimento profere a infeliz frase “e nós já fomos mais inteligentes”, tornando a ela e a si mesmo memes da internet. Ver: <www.youtube.com/watch?v=HwTx6IwR-rg>.

⁷⁷ Ver: <www.youtube.com/watch?v=BVxcWbh9HWE>.

das imagens. Nesse sentido, elas são “exploráveis”, posto que podem tanto receber outras camadas imagéticas quanto ser realocadas para outros cenários, denotando o aspecto lúdico da sua feitura.

Isso é bastante perceptível no caso de Nana Gouvêa em desastres⁷⁸, meme criado a partir de uma espécie de “ensaio fotográfico” bastante inusitado que a modelo realizou em Nova York, logo após a passagem do furacão Sandy em 2012. Nas fotos, como se pode ver (figura 19), ela pousa em meio à destruição causada pelo evento natural.

Figura 19 - foto original do "ensaio" de Nana Gouvêa



Fonte: KNOW YOUR MEME, 2015.

A partir da publicação dessas imagens iniciais a modelo torna-se a “Disaster Girl” brasileira, à medida que montagens com suas fotos, tendo como plano de fundo outros acidentes e desastres naturais, se espalham pela Internet, principalmente pelo Tumblr⁷⁹ – outro ambiente marcado por uma extensiva criação memética, nesse caso, sazonal, posto que um novo *blog* é criado na rede social a cada novo tema ou assunto que surge e que conta com algum potencial para a sua exploração memética⁸⁰.

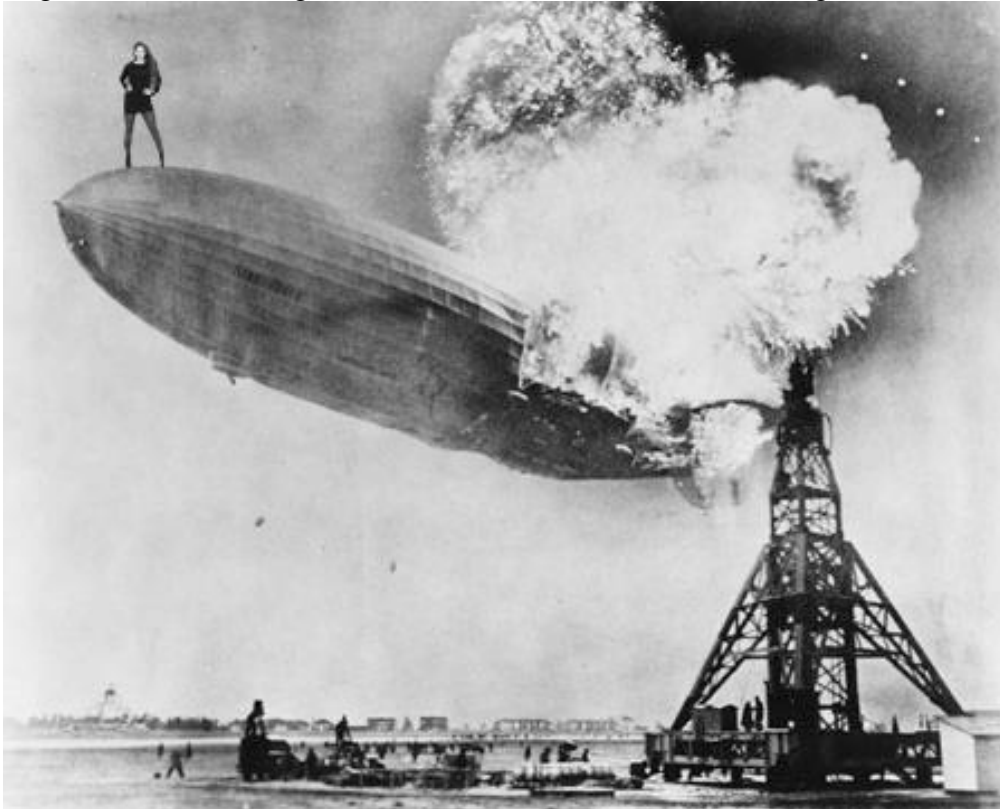
⁷⁸ Esse meme atingiu tamanho grau de propagação ao ponto de figurar também na mídia *mainstream*. Ver: <knowyourmeme.com/memes/nana-gouvea-em-desastres>.

⁷⁹ Ver: <nanagouveaemdesastres.tumblr.com/>.

⁸⁰ Outro exemplo que pode ser citado aqui é o caso do roubo da estátua da Mônica em São Paulo, cujas imagens do seu regaste ocasionaram o surgimento do Tumblr memético “Mônica Plesa”. Ver: <monicaplesa.tumblr.com/>.

É notável que tais fotografias, pelo absurdo mesmo do contexto da quais foram extraídas, são conferidas *a priori* com uma aparência de já terem sido editadas – pois um ensaio fotográfico diante das ruínas de um desastre natural não apenas soa a algo de mau-gosto mas parece também antiestético. Assim, essas imagens iniciais, já imbuídas dessa incongruência entre modelo e cenário, clamam pela intervenção dos usuários através de montagens criativas (figura 20) – o meme escolhido aqui traz um recorte de Nana Gouvêa sobreposto à uma imagem do incêndio ocorrido com o dirigível alemão Hindenburg em 1937, ocasionando a morte de 36 dos 97 ocupantes a bordo.

Figura 20 - fotomontagem de Nana Gouvêa no desastre do dirigível Hindenburg



Fonte: KNOW YOUR MEME, 2015.

Ou seja, é justamente essa incongruência entre dois ou mais elementos no *frame* da imagem que extrai o desejo de “remixá-la” cada vez mais; normalmente, o estranhamento dela corresponde ao sujeito da fotografia, cuja figura parece alienada da situação ao seu redor. Por conseguinte, é natural que tal elemento, já aparentemente fora de lugar, seja recontextualizado memeticamente no sentido de: ou aprofundar o ridículo da incongruência entre os elementos, criando montagens em que o contraste é muito mais intenso do que no original, ou diminuir tal incongruência reposicionando o sujeito em um contexto mais apropriado (SHIFMAN, 2014, p. 90).

Enfim, podemos depreender que no caso dos fotomemes, talvez mais do que nos outros gêneros, o mecanismo de sua significação tem o próprio processo de criação memética, o gesto de sua feitura, como elemento mais importante. Os atos de recorte e colagem são mais salientes e têm muito mais a dizer do que os próprios significados do produto final. Isto porque, assim como as Rage Comics em sua relação com o Microsoft Paint, as fotomontagens deixam a mostra os rastros, as marcas d'água, dos *softwares* de edição de imagem nos quais foram feitos.

2.4.4 Videomemes

Os *videomemes* podem tanto corresponder a um fenômeno em escala mundial, como um Gangnam Style⁸¹, ou mesmo circunscreverem-se à uma realidade mais local; de qualquer forma, em ambos os casos, eles consistem em *vídeos que contam com um amplo engajamento dos usuários na manipulação ou recriação do seu conteúdo através de dublagens, paródias, remix e toda sorte de obras derivativas.*

Figura 21 - print do vídeo "10 mandamentos do rei do camarote"



Fonte: VEJA SÃO PAULO, 2015.

É no segundo caso que podemos encaixar um meme como o Rei do Camarote, que surge a partir da publicação de um vídeo no Youtube do canal da revista *Veja São Paulo* em 2013, no

⁸¹ Videoclipe do rapper sul-coreano Psy que se tornou não apenas o vídeo mais assistido do Youtube, mas também o primeiro a atingir mais de um bilhão de visualizações; tendo viralizado na rede, ele incitou uma série de imitações da “dança do cavalo” bem como inúmeras paródias. Ver: <knowyourmeme.com/memes/psy-gangnam-style>.

qual o empresário Alexander de Almeida se gaba a respeito de sua vida de luxo e ostentação na noite paulistana (figura 21).

Tão logo o vídeo viralizou na rede foram sendo criadas uma série de iterações relacionadas ao mesmo⁸², na forma de *image macros*, de fotomontagens, de textomemes, de dublagens do original, mas sobretudo, de paródias (figura 22) – as duas últimas, em consonância com *remix* e demais formas de pastiche tornaram-se mesmo uma lógica cultural a partir de 2005, ano de lançamento do Youtube (VALE; MAIA; ESCALANTE, 2013).

Nesse caso, as paródias acabam sobressaindo-se por serem uma clara expressão da importância da ideia de imitação para a cultura digital contemporânea – representando uma diferenciação irônica no próprio coração da performance que é copiada –, implicando na dessacralização mesmo do original e na glorificação da cópia, “além da validação de uma forma de “criação” baseada na repetição, na citação e na ironia” (FELINTO, 2008, p. 37).

Figura 22 - print do vídeo "Os 10 mandamentos do rei do baile funk"



Fonte: ARMAZÉMTV, 2015.

De modo geral, as paródias do Rei do Camarote encontradas no Youtube seguem uma estrutura padrão: primeiro no tocante ao título – que consiste, na maioria das vezes, em: rei de + alguma coisa ou lugar –, e segundo no que diz respeito à composição do cenário, similar ou contrastando positivamente com o do vídeo original. Neles é seguida a estrutura tópica apresentada no “10 mandamentos do rei do camarote”, a saber: roupas de grife, carrão, camarote, serviço exclusivo, seguranças, champanhe, famosos, mulheres, música e Instagram. Nesse sentido, claro, essas paródias têm por objetivo único subverter e ironizar os seus sentidos

⁸² Ver: <youpix.virgula.uol.com.br/viral-2/repercussao-indicios-fake/>.

e suas significações; como no caso da paródia Rei do Baile Funk, cujo ápice da ostentação, em um nítido contraste com o camarote, é dirigir um Fiesta laranja e beber refrigerante da marca Dolly na “balada”.

Seu potencial memético transparece justamente através da repetição de elementos do vídeo original, porque os videomemes são imbuídos de “traços textuais” que, muito embora não possam ser percebidos em um primeiro momento, à medida que as iterações vão surgindo, torna-se possível identificá-los pela própria seleção dos usuários que os produziram – sendo parte do repertório cultural disponível no vídeo fonte (BURGESS, 2008, p. 06). São tais elementos os catalisadores desses fenômenos de emulação.

Por conseguinte, podemos depreender que os vídeos com maior potencial memético são justamente aqueles com uma estrutura mais simples e facilmente repetível, que acabam por aumentar as suas chances de imitação, e que ou já nascem com um viés de humor escancarado ou, ao invés disso, são passíveis de uma apreensão irônica que subverte a sua intenção original, como no caso do Rei do Camarote.

2.4.5 *Image macros*

Os memes da internet, embora sejam um fenômeno bastante amplo e multifacetado, como se pode perceber, no linguajar corrente da Web reduzem-se, no senso comum, a uma única espécie: o *image macro*. Mesmo sendo bem pouco conhecidos pela nomenclatura que dá nome ao seu gênero, eles são extremamente difundidos, ao ponto de serem confundidos mesmo como as únicas variedades de memes no ambiente digital. Eles correspondem a uma indefectível *estrutura imagética-textual que dentro dessa dialética carrega uma qualidade icônica*.

São estes os mais velhos⁸³, os mais simples e os mais difundidos tipos de meme, provavelmente dada a facilidade de criação e difusão, além, claro, do inegável apelo visual que carrega, permitindo uma rápida apreensão de seu conteúdo. Nesse sentido, eles são os mais

⁸³ Vale aqui uma ressalva especulativa, muito embora tenhamos considerado os LOLcats e os Advice Animals como antecedentes naturais desse gênero, talvez a comunhão entre imagem e texto, nesse caso, anteceda um pouco essas unidades supracitadas, isto porque os pôsteres desmotivacionais – que estruturalmente consistem em uma imagem e um texto superpostos a um *background* preto, também para fins de humor – circulam desde meados dos anos 1990 na rede, ou seja, bem antes do “Happy Cat” surgir na memesfera. Ver: <knowyoumeme.com/memes/demotivational-posters>.

inclusivos e mais acessíveis porque possibilitam que até aqueles com menor letramento digital os criem. Assim é possível comunicar significados fácil e rapidamente através do *frame* único dessas *imagens-texto* – talvez mesmo *a melhor forma atualmente de empacotar uma mensagem no sentido de espalhá-la e de gerar afetos*.

O termo *image macro* foi cunhado por volta de 2004 no *imageboard* conhecido como Something Awful, dando nome ao conhecido mecanismo do fórum através do qual era possível publicar automaticamente uma imagem popular pré-definida digitando apenas um código na postagem (STRYKER, 2011) – a expressão é livremente baseada no conceito de “macro”, oriundo das ciências da computação, que envolve a exploração de estruturas pré-fabricadas nas quais as sequências de *input* são ligadas as de *output*.

Vale pensar que, no caso dos memes de *image macro*, tal artifício consiste no *input* de um código que gera o *output* de uma imagem-texto geralmente engraçada. Claro, a linguagem computacional empregada aqui só faz sentido se pensarmos que os *sites* geradores de memes fazem uso de instruções “macro” desse tipo no sentido de automatizarem a produção dessas unidades, à medida que imagens e estilos de texto pré-definidos são indexados maquinamente. Interessante notar que, à princípio, as edições desse meme eram realizadas em complicados *softwares* de edição de imagens, mas à medida que foi popularizando-se e estabelecendo-se como gênero, surgiram inúmeros *sites* e aplicativos que tornaram a sua feitura cada vez mais fácil, pois consistem em ferramentas básicas de seleção ou *upload* de imagens acrescidos de uma caixa de texto.

Assim, se antes era necessário um letramento, digamos, mais técnico para a criação memética, o advento dos geradores de memes, ou *softwares de edição de image macros*, possibilitou que a criação dos mesmos se tornasse uma tarefa praticamente automática – por conseguinte, esses *scripts* são, de certa forma, responsáveis por manter intactas a estrutura, a lógica e o estilo visual dessa espécie (BRIDEAU; BERRET, 2014, p. 309). Portanto, nos dias atuais qualquer um, com o mínimo de letramento memético e digital, pode apropriar-se de uma ideia, transformá-la e compartilhá-la; não sendo à toa que esse tipo de meme transformou-se mesmo em uma espécie de linguagem, visto que os meios para a sua produção se tornaram largamente acessíveis.

Desta maneira, podemos caracterizar estruturalmente o *image macro* como *um texto em caixa alta, em uma fonte Impact branca com sombreamento preto, superposto a uma imagem através de técnicas de remix* – quase sempre para fins de humor, o que não impede, claro, o uso de outras tônicas. É importante ressaltar que esse jogo memético consiste tanto em adicionar o

mesmo texto a várias imagens quanto “remixar” uma mesma imagem com diferentes textos, ou seja, há o pressuposto da permanência de um *template* imagético ou textual.

Esses *image macros* têm seus *templates*, bem como suas referências intertextuais, extraídos de diversas fontes de imagens e textos de produtos culturais, tais como: videocliques, fotografias, desenhos, filmes, seriados, videogames, comerciais, notícias, Internet etc – a criatividade é absolutamente ilimitada nesse sentido. Claro que esse tipo de imagem-texto normalmente é “remixada” em cima de imagens de baixa qualidade com uma estética intencionalmente cheia de ruído. Além disso, tais citações não ficam restritas ao amplo escopo desses objetos mencionados, frequentemente os memes citam uns aos outros, intercalando-se e sobrepondo-se no meio do caminho (figura 23) – nesse caso há um *remix* de dois memes brasileiros oriundos de *fan pages* do Facebook, “Suricate seboso”⁸⁴ e “Me solta, miga”⁸⁵, unindo o *corpus* imagético de cada uma delas, isto é, um suricate antropomorfizado dentro do *template* de uma pintura neoclássica “remixada”, na qual, uma mulher o segura, tentando impedi-lo de ir à uma festa junina assistir as quadrilhas de São João.

Figura 23 - exemplo de image macro da fan page "Suricate seboso"



Fonte: SURICATE SEBOSO, 2015.

Um fenômeno relacionado ao *image macro* tem se destacado na faceta brasileira da distribuição memética: as *fan pages* de memes no Facebook. Sendo bastante populares na rede social, essas páginas trabalham com nichos específicos de feitura e disseminação memética, ao criarem mitologias próprias com: personagens, temas e tônicas singulares – o que torna mesmo difícil a tarefa de falar delas de maneira mais geral, posto que cada uma dessas produções opera

⁸⁴ Ver: <www.facebook.com/suricateseboso>.

⁸⁵ Ver: <www.facebook.com/mesoltamiga>.

de maneira imanente, pois mesmo fazendo parte do mesmo gênero, elas o operacionalizam de maneiras diferentes.

De qualquer forma, uma generalização possível dessas páginas com inclinação memética dá-se no tocante aos tópicos específicos com as quais elas lidam, tais como: regionalismo, estereótipos, *nonsense*, (des)motivacional, comportamentos etc. – todas pautadas no humor que muito bem caracteriza tais imagens-texto. Dentre as inúmeras *fan pages* de memes, podemos citar “Artes Depressão”⁸⁶, “Chapolin Sincero”⁸⁷, “Dinofauro”⁸⁸, “Sites do Menes”⁸⁹, “Suricate seboso”, dentre outras.

Figura 24 - outro exemplo de meme da fan page “Suricate seboso”



Fonte: SURICATE SEBOSO, 2015.

⁸⁶ Página voltada para a confecção de *image macros* a partir do uso de pinturas como *template* dos seus memes. Ver: <www.facebook.com/ArtesDepressao>.

⁸⁷ Seguindo um padrão de imagens do personagem Chapolin, do seriado televisivo de mesmo nome, acompanhado de textos engraçados, trata-se de uma das *fan pages* meméticas de maior sucesso. Ver: <www.facebook.com/ChapolinSincero>.

⁸⁸ Meme surgido em meados de 2015, dando origem à esta página que trata de um dinossauro azul com problemas na fala – ele troca diversas consoantes pela letra F –, dessa forma, as legendas do *image macro* acompanham tal dificuldade. Ver: <www.facebook.com/oDINOFAURO>.

⁸⁹ *Fan page* marcada pela produção de memes bastantes irônicos, no geral, cujo mote é extraído de notícias ou assuntos da atualidade. Ver: <www.facebook.com/SiteDosMenes>.

Esta última página citada, criada na cidade de Fortaleza em meados de 2012, investe na produção de memes com uma tônica regionalista a partir da figura de um animal totalmente alheio à fauna cearense, um suricate. Esse mamífero africano integra-se ao imaginário nordestino através da criação de um rico universo de personagens, ou tipos sociais, que aparecem em montagens, propositalmente “toscas”, nas quais se reproduzem os traços da oralidade, dos costumes, das experiências e do cotidiano da região (Cf. OLIVEIRA, 2014).

Os memes do “Suricate seboso”, apesar de tratarem-se inegavelmente de *image macros* por comungarem imagem e texto, tomam de empréstimo um pouco da fórmula dos já citados desenhomes, isto porque muitos deles ultrapassam os limites do *frame* único e desenvolvem seu humor dentro de formas narrativas que se desenrolam em quadros (figura 24). O meme em questão é composto por três *frames*, compostos pelo indefectível *template* de galáxia que compõe parte das montagens, nos quais um suricate transmutado em Super-Homem salva a vida da própria mãe ao desvirar as suas sandálias – a referência aqui é à superstição de que deixá-las viradas para baixo significa que a mãe de quem as possui falecerá.

Nesse sentido, tal *fan page* é apenas uma expressão de como esse gênero tornou-se extremamente popular no Facebook, escapando dos limites daquelas subculturas iniciais e figurando no *mainstream* dos *sites* de redes sociais, e nesse ínterim ele foi evoluindo ao criativamente incorporar novas formas e transformar-se mesmo numa espécie de novo vernáculo do ambiente digital.

Por isso mesmo, tais memes não apenas são amplamente compartilhados, mas também convidam as pessoas a contribuírem nesse jogo memético, cujo objetivo mesmo é cultivar aquilo que seja capaz de viralizar na rede. Dessa forma, a propagação ininterrupta dessas figuras criativas incentiva os membros da cultura digital participativa a continuarem o seu ciclo, alimentando-o, resultando mesmo em uma conversação promovida com e pelas imagens.

Usando essa *estrutura sígnica híbrida*, os *image macros* tornam-se figuras dialéticas, espécies de imagens-texto cujo imbricamento desses dois elementos ocorre sem subordinação da experiência visual e nem da verbal – *o pictórico complementa o discursivo em um processo de afetação recíproca*. Esses memes representam, então, os novos regimes de visualidade requeridos pela Internet, pois a função monológica da imagem é atualizada pela linguagem hipermídia, e, cada vez mais, ela se faz acompanhar pelo texto; pois, “trata-se de uma linguagem polivalente que, a par das questões formais de justaposição e associação, também inclui a inter-relação ou colisão entre texto, imagem” (SANTAELLA, 2007, p. 385).

Tais linguagens intersemióticas, porque aglutinam signos de tipos diversos, transformam-se mesmo em *hipersintaxes da era digital*; por isso, nos interessa aqui desvendar

como ocorre a associação entre o código imagético e o textual nos *image macros* a partir do fenômeno das *fan pages* meméticas no Facebook, em especial a página “Suricate seboso”, objeto do nosso estudo de caso no capítulo seguinte. Por conseguinte, tais memes são entendidos aqui como *imagens técnico-meméticas* flusserianas, visto que não apenas carregam as virtualidades comunicacionais inerentes às imagens produzidas por aparelhos, mas, principalmente, conseguem unir dialeticamente a imagem e o texto na codificação do mundo atual.

3 A FAN PAGE “SURICATE SEBOSO” E A DIALÉTICA DA IMAGEM-TEXTO NA DINÂMICA DAS REDES

I know it because when I press a given key, messages from others appear, discs in the form of pictures that are addressed to me among others. And if I like, I can myself make the image from the other envisioner light up on the terminal – if I like, and if he likes. He can, if he likes, make this picture of mine light up on his terminal – if he likes, and if I like. We are aware of one other, and we agree dialogically. And *we* means, theoretically, “everyone”.

Vilém Flusser

A *imagem técnico-memética* a qual aludimos aqui consiste em *uma superfície computada que incita a produção, a reprodução e a propagação de si bem como a de outras imagens em um processo recursivo, nesse ínterim criando elos e atribuições sociotécnicas diversas em rede e promovendo diálogos através delas*. Assim, o processo imaginístico digital é semi-automatizado nesse devir enredado da Web no qual projetamos nossos vetores de significado, fabricando uma nova linguagem com o código imagético em consonância com o textual. Por conseguinte, os *image macros* representam um dos novos regimes de visualidade requeridos pela Internet à medida que a função monológica de ambos os códigos é atualizada para uma linguagem híbrida que conjuga a imagem e o texto ao mesmo tempo.

