

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

Renata Lohmann

**MANDA MEMES: DINÂMICAS E TRAJETOS DE IMAGENS**

Porto Alegre - RS  
2019

Renata Lohmann

**MANDA MEMES: dinâmicas e trajetos de imagens**

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Comunicação.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Ana Taís Martins Portanova Barros

Porto Alegre - RS  
2019

RENATA LOHMANN  
MANDA MEMES: DINÂMICAS E TRAJETOS DE IMAGENS

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Comunicação.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Ana Taís Martins Portanova Barros — UFRGS  
Orientadora

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Ana Paula da Rosa — Unisinos  
Examinadora

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Rosane Maria Cardoso — Unisc  
Examinadora

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Helenice Carvalho — UFRGS  
Examinadora

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Raquel da Cunha Recuero — UFRGS  
Examinadora

## RESUMO

Este trabalho se situa na fronteira das áreas de Comunicação, memética e estudos do imaginário. Temos como pressuposto a existência de um imaginário comunicacional, em que o homem contemporâneo é pautado por suas habilidades nas redes sociais, pela exigência da publicização do privado, a obsessividade da partilha da intimidade e a da exorbitante quantidade de imagens. Considerando os memes como um fenômeno significativo desse imaginário comunicacional, buscamos compreender a dinâmica e o trajeto dos memes em meio à essa plethora de imagens. A partir do conceito de iconofagia, tratamos da multiplicação exacerbada das imagens e do trajeto dos memes partindo de um ambiente marginalizado até se encontrar integrado aos papéis sociais e a um nível racional de pensamento. A partir do conceito de mito e sua função como ingrediente vital da civilização humana, discutimos a figura do troll em relação à noção do titanismo, fazendo as conexões entre os traços dessas figuras mitológicas e o homem contemporâneo. A partir das teorias sobre o humor, e do viés do imaginário, veremos a importância da função lúdica e seu papel ao assegurar uma catarse nas transições entre o mundo interior e exterior. Além da pesquisa bibliográfica, nos utilizamos de casos exemplares e da metodologia para buscar as imagens simbólicas recorrentes e os regimes do imaginário que guiam a produção e compartilhamento dos memes e suas constelações de imagens. A partir das formas de criar e compartilhar memes e de casos exemplares, descobrimos que essa miríade de imagens é guiada pelos simbolismos teriomórficos e que é através do Regime Diurno do imaginário que o homem pega em armas, e enfrenta as tenebrosas faces do tempo pela hipérbole e pelo exagero.

**Palavras-chave:** Comunicação; memes; imagem; imaginário.

## ABSTRACT

This work is located at the border of the areas of Communication, memetics and imaginary studies. We have as presupposition the existence of a communicational imaginary, in which the contemporary man is ruled by his abilities in social networks, by the demand of the publicity of the private, the obsessiveness of the sharing of the intimacy and the exorbitant amount of images. Considering memes as a significant phenomenon of this communicational imaginary, we seek to understand the dynamics and path of memes in the midst of this plethora of images. From the concept of “iconofagia”, we deal with the exacerbated multiplication of the images and the path of memes starting from a marginalized environment until it is integrated to the social roles and to a rational level of thought. From the concept of myth and its function as a vital ingredient of human civilization, we discuss the troll figure in relation to the notion of titanism, making the connections between the traits of these mythological figures and the contemporary man. From the theories about humor and the bias of the imaginary, we will see the importance of the playful function and its role in ensuring a catharsis in the transitions between the inner and outer world. In addition to bibliographical research, we use exemplary cases and methodology to search recurrent symbolic images and imaginary regimes that guide the production and sharing of memes and their constellations of images. From the ways of creating and sharing memes and exemplary cases, we find that this myriad of images is guided by teriomorphic symbolism and that it is through the Daytime Regime of the imaginary that man takes up arms and faces the dark faces of time by hyperbole and by exaggeration.