Tal brincadeira com a informação pura, porque desencarnada, é, portanto, esforço cooperativo para projetar significados nessas superfícies digitais que são “universalizadas” via redes. Logo, como afirma Vilém Flusser (2001b, p. 80), sintetizar, transmitir e receber tais tecnoimagens se torna um gesto programado de apertar teclas: *um jogo baseado na manipulação de imagens, estabelecendo, através do uso de tal imaginação criativa, valores e significados ao nosso entorno*. Com efeito, a produção e o consumo de memes através dos aparatos técnicos nos torna jogadores no processo de criação e compartilhamento desses conteúdos (MAIA; ESCALANTE, 2014a.).

Nesse sentido, se o essencial na contemporaneidade é a criação de informação nova em um contexto midiático marcado pela circulação de conteúdo, convém tensionarmos melhor a figura do *image macro*, ou seja, um “replicador” que existe justamente na forma de suas cópias

largamente espalhadas no ambiente *online* – isto porque os memes são informativos na própria redundância de sua propagação, visto que ao longo do caminho eles vão sendo apropriados e “remixados”, adquirindo novos elementos tanto no próprio processo de distribuição quanto no de modificação do seu *template* original; além disso, cada uma dessas unidades termina por trazer também algo de novo em sua recepção.

Adicionalmente, não podemos desconsiderar o potencial estético, além do simbólico, dessas imagens técnico-meméticas cujas visualidades virtuais carregam um *virtus*, uma eficácia que age sobre o observador (ALLOA, 2015, p. 11). Assim, talvez a abundância dessas “imagens ubiquamente ativas na cultura contemporânea”, propõe Suzana Kilpp (2012b, p. 227-228), seja explicada pela nossa necessidade também de agir sobre elas, usando-as para transitar e conectar. Em suma, *como artefatos comunicativos, elas também podem ser usadas para nos conectar, enredando-nos aos outros, gerando, sobretudo, afetos.*

Então, propomos aqui que essa *imagem técnico-memética é composta pela tríade: compartilhamento em rede, linguagem imagética-textual e afetos gerados* – os tópicos principais a serem trabalhados nesse capítulo. Desse modo, o que faz um meme é a rede sociotécnica que perpassa a sua feitura e a sua replicação, posto que um *image macro* existe em prol de sua propagação, produzindo mesmo diálogos; a gramática que norteia a fórmula dialética imagem-texto e a geração de ambiências emotivas que estão aquém ou além da dimensão do seu significado.

Lidando com o *site* de rede social Facebook como *hub* de distribuição memética, faz-se necessário lidar com sua materialidade como meio, visto que como uma tecnologia de inscrição comunicacional, ela condiciona em certa medida a produção de signos e de sentidos que transporta no próprio processo de mediação (FELINTO, 2006, p. 20). Logo, nele os memes podem ser publicados tanto por perfis individuais de usuários ou por páginas, em ambos os casos sendo possível “curtir”, “comentar” e/ou “compartilhar” esses conteúdos –esta última ferramenta conforma as possibilidades de disseminação dos mesmos, tornando-se prática crucial na rápida circulação dessas unidades dentro dos limites da plataforma.

Em virtude disso, propomos que o *image macro* se tornou uma das linguagens do referido *site* de rede social não apenas porque nele floresce uma grande miríade de memes, mas, principalmente, porque a amplitude das redes sociais ali expressadas e os aspectos de “socialização” inerentes à plataforma tornam os memes conversações rastreáveis em torno de imagens. Como resultado, entendemos que esses *memes são imagens técnicas dentro de um sistema telemático, o Facebook, que materializa as conexões dialógicas em rede estabelecidas através delas.*

Por fim, esse jogo memético promove uma verdadeira ecologia visual da tecnocultura que associa imagens, tecnologias, estéticas e pessoas (KILPP, 2012b, p. 227). Portanto, nessa economia do compartilhamento das redes sociais digitais o viés criativo e dialógico do meme revela a sua interface, aqui proposta, com o pensamento flusseriano uma vez que essa brincadeira informacional sociotécnica é elemento vital no sentido de gerar o novo e o imprevisível impresso na fórmula dos *image macros* (OLIVEIRA, 2015, p. 08).

3.1 Entre atores e redes

A partir da criação da World Wide Web em 1991 por Tim Berners-Lee, a associação entre a tecnologia do hipertexto e a Internet fomentou as bases para uma comunicação em rede ainda incipiente pautada, principalmente, em grupos e comunidades *online* (Cf. RHEINGOLD, 1993) nos quais se podia ingressar; carregando ainda os resquícios da contracultura que a influenciou ideologicamente, estes foram considerados os novos espaços públicos por excelência, livres de controles políticos e corporativos – até a chegada dos desenvolvedores comerciais no final dessa mesma década, gerando impérios como Google, Amazon e outros.

Geert Lovink (2011, p. 40) explica que essa Web 1.0 entra em declínio não apenas com a bolha especulativa, seguida da crise, das companhias de *e-commerce* na virada do milênio, mas talvez, principalmente, com os ataques terroristas ocorridos em solo americano em 11 de setembro de 2001, isto devido à guerra ao terror encabeçada por George W. Bush após os atentados; teria sido ela a responsável por enterrar a cultura do “segundo *self*” virtual que se ensaiava naquele momento, fazendo emergir em seu lugar uma indústria de controle e vigilância global. É nesse contexto marcado pela invasão de privacidade e mesmo de liberdade, que a atmosfera de fóruns, *sites* criados pelos usuários em serviços de hospedagem e *blogs* é suplantada pela Web 2.0 e os jardins murados das plataformas e dos *sites* de redes sociais filtrados pelos códigos e algoritmos de cada uma delas; assim, essa nova Web se impõe com uma infraestrutura, digamos, mais interativa e participativa que estabelece as bases de uma sociabilidade em rede, que conecta todos-todos, pautada na promoção de perfis de usuários com identidades singulares e/ou reais e na coleta de dados⁹⁰.

⁹⁰ Grosso modo, os serviços comerciais oferecidos por essa Web 2.0 tem como modelo de negócios os próprios dados largamente produzidos pelos usuários no uso de suas ferramentas, estes são devidamente “minerados”, isto é, processados e analisados, visando a criação de “perfis”, os padrões de dados que identificam cada

A ideia de uma nova Web como um ecossistema midiático de publicação de conteúdo gerado pelo usuário foi oficialmente introduzida no ano de 2004 em uma conferência do O'Reilly Media Group. Promovida como a própria “arquitetura da participação”, no final das contas ela faz uso de uma série de práticas corporativas que buscam, na verdade, capturar e explorar a cultura participativa que precede a Internet, como já evidenciamos aqui, e que já existe na Web 1.0.

De qualquer modo, a Web 2.0 se propõe como propulsora de uma criatividade em massa, coletiva, que delega aos usuários um maior controle na produção e distribuição de cultura, formando uma nova camada *online* através da qual as pessoas organizam suas vidas. Assim, ela se caracteriza por três aspectos principais: *sites* e plataformas de uso fácil e intuitivo; ênfase na mediação da sociabilidade e possibilidade de publicação de conteúdo gerado pelo usuário, seja áudio, imagem, vídeo, texto etc. (LOVINK, 2011, p. 05).

Atualmente, embora possamos questionar algumas prerrogativas desses serviços, é inegável que eles influenciam e moldam a interação humana no nível do indivíduo, da comunidade e mesmo da sociedade na medida que os limites entre *online* e *offline* se tornam cada vez mais indefinidos (DIJCK, 2013, p. 04). Por conseguinte, a Web se torna “mais social”, ao propiciar uma *infraestrutura que tem por objetivo nos conectar uns aos outros*; é justamente nessa acepção que podemos propor certa interface com o pensamento flusseriano apresentado anteriormente, visto que em ambos, notadamente, enfatiza-se os aspectos da criação de redes e da relação entre nós.

No entanto, é oportuno mencionar que essa Web 2.0 é sim mais participativa, mas em termos bastante relativos, apenas se comparada às ecologias midiáticas anteriores; além disso, vale notar, tal participação ainda não é permitida e nem possibilitada a todos e aqueles que participam efetivamente nem sempre o fazem em iguais condições (JENKINS; FORD; GREEN, 2013, p. 298).

O *site* de rede social Facebook é um dos exemplos mais bem-sucedidos daquilo que conhecemos como Web 2.0. Tendo sido criado oficialmente no dia 4 de fevereiro de 2004 pelo norte-americano Mark Zuckerberg, a plataforma inicialmente era direcionada apenas para os estudantes da prestigiada universidade de Harvard, da qual o seu fundador era aluno, mas à medida que o número de usuários foi crescendo rapidamente e outras universidades foram sendo incluídas, o uso da mesma foi expandido primeiro para estudantes do ensino médio nos EUA até que se tornou totalmente público no ano de 2006, isto é, para qualquer um com mais

usuário, que são devidamente monetizados ao serem repassados a terceiros e servirem aos fins da publicidade segmentada do marketing comportamental.

de 13 anos de idade. Como um “*software* social” oriundo mesmo dessa nova Web, o Facebook não produz conteúdo próprio, desde o início ele é pautado apenas na publicação de quaisquer conteúdos pelos usuários, desde que condizente com as normas do *site*, de acordo com as suas necessidades expressivas e comunicativas.

Tendo vivido uma rápida ascensão ao longo de mais de uma década, atualmente, o serviço conta com 1.59 bilhão de usuários ativos, assim, ele é não apenas o maior *site* de rede social em termos de números, mas também em termos de diversidade e alcance global. Dessa forma, ele se tornou mesmo “uma força centrípeta na organização da vida social das pessoas” (DIJCK, 2013, p. 51), de modo que o principal benefício da plataforma é estar conectado à toda a rede social expressa no perfil de cada usuário.

Todavia, essa era dos *sites* de rede sociais⁹¹ não se inicia logo após a virada do milênio, mas antes, no ano de 1997 com o Sixdegrees, o primeiro negócio online com o intuito de identificar e mapear relacionamentos entre pessoas usando nomes reais (KIRKPATRICK, 2010, p. 68) – o nome da plataforma evocava a teoria dos seis graus de separação desenvolvida por Stanley Milgran, nela se propõe que a conexão entre todos no planeta se dá através de no máximo seis nós de distância, iniciando a partir dos contatos mais imediatos até os mais distantes.

No sentido de caracterizar o que é um *site* de rede social, danah boyd e Nicole Ellison (2007) propõem como características salientes comuns à essas plataformas: a construção de perfis públicos ou semi-públicos; a articulação de listas dos usuários com os quais se partilha uma conexão; a visualização e a navegação nessas listas de conexões de si mesmo e dos outros usuários. Em virtude disso, a partir de cada perfil é possível estabelecer a posição dos usuários em complexas redes de relacionamentos; no entanto, como indica Raquel Recuero (2009, p. 102), é preciso distinguir as redes sociais dos *sites* de rede sociais, isto porque estes últimos são apenas os espaços virtuais utilizados para a expressão das primeiras.

A sociedade entendida como uma rede entrelaçada pela conexão interpessoal entre diferentes atores tem nessas plataformas a sua representação bem como sua publicização digital,

⁹¹ Uma interessante classificação desses sistemas digitais é aquela proposta por Lucia Santaella e Renata Lemos, as autoras apontam a existência de redes 1.0, 2.0 e 3.0 que variam no tocante à maior interatividade, ao maior compartilhamento de informações e à maior convergência entre meios e plataformas. As monomodais 1.0 se restringiam à interação em tempo real em *chats* como ICQ, mIRC e Messenger; as 2.0 contemplavam a publicação de arquivos, gostos e preferências em *sites* como MySpace, Orkut e LinkedIn; já as multimodais 3.0 se caracterizam pela integração com outras redes e dispositivos portáteis, que congregam inúmeras funções e ferramentas através do uso generalizado de aplicativos, assim, o Facebook, por exemplo, é dotado de uma maior mobilidade de acesso e através dele se fazem disponíveis uma série de outros serviços como jogos e *softwares online*. SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. *Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus, 2010, p. 57-62.

portanto, esses sistemas se tornam espaços específicos para a exposição pública e mesmo a ampliação das redes de contatos dos indivíduos através da criação de perfis pelos quais é possível interagir com outras pessoas. Logo, por meio das trocas promovidas pela interação social ocorrem não só conexões entre os diversos nós, como também, a partir delas, surge um espaço de conversação mútua que fomenta a construção de laços eminentemente dialógicos.

Mesmo que nosso foco de interesse seja especificamente o Facebook, José van Dijck (2013, p. 21) propõe que ele é somente um dos microssistemas dentro do gigantesco ecossistema das mídias conectivas pautado em plataformas e aplicativos interconectados. Todos esses serviços sendo moldados, principalmente, através de fatores sociais e tecnológicos, tanto para atender as necessidades de seus usuários quanto para reagir aos serviços oferecidos pelas plataformas concorrentes⁹². Embora cada um deles lide com públicos alvo e funcionalidades específicas de sociabilidade *online*, esses sistemas são marcados pela interoperabilidade de elementos constitutivos, tais como: ferramentas para compartilhar conteúdo e seguir perfis; possibilidade de salvar conteúdos favoritos; além de seções que sugerem as tendências no momento (DIJCK, 2013, p. 42).

Ademais, os *sites* de redes sociais contemporâneos são caracterizados pela intensificação dos princípios inerentes à computação ubíqua, já que levam os seus usuários tanto à uma atenção contínua quanto à uma conexão permanente de modo que a temporalidade da experiência midiática contemporânea se dá através de uma dinâmica de fluxo informacional ininterruptamente atualizado de maneira coletiva, entrelaçando textos, imagens, *links* e, sobretudo, memes que se materializam nas telas digitais e se propagam através de redes humanas e técnicas. Em suma, a nossa participação neles é organizada “em e através de coletividades sociais e conectividades” (JENKINS; FORD; GREEN, 2013, p. 163), à medida que esta conexão *online* gera mesmo capital social. Nesse sentido, talvez o que seja mediado pelos serviços dessa Web 2.0 seja menos os conteúdos publicados pelos usuários do que a própria possibilidade de conectividade, isto é, a capacidade técnica de conectar em uma escala massiva nesse novo regime de sociabilidade em rede (HANSEN, 2010, p. 180). Por fim, essa conectividade parece sugerir que tem fim em si mesma.

Dessa maneira, a engenharia da sociabilidade é codificada por esses *softwares* sociais que, em certa medida, rastreiam, manipulam e automatizam as conexões, transcodificando tudo e todos nos algoritmos de cada plataforma ao mesmo tempo que associam a conexão humana

⁹² Tomando o Facebook por exemplo, este tomou de empréstimo do Twitter elementos característicos como a ferramenta de “seguir” perfis, desde que o usuário opte por disponibilizar o serviço, sem a necessidade de “solicitar amizade” para tanto, e o uso de *hashtags* como indexadores de conteúdo.

com a conectividade automatizada em rede (DIJCK, 2013, p. 42). As conexões sociais entre os indivíduos são tornadas visíveis (e mesmo ampliadas) pelas mídias sociais, como consequência a própria subjetividade contemporânea se perfaz através dessa conexão, que inclui componentes tecnológicos como a topologia em rede, os protocolos de comunicação e os processos de *hardware* e de *software* das plataformas (CAMPANELLI, 2010, p. 226); assim, podemos afirmar que a sociabilidade *online* tem se tornando, cada vez mais, uma coprodução de humanos e tecnologias.

Em suma essas plataformas são construções sociotécnicas que lidam com atores humanos e não-humanos no sentido de moldar as próprias atividades sociais, valendo talvez aqui explorar brevemente a teoria ator-rede (TAR) que surge na década de 1980 através do trabalho de sociólogos como Bruno Latour, John Law, Michel Callon e outros. Latour (2005) propõe, coerentemente, chamá-la de sociologia das associações como forma de se contrapor ao “determinismo social” visível no pensamento corrente na área; dessa forma, nessa “associologia” o elemento social não é algo que existe *a priori*, já dado, como uma força aglutinadora da sociedade, mas consiste sim em associações heterogêneas entre entidades que, por isso mesmo, deixam para trás os rastros do que seria verdadeiramente o social, algo que existe apenas durante os breves momentos desses contatos de mútua afetação (LATOURE, 2005, p. 08).

Esse movimento de associações que se fazem e desfazem continuamente assume a topologia de uma rede, sendo este um sistema complexo e dinâmico que torna visível o próprio traçado dos deslocamentos e das transformações entre atores em seus agenciamentos e mediações. Quanto ao ator, ou actante, na TAR há a negação do dualismo sujeito/objeto de forma que este pode ser tanto humano quanto não-humano, desde que exerça a função de fonte de uma ação qualquer, ou seja, faça alguma diferença no curso das ações que geram as associações mesmas – porque mesmo que não haja intencionalidade, coisas e objetos detêm algum tipo de agência, posto que eles têm influência sobre nossas ações como mediadores delas.

Nesse sentido, trata-se de uma ótima opção teórica para pensar os agenciamentos nas redes sociais digitais, visto que

não sendo humanocentrada, nem linguocentrada, nem praxiscentrada, mas atentando para essas esferas e tantas outras simultaneamente, a TAR parece estar plenamente preparada para dar conta das múltiplas entidades ou actantes, sem quaisquer morfismos específicos, quer sejam artefatos, tecnologias, programas, códigos, inscrições, humanos, dispositivos, plataformas, discursos que movem e são movidos na RSIs. Embora sejam redes sociais que evidentemente envolvem os humanos e seus discursos, suas demandas, suas cacofonias, seus ecos e reverberações, as RSIs colocam em ação uma heterogeneidade de entidades de que as conversas e trocas de

indivíduo a indivíduo são apenas uma superfície visível que a TAR pode transformar em dizível” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 48).

Portanto, no estado atual da cultura das redes *tecnogramas* e *sociogramas* não são passíveis de uma separação radical: os primeiros prescrevem os recursos técnicos e os outros, programados de criatividade, tem a liberdade de usá-los. Assim, essas movimentações entre humanos e não-humanos se dá de maneira tal que esses mediadores⁹³ provocam modificações e inscrições em nós tanto quanto os organizamos de acordo com nossas necessidades – de modo que limitamos e expandimos um ao outro continuamente.

Há em voga, então, uma *programabilidade* que funciona em uma via de mão de dupla, a tecnologia transforma o usuário pela materialidade intrinsicamente implicada nela e este, por seu turno, flexibiliza e subverte a tecnologia através do próprio uso criativo dela. Enfim, enfatizamos aqui que a mediação, longe de ser neutra, impõe-se a partir da *materialidade* dos próprios dispositivos. Logo, podemos falar em materialidades da comunicação, tal como Hans Ulrich Gumbrecht (2004), que propõe que os meios afetam os complexos de significados que eles carregam, dessa forma, a *medialidade* mesma é indissociável dos aspectos semânticos impressos no seu conteúdo – corroborando com o pensamento de McLuhan (1994) de que o meio é a mensagem.

Usando tal arcabouço teórico é possível chegarmos a algumas conclusões sobre a plataforma em questão aqui, antes de tudo, nós devemos entender que, como bem nota Alex Primo, o Facebook, em sua materialidade, não é em si social e tampouco serve apenas de intermédio para o registro e a transmissão de informações, ele é também um ator (PRIMO, 2012, p. 631), mais especificamente, um ator que também é rede e vice-versa (LEMOS, 2013, p. 23), posto que na cultura digital as mídias são mediadores que interferem e fazem diferença na formação das redes de associação que constituem o humano – por exemplo, uma conversação pública através da referida plataforma certamente diferirá daquela ocorrida por meio de um e-mail.

Desse modo, tendo se tornado um meio cuja infraestrutura comunicacional faz parte integral da vida das pessoas tanto *online*⁹⁴ quanto *offline*, o Facebook com o seu *diagrama*

⁹³ Uma importante distinção no pensamento latouriano é aquela entre intermediários e mediadores; enquanto os primeiros são capazes de transportar significado ou força sem transformá-las, ou seja, o seu *input* corresponde ao seu *output*, estes últimos “transformam, traduzem, distorcem e modificam o significado ou os elementos que deveriam transportar”. LATOUR, Bruno. *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*. New York: Oxford University Press, 2005, p. 39.

⁹⁴ Nesse aspecto, vale notar que a plataforma penetrou ainda mais no tecido da Internet através da ferramenta Facebook Connect que permite usar o *login* do *site* para se cadastrar e interagir em outros ambientes além dos

social, isto é, o conjunto de conexões entre amigos – o valor central do *site* de rede social –, torna-se um poderoso *mecanismo de distribuição de conteúdo* – por outro lado, a manutenção desses contatos na plataforma é ativamente guiada e curada pelos seus aspectos técnicos de forma que a conexão social aludida ali é invocada como pretexto para gerar a conectividade, o elemento responsável por gerar cada vez mais dados monetizáveis para a plataforma, assim, o *big data* (grande conjunto de dados armazenados) que flui dentro dela é o objetivo primário e não um subproduto da sociabilidade *online* (DIJCK, 2013, p. 12). Assim, é preciso que entendamos a grande ênfase dada à geração e à circulação de dados na referida rede social digital, para compreender como ela media e materializa isso tecnicamente. Portanto, apontaremos aqui, dentre as suas inúmeras formas de interação, os elementos do *site* mais relevantes no tocante à distribuição de conteúdo, a saber: o *feed de notícias*, as *fan pages* e a ferramenta de compartilhamento.

O *feed* de notícias⁹⁵ foi incorporado ao *site* de rede social no ano de 2006, tornando-se mesmo o elemento central da plataforma. Ele consiste em uma espécie de mural coletivo que reúne atualizações de status compartilhadas automaticamente pelo Facebook a partir das alterações do usuário no seu perfil – como adição de novos amigos, mudança da foto do perfil ou da capa, ou de relacionamento, ou de emprego, ou de cidade e muitos outros – e os conteúdos publicados pelo próprio usuário, pelos seus amigos e pelas páginas curtidas, além de publicações de grupos dos quais participa bem como atualizações de eventos nos quais confirmou presença e de jogos e aplicativos nos quais se conectou. Por meio dele, quase toda ação na rede não é apenas registrada, incluindo também curtidas, comentário e compartilhamentos, mas exposta publicamente em tempo real, por assim dizer, a partir das associações que estabelecemos entre os nós que a compõem⁹⁶.

seus extensos limites. O perfil dos usuários serve como um identificador de identidades digitais, de modo a conectá-lo em vários pontos da Web.