**Keywords:** Communication; memes; image; imaginary.

## SUMÁRIO

<b>1 “VOCÊ NÃO PODE MATAR UMA IDEIA” .....</b>	<b>9</b>
<b>2 MEMES: ONDE VIVEM? DO QUE SE ALIMENTAM? .....</b>	<b>23</b>
<b>3 O QUE O IMAGINÁRIO E OS <i>TROLLS</i> TÊM A VER COM ISSO?.....</b>	<b>32</b>
3.1 O IMAGINÁRIO.....	32
3.2 “DECIFRA-ME OU TE DEVORO” .....	37
3.3 A ÁRVORE DA IMAGENS .....	44
3.4 A TÓPICA SOCIOCULTURAL .....	48
3.5 <i>TROLLS</i> E MEMES: DA MARGINALIDADE AO <i>MAINSTREAM</i> .....	52
<b>4 DOS ARQUÉTIPOS AOS BOBOS DA CORTE .....</b>	<b>58</b>
4.1 A ZOEIRA NÃO TEM LIMITES .....	64
4.2 SOBRE <i>TRICKSTERS</i> E <i>TROLLS</i> .....	66
<b>5 “UM GATINHO INCOMODA MUITA GENTE...” .....</b>	<b>72</b>
5.1 DA <i>CARTE-DE-VISITE</i> AO MUSEU DE CERA.....	72
5.2 O GATO É POP .....	85
<b>6 ENQUANTO ISSO, NO PAÍS DA PIADA PRONTA... .....</b>	<b>89</b>
<b>7 O DESAFIO DO CASTELO DE AREIA.....</b>	<b>100</b>
7.1 A IMAGEM NÃO BASTA.....	104
7.2 EXPECTATIVA VERSUS REALIDADE .....	110
7.3 ANTROPOMORFIZAÇÃO DE ANIMAIS .....	111
7.4 LÓGICA HIPERMEMÉTICA .....	115
7.5 METAMEMES.....	120
<b>8 CONSTELANDO MEMES .....</b>	<b>123</b>
<b>9 COMO ME SINTO QUANDO... ENTREGO A MINHA TESE .....</b>	<b>131</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: tirinha original de Pepe, o sapo.....	9
Figura 2: retuíte de Trump do meme do sapo Pepe, feito à sua imagem.....	10
Figura 3: tirinha final de Matt Furie mostra a morte do sapo Pepe em uma tentativa de preservar a imagem da personagem.....	12
Figura 4: meme da juíza Carolina Malta explica o conceito de flagrante delito. ....	14
Figura 5: o engraçado cachorro da raça chihuahua é um meme de entonação irônica, utilizado como um questionamento de comportamentos fora dos padrões do senso comum dos usuários das redes. ....	21
Figura 6: baseado na frase tradicional de abertura do programa de televisão Globo Repórter, esse meme foi reapropriado pela autora de forma a abarcar o conteúdo da tese. ....	23
Figura 7: diagrama da árvore das imagens .....	47
Figura 8: diagrama da tópica sociocultural.....	51
Figura 9: o meme de um gatinho feliz com a legenda “i can has cheezburger”, gramaticalmente incorreta em inglês — um estilo de meme que se popularizou no 4chan — deu a ideia para o nome do site.....	53
Figura 10: página do site Meme Generator, mostrando a facilidade de criação de um meme a partir de modelos já “consagrados” na comunidade. Basta escolher o meme que se deseja utilizar e adicionar o texto nas janelas à direita. o meme é gerado automaticamente.....	56
Figura 11: na imagem, Harry Pointer posa com três de seus gatos em seu estúdio, no ano de 1880 .....	73
Figura 12: da esquerda para a direita, um gatinho anda de triciclo com a frase "feliz ano novo" como legenda. no centro, um gatinho posa como fotógrafo. Na direita, a gatinha "Miss Tabbie" posa de patins. ....	74
Figura 13: as fotografias imitando comportamentos humanos (estas, datadas por volta de 1937) eram o grande sucesso de Frees. ....	75
Figura 14: imagem original de Tardar Sauce, conhecida como Grumpy Cat, postada no Reddit e no Imgur. ....	81
Figura 15: à esquerda, tela inicial do jogo para smartphones de Grumpy Cat. À direita, capa da HQ onde Garfield e Grumpy Cat se conhecem. ....	83
Figura 16: linha do tempo de Grumpy Cat.....	84
Figura 17: corpus de memes.....	103
Figura 18: meme de internet.....	104
Figura 19: memes de internet .....	105
Figura 20: meme de internet.....	106
Figura 21: meme de internet.....	107