⁹⁵ Um elemento correlato ao *feed* de notícias é a linha do tempo (*timeline*), implementada a partir de 2011 ela é também um mural, porém individual, no qual é apresentado aquilo que os amigos publicaram no mural do usuário bem como aquilo que o próprio usuário já publicou no *site*, além dos conteúdos nos quais foi marcado. Trata-se, portanto, de uma ferramenta que cria uma narratividade em cima de todos os dados que constam na plataforma, assim, a vida do usuário é ordenada em uma cronologia retroativa desde o seu nascimento até os dias atuais através das fotografias publicadas, dos amigos adicionados, dos lugares nos quais fez *check-in* e muitos outros elementos. É notável, então, o aspecto de construção de identidade que perpassa o Facebook, visto que essa *timeline* se propõe como uma expressão digital do *self* e da sua própria história de vida a partir de tudo aquilo que se escolhe mostrar na rede social digital.

⁹⁶ É interessante pensar aqui como mais de um bilhão de pessoas criam inúmeras conexões através do uso do Facebook a cada dia, isto porque cada clique constrói associações que acabam por formar uma vasta rede sociotécnica tendo em vista que todas as nossas ações no *site* geram rastros dos contatos que estabelecemos com *links*, pessoas, *softwares*, fotos e toda uma miríade de possibilidades interativas, sendo possível, portanto, mapear as teias de relações efêmeras que emergem sem parar nesse ambiente.

Naturalmente, a informação nesse *feed* não circula de maneira tão livre e simples assim, o Facebook ordena os conteúdos apresentados nele através de algoritmos⁹⁷ que dissecam todos as interações produzidos pelos usuários anteriormente de modo a dar destaque às atualizações que teoricamente seriam as mais relevantes para eles; dessa maneira, cada *news feed* é, portanto, único porque difere de todos os outros usuários (KIRKPATRICK, 2010, p. 181). Seguindo essa lógica, os algoritmos acabam também por ocultar determinados conteúdos que parecem não despertar a atenção dos usuários, considerando também o seu comportamento progressivo no *site*.

Outro aspecto técnico da rede a ser tratado aqui são as *fan pages*, visto que elas tratam de produzir muito daquilo que circula no *site* de rede social. Estas existem desde 2007 e inicialmente se tratavam de páginas de organizações ou de marcas com as quais era possível interagir como se estas fossem também perfis de usuários; assim, basta “curtir” uma página – ou melhor, tornar-se um fã – a partir dos seus interesses pessoais para estar conectado a ela de modo que as atualizações de conteúdo dela apareçam no *feed* do usuário. Atualmente, o uso destas foi ampliado de modo que qualquer usuário da plataforma pode criar uma página com temáticas que variam desde negócios à entretenimento e disseminar informações, desde que de acordo com as regras de conteúdo impostas.

Um ponto importante dessas páginas é que elas são abertas e têm seu conteúdo totalmente público, assim, não é necessária nenhuma aprovação para seguir e nem para acessar as publicações de uma *fan page*⁹⁸. Por isso é possível dizer que elas funcionam, em certo sentido, como comunidades virtuais que aglutinam pessoas em torno de um interesse comum, logo porque nelas facilmente se produzem diálogos, principalmente através de comentários nas publicações.

Quanto ao *compartilhamento*, no Facebook e nas outras plataformas da Web 2.0, ele pode ser entendido a partir de dois significados principais que também tendem a convergir, a saber: *distribuição e comunicação*⁹⁹ (JOHN, 2013, p. 175). O primeiro é digamos mais técnico

⁹⁷ Novamente, o Facebook precisa ser percebido como um ator-mediador bastante ativo que interfere e participa nas ações em curso, tanto pelas informações que decide exibir quanto pelas quais decide esconder. PRIMO, Alex. O que há de social nas mídias sociais? Reflexões a partir da teoria ator-rede. *Contemporânea – Revista de comunicação e cultura*, v. 10, n. 03, p. 618-641, set.-dez. 2012, p. 633-634.

⁹⁸ A interface das *fan pages* segue o padrão de apresentação de conteúdos imposto pelo formato de *timeline*, mas, nesse caso, as publicações apresentadas são notadamente as mais relevantes (a depender da frequência de atualização da página), isto é, aquelas nas quais houve maior interação em termos de curtidas, comentários e compartilhamentos.

⁹⁹ O compartilhamento como comunicação, em suma, relaciona-se com a ideia de conexão social já exposta aqui, visto que ele compele os usuários a partilhar informações através das sedutoras interfaces das redes sociais digitais; à título de ilustração, no vasto microssistema do Facebook é possível compartilhar tanto de maneira pública quanto privada através de: criação de perfil com fotos, informações, preferências e contatos;

e envolve a distribuição de conteúdo digital de todo tipo através dos botões de “publicar” um material próprio ou de “compartilhar” material de outro perfil ou página (sendo possível adicionar algum comentário pessoal) – em ambos os casos a publicação aparece no *feed* de notícias e na linha do tempo do usuário, porém, no caso do compartilhamento, exibindo a fonte de origem. O segundo corresponde a um componente ideológico inerente aos *sites* de rede sociais, isto é, a abertura necessária para se expor e se comunicar com sua rede de contatos de forma aberta, embaçando mesmo as fronteiras entre as noções de privado e de público; vale ressaltar aqui que no *news feed* de cada perfil há um bloco de publicação no qual consta a insistente indagação que clama por uma “resposta”: *o que você deseja compartilhar?* Como aponta Limor Shifman (2014, p. 19), embora marcadamente diferentes, há uma convergência entre esses dois significados porque ao compartilhar um *image macro*, por exemplo, não apenas estamos distribuindo pela rede um item cultural como, ao mesmo tempo, estamos expressando nossos sentimentos a respeito do mesmo, imprimindo nele um aspecto meta-comunicativo, por assim dizer.

Juntamente com a ferramenta de compartilhamento, os botões de “curtir” e de “comentar” acompanham as postagens no Facebook, assim, estas são as formas que os usuários têm para consumir, interagir e distribuir os conteúdos publicados pela sua rede de associações na plataforma, sejam elas outros usuários, *fan pages*, grupos, eventos e outros (NUNES, 2014, p. 229). A essas três práticas são atribuídos diferentes sentidos¹⁰⁰: o compartilhamento vincula a publicação ao perfil do usuário, aparecendo tanto em sua linha do tempo quanto no *feed* de notícias de seus amigos na rede, dessa forma, o uso dessa ferramenta implica em conteúdos com os quais nos identificamos de tal forma que desejamos dar-lhes um maior destaque, “divulgando-os”. A curtida, em um primeiro momento, expressa uma publicação que nos chamou a atenção e/ou nos agradou¹⁰¹, adicionalmente, dependendo do conteúdo publicado,

publicação de texto (*links*, status, acontecimentos, *check-ins*, notas etc.), foto e vídeo no *feed* de notícias; curtidas de *fan pages* (nas quais é possível publicar, avaliar, curtir, comentar e compartilhar); participação em grupos bem como em eventos (também sendo possível interagir neles); uso do bate-papo e de mensagens *inbox* e muitos outros.

¹⁰⁰ Como são essas ferramentas que identificam a popularidade dos conteúdos publicados no *site*, elas se relacionam com a própria construção do capital social na plataforma.

¹⁰¹ Desde que foi incorporada a ferramenta *like* na plataforma, os seus usuários reivindicam também um botão de *dislike*, posto que o primeiro não é capaz de abarcar sozinho a amplitude das interações “semânticas” com aquilo que circula no Facebook. Atendendo a esses pedidos, o *site* de rede social anunciou no final de 2015 que estava trabalhando nessa ferramenta; no entanto, almejando não imprimir tanta negatividade na plataforma, esta consiste em um pacote de emojis que contém reações às postagens publicadas, variando do já conhecido “curtir” até carinhas que demonstram tristeza, ou melhor, empatia por conteúdos de cunho mais triste. Ver: <www.theatlantic.com/technology/archive/2015/10/facebook-isnt-just-getting-a-dislike-button/409678/>.

pode significar um “apoio emocional” em uma momento difícil ou mesmo condolências por uma perda de um ente querido – vale destacar que por um ser atividade bastante corriqueira na plataforma, não requer muito envolvimento com aquilo que foi curtido, muitas vezes consistindo em uma interação mais automática e mais instantânea (NUNES, 2014, p. 220). Já o comentário implica na expressão de nossas opiniões sobre o conteúdo, formando uma espécie de conversação¹⁰² em rede em torno da publicação.

Ao longo desses 13 anos de Facebook, ele foi pouco a pouco se tornando uma força incontestável na organização da vida social e cultural das pessoas, conduzindo a própria interação online de acordo com as inscrições representadas pelas mudanças dos seus códigos, algoritmos e interfaces¹⁰³. Sua ideologia de compartilhamento, aliada à ideia de transparência radical¹⁰⁴, estabeleceu um padrão para todo o ecossistema das mídias conectivas; além disso, ele incorporou uma série de práticas na experiência digital, sendo as mais notáveis, claro, a curtida e o compartilhamento. Em suma, trata-se de uma fábrica da própria sociabilidade *online* cujos alicerces são: a *tecnologia*, a *agência do usuário* e o *conteúdo* (DIJCK, 2013, p. 36). Desse modo, pensando já ter tratado aqui das tecnologias mais pertinentes da plataforma, partimos agora para o papel dos usuários na propagação de conteúdo, por último, proporemos o *image macro* como um conteúdo que tomou a forma de uma linguagem no *site* de rede social.

3.1.1 “Sharing is caring”

Por tudo que foi dito, o compartilhamento de conteúdo se estabelece atualmente como parte fundamental na experiência digital nessa Web 2.0, de forma geral, mas, principalmente,

¹⁰² Conversação esta que difere daquela ocorrida via bate-papo, por exemplo, porque pública.

¹⁰³ Mesmo que o ritmo de crescimento da plataforma em número de usuários venha diminuindo – ou mesmo decrescendo, isto com relação ao público adolescente – o Facebook se estabeleceu de tal forma nas entranhas da Internet que sua influência na experiência de sociabilidade *online* irá reverberar por um longo tempo. DIJCK, José van. *The culture of connectivity: a critical history of social media*. New York: Oxford University Press, 2013, p. 67.

¹⁰⁴ Esta consiste na premissa social de que há em curso uma inevitável tendência à uma maior transparência que pretensamente tomará conta da vida moderna. Desse modo, Zuckerberg direciona as tecnologias do Facebook para esse caminho, digamos, no qual a “publicização” digital de si se faz norma porque mais “verdadeira” do que a vivência em privado, às escuras; mesmo que esta primeira ainda defina limites claros entre a “autenticidade” que mostra nas redes e aquilo que prefere esconder. KIRKPATRICK, David. *The Facebook effect: the inside story of the company that is connecting the world*. New York: Simon & Schuster, 2010, p. 200.

nos *sites* de redes sociais que nos encorajam a propagar as unidades binárias *ad infinitum*. Nesse sentido, seguindo ideologicamente o raciocínio imposto por essas plataformas, esse compartilhar implicaria em “dar” algo ao outro, sem egoísmo, engendrando uma forma de comunicação que estabelece relações sociais positivas nas quais essa partilha denota mesmo uma espécie de bem-querer pelo outro (JOHN, 2013, p. 176), o que é expresso pela máxima “*sharing is caring*”. Todavia, a oscilação entre compartilhar ou não compartilhar, que se impõe como uma das muitas questões cotidianas na nossa vivência de mídia – isto porque a escolha entre um ou outro se faz a partir de decisões socialmente integradas sobre o ato de propagar os textos midiáticos –, não parte apenas de um gesto de entrega desinteressada ao outro, o “retorno” se dá justamente através das ferramentas de *feedback* (“curtir”, “comentar” e “compartilhar” no caso do Facebook) que geram o capital social na rede. Desse modo, ao pensarmos em compartilhar algo consideramos, apenas superficialmente e, em geral, de maneira quase que instantânea: a relevância do conteúdo; o que ele diz ao meu respeito e a audiência imaginada. Por conseguinte, implicamos, no fim das contas, a nós e aos outros no gesto de propagar a mídia.

Esse ecossistema no qual consumir é seguido de compartilhar nos grandes sistemas de propagação que são os *sites* de redes sociais, apenas ressaltam o fato de que são as pessoas que propagam a mídia. Em vista da paisagem midiática atual, na qual é o espalhamento dos conteúdos que importa, isto se deve às características emergentes das plataformas sociais interconectadas que criam uma infraestrutura dinâmica na qual o compartilhamento é a peça chave. Certamente a medialidade do Facebook facilita tal compartilhamento para as conexões sociais de seus usuários, como já o dissemos, mas vale ressaltar também a agência dos usuários nesse processo, visto que essas decisões mundanas acerca do que transmitir têm alterado o próprio processo de circulação midiática. No caso dos memes, essa propagação é elemento mesmo vital na sua sobrevivência e segue lado a lado com a possível apropriação dos seus conteúdos de modo a gerar criativas iterações dos mesmos, expandindo os seus significados.

Logo, se o modelo midiático massivo era pautado na distribuição de um emissor para todos os receptores, essas novas mídias da Web 2.0 fomentam um modelo participativo de cultura que segue um movimento circular enredado na propagação de conteúdo marcado pela facilidade de produção e de acesso todos-todos. Certamente elas acabam por exercer um papel fulcral na circulação de mídia atualmente. Por isso mesmo a informação binária nos *sites* de redes sociais é moldada, compartilhada e, talvez, “remixada” por indivíduos dentro de comunidades, formando também redes de associação em todos os momentos desse processo de circulação. O gesto de compartilhar, consiste, portanto, em uma prática cultural na atualidade.

A essa forma contemporânea de engajamento e circulação pervasiva de conteúdos, Jenkins, Ford e Green (2013) dão o nome de mídia propagável¹⁰⁵ (*spreadable media*), que consiste no potencial técnico e cultural¹⁰⁶ que a audiência tem à disposição para compartilhar conteúdo pelos seus próprios meios e propósitos, moldando o contexto do material ou mesmo refazendo-o à medida que o espalham dentro de seu círculo social¹⁰⁷ (JENKINS; FORD; GREEN, 2013, p. 03). Ou seja, enfatiza-se o aspecto participativo na criação daquilo que chamamos de cultura digital, na qual as conexões sociais e as interações entre os indivíduos são essenciais para a circulação midiática. Desse modo, os textos midiáticos com bastante apelo motivam a comunidade para serem propagados através das redes sociais dos indivíduos, forjando a associação entre os nós dessa rede via compartilhamento de conteúdo, este servindo mesmo como mediador social.

Em suma, esse modelo de propagação midiático implica no envolvimento ativo na avaliação e (re)circulação de conteúdo, isto porque ele pode ser continuamente apropriado pela comunidade como forma de participar das conversações em curso dentro dela. Portanto, as pessoas

não apenas retransmitem textos estáticos; elas transformam o material através de processos de produção ativa ou através das suas próprias críticas e comentários de forma que este melhor sirva a suas próprias necessidades sociais e expressivas. Conteúdo – completo ou através de citações – não permanece em fronteiras fixas, mas sim circula em direções imprevistas e, frequentemente, imprevisíveis, não como produto de projeto *top-down*, mas, ao invés, como resultado de uma multidão de decisões locais feitas por agentes autônomos negociando o seu caminho por diversos espaços culturais (JENKINS; FORD; GREEN, 2013, p. 294).

¹⁰⁵ Os autores contrapõem essa ideia de mídia propagável à metáfora viral, isto porque acreditam que essa última exclui o agenciamento dos usuários na circulação do conteúdo midiático. Aqui, pelo contrário, acreditamos que ela não exclui a questão da agência no compartilhamento, mas sim enfatiza a velocidade de propagação impulsionada pela própria topologia distributiva da rede, posto que a decisão de repassar os textos midiáticos acontece de forma quase que instantânea. Então, esse poder de deliberar o que compartilhar existe, mas a velocidade que é inerente à Internet implica em uma aceleração dessa própria agência. Reiteramos, portanto: os *media viruses* não se autorreplicam, mas são replicáveis pelos usuários.

¹⁰⁶ As práticas culturais participativas em torno da propagação de conteúdo midiático na Web motivaram a ascensão dos *sites* de redes sociais, evoluindo à medida que essas plataformas foram estabelecendo seus canais de comunicação ao mesmo tempo que as pessoas aprendiam a usá-los. Nesse sentido, um vídeo memético/viral é amplamente circulado porque o público é suficientemente letrado nesses serviços e está em contato com sua rede social através deles e, talvez mais importante, porque este tem interagido cada vez mais via compartilhamento de pedaços de conteúdo midiático. JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University Press, 2013, p. 11.

¹⁰⁷ É oportuno lembrar que os *sites* de redes sociais como o Facebook permitem a manutenção de laços sociais mais fracos e são justamente estes os responsáveis por propagar informações para além do próprio círculo imediato do indivíduo, atingindo outros contextos que seriam impossíveis sem a presença desse elo.

Nesse modelo os indivíduos se engajam com o conteúdo gerado pelos usuários através da produção ativa de materiais¹⁰⁸ ou do consumo e/ou participação – que consiste desde a simples visualização até a interação com o próprio conteúdo através de atos de avaliação, comentários e compartilhamentos. Esta última possibilidade de engajamento, talvez mesmo a mais comum nas redes sociais digitais, embora seja considerada menos ativa envolve ainda um trabalho substancial de curadoria de conteúdo digitais ao propagar materiais mesmo que não os tenha produzido, gerando valor nos mesmos e ampliando ou mesmo imprimindo novos significados ao inserir comentários adicionais. Portanto, não podemos assumir que essas atividades são menos valiosas e significativas, tendo em vista que produzem também engajamento em forma de debate, (re)circulação e interpretação coletiva que não envolvem habilidades técnicas, por assim dizer, mas sociais e comunicativas.

Por conseguinte, *a replicação memética implica nas categorias de uso e de visualização* propostas por Patrick Davison (2012, p. 126). Esses dois comportamentos característicos, no entanto, têm graus variáveis para cada dado contexto de distribuição de memes: o primeiro indica um conteúdo maleável que ganha influência através do próprio uso, ou melhor, os usuários se apropriam daquele conteúdo, transformando-o; já o segundo, por sua vez, é material replicável que ganha notoriedade através da visualização e da propagação do mesmo.

Como o que nos interessa aqui é o Facebook como *hub* de transmissão memética, vale notar que o aspecto da visualização, implicado em curtidas, comentários e compartilhamentos, tem mais saliência nesse contexto, principalmente através da *fan pages* de memes aqui já expostas. O contexto do *site* de rede social valoriza, claro, a publicação de conteúdo autoral, mas é notável que na plataforma, muito do que se passa nos *feeds* de notícias é, sobretudo, material circulado e (re)circulado de fontes diversas, sejam de usuários ou de páginas; o mesmo, claro, pode se dizer dos memes que, comumente, são oriundos de compartilhamento de outrem¹⁰⁹. É isto que devemos ter em mente à medida que os *image macros* se estabelecem como uma das linguagens da plataforma, impulsionada mesmo pelo gesto de compartilhar.

¹⁰⁸ Embora a retórica acerca da cultura participativa impulsionada pela Internet supervalorize essa questão da produção de conteúdo, é preciso tensionar essa verdade dada como absoluta, posto que com ascensão das novas mídias nem todos viraram automaticamente produtores desses materiais. Há ainda aqueles que preferem não o ser ou mesmo têm o interesse apenas de participar da cultura digital de maneira, digamos, mais reativa, curtindo, comentando e compartilhando aquilo que já está em rede. De todo modo, a Web se caracteriza como um ecossistema bastante fluido no qual emissores e receptores não são categorias estanques, sendo possível escolher qual papel assumir de acordo com o interesse do usuário – é isto mesmo que a diferencia das mídias anteriores, a mobilidade de atuação nos canais de comunicação.

¹⁰⁹ Grosso modo, podemos afirmar que a publicação memética autoral é produzida por um número mais restrito de usuários e páginas no *site*, mas esses conteúdos são propagados, quando detém apelo suficiente, por um número substancialmente maior de usuários.

3.1.2 *Image macros* como linguagem

O Facebook, sendo o vasto microssistema que é, modela não apenas a sociabilidade, mas também a comunicação nas interfaces de sua plataforma. Dessa forma códigos e linguagens são refuncionalizados e ressignificados nesse ambiente; um exemplo claro disso é o “textão”¹¹⁰, ou seja, aquele texto gigantesco que circula no *site* e que, pelo tamanho, é preciso clicar em “ver mais” para continuar a sua leitura. Sendo uma maneira específica de codificar uma dada mensagem, a saber, um texto de maior fôlego que destoa das publicações diminutas usuais e que, por isso mesmo, crê-se que poucas pessoas o leem, este acaba se tornando uma das linguagens da referida mídia social.

Certamente pela amplitude do seu ambiente, a plataforma comporta a coexistência de inúmeras outras linguagens, sejam elas “requeentadas”, como no caso do “textão”, que nada mais é do que um escrito de tamanho médio ou longo, ou mesmo novas, como no caso dos memes de *image macro*. Por conseguinte, propomos aqui que este gênero memético se transformou mesmo em uma linguagem no Facebook à medida que não são mais apenas os usuários que o compartilham através de sua rede social para fins de humor, mas este passou a ser usado inclusive por *fan pages* “institucionais”¹¹¹ e também de marcas¹¹² para veicular mensagens com

¹¹⁰ Essa “era do textão” que se apresenta é desencadeada pela possibilidade ofertada na Internet de opinarmos a respeito de tudo, encontrando vozes a favor dos nossos discursos ou mesmo dissonantes. Mas esta voz, e esta audiência, acabam nos impelindo a ter instantaneamente uma opinião formada sobre qualquer assunto, descambando para um posicionamento às vezes precipitado que, em geral, desconsidera a análise do tema em suas nuances – a expressão disso no Facebook se dá através dos “textões” que circulam na rede à cada nova polêmica. Dessa forma, os *sites* de redes sociais muitas vezes implicam em complexos “comportamentos de manada” daqueles que aderem incondicionalmente a causas de modo que esta adesão não raro, a depender do caso em questão, se transforma em linchamento virtual. Ver: <www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/04/1620518-redes-sociais-empoderam-individuos-mas-viram-nova-praca-de-linchamento.shtml>.

¹¹¹ Vale lembrar aqui da ilustre *fan page* da prefeitura de Curitiba, marcada não apenas pelo extensivo uso de *image macros*, mas também pela contínua citação de todo tipo de memes e de conteúdos da Internet como forma de criar e emitir mensagens educativas sobre diversos temas aos cidadãos do município, e também aos da Web, posto que a página se tornou tão famosa que é curtida por usuários de vários estados do país. Outra que tem feito um uso eventual, mas bastante eficiente dos *macros* é a página do Ministério da Educação (MEC), especialmente durante os dias anteriores e posteriores ao Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM); ela fez uso dos memes com o intuito de informar ludicamente os estudantes a respeito da prova e de tema correlatos a ela. Ver, respectivamente: <www.facebook.com/PrefsCuritiba>; <www.facebook.com/ministeriodaeducacao/photos/pb.188209857893503.-2207520000.1453321764./929927123721769/?type=3&theater>.

¹¹² Com o advento dos *sites* de redes sociais, a comunicação entre as marcas e o seu público tem se modificado de forma a aproximá-los cada vez mais. Uma dessas tentativas consiste no uso dos memes em destaque no momento tendo em vista gerar engajamento e agregar algum valor à marca através da sua apropriação nesse jogo memético de *remix* e de propagação. Ver: <www.adnews.com.br/internet/retrospectiva-2015-os-memes-aproveitados-pelas-marcas>.

uma tônica mais descontraída, de modo que o *macro* funciona no *site* como uma linguagem usada com objetivos eminentemente comunicacionais.

O *image macro* como uma forma significativa de informação-comunicação surge a partir da hibridização do código imagético com o textual possibilitada pela transcodificação computacional do mundo analógico, devidamente processado, para o digital. Essa linguagem binária hipermidiática que reúne todos os códigos nessa raiz comum é que permite a criação de sintaxes híbridas que passam a coexistir e “a se co-engendrar em estruturas fluidas, cartografias líquidas para a navegação com as quais os usuários aprendem a interagir, por meio de ações participativas, como num jogo” (SANTAELLA, 2007, p. 294), gerando processos comunicacionais novos e dialógicos como os relativos aos memes. Essas imagens-texto, em suma, consistem na fusão dos dois códigos em prol da criação de uma linguagem única, que reorganiza as potencialidades do pictórico e do textual porque agora aglutinados.

Entendemos aqui por linguagem aquilo que Vinicius Pereira define como as “referências capazes de ordenar um conjunto de informações, a fim de que se manifestem como mensagens” (PEREIRA, 2011, p. 83). Assim, estas consistem na articulação entre diferentes signos regidos por regras sintáticas bem como por significados específicos que se apresentam em qualquer que seja o processo comunicacional, partindo, portanto, de uma dada linguagem cuja significação deve ser socialmente partilhada de modo a ser compreendida pelos demais.

Se a comunicação se orienta em torno das gramáticas dessas linguagens que a tornam possível, com as tecnologias informacionais não seria diferente pois a partir do surgimento de cada uma delas surge uma miríade de novas formas (ou fôrmas) modeladoras, organizadoras, de mensagens; desse modo, ao conformarem as possibilidades de arranjo na sua estruturação, os aparatos afetam também o próprio *modus operandi* de transmissão delas. Logo, cada nova tecnologia de comunicação impõe novas linguagens que a compõem, gerando mensagens a partir de outros modos de (re)organização da informação e de distribuição das mesmas (PEREIRA, 2011, p. 104).

Essas extensões tecnológicas, como os *sites* de redes sociais, sendo amplos ecossistemas midiáticos, estabelecem suas gramáticas com padrões organizacionais como forma de rearranjar as informações que circulam neles de acordo com as especificidades do meio em questão. Destarte, as tecnologias se constituem mesmo é de linguagens que conformam o seu *output*, logo, as mídias não possuem conteúdos prévios, isto porque

a *mensagem* é tudo aquilo que é recortado, organizado, por um dado sistema dentro de um conjunto amplo de informações disponíveis. O *recorte*, o arranjo em questão, deve ser entendido como a aplicação de uma ordem, de uma organização, de uma

gramática, que capta e dispõe as informações, produzindo mensagens (PEREIRA, 2011, p. 140).

Como as mensagens e suas significações já pressuporiam esse recorte e esse arranjo informacional, os meios portam apenas linguagens como seus *a priori* constituintes. A gramática que as norteia, no entanto, é processo vivo e dinâmico que se faz e se refaz no próprio uso, ou melhor, na circularidade da afetação mútua no encontro entre os usuários e as virtualidades do meio no sentido de gerar novas mensagens

Interessa-nos, então, estabelecer o meme de *image macro* como umas das linguagens atuais da própria Internet, consistindo em uma maneira específica de recortar, organizar e empacotar os signos do código visual em conformidade com os do escrito de modo a elaborar criativamente novas mensagens. Dentro da experiência digital contemporânea, eles adquirem status como um vernáculo global, em certa medida, que comunica de maneira sucinta sentimentos, emoções e opiniões (STRYKER, 2011).

Tendo evoluído como uma linguagem digital incrustada no imaginário da Web, os *macros* são capazes de expressar ideias, inclusive complexas¹¹³, usando uma sentença curta sobreposta a uma imagem. Logo, os memes da internet não apenas se propagam através da comunicação mediada por computador, mas são mesmo parte dessa comunicação contemporânea ao adquirem a forma de uma linguagem em evolução desde as suas primeiras expressões no 4chan (BUCHHEL, 2012, p. 49). Eles dão vazão a um criativo modo de comunicar largamente utilizado na comunidade *online* familiarizada com tal fórmula através do qual é possível expressar ideias sobre tópicos mundanos, sobre política, sobre eventos atuais e sobre toda ordem de experiências humanas e, reciprocamente, receber o *feedback* daquela mesma rede social na qual circulam. Em suma, *o meme é uma mensagem, um ato comunicativo, que entra na circulação do fluxo de dados nas redes.*

Podemos concluir que o aspecto comunicativo dos *image macros* advém de três pontos específicos, a saber: primeiro eles são mensagens produzidas através da linguagem marcada, principalmente, pelo hibridismo dos códigos que os compõem; segundo, considerando o que vimos no capítulo anterior, as iterações produzidas a partir de um dado meme consistem em diálogos imanentes produzidos através deles – que continuamente citam umas às outras; por

¹¹³ Nesse caso consideramos aqui os memes que têm sido usados como forma de ativismo e de participação política “digital” – embora não acreditemos na simplista dicotomia *online/offline*, o uso das aspas se justifica porque embora esse material seja circulado virtualmente, o seu impacto visa o âmbito do “real”, também entre aspas aqui. Embora parte desse memes políticos sejam imbuídos do humor característico da Internet, outros são bastante sérios; por conseguinte, os *macros* desse nicho específico de feitura memética são mais densos do que os memes ditos de humor, imprimindo significados mais complexos na fórmula desse gênero.

último, a própria circulação dessas imagens-texto acaba criando diálogos, na forma de interação dos usuários, em torno delas.

No tocante aos *macros* no Facebook, estes são linguagens apropriadas no *site* de rede social, tendo em vista que não são específicos dele, mas de toda a Web, que criam diálogos através de si, encontrando nesse ambiente, pelos seus aspectos materiais aqui mostrados, possibilidades de se estabelecer como uma forma comunicativa efetiva e de se propagar livremente; talvez produzindo menos *remix* do que em outros microssistemas, mas, em contrapartida, produzindo maior interação social, principalmente através de curtidas, comentários e compartilhamentos.

Portanto, estes memes do Facebook são aqui compreendidos como a “materialização” de uma ação que é comunicativa. Eles são algo muito maior do que apenas o conjunto de imagens e/ou textos, eles são a ação dos usuários no Facebook que, entre toda a gama de possibilidades, podem escolher entre republicar, participar da corrente do meme, informar, entreter, fazer rir, criticar, “trolar” (SOUZA, 2014, p. 170).

Como uma linguagem dentro do Facebook é possível entender o *image macro* como um recorte informacional específico, uma maneira própria de empacotar mensagens, que na plataforma de Zuckerberg adquire contornos únicos por conta das suas características estruturais (OLIVEIRA, 2015, p. 10-11) de distribuição memética, isto porque há tanto a possibilidade dos usuários publicarem memes nos *feeds* de notícias de sua rede social – prática bastante disseminada no contexto da plataforma –, na caixa de comentários das publicações de usuários e de páginas¹¹⁴ e nos grupos dos quais participa, quanto compartilharem publicações de *fan pages* meméticas, um fenômeno da faceta brasileira no *site* de rede social do qual já falamos anteriormente. A lógica material específica dessa rede, em consonância mesmo com o fato das imagens-texto terem se tornando uma de suas linguagens, resultou na criação de uma torrente de páginas dedicadas à difusão desse gênero de memes.

Porque pensando a medialidade do Facebook, ele é marcado tanto pela produção de conteúdo, digamos, autoral, quanto pela distribuição de conteúdo de fontes outras. No tocante aos memes, o aspecto de circulação deles dentro da plataforma é bem mais saliente do que a sua produção; postulamos, então, que na referida plataforma *os memes são mais comentados*

¹¹⁴ Um dos recursos adicionados ao Facebook em 2013 foi a possibilidade de inserir imagens nos comentários de qualquer tipo de publicação, tal ferramenta permite que os usuários deem uma tônica memética a ela fazendo uso de divertidos *image macros* que tratam de reagir ou comentar a respeito daquilo que foi publicado.

*compartilhados de outros usuários*¹¹⁵ e páginas do que efetivamente produzidos, sendo nesse contexto que se insere o fenômeno de *fan pages* da nossa memesfera.

Essas páginas meméticas são responsáveis pela massiva distribuição de *image macros* na plataforma, estes podem ser reapropriados pelos usuários e devidamente “remixados”, mas o que interessa fundamentalmente àqueles que curtem essas *fan pages* é compartilhá-los¹¹⁶, circulando-os naquele microsistema tendo em vista criar humores e afetos. Tais compartilhamentos são ainda importantes porque implicam em uma ressignificação do meme que é inserido em um novo contexto, em uma nova conversação, envolvendo outros nós e redes sociais na qual os usuários propagam o meme, visto que eles são conteúdos feitos para serem propagados e gerarem não só identificação, mas, sobretudo, conversações em seu entorno¹¹⁷.

As páginas do Facebook surgem a partir das possibilidades oferecidas pelo *site* de rede social de seus proprietários ofertarem conteúdo para os usuários que as curtem, por isso mesmo, os memes produzidos e distribuídos por *fan pages* costumam ter uma autoria definida, destoando do restante da memesfera da Internet, marcada mesmo pela ausência de atribuição de autoria. Quanto aos *image macros*, estes costumam ser produzidos comumente a partir de um ou mais *templates* padrões que servem de fundo para textos diversos, mas também há páginas que produzem memes com imagens e textos que variam à cada publicação, ao sabor das ideias dos seus criadores e das sugestões daqueles que as curtem.

Por fim, *o que nos interessa no Facebook é a sua potência, como nova mídia, de tornar esses image macros portadores de significados*, conclamando as pessoas a participarem ativamente na sua circulação. E, por isso mesmo, o *site* de rede social, concomitantemente com a ascensão do meme como uma de suas linguagens, realiza em certa medida a utopia de Vilém Flusser e se transforma em uma espécie de *telememética que possibilita os diálogos com e pelas imagens* (OLIVEIRA, 2015, p. 10), *propagando ininterruptamente essas figuras criativas e incentivando os membros dessa cultura digital participativa a continuarem o ciclo, interagindo com essas imagens-texto, resultando mesmo em conversações distribuídas em rede.*

¹¹⁵ Fazendo uso do grande banco de dados imagéticos e textuais que é a Internet, muito do que é publicado em termos de memes no Facebook é “requeitado” de outros ambientes da Web ou mesmo de outros *sites* de redes sociais. Isso apenas denota o fato desses ambientes constantemente trabalharem não necessariamente com conteúdo novo, mas sim conteúdo reaproveitado e reciclado.

¹¹⁶ Como as *fan pages* meméticas não demandam a feitura de memes, mas sim seu compartilhamento, o único letramento necessário aqui é o referente à própria plataforma.

¹¹⁷ Não é à toa que, grosso modo, nos comentários das publicações dessas páginas constam depoimentos de usuários sobre a identificação com os contextos de cada meme e inclusive marcações que estes fazem de seus amigos na plataforma, ambos gerando mais interação na forma de curtidas e comentários, tudo isso partir da narrativa apontada no *macro*.

Com efeito, nos inclinamos a pensar como André Lemos (2015, p. 15) que observa que *as associações sociotécnicas produzidas nas redes tem como resultado o próprio modo de existência do lúdico*; no caso em questão aqui, o lúdico dos *image macros*, isto é, *o brincar com as imagens-texto*, estas criadas e propagadas pelos seres do jogo que compõem o ambiente virtual. Tal brincadeira nos toca pelo simples *divertimento de produzir uma arte emergente e distribuída* a partir do nascimento de um *homo telematicus criativo dentro de uma cultura que não é outra coisa senão telemática*. Portanto,

a nossa é uma arte de uma rede eletrônica, de conectividade intensa, colaboração mente a mente, através de uma mediação computadorizada dos sistemas de telecomunicações. Uma arte em que o artista ou autor é um sistema complexo e muitas vezes amplamente distribuído, em que tanto a percepção e cognição humana e artificial desempenham sua parte. Uma arte que é emergente de uma multiplicidade de interações no espaço eletrônico (ASCOTT, 2013, p. 241).

Tal rede telemática implicada pelos *image macros* permite uma riquíssima camada de imagens, textos e significados que guiam um fluxo circular de imersão nesse devir memético que se apresenta nos *feeds* do Facebook. A propagação do memes é processo aberto porque passível de (re)significações diversas, posto que cada meme carrega imprevistas trajetórias semânticas, mas também porque à espera de interação e de diálogo, ou melhor, de contatos e de afetos gerados entre os usuários através dessas unidades.

Essas potencialidades meméticas que residem no referido *site* de rede social nos levam ao objeto que escolhemos para nosso estudo de caso, a *fan page* já apresentada brevemente aqui “Suricate seboso”. Nas imagens técnico-meméticas produzidas pela página são perceptíveis os aspectos de intensa circulação dessas unidades através de compartilhamentos, bem como a criatividade na feitura dos *macros* pautados na cultura nordestina e cuja linguagem alia uma rica camada imagética acrescida de uma oralidade que se interpõe no texto escrito, além disso, há também os afetos gerados a partir do mergulho que esses memes fazem na memória e no imaginário nordestinos, que promovem a identificação entre os usuários que partilham daquele mesmo substrato comum.

3.2 “Suricate seboso”

O “Suricate seboso”, considerado pela SumoRank¹¹⁸ a *fan page* de humor mais influente no Facebook brasileiro e a 11ª no mundo¹¹⁹, emerge na plataforma como uma das re(a)apresentações¹²⁰ (AMARAL; BARBOSA; POLIVANOV, 2015, p. 02-03) contemporâneas da cultura nordestina no contexto das redes. Longe de ser a única expressão memética voltada para a valorização dessa cultura regional, o Nordeste serve de mote para uma grande proliferação de páginas de memes, cada uma delas lidando com animais “cômicos” caracterizados por adjetivos típicos do linguajar de suas cidades de origem; além da mencionada acima, as mais notáveis dentre elas são: “Bode Gaiato”¹²¹; “Calango Mancoso”¹²² e “Esquilo lombroso”¹²³. Portanto, os usuários nordestinos do *site* de rede social têm participado ativamente na disseminação dos conteúdos dessas páginas como forma de expressar virtualmente os seus modos característicos de falar e de viver e que, em geral, carecem de representação na mídia, inclusive na digital.

Todas essas *fan pages* se baseiam na mesma fórmula, isto é: *image macros* toscamente produzidos, usando como base imagens com diversas poses e expressões do animal em questão, em *softwares* de edição de imagens de modo a antropomofizá-los em inúmeras personagens,

¹¹⁸ Empresa que analisa mensalmente o desempenho de *fan pages* no Facebook em termos de alcance e de influência com base na interação dos usuários na página, incluindo: comentários, número de visitas, curtidas e compartilhamentos.

¹¹⁹ Ver: <www.opovo.com.br/app/fortaleza/2015/09/24/noticiafortaleza,3509379/suricate-seboso-e-a-pagina-de-comedia-mais-influente-do-brasil.shtml>.

¹²⁰ A ideia de re(a)apresentação consiste na justaposição entre os termos “representação” e “apresentação”, enquanto o primeiro corresponde à delegação outorgada a algo ou alguém para tomar um dado lugar, reproduzindo o substituído, este último designa uma espécie de auto definição. Sendo assim, a amálgama entre os termos explicita algo que é apresentado e presentificado, ou melhor, redefinido sob uma nova perspectiva. AMARAL, Adriana; BARBOSA, Camila C.; POLIVANOV, Beatriz. Subculturas, re(a)apresentação e autoironia em sites de rede social: o caso da fanpage “Gótica Desanimada” no Facebook. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXVIII., 2015, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro, 2015, p. 02-03.

¹²¹ Criada no início de 2013 pelo pernambucano Breno Melo, dentre as citadas aqui, esta é a página mais curtida, contando atualmente com mais de 4,8 milhões de fãs que acompanhas as peripécias dos bodes nordestinos. Ver: <www.facebook.com/ObodeGaiato>.

¹²² Embora seja uma página pouco movimentada atualmente, ainda conta com cerca de 300 mil fãs. O nicho de feitura memética aqui se refere aos calangos do estado da Paraíba. Ver: <www.facebook.com/CalangoMancoso>.

¹²³ Também oriunda de Campina Grande, Paraíba, a página criada por Carlos Arthur foi a precursora de todas as outras, influenciando com seus esquilos a criação da “Bode Gaiato”, da “Calango Mancoso” e da “Suricate seboso”. O número de fãs atualmente chega a mais de 280 mil. Ver: <www.facebook.com/EsquiloLombroso>.

acrescentando-lhe roupas, cabelos e acessórios, além da colocação de “cenários” ou planos de fundo com uma estética igualmente *trash*, juntamente com frases entrecortadas que realizam o resgate de experiências que permeiam o imaginário e a memória coletiva nordestina através da própria transcrição da linguagem oral. Outro ponto notável dessas páginas é que elas costumam subverter a estrutura clássica desse gênero memético pautada no *frame* único, assim, em muitas publicações há o uso de múltiplos *frames* que aumentam as potencialidades do fluxo narrativo ali desenvolvido, tornando-se, então um subgênero dos *image macros*, que também bebe na fonte dos *desenhomemes* (ou *tirinhames*) ao fazer uso da linguagem das tirinhas, por conseguinte, podemos chamá-los mesmo de *tirinhamacros*.

Tais páginas têm como fim valorizar bem como disseminar, através de suas publicações nos *feeds* do Facebook, os traços da cultura oral e os costumes dessa região do país, fazendo uso de um humor característico que brinca justamente com as vivências do cotidiano porque, por serem comuns, causam imediato reconhecimento, confundindo-se entre o individual e o coletivo (OLIVEIRA, 2014) – é isso mesmo que gera a identificação que impulsiona a interação com esses memes através das ferramentas da plataforma já citadas.

Dentre elas, a *fan page* “Suricate seboso” se destaca porque apesar das montagens contarem ainda com uma estética intencionalmente *trash*¹²⁴, estas são tanto mais variadas¹²⁵ quanto mais elaboradas “artisticamente” do que nas outras páginas; é notável, por exemplo, a atenção aos detalhes confeccionados na feitura imagética que tornam cada meme uma peça única, posto que as composições não costumam ser totalmente reutilizadas, sendo sempre acrescidas de novos elementos. Outro ponto notável é a produção narrativa dos memes, cujas histórias contam com mais de 30 personagens que frequentemente são intercalados na composição dos *macros* da *fan page*. Por último, a parte textual dos memes é nitidamente uma tentativa, bastante bem-sucedida, de escrever como o povo fala, promovendo a transcrição da

¹²⁴ Apesar da estética marcadamente “tosca” e desleixada, com as combinações grosseiras dos elementos na composição, Jovino observa, com bastante humor, que cria as imagens no *software* profissional Photoshop e não no Microsoft Paint, como era de se esperar. TAVARES, Roberta. *Suricate Seboso, sucesso do Facebook “Made in Ceará”*. Tribuna do Ceará, Fortaleza, 07 mai. 2013. Disponível em: <tribunadoceara.uol.com.br/noticias/perfil-2/suricate-seboso-sucesso-do-facebook-made-in-ceara/>. Acesso em: 02 dez. 2015.

¹²⁵ Há na página um nítido interesse em ultrapassar a fórmula dos *image macros*, posto que é notável o esforço criativo de elaborar novas fôrmas e formas estéticas nessa linguagem distribuída entre imagem e texto, uma dessas elaborações mais recentes se deu a partir da possibilidade da plataforma incorporar GIFs no *feed* de notícias a partir da inserção de links. A *fan page* memética passou, então, a produzir espécies de *GIFmacros* ao fazer uso dessas imagens em movimento acrescidas de legendas. Ver: <www.facebook.com/255108341285168/posts/820205698108760>.

linguagem oral dos cearenses, o “cearensês”¹²⁶, marcada pela junção de palavras e pelos erros de português propositais, além do uso de expressões locais típicas como: “mah” (macho) e “meu fi” (meu filho) – usados irrestritamente como vocativos –; “armaria nam” (Ave Maria, não) e “uri cumpadi” (eita, compadre) – a primeira indicando um misto de espanto e negação e a segunda apenas espanto –; e os adjetivos “côrramarlinda” (coisa mais linda) e “réi” (velho); além de outros.

A página, criada no dia 12 de dezembro de 2012 pelo fortalezense Diego Jovino¹²⁷, nascido e criado na periferia da cidade, conta atualmente com mais de 5 mil tirinhas e um total de 3,1 milhões de fãs¹²⁸ – a maioria composta por residentes do estado do Ceará, principalmente moradores da capital, Fortaleza, que se veem representados nas publicações; mas também há fãs de outros estados do país¹²⁹ e inclusive de outros países – e mantém uma média de três publicações diárias, a maioria delas memes¹³⁰, cada um deles contando com uma média de quase 40 mil interações por postagem, leia-se, curtidas, comentários e compartilhamentos. Como já dissemos anteriormente, a página realiza a sua brincadeira memética regional a partir de toda uma mitologia de suricates antropomorfizados¹³¹ tendo em vista mostrar a linguagem

¹²⁶ Esse dialeto do português nordestino ficou nacionalmente conhecido a partir do filme “Cine Holliúdy” lançado em 2013, a produção cearense é considerada o primeiro longa em “cearensês”, por isso mesmo conta com legendas em português padrão para se fazer entender pelo restante do público não acostumado às gírias e ao modo de falar típico dos cearenses. Ver: <www.opovo.com.br/app/divirtase/2013/08/13/noticiasdivirtase,3110282/cine-holliudy-faz-sucesso-com-cearenses-legendado.shtml>.