Figura 22: meme de internet.....	108
Figura 23: meme de internet.....	109
Figura 24: meme de internet.....	109
Figura 25: mosaico de memes de internet .....	110
Figura 26: mosaico de memes de internet .....	111
Figura 27: mosaico de memes de internet .....	112
Figura 28: mosaico de memes de internet .....	113
Figura 29: mosaico de memes de internet .....	114
Figura 30: meme de internet.....	115
Figura 31: meme de internet.....	116
Figura 32: meme de internet.....	117
Figura 33: meme de internet.....	118
Figura 34: meme de internet.....	118
Figura 35: meme de internet.....	119
Figura 36: meme de internet.....	119
Figura 37: mosaico de memes de internet .....	121
Figura 38: mosaico de memes de internet .....	122



## 1 “VOCÊ NÃO PODE MATAR UMA IDEIA”

Na edição número 129, de junho de 2017, a revista Piauí publicou uma matéria sobre Pepe, o sapo (KAZ, 2017). Pepe surgiu como uma personagem de história em quadrinho, criada por Matt Furie em 2005. Originalmente, Pepe é uma personagem quase anônima, bebe muita cerveja, fuma maconha, regada a escatologia e televisão. Em 2008, o autor desenhou a tirinha que trazia o bordão. “*Feels good, man*” [“É gostoso, cara”] — Pepe respondia na tirinha a um amigo que lhe perguntava por que urinava com a calça arriada até os tornozelos.

Figura 1: Tirinha original de Pepe, o sapo.



Fonte: Matt Furie (2008)

A imagem de Pepe viralizou na internet e acabou sendo reapropriada, se transformando em um meme:

Pepes com as feições de William Shakespeare, Kim Kardashian, Batman, Bob Esponja. Pepes usando gorro natalino, boné de rapper, quipá, turbante. E, como

nem tudo na vida são flores, apareceram também os Pepes existencialistas, que expressavam tristeza, derrota, cansaço. (KAZ, 2017, p. 62)

Em artigo à revista Time<sup>1</sup>, Furie contou que se sentia muito animado com a popularidade da personagem: estava licenciando o sapo para jogos eletrônicos, baralhos de cartas, roupas, bichos de pelúcia, entre outros. Porém, tudo mudou em 2015, nas prévias para as eleições norte-americanas do ano seguinte. A imagem de Pepe foi reapropriada pelos usuários de internet, desta vez, imitando a imagem de Donald Trump, com os seguintes dizeres: “Você não pode derrotar o Trump”. O próprio Donald Trump, conhecido pelos seus rompantes e comentários polêmicos no Twitter, retuitou um dos tantos memes feitos à sua imagem.

Figura 2: Retuíte de Trump do meme do sapo Pepe, feito à sua imagem.



Fonte: Trump (2017)

<sup>1</sup> Pepe the Frog's Creator: I'm Reclaiming Him. He Was Never About Hate. Disponível em: <<http://time.com/4530128/pepe-the-frog-creator-hate-symbol/>>. Acesso em: 1 nov. 2017.