¹²⁷ Ver: <www.facebook.com/diegooliveirajovino>.

¹²⁸ Além da *fan page*, a marca “Suricate seboso” conta com perfil nas plataformas Instagram, Twitter e Youtube, nas quais, respectivamente, têm 680 mil, 210 mil e 175 mil seguidores. Ver: <www.instagram.com/suricatesebosooficial>; <twitter.com/suricateseboso>; <www.youtube.com/user/SuricateOficial>.

¹²⁹ Diego Jovino explica que apesar do conteúdo regional, pessoas de outras regiões do país costumam se interessar pelas publicações da página por conta da curiosidade em entender o contexto das situações e das expressões cearenses utilizadas; ele afirma: “o pessoal acha engraçado e de uma forma ou de outra vai gostando dos personagens, até porque algumas tirinhas dá (sic) pra todo mundo entender, não só quem é da região”. O POVO online. ‘Suricate Seboso’ é a página de comédia mais influente do Brasil. Fortaleza, 24 set. 2015. Disponível em: <www.opovo.com.br/app/fortaleza/2015/09/24/noticiafortaleza,3509379/suricate-seboso-e-a-pagina-de-comedia-mais-influente-do-brasil.shtml>. Acesso em: 02 dez. 2015.

¹³⁰ Há também a publicação de vídeos do canal oficial do “Suricate seboso” no qual Diego Jovino e outros dois amigos produzem esquetes de humor e outros vídeos também voltados para o conteúdo regional, além de eventuais animações.

¹³¹ Na seção de informações sobre a página, o seu criador fabula nos seguintes termos sobre o histórico do surgimento dessa mitologia dos suricates cearenses: “Em meados de 1905, um navio que carregava vários animais e nele também cerca de 200 suricates filhotes para serem distribuídos para vários zoológicos da América latina. O Navio teve um problema e teve que fazer uma parada de emergência na praia de Sabiaguaba-CE, na hora de parar, o navio subiu demais na areia e a gaiola com os suricates caiu e se abriu, todos fugiram em direção a mata e juntos! Um jovem da região cearense chamado Diego Jovino, os viu no meio dos mato (sic) e levou todos pra uma área mais segura, na reserva da Sapiranga, região de mangue, lá começaram uma

oral, os hábitos e a vida cotidiana dos nordestinos, em especial, os da “terra do sol”, isso tudo carregado de muito humor¹³². Vale notar também que o “Suricate seboso” é um processo criativo de construção coletiva, considerando que uma parte significativa dos memes publicados é fruto de sugestões do próprio público da página, estas são devidamente creditadas na legenda que acompanha a publicação dos *macros*.

Tendo como inspiração as *fan pages* paraibanas “Calango Mancoso” e “Esquilo Lombroso”, a ideia inicial de Jovino ao criar a página memética era apenas se divertir com os seus amigos no Facebook, reproduzindo situações e diálogos, principalmente dos idílicos tempos de infância, vividos tanto na escola quanto na vizinhança, visto que ele não conhecia nenhuma personagem no Facebook caracterizada pelas gírias e brincadeiras cearenses. Logo as publicações dos memes regionais fizeram sucesso, ultrapassando aquele nicho inicial da própria rede de contatos do seu criador, e passaram a ser cada vez mais compartilhados e a página cada vez mais curtida.

Em 2013, após ultrapassar a marca de 300 mil seguidores na plataforma, a página passou a receber investimentos de uma empresa de tecnologia do Ceará, criando, então, um escritório próprio com alguns funcionários divididos entre a equipe de criação, a comercial e a administrativa, tornando-se um lucrativo negócio no qual suas personagens tanto figuram em anúncios publicitários de marcas locais quanto os conteúdos de publicidade aparecem incorporados nas próprias publicações da página – a identificação dos suricates com uma ideia de cearensidade faz com que os produtos anunciados agreguem tal valor a si e falem mais diretamente com seu público através da figuração nordestina desses pequenos mamíferos. No ano seguinte é criado um *site*¹³³ de geração de cupons de descontos em restaurantes, lojas, hotéis etc. ligado também ao “Suricate seboso”. Tendo conseguido monetizar os seus memes, podemos dizer que a *fan page* se tornou mesmo uma lucrativa marca que tem na cearensidade dos suricates o seu maior valor.

A escolha pelo suricate como o mais novo membro da família nordestina se deu a partir de pesquisas de Jovino para compor a página; inicialmente, ele pensou em animais que fizessem parte da fauna cearense como o preá (um pequeno roedor), a tijubina (uma espécie de lagarto

nova vida, aprenderam a procurar comida, falar, se reproduziram e aprenderam a viver em comunidade. Outros depois de crescidos foram para o interior, mas a maioria mora na capital cearense Fortaleza!”.

¹³² Vale considerar que a irreverência e o humor são características comumente atribuídas ao povo do estado. Esse “humor cearense” que despontou na mídia televisiva nacional através de nomes como Chico Anísio, Renato Aragão, Tom Cavalcante, Falcão e outros, talvez tenha ajudado mesmo a incluir tal característica como um caráter identitário dessa chamada cearensidade.

¹³³ Ver: <suricates.com.br>.

do sertão) e o jumento (asno), mas se decidiu pelo mamífero africano por este ser, nas suas próprias palavras, “um animal muito caricato. Ele fica em pé, e a posição faz pensar que ele está falando com você, olhando nos seus olhos, te encarando” (O POVO, 2015). Além da proximidade com o humano, também pesou o fato de haver várias imagens do animal na Internet com várias expressões e em muitas posições diferentes, como complementa novamente o criador da página: “tem foto de todo tipo. Umas parecem que ele está sorrindo, outras chorando. Pequenininho, grande, feio e bonito” (TAVARES, 2015). Já o adjetivo “seboso”, normalmente associado à sujeira, segundo ele, advém do hábito cearense de chamar as pessoas “frescando”, ou melhor, fazendo brincadeiras (G1 CEARÁ, 2015).

Figura 25 - exemplo de tirinhamacro do “Suricate seboso”



Fonte: SURICATE SEBOSO, 2015.

As histórias desenvolvidas no meme se passam principalmente a partir do núcleo familiar da personagem “Sebosinho”, a mais recorrente na página e a responsável pelo resgate das memórias da infância, que conta com “Dona Sebosa” como mãe e “Chiquim Lambe Sal”

como pai, além de uma irmã mais velha, “Toinha Cacimbão”. No *tirinhamacro* acima (figura 25), por exemplo, os três *frames* que compõem o *image macro* são ilustrados por esse núcleo familiar e a narrativa acompanha uma típica briga entre irmãos na qual cada qual acredita, ou mente sobre, ser a vítima, e com a intervenção da mãe no caso os dois sofrerão igualmente o castigo pela ausência mesmo de um algoz declarado. Nesse caso específico, o meme não trata de uma experiência marcadamente regional a não ser pela transcrição da linguagem oral, especialmente na falas a mãe”: “ban de peste, vocês são irmão, pq tão briganu?”; “pois rão apanhar ur dois pa deixarem de ser dizunido!”¹³⁴.

No entanto, um meme como esse apenas revela que a cultura nordestina se sobressai na página “Suricate seboso” à medida que os seus *image macros* perpassam o próprio cotidiano e a vida ordinária das pessoas comuns, posto que essa cearensidade se expressa na própria vivência de situações típicas que logo causam reconhecimento: o dia a dia das comunidades periféricas, as festividades locais típicas, as brincadeiras de rua das crianças, o cotidiano na escola pública, os pratos e frutos regionais¹³⁵ etc. – tudo aquilo que faz parte da memória coletiva socialmente construída.

Os suricates, então, são tomados como cidadãos fortalezenses que experienciam a vida na cidade (G1 CEARÁ, 2015) e compartilham histórias, conversas e jeitos em comum. No tocante ao tema Jovino afirma: “eu fazia uma imagem a partir de fatos que aconteciam no meu dia a dia, compartilhava e marcava alguém. Pensava que muita coisa que eu postava lá era algo mais específico do meu bairro, aí comecei a ver que era um costume de todos os fortalezenses” (TAVARES, 2015). Tudo isso fez com que houvesse uma identificação dos usuários cearenses do Facebook com as personagens, através da representação das coisas que vivem e do seu jeito

¹³⁴ Jovino aponta que o que está mesmo em jogo nesses memes é a questão da regionalidade expressa através desse “cearensês”, ele explica: “aquilo ali não tá (sic) errado, você só tem que saber o momento de usar aquilo, e não pode perder nossa cultura, não pode deixar nosso linguajar morrer por conta de gramática, alguma coisa assim, que tem que ser padrão [...] Eu acho que estar na internet, né, é uma situação diferente. Na internet, eu costumava ver gírias paulistas, cariocas, “os mano pira”, “as minas pira”, num sei o quê e tal. Ai quando você vê lá um Suricate dizendo “ai dentu”, o que que você faz? Você se identifica, e antes não tinha isso na internet. Então, na internet é assim: você compartilha aquilo que você se identifica naquele momento”. CAVALCANTE, Andrea et al. Suricate Seboso no Facebook: linguagem, identidade e memória do Nordeste em rede. *Liinc*, v. 11, n. 01, p. 223-232, mai. 2015, p. 231.

¹³⁵ As publicações da página “Suricate seboso” relativa à comida e à alimentação, que contam com pratos típicos como cusuz de milho, caranguejada e frutos como seriguela e jambo, isto sem falar da rapadura, além de muitos outros, talvez revelem uma relação de empatia muito maior com os usuários, isso graças à experiência estética promovida pelo olhar deles, não tanto pela beleza das imagens, mas pela “capacidade que elas têm de afetar os indivíduos e proporcionar neles experiências que remetem à memória cultural de cada um”. ADERALDO, Lia Dias. A experiência estética dos usuários das redes sociais online diante das postagens do personagem Suricate Seboso sobre alimentação cearense. In: VISALLI, Angelita; PELEGRINELLI, André Luiz; GODOI, Pamela. *Anais do V Encontro Nacional de Estudos da Imagem e do II Encontro Internacional de Estudos da Imagem*. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2015, p. 24.

de falar, isto porque também não havia páginas na plataforma interessadas em promover especificamente a cultura cearense. Portanto,

há uma forte identificação entre os usuários e a página Suricate Seboso, onde frequentemente se está lendo, “curtindo”, “compartilhando”, “comentando” e até “marcando” os indivíduos nas publicações. Isso porque não se busca apenas o acesso ao cômico nos *sites* de redes sociais, mas também se deseja participar de um riso coletivo. Esse desejo é um dos principais responsáveis por fazer com que os indivíduos queiram divulgar entre os contatos de sua rede aqueles desenhos tidos como engraçados, ou mais próximos da realidade, pela situação que descrevem em forma de cartum (NUNES, 2014, p. 272).

Nesse caso, é necessário ter uma certa proximidade com a aquela realidade cultural e compartilhar aquele código até para apreender os memes, seja pelo teor cômico ou pelo viés da identificação.

Ao gerarem a identificação, esta largamente expressa na interação com as publicações meméticas, cria-se também “um sentimento de pertencimento à cultura nordestina. Como se, compartilhar, curtir ou comentar as postagens fosse uma forma de afirmação de si mesmo e de suas raízes” (ADERALDO, 2015, p. 12). Há, por conseguinte, a construção de uma identidade regional que surge a partir da postagem de fragmentos de memória coletiva que permeiam o repertório das individualidades em rede, posto que mesmo sendo memórias alheias, podemos nos apropriar delas, tomando-as como parte constitutiva de nossa vida e de nossa identidade (CAVALCANTE et al, 2015, p. 230). Por sua vez, são criados laços afetivos com as personagens da *fan page* “uma vez que as histórias contadas na página não se restringem a descrever simplesmente o que são, onde vivem, como falam os nordestinos: elas remetem às memórias da infância, do ambiente familiar, o que traz uma mistura de nostalgia e saudosismo” (CAVALCANTE et al, 2015, p. 231).

No entanto, vale notar que a *fan page* “Suricate seboso” trabalha com a re(a)apresentação dessa identidade cultural através daquilo que associamos à imagem do cearense pelo lugar de fala e pelo espaço onde as personagens estão inseridas (CARVALHO, 2014, p. 08), trata-se, portanto, de um recorte de aspectos a serem apresentados sobre tal identidade de modo a atribuí-la desses elementos comuns, sendo possível reconhecê-los como um todo coeso apesar de serem perpassados, ao mesmo tempo, pelas singularidades individuais. Inusitadamente, essa cearensidade expressa na página costuma fugir dos lugares-comuns da identidade regional do estado que identificamos com a “gente da terra” e são exemplificados na figura do sertanejo, do vaqueiro e do retirante; ao invés disso, constrói a mitologia dos suricates para retratar

personagens “estereotipados”, posto que representam “tipos socioculturais”, paisagens urbanas (periféricas), costumes e experiências, sobretudo, dos moradores da capital do estado.

Não à toa que essa promoção de identidade cultural que brinca com outras formas de re(a)apresentação emerge justamente através dessas narrativas meméticas que circulam entre os âmbitos *online* e *offline* com as quais os atores da rede se identificam, fazendo emergir concomitantemente os repertórios de ser cearense, fortalezense, nordestino, brasileiro e usuário da World Wide Web (OLIVEIRA, 2014), leia-se, enredado nas suas conexões sociotécnicas. Nesse sentido, tais identidades deixam de ser consideradas como apenas territorialmente delimitadas, ou locais, e assumem também características globais, posto que perpassadas pela medialidade de uma plataforma mundial. Por conseguinte, trata-se mesmo aqui de um âmbito *glocal*.

Como sugere Eugênio Trivinho, o glocal equivale a

um entrelaçamento *sociotécnico homeostático, obliterado e irreversível* entre o *contexto concreto de exercício da experiência cotidiana* (ponto de acesso/recepção/retransmissão/irradiação comunicativa) e o *universo áudio/visual das redes em tempo real*, em âmbito regional, nacional ou internacional. O processo de glocalização, como disso já testemunha o simples cotejo de termos, reescalona para o território planetário e potencializa ao infinito o fenômeno dessa hibridação de “planos” de existência, experiência e atuação, transformando o mundo num caleidoscópio de redutos glociais entrecruzados de e para a circulação de informações, imagens e dados” (TRIVINHO, 2012, p. 13).

Desse modo, a comunicação em rede transnacional existe a partir da própria vigência dessas tecnologias de tempo real que geram uma condição de vida mediada nem pelo local nem pelo global, mas por uma terceira via descentrada que operacionaliza a fusão entre a dimensão macro, do fluxo dos signos em rede, e a micro, do âmbito cultural dos contextos locais nos quais se processam a experiência e a vivência humanas. Portanto, essa existência glocal implica na correlação entre a vida cotidiana mediada de forma presencial e a das redes.

Portanto, entendemos *a página dos suricates como um lugar de acesso/recepção/retransmissão de cultura, memória e identidade regionais que entra no devir dos fluxos midiáticos em rede, sendo perpassada pelas vivências ordinárias e concretas no âmbito local e pela existência virtual em tempo real do âmbito global*: esse comércio glocal de imagens promovido pela *fan page* tensiona, então, esses dois polos de modo a evidenciar uma relação não homogeneizante na qual as singularidades locais se comunicam livremente nesse fluxo enredado, reconfigurando-se ao longo do caminho, mas mantendo também as suas diferenças entre si. Trata-se, portanto, da afirmação dessa cearensidade, ainda que em certa medida estereotipada, e do seu tecido simbólico e imaginário mediados pela difusão

sociotécnica de forma que, longe de se constituir em uma ferramenta que promove uma espécie de aculturação, entendemos que o diálogo com a técnica favorece justamente a constituição e a distribuição dessa identidade regional agora em rede.

Em suma, essa cearensidade enredada do “Suricate seboso” se mostra a partir dos *image macros*, nestes, imagem e texto dialogam entre si justamente para re(a)presentar os aspectos culturais de um povo. E é no sentido de compreender como ocorre a relação entre os dois códigos que empreendemos um estudo de caso acerca dos memes da *fan page*.

3.2.1 A dialética imagem-texto

Os *image macros*, como já apontamos, consistem na consubstanciação entre imagem e texto, implicando na complementaridade sógnica entre os dois códigos, posto que ambos coexistem e se afetam mutuamente na medida em que *aparecem em uma moldura comum*, ou melhor, *a palavra se inscreve na imagem*. Desse modo, é notável que o verbo, considerado um código temporal, em consonância com a imagem, por sua vez, um código espacial, mutuamente tratam de se “espacializar” nas cartografias líquidas do ciberespaço, gerando novas linguagens como a dos memes no ínterim dos fluxos em rede. Portanto, já não há garantias de estabilidade, ou mesmo imanência, em cada um desses códigos, posto que na Web eles

deslizam uns para os outros, sobrepõem-se, complementam-se, confraternizam-se, unem-se, separam-se e entrecruzam-se. Tornaram-se leves, perambulantes. Perderam a estabilidade que a força de gravidade dos suportes fixos lhes emprestavam. Viraram aparições, presenças fugidias que emergem e desaparecem ao toque delicado da pontinha do dedo em minúsculas teclas (SANTAELLA, 2007, p. 24).

A hibridização em curso, no caso específico desses dois códigos que se justapõem e se inter-relacionam, acaba por gerar a *hipersintaxe digital dos macros*. Dessa forma, a brincadeira memética, portanto, é jogo de imagens e de palavras cuja síntese radical da experiência visual e da verbal esfumaça os limites da identidade de cada um desses códigos, isto porque embora possamos delimitar claramente um e outro, eles estabelecem uma relação de tal imbricamento entre si, de modo a contribuir para a significação dos memes, que torna mesmo difícil a tarefa de desassociá-los do todo.

Mas ao empreendermos a tentativa de pensar esses dois códigos separadamente, de maneira bastante ampla, podemos dizer que no caso da imagem, mais precisamente no decorrer

de sua interpretação, o olhar vagueia pela sua estrutura, mas também segue o impulso íntimo do observador – a isso Vilém Flusser (2011a, p. 22) dá o nome de *scanning* (escanear). Assim,

ao vaguear pela superfície, o olhar vai estabelecendo relações temporais entre os elementos da imagem: um elemento é visto após o outro. O vaguear do olhar é circular: tende a voltar para contemplar elementos já vistos. Assim, o “antes” se torna “depois”, e o “depois” se torna “antes”. O tempo projetado pelo olhar sobre a imagem é o do eterno retorno (FLUSSER, 2011a, p. 22).

Em suma, primeiro há a *aglutinação* do todo, a síntese, que apreende o estado de coisas que se encontram na imagem, posto que os significados imagéticos dependem da inteireza da relação entre todos os seus elementos. Por fim, há a *decomposição* dos seus elementos, a análise, de forma a estabelecer a relação entre eles através da observação do seu tempo mágico-cíclico, isto porque cada marca, cada linha e cada curva, além das modificações de cor e textura, são carregadas de potencialidades semânticas (MITCHELL, 1986, p. 67), mesmo que a imagem não consista em um sistema baseado em traços distintivos, não à toa, ela é marcada por uma grande densidade sintática e semântica¹³⁶. Certamente é bastante esquemático propor que esses dois métodos ocorrem um após o outro, quando, na verdade, ocorrem concomitantemente de modo que parte-todo estão sempre, literalmente, à vista na leitura da imagem, um complementando o outro.

No caso da *fan page* “Suricate seboso”, as imagens feitas por composição¹³⁷, isto é, pela combinação de outras já existentes, como já explicamos no primeiro capítulo, são divididas em uma dupla superposição de montagens: *plano de fundo/cenário* e *personagens/acessórios*. Inicialmente, os memes da página eram majoritariamente produzidos em cima de um indefectível *template* de galáxia (figura 24), mas à medida que a sua produção foi amadurecendo, os planos de fundo começaram a variar desde cores únicas e imagens de céu estrelado (figura 25) até cenários (casa, rua, escola, ônibus etc.) nos quais se passa a ação narrativa, promovendo mesmo a ambientação da história – vale notar que, no geral, esses planos de fundo não sofrem grandes modificações, servindo apenas de “suporte” para a inserção das personagens e dos acessórios.

¹³⁶ Flusser afirma que a imagem embora seja mais densa é também mais compacta, abrindo-se ao observador mais rapidamente que o texto. FLUSSER, Vilém. *Writings*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2002, p. 23.

¹³⁷ Algumas vezes os memes produzidos pela página consistem apenas na técnica de processamento, isto porque são gerados apenas pela inserção de legendas em fotografias de suricates, sem quaisquer manipulações ulteriores na imagem. São estes os *image macros* mais simples da *fan page* e sua publicação é menos frequente do que aqueles gerados por composição imagética.

Quanto a estas últimas, as personagens, como se pode ver pelos memes da página mostrados anteriormente, são marcadas pela complexa combinação de elementos, visto que cada uma delas apresenta um recorte de cabelo e roupa específicos – este último varia ocasionalmente – além de adereços como óculos, sandálias e chapéus; frequentemente as imagens sofrem manipulações extras como um choro que é denotado na forma de traços de cor azul-claro que saem dos olhos (figura 25) – mas há também outras como a criança bastante feliz rindo com os olhos fechados, indicados por dois traços pretos, ou a que faz xixi na cama (ou na rede), este representado por um traçado amarelo, ou o suricate que fica envergonhado através de um círculo ovalado de cor vermelha nas “bochechas”. Em geral, os memes contam também com acessórios que compõem a *tirinhamacro*, estes são recortes que se destacam do *template*, figurando no mesmo nível que as personagens, as vezes sendo um acessório destas como um celular ou um carro, ou não, mas que acabam por contextualizar a história, ilustrando-a de acordo com a temática em questão; como exemplo temos a sandália de borracha de “Dona Sebosa” (figura 25), que indica com o quê os irmãos deverão apanhar para deixarem de ser desunidos.