Pepe deixou de ser o anfíbio “gente boa”. Imagens começaram a se espalhar rapidamente pela internet: Donald Pepes empunhando armas e construindo muros na fronteira dos Estados Unidos com o México, Pepes extremistas, Pepes com o gorro da Ku Klux Klan e com o capacete da SS, até Pepes com as feições de Adolf Hitler. A viralização e posterior transformação da imagem foi tamanha que Hillary Clinton — na época candidata democrata à presidência dos Estados Unidos — divulgou um texto em seu blog denunciando a ligação entre Donald Trump, “o sapo Pepe e os supremacistas brancos”<sup>2</sup>. Ainda segundo o artigo de Furie, a Liga Antidifamação, uma ONG americana que mapeia ações antissemitas, resolveu acrescentar a personagem a uma lista de símbolos associados ao nazismo, e a rede de notícias CNN passou a se referir a Pepe como o “meme dos supremacistas brancos.”

Quando o tuíte de Trump completou um ano, em 13 de outubro de 2016, Matt Furie publicou um artigo na Time para tentar salvar o que restara do personagem. “É completamente insano que [...] racistas e antissemitas estejam usando um sapo pacífico, da minha história em quadrinhos, como um símbolo de ódio. [...] É um pesadelo, e a única coisa que posso fazer é encarar isso como uma oportunidade para falar contra o ódio”. (KAZ, 2017, p.62)

A campanha de Furie pelo resgate da imagem de Pepe não foi bem-sucedida. Tendo perdido completamente o controle de sua personagem, optou, em 6 de maio de 2017, pela morte do sapo em sua última tirinha. A causa da morte não foi revelada e o autor tem se recusado, desde então, a dar entrevistas.

---

<sup>2</sup> “Pepe the Frog artist supports Clinton 'even though she's talking smack’”. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/books/2016/sep/14/pepe-the-frog-artist-supports-hillary-clinton>>. Acesso em 25 out. 2017.

Figura 3: tirinha final de Matt Furie mostra a morte do sapo Pepe em uma tentativa de preservar a imagem da personagem.



Fonte: Matt Furie (2017b)

Nas redes sociais e em sites de compartilhamento de imagens, os internautas responderam à morte de Pepe: imagens do sapo ressuscitando (em sua versão extremista, com frequência), aparecem constantemente:

“Chega a ser quase fofo que Matt Furie imagine ter algum domínio sobre Pepe”, escreveu um internauta. “Você não pode matar uma ideia. Esses esquerdistas não compreendem que tentar banir uma ideia apenas a torna mais atraente”, acrescentou outro. “Pepe é um deus imortal. Ninguém pode matar Pepe”, decretou um terceiro, completando: “As pessoas não entendem como a internet funciona” (KAZ, 2017, p. 62).

Esta tese não trata do sapo Pepe.

A maioria das pessoas provavelmente não entende o que é um meme. Pode não compreender seus conceitos e funcionamentos, suas motivações, ou sequer achar graça. Mas uma coisa é certa: todos já se depararam ou ainda vão se deparar com um meme<sup>3</sup>. A

<sup>3</sup> A acepção de meme a partir de Dawkins incorpora um significado mais amplo e que pode se realizar tanto online como offline. Ele define memes como unidades de cultura que se espalham de pessoa a pessoa por cópia ou imitação. No entanto, é importante deixar claro que, neste trabalho, trataremos apenas de memes

internet está cheia de casos como este, em que alguma pessoa, personagem, situação “vira meme”, para alegria — ou tristeza — dos envolvidos. Os memes deixaram de fazer parte de um submundo da internet pertencente à nerds, geeks e *trolls*, iniciados nas lógicas da vida online, e agora figuram nas capas dos sites e jornais de referência no Brasil e no mundo como maneira de explicar a realidade em que vivemos. E não importa o tema: seja a situação política, social, particular, seja o cotidiano, tudo pode virar conteúdo de memes.

Em junho de 2017, a revista Exame publicou uma matéria intitulada “Memes contra o caos: a maneira brasileira de lidar com a crise”<sup>4</sup>. Já o site El País fala do desconforto no Departamento de Divulgação de Imagens da Presidência de Michel Temer, que foi — e continua sendo — alvo de memes constantemente<sup>5</sup>. Conflitos internacionais não são poupados, como constatou a Folha de São Paulo em matéria falando sobre a “Guerra de memes” entre Rússia e Ucrânia<sup>6</sup>.

Contudo, nem só de crises e conflitos vivem os memes. Uma juíza pernambucana fez sucesso na internet ao explicar direito penal criando memes com imagens de bichinhos<sup>7</sup>. E o Brasil, apesar de não ser mais uma monarquia, coroou em 2017 a cantora Gretchen como sua Rainha dos Memes<sup>8</sup>. Ainda, Brasil e Portugal entraram em um conflito, que foi considerado a “Primeira Guerra Memeal”<sup>9</sup>, motivada por um suposto roubo de memes por parte do antigo país colonizador<sup>10</sup>.

---

imagéticos e no âmbito da internet, de forma que, a partir de agora, toda a vez que utilizarmos o termo “meme”, estamos nos referindo a memes nessa acepção de imagem.

<sup>4</sup> Memes contra o caos: a maneira brasileira de lidar com a crise. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/memes-contra-o-caos-a-maneira-brasileira-de-lidar-com-a-crise/#>>. Acesso em: 1 nov. 2017.

<sup>5</sup> Fora meme? Como o Governo Temer virou inimigo da indústria das piadas na internet. Disponível em: <[http://brasil.elpais.com/brasil/2017/05/27/ciencia/1495899503\\_382776.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2017/05/27/ciencia/1495899503_382776.html)>. Acesso em: 1 nov. 2017.

<sup>6</sup> Conflito entre Ucrânia e Rússia acaba em guerra de memes no Twitter. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2017/06/1889187-conflito-entre-ucrania-e-russia-acaba-em-guerra-de-memes-no-twitter.shtml>>. Acesso em: 1 nov. 2017.

<sup>7</sup> Juíza faz memes com catoros e gatíneos <3. Disponível em: <<http://blogs.correiobraziliense.com.br/maisbichos/juiza-faz-memes-com-catoros-e-gatineos/>>. Acesso em: 1 nov. 2017.

<sup>8</sup> Em Manaus, Gretchen comemora título de 'Rainha dos Memes': 'ganhei 'filhos' na internet'. Disponível em: <<http://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/em-manaus-gretchen-comemora-titulo-de-rainha-dos-memes-ganhei-filhos-na-internet.ghtml>>. Acesso em: 1 nov. 2017.

<sup>9</sup> “Brasil vence 'Primeira Guerra Memeal' entre 'BR' e 'PT'”. Disponível em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/nas-redes/post/brasil-vence-primeira-guerra-memeal-entre-br-e-pt.html>>. Acesso em: 1 nov. 2017.

<sup>10</sup> Spoiler: o Brasil saiu vencedor.

Figura 4: meme da juíza Carolina Malta explica o conceito de flagrante delito.



Fonte: Malta (2017)

A popularidade dos memes é tamanha que uma série de enciclopédias ou explicadores foram criados para auxiliar os novatos a entenderem, afinal, o que os memes significam. Entre eles, temos o internacional “*Know Your Meme*” e os brasileiros “Memepedia” e “Museu dos Memes”. O canal de televisão a cabo TNT lançou em 2017 uma espécie de telejornal, que é publicado no YouTube duas vezes por semana, chamado “Jornal do Meme”<sup>11</sup>. No estilo “bancada de telejornal”, dois apresentadores falam sobre os memes mais populares da semana, explicando seus contextos e usos para o espectador. Os “geradores de memes” têm seu papel na popularidade dos memes: se antes era preciso conhecer o funcionamento de editores de imagens, os sites e aplicativos de *smartphone* geradores de memes permitem que se “crie” um meme a partir de modelos já predeterminados com grande facilidade.