Essas *montagens imagéticas marcadas pela latente dissonância entre os elementos visuais evidenciam uma estética de claras discontinuidades que se estabelece como um sistema particular da página*, mas que almeja produzir significados justamente pelas rupturas que lhe são inerentes. Nesse sentido, a justaposição de elementos estabelece não apenas o aspecto semântico, mas, sobretudo, efeitos estéticos e emocionais (MANOVICH, 2001, p. 158) através de edições de imagens nas quais os suricates emulam o humano, reforçando, portanto, certo caráter “performático”¹³⁸ desses memes.

Quanto ao texto, também de modo geral, a sua recepção comumente se dá através de uma estrutura nitidamente linear imposta da direita para a esquerda e de cima para baixo, linha a linha; tal percurso deve ser percorrido tendo em vista apreender seu significado. Trata-se de um sistema simbólico contínuo e não-denso, visto que as palavras podem ter um amplo número de acepções, quase todas elas exaustivamente identificáveis e enumeradas em dicionários (DEBRAY, 1993, p. 59) – enquanto a imagem pressupõe uma polissemia quase que inesgotável.

¹³⁸ Em certo sentido flusseriano, esses animais nos representam através de uma encenação que parte de experiências e imagens, digamos, reais, para criar um hiper-real pelo *remix* desses elementos, ou seja, pela montagem, esses *macros* ultrapassam o real de origem, hiper-significando-o e criando um real para si. A saber, uma realidade nordestina não-humana composta por suricates que não tratam de significar o mundo, refletindo-o, mas criam o seu próprio real imanente, ainda que inspirado na cultura cearense. Assim, estes memes é que acabam conferindo significado ao mundo e não o contrário.

Na *fan page* abordada aqui há uma clara brincadeira com a língua falada, a princípio “desligada” do alfabeto, esta ganha uma nova tônica quando sotaque e ritmo são transcritos, produzindo as falas dos memes com um linguajar e um vocabulário marcados pelas especificidades do dialeto cearense, cuja oralidade é caracterizada pela junção de palavras, pelos cortes e substituições de fonemas e pelos erros gramaticais. A grafia das palavras tende, então, a preservar a maneira como são faladas no cotidiano, em ambientes informais, nesse caso, tal linguagem se alinha com o contexto das histórias apresentadas nos *image macros*, como no caso da fala de “Dona Sebosa” (figura 25) diante de uma briga entre seus filhos: “pois rão apanhar ur dois pa deixarem de ser dizunido!”.

Jed Brubaker (2008, p. 119) nota que sem o texto os *image macros* perdem todo o seu apelo, posto que este elemento enriquece o componente imagético do meme, expandido e limitando suas significações ao mesmo tempo; assim, a legenda no meme tende a estruturar a experiência do observador com relação ao complexo imagem-texto à medida que o discursivo produz, em certa medida, uma interpretação específica do pictórico, dando a direção do seu significado¹³⁹. Se pensarmos aqui no “Suricate seboso”, é provável que a maioria dos *macros* ficasse semanticamente mais pobre se lidas apenas pelas imagens, o texto, portanto, aumenta as suas potencialidades narrativas¹⁴⁰ bem como direciona, em certa medida, as possibilidades de interpretação.

No entanto, o gênero memético que nos interessa aqui é composto por dois códigos, dessa forma, voltamos a insistir aqui no *image macro* como uma figura dialética que, no tocante à sua significação, torna indissociável imagem e texto, isto é, a relação semântica estabelecida nessas unidades, grosso modo, é a de uma complementaridade circular entre conteúdo visual e textual. Mas cada um deles trabalha em uma lógica fenomenológica específica, é nesse sentido que, por exemplo, observar uma imagem leva menos tempo do que descrevê-la¹⁴¹.

¹³⁹ Interessante notar que embora a imagem *per se* seja muda, os *macros*, pelo acréscimo da palavra, são imagens-texto falantes que indicam os caminhos dos seus significados.

¹⁴⁰ No tocante à questão narrativa, Brubaker, a partir da análise de legendas do meme LOLcat, propõe a existência de dois pontos de vista meméticos: *expositivo* e *dialógico*. O primeiro corresponde à uma espécie de voz onisciente ausente do *frame* do meme enquanto o segundo atribui falas à uma personagem que lá se encontra. Nesse caso, entendemos que a produção memética do “Suricate seboso” trabalha ambos os estilos continuamente; os *expositivos* consistem na não-figuração imagética de uma espécie de narrador em terceira pessoa que fala através do meme e não deve ser confundido com a personagem que nele se apresenta, enquanto os *dialógicos* são facilmente identificáveis, principalmente quando no formato de *tirinhamacro*. BRUBAKER, Jed R. Wants moar: visual media’s use of text in Lolcats and silent film. *Gnovis Journal*, v. 08, n. 02, p. 117-124, 2008, p. 121.

¹⁴¹ A imagem tem de recorrer à linguagem no seu processo de interpretação, considerando a impossibilidade de existir uma metaimagem capaz de fazê-lo. “A abertura interpretativa da imagem é modificada, especificada, mas também generalizada pelas mensagens do contexto imagético. O contexto mais importante da imagem é a

Isso pode nos levar às seguintes interpretações: a ficção conceitual (“pensamento linear”) é superior e posterior à ficção imaginativa (“pensamento superficial”) na medida em que torna fatos e eventos objetivos e conscientes [...] Mas isso é errado pela seguinte razão: quando traduzimos imagens em conceitos nós decomparamos a imagem – a analisamos. Nós jogamos, por assim dizer, uma rede conceitual sobre a imagem e capturamos apenas os significados que não escaparam através das malhas da rede. Portanto, o significado da ficção conceitual é mais estreito do que o significado da ficção imaginativa, embora ele seja muito mais claro e distinto. Fatos são representados mais *completamente* pelo pensamento imaginativo, mais *claramente* pelo pensamento conceitual. As mensagens do meio imaginativo são mais ricas e as mensagens do meio conceitual são mais nítidas (FLUSSER, 2002, p. 28)

O meme pode ser entendido, então, como a junção de imaginação e conceituação: *a imaginação está no conceito assim como o conceito está na imaginação*. O teor afetivo e relacional latente na imagem se alia à causalidade do texto.

Certamente o *image macro* não é a primeira unidade a ameaçar tal oposição arbitrária entre os códigos – tal binarismo age como se o texto em contato com a imagem ameaçasse a sua integridade e pureza e como se a imagem inscrita no texto fosse ilustrativa e dispensável (MITCHELL, 1994, p. 209). Com efeito, Flusser propõe que a relação entre imagem e texto é fundamental para o entendimento da própria história do Ocidente, na Idade Média, por exemplo, esta toma forma na luta entre a textualidade do cristianismo e o paganismo imaginístico; mas, vale notar, à medida que aquele vai combatendo as imagens pagãs, ele próprio as absorve, se paganizando no processo (FLUSSER, 2011a, p. 25). Em suma, os textos rasgam as imagens para explicá-las e estas últimas, por sua vez, os ilustram, remagicizando-os.

Graças a tal dialética, imaginação e conceituação que mutuamente se negam, vão mutuamente se reforçando. As imagens se tornam cada vez mais conceituais e os textos, cada vez mais imaginativos. Atualmente o maior poder conceitual reside em certas imagens, e o maior poder imaginativo, em determinados textos da ciência exata (FLUSSER, 2011a, p. 25).

Sendo tal dialética entre imaginação e conceito uma constante, a contradição inicial que há entre eles faz justamente com que reforcem um ao outro.

Há casos em que tal dialética se dá internamente, incorporando em uma única moldura a inscrição tanto da imagem quanto do texto, promovendo uma complementaridade representacional e interpretativa entre eles. *A hibridização como o cruzamento entre diferenças que são ultrapassadas para resultarem em uma nova forma* existe antes do *image macro* e mesmo da Internet, desde antes do computador como metameio hipermediático, desde antes do cinema mudo com seus intertítulos, desde antes das mídias massivas, desde antes dos

linguagem verbal”. SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2013, p. 55.

manuscritos medievais com suas iluminuras e talvez chegue mesmo às plaquetas mesopotâmicas – isto porque mesmo dando vazão à uma primeira tentativa de pensamento linear, o pensamento imaginístico aparece ainda, inevitavelmente, incorporado nelas.

Como nos interessa pensar aqui apenas os memes de *image macro*, propomos que *usando uma estrutura signíca híbrida, eles se tornam figuras dialéticas, espécies de imagem-texto cujo imbricamento desses dois elementos ocorre sem subordinação da experiência visual e nem da verbal* – o pictórico complementa o discursivo em um processo de afetação recíproca. *A junção da superfície imagética com o conceito linear consegue, por isso mesmo, manter uma vasta riqueza semântica em consonância com a objetividade trazida pela palavra.* Representado as potencialidades de cada código, os *macros* se tornam uma linguagem capaz de mediar a comunicação de uma maneira muito mais efetiva, porque mais densa e mais clara.

O próprio Flusser, em alguns pouco momentos, chega a antever a possibilidade de uma amálgama criativa entre os dois códigos:

um novo tipo de meio pode, assim, emergir, nos permitindo redescobrir uma noção de “realidade”; dessa maneira, nós podemos ser capazes de abrir campo para um novo tipo de pensamento, com sua própria lógica e seus próprios tipos de símbolos codificados. Em suma, a síntese das mídias linear e superficial pode resultar em uma nova civilização (FLUSSER, 2002, p. 31).

Guardadas as devidas proporções, entendemos que os referidos memes são uma produção criativa que, operando diante do pensamento dualístico da imagem e do texto, gera mesmo uma *nova forma de comunicar o pensamento com uma codificação específica*. O fato é que não há de necessariamente uma “nova civilização” em torno dela, mas na *era hipermemética* em que vivemos, o meme se torna uma linguagem largamente usada e difundida na cultura digital, de forma que comunicamos cada vez mais com e através dessas simples unidades que tensionam os códigos da imagem e do texto.

Dado que esse fértil cruzamento materializa, ainda assim, a diferença entre os códigos, mesmo que tente harmonizá-los, sem pretender, no entanto, a homogeneização, a questão que se sobressai aqui é *como decodificar os memes: pela circularidade da imagem ou pela linearidade do texto?* Nesse caso, nem um nem outro. A estrutura digital dos *image macros* se impõe sobre os dois códigos, assim, uma estrutura circular norteia tanto a feitura dos memes pelos aparatos técnicos produtores de tecnoimagens quanto a sua leitura, visto que a natureza,

digamos, plástica das mídias binárias explora, inclusive o texto, de maneira imagética¹⁴². Isto porque

tanto as imagens quanto os textos que vemos resultam de códigos binários programados para serem visto como uma coisa ou outra, em que, tanto imagem, quanto textos, são virtualidade que se realizam como tais apenas imaginariamente. Tecnicamente, ambos são algoritmos ou informações que produzem efeitos de imagem ou efeitos de texto (KILPP, 2012a, p. 07).

Portanto, essa lógica computacional que a tudo engloba e a tudo hibridiza traz mudanças para o próprio entendimento de ambos os códigos, promovendo novas potencialidades, novas práticas e novas prerrogativas. Assim, o código hegemônico deste século, não reside nem na imagem nem no texto isolados, mas justamente em “suas interfaces, sobreposições e intercursos” (SANTAELLA; NÖTH, 2013, p. 72), estes impulsionados pelas novas mídias. Nesse caso, os *macros* são a própria afirmação da supremacia do digital, logo porque eles também se dão a perceber justamente através da natureza superficial das telas dos aparatos.

Mas o que nos interessa pensar aqui, mais especificamente, não é exatamente a clara hegemonia do digital, mas sim a maneira como ocorre essa relação entre imagem e texto nos *image macros* da *fan page* “Suricate seboso”, caracterizados nitidamente pela rica expressão da montagem imagética e da transcrição da oralidade para o textual, na tentativa mesmo de responder à seguinte indagação de Roland Barthes (1964, p. 38): “será que a imagem é simplesmente uma duplicata de certas informações que um texto contém e, portanto, um fenômeno de redundância, ou será que o texto acrescenta novas informações à imagem?”.

3.2.2 Breves notas metodológicas e estudo de caso

No sentido de compreendermos de que maneira se articulam imagem e texto nas imagens técnico-meméticas, empreendemos aqui um estudo de caso acerca do tema, tendo como objeto empírico de estudo os memes da *fan page* “Suricate seboso”; dessa maneira, a

¹⁴² Dado o grande volume de textos aos quais somos expostos na Web, a linearidade da sua apreensão é rompida nesse contexto à medida em que passamos, cada vez mais, a usar intuitivamente técnicas de leitura dinâmica como *skimming* (procura de informações específicas) e *scanning* (“varredura” do texto como um todo) como forma de dar conta da magnitude de dados que atravessa a *infosfera*. Dessa forma, algumas vezes a leitura de um texto digital acontece de maneira não-linear, ou melhor, fragmentária. Inclusive as interações reativas nos *feeds* dos *sites* de redes sociais – como a ferramenta “curtir” no Facebook –, utilizadas de maneira quase instantânea, são exemplo de como a leitura em rede se processa cada vez mais rápido, dado não só o volume, mas também a efemeridades dos seus fluxos.

pesquisa é de cunho qualitativo e visa inquirir o fenômeno da dialética imagem-texto nessas unidades através da observação direta, tendo em vista recolher informações para tentar apreender a totalidade da situação e estabelecer regularidades nessa relação entre códigos.

O objeto dessa pesquisa foi escolhido deliberadamente, dado o acompanhamento prévio da página pela pesquisadora, e se justifica pelo caráter extremamente criativo e original tanto na montagem imagética quanto na textual, que bebe na fonte da oralidade cearense, como já apontamos. Desse modo, consideramos que a página opera essa relação dialética entre os códigos de maneira singular, principalmente se comparada a outras *fan pages* meméticas¹⁴³.

Quanto ao critério de seleção utilizado para estabelecermos o *corpus* da pesquisa, este foi a quantidade de compartilhamentos¹⁴⁴, ou seja, selecionamos os memes mais compartilhados¹⁴⁵ da *fan page*, partindo do entendimento de que é tal ferramenta a responsável pela propagação do conteúdo memético no Facebook. Assim, o recorte temporal tanto da coleta quanto da análise dos dados são as duas primeiras semanas do mês de dezembro de 2015; os dois processos aconteceram concomitantemente tendo em vista que escolhemos por não delimitar um número arbitrário de dados para compor o *corpus* da pesquisa, pelo contrário, resolvemos coletar e analisar os dados conjuntamente até o esgotamento das suas irregularidades, isto é, quando os resultados começaram a se repetir, não produzindo mais elementos significativos nas interpretações do fenômeno. Portanto, chegamos a um montante de 21 memes analisados¹⁴⁶.

No tocante ao critério de análise dos dados fizemos uso da proposta de Lucia Santaella e Winfried Nöth, em seu livro *Imagem: cognição, semiótica, mídia*, de analisar a dimensão sintática das imagens através de uma estrutura de argumento-predicado; desse modo, ampliamos essa proposta para abarcar também a dimensão textual que compõe os *image*

¹⁴³ Em algumas páginas os memes são resultado de uns poucos *templates* fixos acrescidos de um texto qualquer ou piada – muitas vezes extraída, ou melhor, “requeitada”, de outros *sites* de redes sociais, em especial, do Twitter. Para citar apenas um exemplo de *fan page* com tal *modus operandi* temos a “Chapolin Sincero”, uma das mais populares no tocante à produção de *image macros*, que conta com quase 4 milhões de fãs. Ver: <www.facebook.com/ChapolinSincero>.

¹⁴⁴ Dadas as três possibilidades de interação em uma publicação de *fan page*, a saber, “curtir”, “comentar”, “compartilhar”, percebemos que, de modo geral, os *macros* mais curtidos não eram necessariamente os mais compartilhados – sendo que as quantidades variavam muito à cada postagem, alguns memes eram bastante curtidos e pouco compartilhados e vice-versa – e quanto aos comentários, estes ocorrem em uma escala bem menor do que as duas outras formas de interação, também em número bastante variável.

¹⁴⁵ Para fazer a seleção dos memes mais compartilhados da página fizemos uso do *software online* Fanpage Karma, uma ferramenta de análise e monitoramento de mídias sociais. Ver: <www.fanpagekarma.com/>.

¹⁴⁶ Tendo sido analisados os vinte um memes mais propagados da página “Suricate sebo”, vale notar que a quantidade de compartilhamentos em cada um deles variou desde 41 mil até 116 mil.

macros. Assim, entendemos os argumentos como “formas ou contornos que são percebidos como padrões de experiência cognitiva e que podem tipicamente ser traduzidos por substantivos de uma língua natural, como por exemplo, “neve”, “cão”, “olho”, “orelha” ou “língua”; quanto aos predicados, estes representam *qualidade* (cores, tamanhos, formatos etc.) *relações* (de simetria ou assimetria, parte/todo etc.) ou *ações* (“está de pé” ou “está olhando para”) (SANTAELA; NÖTH, 2013, p. 209-210). Grosso modo, no campo memético, podemos propor que *os argumentos são os sujeitos e objetos do meme, enquanto os predicados são tudo aquilo que se declara sobre eles*.

Por conseguinte, procedemos a análise dos argumentos-predicados imagéticos e textuais dos *image macros* que compõem nosso *corpus* de modo a estabelecer como se dá a relação de significação entre os códigos em termos de informatividade: a imagem, em consonância com o texto, acrescenta informação nova aos memes ou vice-versa? Ou imagem e texto são redundantes nos memes porque consistem em uma duplicata de informações que se anulam? Partimos aqui do princípio de que *imagem e texto complementam a significação do todo nos macros, logo porque a ausência de um desses elementos muitas vezes impossibilita a sua própria leitura, no entanto, em cada uma dessas unidades a dinâmica, ou equilíbrio, entre os códigos ocorre de maneira específica*. Portanto, embora a informatividade desse gênero memético requeira a intrincada relação imagem-texto, em cada uma dessas unidades, tal imbricamento ocorre de maneira única.

Assim, já tendo descrito o objeto de pesquisa, tendo também explanado o fenômeno da dialética imagem-texto nos *image macros* e, por último, tendo apontado os princípios metodológicos, nos resta passarmos para os padrões que emergiram da análise do *corpus* proposto. Na classificação a seguir, na qual delimitamos os tipos de comportamento recorrentes e seus traços, bem como sua interpretação, constam a descrição de alguns objetos escolhidos para ilustrar cada um dos três tipos de comportamentos regulares no tocante à dinâmica entre a imagem e o texto nos *image macros*, a saber: *imagem < texto; imagem > texto; imagem = texto*. Vale ressaltar que *a imagem é “menor que”, “maior que” ou “igual” ao texto apenas em termos de informatividade semântica nos memes*, posto que ambos os códigos são indispensáveis para a produção de sentido nos *macros* e a ausência de um deles implicaria em uma outra unidade que não a memética.

3.2.2.1 Imagem < texto

A primeira das regularidades encontradas na análise do *corpus* foi um conjunto de memes cujo padrão de associação entre imagem e texto é marcado pela maior saliência desse último, assim, *o aspecto textual é que dirige o observador através dos significados do image macro*, de forma que é ele o maior responsável por carregar a sua informatividade. Logo, a estratégia de leitura memética nos casos abaixo ocorre a partir de um trajeto que vai *do texto à imagem*, posto que é necessário sobretudo “ler o texto” para entender o meme.

O argumento-predicado da imagem (figura 26) consiste em um suricate fantasiado com uma peruca colorida aproveitando o feriado de Carnaval “dendi de casa” em frente ao computador, acessando o perfil de outra pessoa no Facebook; o plano de fundo colorido com confetes e máscaras dá um tom de festa que contrasta com a ação do sujeito do meme. Textualmente são elencadas todas as atrações a serem “performatizadas” por ele durante esse período, a saber: bloco cama de dormir, Facebook elétrico, muriçoca do forró, mãe “briganu” (ao vivo), miojo Safadão. Todas elas envolvem elementos comuns, cotidianos, ligados a outros que denotam, na verdade, um Carnaval mais festeiro fora de casa; assim, um bloco elétrico vira “bloco cama de dormir”, o Facebook, por sua vez, se torna elétrico, as incômodas muriçocas se tornam banda de forró, a transmissão da briga materna se dá ao vivo e o macarrão instantâneo se associa ao cantor de forró eletrônico Wesley Safadão. Vale notar que enquanto na imagem apenas uma dessas atrações é mostrada, a “Facebook elétrico”, no texto são dispostos um número muito maior de argumentos-predicados relativos às atividades de Carnaval do sujeito do *macro*. Assim, o plano imagético é mais limitado semanticamente, se comparado às relações de significados estabelecidos a partir do elemento textual.

Figura 26 - Imagem < texto



Fonte: SURICATE SEBOSO, 2015.

O outro meme que serve para ilustrar essa categoria (figura 27) se trata de uma mensagem motivacional *à la* “Suricate seboso”. Neste, um suricate “monge nordestino” com uma longa barba branca, ao lado de uma cabaça (fruto que serve de recipiente, após a retirada das sementes, principalmente no sertão), superposto a uma paisagem rochosa com um belo pôr do sol, expõe suas palavras de sabedoria acerca do dom da paciência: “que a minha paciência seja sempre maior que a minha vontade de mandar se lascar¹⁴⁷!”. Naturalmente, o argumento-predicado visual do monge em profunda meditação não deixa antever o texto que o acompanha, na verdade, a imagem por si só acaba não revelando muito daquilo que o *macro* deseja expressar; desse modo é preciso que o elemento textual direcione os seus significados, posto que a montagem pictórica permanece enigmática.

Figura 27 - Imagem < texto



Fonte: SURICATE SEBOSO, 2015.

O elemento comum nos *macros* acima é que em ambos os casos *o texto é consideravelmente mais informativo do que a imagem*. Enquanto no primeiro meme (figura 26) o aspecto pictórico ainda denota um pouco do textual, no outro (figura 27), o elo entre os códigos é ainda mais frágil, praticamente não estabelecendo uma relação direta. No entanto, não se trata aqui de afirmar que o plano visual nesses memes é pobre ou inferior à palavra, pelo contrário, ele é essencial nesse gênero memético enquanto uma linguagem que conjuga esses

¹⁴⁷ Dizer a alguém “vai se lascar” é uma forma mais amena de dizer em “cearensês” os pesados palavrões nos quais se indica que a pessoa faça alguma coisa. Pode ser entendido também como “vai se danar”.

dois componentes concomitantemente, mas sim de entender que nesse caso específico a complementaridade dos dois códigos se dá de forma que *o texto se sobressai na produção semântica* – por isso mesmo, esses dois *macros* podem ser “lidos” apenas pelo seu texto, embora perdendo não apenas todo o seu sentido lúdico com a ausência do plano pictórico, mas também a própria essência desse gênero memético – e a imagem ocupa um papel mais acessório, mas ainda indispensável.

3.2.2.2 Imagem > texto

Se na categoria anterior o plano textual era significativamente mais informativo, resultando em uma mensagem memética que parece mais clara e direta, porque marcada pela objetividade que lhe é inerente, nessa, *a imagem é a responsável por dominar semanticamente o meme*. Portanto, nesse caso, sendo o plano pictórico aquele que mais norteia as suas significações, ele acaba *deixando mais em aberto as possíveis interpretações pelo observador*, visto que o texto dá poucas indicações sobre aquilo que versa a imagem.

O argumento-predicado do meme (figura 28) indica uma “brincadeira de criança”, o que percebemos apenas pela figuração do “Sebosinho” na imagem, que consiste em dirigir um “carro”, isto fica evidenciado pelo texto: “tem gente que nunca rai saber como é dirigir um carro desse”. Assim, textualmente se subentende que seja um carro normal. No entanto, são os argumentos-predicados da imagem, por seu turno, que demonstram que o “carro” em questão se trata de uma antiga, e bastante popular, máquina de costura da marca Singer, cujo formato permite que o pedal da máquina juntamente com seu sistema de correia seja usado, respectivamente, como assento e volante do “carro imaginário”, dirigido alegremente pelo suricate criança. Por conseguinte, o plano imagético aponta significações cruciais para o entendimento da mensagem do meme, estas quase que totalmente ausentes no código escrito, posto que o “carro” em questão não se trata de um automóvel qualquer.

Figura 28 - imagem > texto



Fonte: SURICATE SEBOSO, 2015.

Nesse segundo *macro* (figura 29), os argumentos visuais é que tratam de explicitar os “três negoço” que já devemos ter visto na casa dos nossos avós, como indicado textualmente, a saber: uma cadeira de balanço (feita de ferro e de nylon), um antigo perfume oriundo do catálogo nacional da empresa Avon e uma clássica fotopintura, elemento que não pode faltar em uma residência do sertão cearense – esses três “negócios” foram, e talvez ainda sejam, bastante populares nas casas dos cearenses, em especial, na dos mais velhos. Esses três argumentos principais da imagem são os responsáveis por significarem quase que totalmente o meme, enquanto o texto exerce um papel menor de conferir sentidos, tratando, sobretudo, de apontar para o plano pictórico em busca dessa maior significação. Sobre esses objetos repousa o olhar curioso do suricate, o que pode indicar a própria tentativa de reconhecimento ou rememoração desses elementos na casa dos avós, ligando-os à experiência e à memória coletiva desse “lugar idílico” na infância.

Figura 29 - imagem > texto



Fonte: SURICATE SEBOSO, 2015.

Em ambos os casos, portanto, a imagem é mais informativa que o texto, mas novamente, ela não o é superior, posto que embora o primeiro meme (figura 28) possa ser “lido” apenas pela imagem, denotando uma típica apropriação de objetos de casa pelas brincadeiras infantis, o segundo (figura 29) não o é. De toda forma, em maior ou menor grau, a palavra é ainda indispensável em ambos os casos porque mesmo que não dê muitas pistas semânticas, ela trata de “orientar” a significação imagética. Assim, o movimento de leitura desses macros vai ainda do plano textual ao imagético, mas dessa vez, *o texto aponta para a imagem, indicando o caminho daquilo que produzirá sentidos*. E pela dominância do elemento imagético, o *macro* parece mais denso, visto que o verbal direciona, mas é o pictórico que mais significa.

3.2.2.3 Imagem = texto

A última categoria que emergiu a partir das regularidades encontradas na análise dos *image macros* foi uma marcada pela equivalência entre imagem e texto, isto é, nesses memes *a relação estabelecida entre os códigos é de total complementaridade*, posto que ambos carregam

o mesmo peso semântico; assim, os argumentos-predicados visuais e verbais designam os mesmos sujeitos, objetos e ações. Portanto, esse é o meme dialético por excelência, porque igualmente denso, imageticamente, e nítido, textualmente: *imaginação e conceituação se colocam em pé de igualdade aqui.*

Figura 30 - imagem = texto



Fonte: SURICATE SEBOSO, 2015.

Nesse primeiro meme (figura 30), os argumentos e os predicados da imagem e do texto se relacionam de maneira explícita, tanto em um quanto em outro há um sujeito autossuficiente que precisa apenas de si para balançar sua rede, posto que textualmente há o alerta: “não dependa de ninguém pa nada”; desse modo, o suricate “mete o pé na parede” e embala a si mesmo no balançar de sua rede. Portanto, há aqui uma relação de equivalência total entre as representações imagéticas e as textuais dos elementos centrais do *macro*, isto é: pé, parede, rede, balançar e sozinho.

Os argumentos-predicados desse outro meme (figura 31) se equivalem também em ambos os códigos. Nele figuram imageticamente: um suricate nordestino com chapéu de cangaceiro, um astronauta fincando a bandeira americana na lua, a carne de sol (comida típica nordestina que, embora similar ao charque gaúcho e à carne seca, possui um processamento distinto destas duas) e o próprio sol. A junção de todos esses elementos é feita também na

brincadeira textual que ironiza a tardia ida dos EUA à lua quando no Nordeste do país já se comia, há muito tempo, a carne do sol.

Figura 31 - imagem = texto



Fonte: SURICATE SEBOSO, 2015.

No caso desses *image macros* há, portanto, uma determinação recíproca entre imagem e texto de modo que os argumentos-predicados são os mesmos seja qual for o código. Na construção semântica desses memes se nota que os variados potenciais de expressão semiótica do plano imagético e do textual são melhor explorados, se considerarmos a complementaridade que norteia essa relação, tendo em vista que, em termos de informatividade, um precisa igualmente do outro para significar – mas, em certo sentido, isso acaba também resultando em certa redundância entre os códigos, posto que o que aparece pictoricamente figura também em palavra. De toda forma, entendemos que essa relação complementar no meme implica em uma mensagem que se realiza em um nível mais avançado. Portanto, nesse caso, *a atenção do observador é dividida equilibradamente da imagem ao texto e do texto à imagem.*

* * *

Partimos aqui do entendimento de que *a disposição conjunta da imagem e do texto na unidade memética, mais do que a adição de duas potências informativas diferentes, resulta em*

uma interpretação holística, inteiramente nova, da mensagem total como resultado dessa comunhão de códigos. Mas, claro, ressaltamos também que estes se relacionam de maneiras específicas em cada meme, assim, de modo a entender como essas relações ocorriam empreendemos o estudo de caso há pouco explicitado.

Por conseguinte, do total de 21 *image macros* analisados, a distribuição entre essas três categorias ocorreu de forma equânime, logo, cada uma delas contou com exatamente 7 memes. Em virtude disso, podemos afirmar que a relação entre os códigos nessas imagens-texto se encontra sempre entre a maior ou menor informatividade imagética e textual e a redundância da total equivalência entre eles. No entanto, como nosso objeto de análise foi apenas a página “Suricate seboso”, uma pequena fração do universo das *fan pages* meméticas no Facebook, não podemos fazer inferências mais gerais sobre elas, posto que talvez as categorias elencadas aqui não estejam presentes em outras páginas de memes.

Todavia, sobre a página estudada aqui, deduzimos que os *macros* do “Suricate seboso”, pela riqueza demonstrada tanto no uso do plano textual quanto no do imagético em prol da construção narrativa dos memes, talvez trabalhe com essa associação entre os códigos de maneira mais complexa do que outras *fan pages*, carregando igualmente os três possíveis caminhos explicitados no tocante à informatividade dessa relação imagem-texto: imagem < texto; imagem > texto; imagem = texto. Cada uma dessas categorias é marcada por *estratégias de leitura que parecem iniciar pelo plano textual*, assim, *estas consistem em trajetórias que vão da palavra à imagem, mas também fazem o caminho de volta*, sendo que a dominância em termos de significação fica à critério de um dos códigos ou dos dois ao mesmo tempo.

Concluimos que essas superfícies computadas e manipuladas por processos de composição que resultam nos *image macros* não podem ser senão as imagens técnico-meméticas as quais aludimos aqui. Estas são figuras dialéticas extremante criativas e lúdicas que não apenas aglutinam imagem e texto, mas que carregam em si a potência de intermediar diálogos e interações em rede, como já ressaltamos, por meio de atribuições sociotécnicas humanas e não-humanas. Em certa medida, elas operam, portanto, a realização do pensamento flusseriano no tocante às tecnoimagens e sua potência telemática justamente através da aglutinação dos dois códigos cuja alternância marcam a própria história da cultura.

Através dessa linguagem característica dos *image macros*, que tem dominado a Web como um todo, a cultura digital se torna cada vez mais hipermemética. Estes se (re)produzem informacionalmente de forma contínua durante o percurso de sua propagação, *gerando contatos, comunicação e afetos* ao longo desse caminho de intensa circulação, tanto na

telememética do Facebook quanto em toda a rede com seus nós virtuais, resultando mesmo em um jogo memético de humores e sentimentos.

3.3 O compartilhamento dos afetos

Os *sites* de redes sociais são uma demonstração humana da necessidade de comunicar e de estar junto, mesmo que em virtualidade. Estes são tecnologias de encontros e trocas nas quais a presença, mediada pelas ferramentas de interação contínua, torna-se mais importante do que as próprias mensagens comunicadas; dá-se, então, uma ênfase na comunicação fática, cujo único interesse é na administração e na negociação do contato entre emissores/receptores. Logo, essa lógica digital do *always-on* é menos sobre produção de conteúdo e consumo e mais sobre a criação de um ecossistema no qual as pessoas podem estar periféricamente conectadas umas às outras através dos dados gerados nas suas interações em rede (BOYD, 2012, p. 73).

Essa possibilidade de estar *hic et nunc*, ininterruptamente, em contato gera modos de pensar, agir e sentir coletivos dentro da “ecologia cognitiva e afetiva que brota dos fluxos das redes ubíquas de comunicação” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 53). Desse modo, essa conexão em rede implica no compartilhamento de todo tipo de conteúdo, incluindo *image macros*: *mensagens fáticas por si mesmas, que conseguem nos manter “conectados” tecnicamente, através das ferramentas de interação, e afetivamente, talvez principalmente através da identificação*. Assim, esses *memes* funcionam como modos de sentir coletivos que geram, principalmente, humores e afetividades.

A ideia dos *macros* como produtores de afetividades se alinha com os fenômenos de contágio que permeiam a cultura digital, isto porque a comunicação atual transmite menos sentidos do que difunde afetos, gerando mesmo o consumo de ambiências emocionais que se espalham de pessoa a pessoa (FELINTO, 2013). Nessas micronarrativas predominam, portanto, afetações catárticas que, grosso modo, não tem a obrigatoriedade de se fazerem profundas, mas sim de gerarem associações ou laços, em rede através do alinhamento do denso signo imagético, que talvez produza mais presença e afetação do que necessariamente sentidos, com o textual, marcadamente mais conceitual, resultando na produção de significados objetivos.

Nesse sentido, a fruição dos *image macros* como uma experiência estética trabalha com a alternância entre aquilo que Hans Ulrich Gumbrecht (2004, p. 02) chama de “efeitos de presença” e “efeitos de sentido”. Desse modo, pensar a materialidade desses *memes* inclui dizer

que estes possuem elementos experienciados fora de uma relação hermenêutica, portanto, valorizando o contato, os afetos e as afetações produzidas; no entanto, vale ressaltar, a capacidade de significação não é desprezada, mas complementada pelas possíveis sensorialidades e sensações resultantes da sua apreensão. Há, portanto, uma oscilação, não necessariamente equilibrada, entre esses dois efeitos que se tensionam durante a leitura/observação dos objetos culturais do mundo, dado os elementos materiais que os conformam.

Considerando que vivemos em um ambiente cultural absolutamente saturado de significados, há um desejo latente de produzir presença, este reforçado, ou mesmo provocado, por várias das mídias de comunicação contemporâneas (GUMBRECHT, 2004, p. 20). No entanto, essas produções de presença, dada ainda a predominância da dimensão semântica nas dinâmicas culturais, “são, necessariamente, cercadas por, envolvidas em, e talvez até mesmo mediadas por nuvens e almofadas de significado” (GUMBRECHT, 2004, p. 106). Assim, presença e sentido formam uma única amálgama na decodificação do que quer que seja, mas, claro, alguns objetos produzem mais afetos do que significados e vice-versa.

No caso dos memes talvez se dê justamente uma ênfase maior na produção de afetações, já que, pela distribuição dessa experiência estética, eles implicam em um fluxo de contágios subrepresentacionais de afetos, humores, sentimentos, sensações e emoções que criam redes de conexões sociais, perpassadas também pelas redes técnicas, marcadas pelos encontros afetivos contagiosos, como aponta Tony Sampson (2012, p. 03). Sem dúvidas, tais afetações têm sido compartilhadas, cada vez mais, pelos fluxos de enredamento que compõem a Web.

Essa intoxicação por afetos de toda ordem aponta para a existência de uma porosa subjetividade em rede, esta parece ser bastante suscetível à influência contagiosa das suas conexões sociais nesse ambiente no qual persuasivas afetações são transmitidas através dessa topologia de nó a nó (SAMPSON, 2012, p. 05-06). Tomemos como exemplo aqui um dos *image macros* (figura 28) da *fan page* “Suricate seboso” trabalhados no nosso estudo de caso, nele a personagem “Sebosinho” – a responsável pela rememoração de toda ordem de experiências infantis na página, incluindo as doenças, as brincadeiras, o cotidiano na escola e muitos outros – brinca de dirigir uma antiga máquina de costura.

Trata-se de uma brincadeira infantil relativamente comum nas casas em que havia tal aparelho, tendo em vista que a estrutura física dele realmente é facilmente associável com um carro com assento e volante – ainda mais na fértil imaginação das crianças. Talvez por isso mesmo esse meme produza tantos afetos, sobretudo, na forma de identificação; o que pode ser expresso pelos seus significativos números de 112 mil curtidas, 78 mil compartilhamentos e 8

mil comentários. Nesse caso, enquanto a propagação memética repousa na ferramenta “compartilhar”, criando atmosferas sócio afetivas multissensoriais, a de “comentar” consegue mapear de forma mais clara os entusiasmos, as emoções e os humores dos fãs da *fan page*¹⁴⁸.

Nos comentários do referido meme (figura 32), boa parte dos seus autores ressalta ter vivido aquela experiência, assim, o *macro* funciona como catalisador no processo de rememoração dessa brincadeira. Como uma *madeleine* proustiana¹⁴⁹, essas imagens-texto, ao nos encarar, indagam se podemos nos apossar daquele momento, se eles foram, de fato, vivências nossas (OLIVEIRA, 2014), servindo, por isso mesmo, de porta para a própria ambiência do passado. Desse modo, a identificação demonstrada aqui expressa principalmente afetos, pela própria memória da infância, e também humores, tendo em vista que os comentários, em geral, enfatizam essa lembrança partilhada em comum seguida ou não de uma onomatopeia indicando risos, por exemplo: “Esse foi o primeiro carro que eu dirigi. hehehehehe”. Essa rememoração, portanto, implica também no riso coletivo porque a identificação promovida gera, sobretudo, contato; por outro lado, talvez gerando também laços até então insuspeitos, porque acreditássemos que aquela experiência era apenas nossa e não do outro, o que fica implícito no comentário: “Kkkkkkkkk Esse sebosim viveu a merma vida q eu... Kkkkkkk”.

¹⁴⁸ Recentemente a *fan page* tem contado com um elemento bastante interessante no tocante aos comentários de suas publicações, isto porque Diego Jovino criou algumas páginas correlatas ao “Suricate sebozo” como se estas fossem perfis pessoais de algumas das personagens que constam nas suas tirinhas, dessa forma, esses usuários simulados acabam interagindo com a própria publicação, sobretudo, comentando nos memes. Entendemos que tal estratégia serve para produzir um maior engajamento com os fãs da página, que acabam sendo incentivados a comentar a partir da publicação dos comentários das personagens que acompanham diariamente. Ver: <www.facebook.com/suricatesebozo/photos/a.255109681285034.58982.255108341285168/865500323579297/?type=3&theater>.

¹⁴⁹ A referência aqui é ao clássico romance *Em busca do tempo perdido* do francês Marcel Proust. A obra, em sete volumes, reconta as experiências do narrador (jamais nomeado) desde tenra idade, logo, um dos temas mais salientes nela é a memória, principalmente, a involuntária, que desencadeia o fluxo narrativo a partir do episódio da *madeleine* (um bolo pequeno em formato de concha) mergulhada no chá.

Figura 32 - print da seção de comentários da figura 28



Fonte: SURICATE SEBOSO, 2015.

Memes como esse incitam, portanto, o desejo pelo diálogo, que solidifica as conexões sociais aí existentes, criando mesmo comunidades entres os usuários através da circulação dessas mensagens midiáticas. No caso dos *image macros* regionais do “Suricate seboso”, estes se tornam significativos por servirem como uma moeda de troca duplamente cultural – porque, concomitantemente, cultura nordestina e cultura digital – dentro do seu círculo social mais próximo que compartilha daquelas experiências.

Por isso mesmo podemos propor que *o impacto do meme seja mais afetivo do que informacional*¹⁵⁰, sendo essas imagens técnico-meméticas espécies de afeto que “viralizam”¹⁵¹ na rede; no entanto, isso não implica em desconsiderar a sua dimensão semântica, visto que ela também é crucial tanto para a propagação quanto para o próprio processo de produção de afetos – já que é necessário estabelecer, minimamente, relações de sentido para interagir, de que forma for, com a unidade memética.

Em última instância, essas ambiências afetivas e emocionais do digital acabam por sugerir que o que se propaga pode ser a própria reprodutibilidade: a pura afetividade da replicação e do compartilhamento (FELINTO, 2013). *Como imagens técnicas, esses image macros devem ser considerados pela direção para a qual apontam, nesse caso, para si mesmos, metacomunicando os próprios fluxos de propagação e, nesse meio, criando contato, ou melhor, diálogos, interações, humores e sentimentos coletivos com e através das tecnoimagens meméticas* – como anteviu Vilém Flusser, em maior ou menor grau.

¹⁵⁰ Em outras palavras, enquanto a produção/emissão memética se pretende informativa, a sua recepção é marcadamente afetiva.

¹⁵¹ Viralizar aqui deve ser entendido como um modelo emergente de propagação de conteúdo que ganha amplitude pela própria topologia da rede na qual os nós repassam o material para as suas redes sociais e este é propagado para além delas, aumentando o alcance daquela publicação. Apesar de termos feito no segundo capítulo uma distinção entre virais e memes, tal padrão talvez seja o mais indicado para descrever o compartilhamento das unidades meméticas no Facebook isto porque nesse *site* de rede social a reprodução dessas unidades é mais saliente do que a sua produção, apropriação e *remix*.

O QUE QUEREM OS MEMES?

Memes, most of them, have some element of social imperative, something inherent in them that makes you want to share.

Cole Stryker

O *image macro*, tendo se tornado um imperativo estético da era digital, que faz parte mesmo de uma forma de sensorialidade coletiva, exige atenção, um olhar que seja, mesmo que efêmero, mas que coloque em ordem todo o visível das imagens-texto. Portanto, elas tiram seu sentido do olhar do observador. Isto não implica, porém, que estas repousem impassíveis nas suas superfícies a nossa espera, pelo contrário, elas nos olham de volta, interpelando-nos qualquer coisa. Mas o que elas querem?

Talvez o único apelo que o meme nos faça, na sua nudez, seja justamente o seu compartilhamento através das redes. E, uma vez que digitalmente incluído, ele quer submergir em seus fluxos, sendo (re)apropriado, “remixado” e/ou (re)circulado continuamente, mostrando-se “tão-só e apenas para ceder passagem a uma outra imagem, em um moto-contínuo de fragmentos nômades de espaços e tempos desgarrados e descontextualizados que se cruzam, se interpenetram e indefinidamente se misturam” (SANTAELLA, 2007, p. 396).

Desse modo, parece que esses memes, como já foi dito antes, têm uma incorrigível tendência a criar vida, agindo como vírus que se espalham, sofrendo diversas mutações nesse processo de circulação nas novas mídias. Isto porque cada meio que possibilita a feitura de novos tipos de imagem, frequentemente mais vivas e persuasivas que antes, torna-as, aparentemente, mais voláteis e virulentas nas suas infecções (MITCHELL, 2010, p. 38). Assim, o prazer estético de nossa era parece ser o da criação massiva dessas formas que criam vida para si através da sua própria circulação nas redes.

Não à toa W. J. T. Mitchell (2005, p. 318) propôs que a *reprodução mecânica* da qual nos falou Walter Benjamin (1994) foi substituída pela *reprodução biocibernética* como o determinante técnico fundamental da nossa época; assim, cria-se o império da computação em alta-velocidade, da imagem/vídeo/som digital, da realidade virtual e da Web. Mas o que nos interessa mesmo são os processos reprodutivos quase orgânicos dessas imagens digitais, acrescidas de texto no caso do *image macro*, infinitamente maleáveis que tem as suas cópias não como expressões inferiores do original, mas como “melhorias” deste – isto faz com que

elas possuam mais “aura” que a obra de origem, posto que a reprodutibilidade digital conserva melhor a informação copiada e possibilita ajustes ulteriores (MITCHELL, 2005, p. 320), mantendo ou mesmo intensificando a vitalidade do original, tornando a cópia até melhor do que ele, em alguns casos.

No entanto, tratar essas unidades como seres desejanter e auto multiplicáveis certamente implica em uma subjetivação, e talvez até em certo animismo, mas o esforço aqui é meramente metafórico no sentido de estabelecer uma analogia com aquilo que chamamos imagem técnico-memética, na tentativa de capturar toda a amálgama de fluxos sociotécnicos que a perpassam, sejam os de feitura, sejam os de interação, sejam os de circulação.

Por conseguinte, agora podemos ressaltar que estas imagens técnico-meméticas não são apenas entidades passivas que coexistem com seu “hospedeiro” humano, *elas mudam, em certo sentido, a maneira como imaginamos/conceituamos à medida que nos expressamos por meio da sua linguagem dialética de imagem e texto, que rearranja a nossa própria maneira de comunicar*, de gerar afetos, de lembrar etc. Em suma, esses *image macros*, ao mesmo tempo que “vivos”, não existem sem os seus criadores *ludentes*, sem os olhares dos seus observadores e sem o clicar das teclas e botões que os fazem circular. *E o seu poder reside mesmo na capacidade de nos seduzir em prol da reprodutibilidade de suas cópias nesse ambiente hipermemético telemático no qual a Web tem se constituído.*

* * *

Por fim, conferir aos memes um pouco de agência nesta conclusão significa deixar que eles “falem” e, em última instância, consideramos que eles “querem” ser levados à sério como objetos de pesquisa. Dada a significância que tais unidades têm ganhado na cultura digital, como uma espécie mesmo de folclore pós-moderno que ultrapassa os limites da própria Internet, faz-se cada vez mais necessário estudos aprofundados sobre o tema, em especial acerca da memesfera brasileira, estes ainda bastante escassos – principalmente se considerarmos que nosso país é fonte de uma das maiores e mais criativas produções de conteúdo digital¹⁵².

A presente dissertação faz um pequeno esforço, ainda inicial, de tentar delinear certos aspectos inerentes à produção memética nacional, por isso mesmo, abre brechas para que outros assuntos relacionados ao tema sejam explorados: seja a produção e a difusão de memes em outros *sites* de redes sociais como o Twitter e o Youtube; seja os gêneros meméticos que ultrapassam a tipologia proposta aqui; seja os aspectos criativos e lúdicos que perpassam a cultura digital; seja as potências comunicativas ou afetivas dos memes; além de outros.

¹⁵² Ver: <www.buzzfeed.com/jruv/why-brazil-is-actually-winning-the-internet#.wn1d7DK1Z>.

Embora certamente haja um claro descompasso entre a velocidade da Internet e os estudos acadêmicos, o que dificulta mesmo a “captura” de um objeto tão “vivaz” quanto os memes, isto não serve como desculpa para continuarmos a nos furtar aos estudos acerca das redes e das comunidades que compõem a feitura e a circulação dos *image macros*, o gênero memético por excelência. O fluxo dessas unidades provavelmente continuará produzindo insistentemente seus significados, seus efeitos e seus afetos sobre nós, mesmo que não nos debrucemos sobre elas analiticamente – sendo assim, é melhor que o façamos.

Concluimos que, dada a efemeridade e a fluidez do objeto aqui em questão, a tentativa de enquadrar essa condição estética contemporânea dos memes é deveras imperfeita, visto que acaba por congelar algo que é processual em um estado permanente; a presente dissertação resulta, então, em uma espécie de cápsula do tempo que fala principalmente dos memes do passado, mesmo que quase-presente, e talvez teorize de maneira esparsa sobre aqueles que ainda estão por vir. Assim, apesar da ausência quase total de antevisão, algo bastante caro a Vilém Flusser, pretendemos aqui um elogio da superficialidade do meme, ou melhor, da imagem técnico-memética.

REFERÊNCIAS

@OCRIADOR. Disponível em: <twitter.com/ocriador>. Acesso em: 3 jul. 2015.

ADERALDO, Lia Dias. A experiência estética dos usuários das redes sociais online diante das postagens do personagem Suricate Seboso sobre alimentação cearense. In: VISALLI, Angelita; PELEGRINELLI, André Luiz; GODOI, Pamela. *Anais do V Encontro Nacional de Estudos da Imagem e do II Encontro Internacional de Estudos da Imagem*. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2015.

_____. Do estabelecimento de identidades culturais na Internet: uma análise dos traços de “cearensidade” no personagem Suricate Seboso. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro, 2015.

ALLOA, Emmanuel. Entre a transparência e a opacidade – o que a imagem dá a pensar. In: _____. *Pensar a imagem*. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

AMARAL, Adriana; BARBOSA, Camila C.; POLIVANOV, Beatriz. Subculturas, re(a)apresentação e autoironia em sites de rede social: o caso da *fanpage* “Gótica Desanimada” no Facebook. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro, 2015.

ARMAZÉMTV. Os 10 mandamentos do rei do baile funk. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=uJvyqRZWG74>. Acesso em: 18 mar. 2015.

ASCOTT, Roy. *Homo telematicus* no jardim da vida artificial. In: PARENTE, André. *Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

AUNGER, Robert. *The electric meme: a new theory of how we think*. New York: Free Press, 2002.

BARTHES, Roland. *Essais critiques*. Paris: Seuil, 1964

_____. *Rumor da língua*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. Primeira versão. In: _____. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BLACKMORE, Susan. *The meme machine*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

BÖRZSEI, Linda. Makes a meme instead: a concise history of internet memes. *New Media Studies*, n. 7, p. 152-189, 2012/2013.

BOYD, Danah. Participating in the always-on lifestyle. In: MANDIBERG, Michael. *The social media reader*. New York: New York University Press, 2012.

BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13, n. 01, 2007.

BRECHT, Bertolt. The radio as an apparatus of communication. In: HANHARDT, John. *Video culture: a critical investigation*. Rochester: Visual Studies Workshop, 1986.

BRIDEAU, Kate; BERRET, Charles. A brief introduction to Impact: 'the meme font'. *Journal of visual culture*, v. 13, n. 3, p. 307-313, dez. 2014.

BRUBAKER, Jed R. Wants moar: visual media's use of text in Lolcats and silent film. *Gnovis Journal*, v. 08, n. 02, p. 117-124, 2008.

BUBER, Martin. *I and Thou*. Edinburgh: T. & T. Clark, 1950.

BUCHEL, Branislav. Internet memes as means of communication. 2012. 73f. Dissertation (Master in Sociology) – Faculty of Social Studies, Masaryk University, Brno. 2012.

BURGESS, Jean. All Your Chocolate Rain are Belong to us? Viral Video, YouTube and the Dynamics of Participatory Culture. In: LOVINK, Geert; NIEDERER, Sabine. *Video vortex reader: responses to YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008.

_____. *Vernacular creativity and new media*. 2007. 297 f. PhD dissertation (Doctor of Philosophy) – Creative Industries Faculty, Queensland University of Technology, Australia, 2007.

CAMPANELLI, Vito. *Web aesthetics: how digital media affect culture and society*. Rotterdam: NAI Publishers, 2010.

CARPANEZ, Juliana. *Emoji*. UOL, s/d. Disponível: <tab.uol.com.br/emoji/>. Acesso em: 14 jun. 2015.

CARVALHO, Gislene. Suricate Seboso: a comicidade da linguagem no cotidiano. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014, Foz do Iguaçu. *Anais...* Foz do Iguaçu, 2014.

CAVALCANTE, Andrea et al. Suricate Seboso no Facebook: linguagem, identidade e memória do Nordeste em rede. *Liinc*, v. 11, n. 01, p. 223-232, mai. 2015.

COUCHOT, Edmond. Image puissance image. *Revue d'esthétique*, n. 7, p. 123-133, jun. 1984.

DARLEY, Andrew. *Visual digital culture: surface play and spectacle in new media genres*. London: Routledge, 2000.

DAVISON, Patrick. Because of the pixels: on the history, form, and influence of MS Paint. *Journal of visual culture*, v. 13, n. 3, p. 275-297, dez. 2014

_____. The language of Internet memes. In: MANDIBERG, Michael. *The social media reader*. New York: New York University Press, 2012.

DAWKINS, Richard. *Just for hits*. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=GFnixX9edg>. Acesso em: 13 mai. 2015.

_____. *The extended phenotype*. Oxford: Freeman, 1982.

_____. *The selfish gene*. Oxford: Oxford University Press, 2006.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEBRAY, Régis. *Media manifestos: on the technological transmission of cultural forms*. London: Verso, 1996.

_____. *Vida e morte da imagem: uma história do olhar no ocidente*. Petrópolis: Vozes, 1993.

DENNETT, Daniel. *Consciousness explained*. New York: Back Bay Book, 1991.

_____. *Darwin's dangerous idea*. London: Penguin, 1995.

DIEGO LUCAS. *Está na hora de chamar o Dollyzord*. Disponível em: <www.facebook.com/photo.php?fbid=720581608075761&set=p.720581608075761&type=3&theater>. Acesso em: 14 nov. 2015.

DIJCK, José van. *The culture of connectivity: a critical history of social media*. New York: Oxford University Press, 2013.

DISTIN, Kate. *The selfish meme*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

DIZASTAMUSIC. *Do the Harlem Shake (original)*. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=8vJiSSAMNWw>. Acesso em: 15 mai. 2015.

DOUGLAS, Nick. It's supposed to look like shit: the Internet ugly aesthetic. *Journal of visual culture*, v. 13, n. 3, p. 314-319, dez. 2014

ENZENSBERGER, Hans Magnus. Constituents of a theory of the media. In: MARRIS, Paul; THORNHAM, Sue. *Media studies: a reader*. New York: NYU Press, 2000.

ESTE É ALGUEM. Disponível em: <www.facebook.com/esteealguem>. Acesso em: 1 jun. 2015

FELINTO, Erick. Do cruzamento de competências: Vilém Flusser e a visão da sociedade telemática. In: SERRA, Alice; DUARTE, Rodrigo; FREITAS, Romero. *Imagem, imaginação, fantasia: 20 anos sem Vilém Flusser*. Belo Horizonte: Relicário, 2014.

_____. Grumpy Cat, grande mestre zen da geração digital: afetos e materialidades da imagem memética. In: KILPP, Suzana; FISCHER, Gustavo D. *Para entender as imagens: como ver o que nos olha?* Porto Alegre: Entremeios, 2013.

_____. *Passeando no labirinto: ensaios sobre as tecnologias e as materialidades da comunicação*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

FELINTO, Erick. Videotrash: o YouTube e a cultura do “spoof” na internet. *Revista Galáxia*: São Paulo, n. 16, p. 33-42, dez. 2008.

FELINTO, Erick; SANTAELLA, Lucia. *O explorador de abismos: Vilém Flusser e o pós-humanismo*. São Paulo: Paulus, 2012.

FLUSSER, Vilém. *A escrita – há futuro para a escrita?* São Paulo: Annablume, 2010.

_____. *Comunicologia: reflexões sobre o futuro: as conferências de Bochum*. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

_____. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. São Paulo: Annablume, 2011a.

_____. *Into the universe of technical images*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2011b.

_____. *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.

_____. *Pós-história: vinte instantâneos e um modo de usar*. São Paulo: Annablume, 2011c.

_____. *Writings*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2002.

FONTANELLA, Fernando. O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera. In: *Simpósio Nacional da ABCiber*, 3., 2009, São Paulo. *Anais do...* São Paulo: ABCiber, 2009.

FOUCAULT, Michel. What is an author? In: RABINOW, Paul. *The Foucault reader*. New York: Pantheon Books, 1984.

G1 CEARÁ. “*Suricate Seboso*” faz sucesso com expressões cearenses e vira negócio. *Tv Verdes Mares*, Fortaleza, 02 set. 2013. Disponível em: <g1.globo.com/ceara/noticia/2013/09/suricate-seboso-faz-sucesso-com-expressoes-cearenses-e-vira-negocio.html>. Acesso em: 01 dez. 2015.

GEBAUER, Günter; WULF, Christoph. *Mimese na cultura: agir social, rituais e jogos, produções estéticas*. São Paulo: Annablume, 2004.

GLEICK, James. *The information*. New York: Pantheon Books, 2011.

GULDIN, Rainer. Communication and media theory. In: FINGER, Anke; GULDIN, Rainer; BERNARDO, Gustavo. *Vilém Flusser: an introduction*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2011.

GULDIN, Rainer. Um “profeta das tecnologias da informação”? A atualidade da obra de Vilém Flusser sobre teoria midiática. In: SERRA, Alice; DUARTE, Rodrigo; FREITAS, Romero. *Imagem, imaginação, fantasia: 20 anos sem Vilém Flusser*. Belo Horizonte: Relicário, 2014.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Production of presence: what meaning cannot convey*. Stanford: Stanford University Press, 2004.

HANSEN, Mark. New media. In: MITCHELL, W. J. T.; GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Critical terms for media studies*. Chicago: University of Chicago Press, 2010.

HOFSTADTER, Douglas. *Metamagical themas: questing for the essence of mind and pattern*. New York: Basic Book, 1985.

HUIZINGA, Johan. *Homo ludens: a study of the play element in culture*. Boston: The Beacon Press, 1964.

JENKINS, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press, 2006.

_____. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge, 1992.

JENKINS, Henry.; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University Press, 2013.

JOHN, Nicholas A. Sharing and Web 2.0: the emergence of a keyword. *New Media & Society*, v. 15, n. 2, p. 167-82, mar. 2013.

JOHNSON, Steven. *Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

JR HOLANDA. *Veja o que abre e o que fecha no feriado de aniversário de São Paulo*. Jr Holanda Barueri blog, 24 jan. 2011. Disponível em: <jrholanda.wordpress.com/2011/01/24/veja-o-que-abre-e-o-que-fecha-no-feriado-de-aniversario-de-sao-paulo>. Acesso em: 23 nov. 2015.

JUZA, Marta. Internet memes: creation, distribution, social meaning. *Media Studies*, v. 55, n. 4, nov. 2013.

KAY, Alan; GOLDBERG; Adele. Personal Dynamic Media. In: WARDRIP-FRUIIN, Noah; MONTFORT, Nick. *The New Media Reader*. Cambridge: MIT Press, 2003.

KILPP, Suzana. Apresentação. In: MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana. *Impacto das novas mídias no estatuto da imagem*. Porto Alegre: Sulina, 2012a.

_____. Dispersão-convergência: apontamentos para a pesquisa das audiovisualidades. In: MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana. *Impacto das novas mídias no estatuto da imagem*. Porto Alegre: Sulina, 2012b.

KIRKPATRICK, David. *The Facebook effect: the inside story of the company that is connecting the world*. New York: Simon & Schuster, 2010.

KITTLER, Friedrich A. Prefácio. In: FLUSSER, Vilém. *Comunicologia: reflexões sobre o futuro: as conferências de Bochum*. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

KNOBEL, Michele; LANKSHEAR, Colin. Online memes, affinities, and cultural production. In: KNOBEL, Michele. *A new literacies sampler*. New York: Peter Lang Publishing, 2007.

KNOW YOUR MEME. *Memes*. Disponível em: <knowyourmeme.com>. Acesso em: 1 mai-jul. 2015.

LANKSHEAR, Colin; KNOBEL, Michele. Sampling “the new” in new literacies. In: _____. *A new literacies sampler*. New York: Peter Lang Publishing, 2007.

LATOUR, Bruno. *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*. New York: Oxford University Press, 2005.

LE MOS, André. *A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura*. São Paulo: Annablume, 2013.

_____. Por um modo de existência do lúdico. *Contracampo*, v. 32, n. 02, p. 04-17, abr.-jul. 2015.

LESSIG, Lawrence. REMIX: how creativity is being strangled by the law. In: MANDIBERG, Michael. *The social media reader*. New York: New York University Press, 2012.

LIMA, Luiz Costa. *Mímesis e modernidade: formas das sombras*. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

LIU, Lydia H. Writing. In: MITCHELL, W. J. T.; HANSEN, Mark. *Critical terms for media studies*. Chicago: University of Chicago Press, 2010.

LOVINK, Geert. *Networks without a cause: a critique of social media*. Cambridge: Polity Press, 2011.

MACHADO, Arlindo. Atualidade do pensamento de Flusser. In: BERNARDO, Gustavo; MENDES, Ricardo. *Vilém Flusser no Brasil*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999.

MAIA, Alessandra; ESCALANTE, Pollyana. Consumo de memes: imagens técnicas, criatividade e viralização. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIBERCULTURA, 8., 2014, São Paulo. *Anais...* São Paulo, 2014a.

_____. Zoeira 'never ends': investigação exploratória da produção/consumo de eventos fakes de Harry Potter. In: INTERPROGRAMAS DE MESTRADO FACULDADE CÁSPER LÍBERO, 10., 2014, São Paulo. *Anais...* São Paulo, 2014b.

MANOVICH, Lev. *The language of new media*. Cambridge: MIT Press, 2001.

_____. *Software takes command*. London: Bloomsbury Publishing, 2013.

MARINO, Tomaz S. *Estudo sobre a origem e propagação dos memes em ambientes digitais*. 2012. 63 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Digital) – Curso de Comunicação Social, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo. 2012.

MCLUHAN, Marshall. *The Gutenberg galaxy*. Toronto: University of Toronto Press, 2002.

_____. *Understanding media: the extensions of man*. Massachusetts: MIT Press, 1994.

MCLUHAN, Marshall; MCLUHAN, Eric. *Laws of media*. Toronto: University of Toronto Press, 1988.

MILNER, Ryan M. *The world made meme: discourse and identity in participatory media*. 2012. 321 f. PhD dissertation (Doctor of Philosophy) – Program in Communication Studies, University of Kansas, Kansas, 2012.

MILTNER, Kate. *SRSLY phenomenal: an investigation into the appeal of LOLcats*. 2011. 98 f. Dissertation (Master in Media and Communication) – Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science, London. 2011.

MITCHELL, W. J. T. *Iconology: image, text, ideology*. Chicago: University of Chicago Press, 1986.

_____. Image. In: MITCHELL, W. J. T.; HANSEN, Mark. *Critical terms for media studies*. Chicago: University of Chicago Press, 2010.

_____. *Picture theory: essays on verbal and visual representation*. Chicago: University of Chicago Press, 1994.

_____. *What do pictures want? The lives and loves of images*. Chicago: University of Chicago Press, 2005.

MONTAÑO, Sonia. A aldeia audiovisual global. In: MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana. *Impacto das novas mídias no estatuto da imagem*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

NOONEY, Laine; PORTWOOD-STACER, Laura. One Does Not Simply: An Introduction to the Special Issue on Internet Memes. *Journal of visual culture*, v. 13, n. 3, p. 248-252, dez. 2014.

NUNES, Jefferson V. *Vivência em rede: uma etnografia das práticas sociais de informação dos usuários de redes sociais na internet*. 2014. 307 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Marília, 2014.

OLIVEIRA, Juracy. O Facebook e a telemática ou o meme como linguagem. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2015, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro, 2015.

OLIVEIRA, Juracy. Suricate Seboso: o comum como experiência e memória. *Entre.Meios*, v. 11, p. 01-15, 2014.

O POVO online. “*Armaria, nam!*”. Buchicho, Fortaleza, 01 jun. 2013. Disponível em: <www.opovo.com.br/app/opovo/buchicho/2013/06/01/noticiasjornalbuchicho,3066035/armaria-nam.shtml>. Acesso em: 02 dez. 2015.

_____. “*Suricate Seboso*” é a página de comédia mais influente do Brasil. Fortaleza, 24 set. 2015. Disponível em: <www.opovo.com.br/app/fortaleza/2015/09/24/noticiafortaleza,3509379/suricate-seboso-e-a-pagina-de-comedia-mais-influente-do-brasil.shtml>. Acesso em: 02 dez. 2015.

O QUE QUEREMOS. Disponível em: <www.facebook.com/oquequeremos>. Acesso em: 2 jun. 2015.

PEREIRA, Vinicius A. *Estendendo McLuhan: da aldeia à teia global - comunicação, memória e tecnologia*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

PRIMO, Alex. Digital trash e lixo midiático: a cauda longa da micromídia digital. In: PEREIRA, Vinicius A. *Cultura digital trash: linguagens, comportamentos, entretenimento e consumo*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

_____. O que há de social nas mídias sociais? Reflexões a partir da teoria ator-rede. *Contemporânea – Revista de comunicação e cultura*, v. 10, n. 03, p. 618-641, set.-dez. 2012.

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

RHEINGOLD, Howard. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. New York: Harper Perennial, 1993.

SAMPSON, Tony D. *Virality: contagion theory in the age of networks*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2012.

SANTAELLA, Lucia. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2013.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. *Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus, 2010

SHIFMAN, Limor. An anatomy of a Youtube Meme. *New Media & Society*, v. 14, n. 2, p. 187-203, mar. 2012.

_____. Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 18, n. 3, p. 362-377, abr. 2013.

_____. *Memes in digital culture*. Cambridge: MIT Press, 2014.

SHIRKY, Clay. Gin, television, and social surplus. In: MANDIBERG, Michael. *The social media reader*. New York: New York University Press, 2012.

SOUZA, Humberto da Cunha. Memes(?) do Facebook: reflexões sobre esse fenômeno de comunicação da cultura ciber. *Temática*, ano X, n. 07, p. 156-174, jul. 2014.

STRYKER, Cole. *Epic win for Anonymous: how 4chan's army conquered the web*. New York: The Overlook Press, 2011.

SURICATE SEBOSO. Disponível em: <www.facebook.com/suricateseboso>. Acesso em: 25 jun-dez. 2015.

SWIKED. [*Sem título*]. Disponível em: <swiked.tumblr.com/post/112073818575/guys-please-help-me-is-this-dress-white-and>. Acesso em: 01 mai. 2015.

TAVARES, Roberta. *Suricate Seboso, sucesso do Facebook "Made in Ceará"*. Tribuna do Ceará, Fortaleza, 07 mai. 2013. Disponível em: <tribunadoceara.uol.com.br/noticias/perfil-2/suricate-seboso-sucesso-do-facebook-made-in-ceara/>. Acesso em: 02 dez. 2015.

THE BRITISH MUSEUM. *Collection online: tablet*. Disponível em: <www.britishmuseum.org/research/collection_online/collection_object_details.aspx?objectId=327216&partId=1&images=true&place=33216&page=1>. Acesso em: 16 nov. 2015.

TRIVINHO, Eugênio. *Glocal: visibilidade mediática, imaginário bunker e existência em tempo real*. São Paulo: Annablume, 2012.

TURNER, Fred. *From counterculture to cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth network, and the rise of digital utopianism*. Chicago: University of Chicago Press, 2006.

VALE, Simone do; MAIA, Alessandra; ESCALANTE, Pollyana. O meme é a mensagem: uma análise sobre o fenômeno Harlem Shake. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIBERCULTURA, 7., 2013, Curitiba. *Anais...* Curitiba, 2013.

VEJA SÃO PAULO. *10 mandamentos do rei do camarote*. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=atQvZ-nq0Go>. Acesso em: 05. mar. 2015.

WALKER, C. B. F. *Reading the past: cuneiform*. Oakland: University of California Press/British Museum, 1987.

WIGGINS, Bradley; BOWERS, Bret. Memes as genre: a structural analysis of the memescape. *New Media & Society*, p. 1-21, mai. 2014.

WIKIPÉDIA. *Grotte de lascaux*. Disponível em: <fr.wikipedia.org/wiki/Grotte_de_Lascaux>. Acesso em: 16 nov. 2015.