Esta pesquisa dá seguimento à nossa dissertação de mestrado (LOHMANN, 2015), buscando aprofundar o que definimos como “imaginário comunicacional”. Não somente por se tratar uma indicação da banca de defesa, mas por ser um conceito inédito

<sup>11</sup> “Jornal do Meme”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UC5sIFumaA1rM1FdTvXURb4g>>. Acesso em 6 nov. 2017.

e que nos parece basilar para entender o homem contemporâneo, em meio a esse imaginário comunicacional gerador e gerado pela técnica, conectado constantemente à internet. É através do imaginário que se dá a simbolização de nossos medos e esperanças; que se conectam as dimensões políticas, sociais, históricas e culturais dos fenômenos. O imaginário comunicacional diz respeito a essa simbolização nas relações sociais, na cultura e na comunicação, onde temos acesso e compartilhamos essa miríade de imagens que são objeto de nosso estudo.

A trajetória de construção desta tese se mostrou penosa: encontramos dificuldade em lançar os alicerces da pesquisa partindo da proposta de imaginário comunicacional. Uma ideia, porém, se mantinha constante durante esse processo de reestruturação do projeto: a exorbitante quantidade de imagens a que temos acesso diariamente — nas redes sociais, nas mídias de massa, na comunicação interpessoal, etc. — e a crescente visibilidade dos memes na internet extrapolando o seu âmbito notório de circulação.

Conforme discorremos em Lohmann (2015), Contrera, (2003), ao constatar os traços titânicos dos meios de comunicação — os excessos e exageros, a ostentação, a velocidade em detrimento do sentido, a empolgação tecnológica (ou o reencantamento da técnica) —, já apontava o caminho para um estudo maior do que aquele a que havíamos nos proposto a fazer na dissertação: compreender e conceituar o que seria o imaginário comunicacional de nosso tempo.

As características dispostas por Lopéz-Pedraza (1997) e Contrera (2003) sobre o titanismo — perseguição obcecada pelo enriquecimento sem limites, pela vida e juventude eterna, poder político, ostentação e excesso, a estética do consumo e o capitalismo desenfreado — nos indicariam uma heterogenia em relação ao mundo, uma espécie de recuo autístico e gigantismo. Na dissertação, consideramos que essas características, que foram percebidas em nossa análise no aplicativo para *smartphones* Instagram, eram reproduzidas em outras ferramentas e redes sociais (como Twitter, Facebook, Snapchat, etc.) e pela própria Comunicação em si através dos meios de comunicação de massa. Consideramos o titanismo a grande marca Instagram, que por nós foi avaliada como ferramenta exemplar do que seria esse imaginário comunicacional.

A análise de um único aplicativo de *smartphone* como o Instagram foi a porta de entrada, mas se mostrou insuficiente para sustentar a noção de um imaginário

comunicacional. Os memes se tornaram muito populares e isso nos indica que pode existir uma mobilização de conteúdos simbólicos. Fenômenos coletivos em si são indício da força de um simbolismo. A quantidade exorbitante de imagens técnicas e a crescente visibilidade dos memes nos parecem uma manifestação sintomática desse imaginário contemporâneo. E, aqui, não nos referimos a sintomas pensando em cura, patologias, doenças, medicações, paliativos — termos que podem ser vistos com uma valorização negativa e com necessidade de resolução —, mas, sim, em uma manifestação perceptível do imaginário coletivo.

O homem contemporâneo é pautado por suas habilidades nas redes sociais a partir da exigência da publicização do privado, a obsessividade da partilha da intimidade e a da exorbitante quantidade de imagens. Antes relegados à marginalidade, os memes hoje figuram reconhecidos sites de notícias como maneira de explicar a realidade do mundo (seja política, social, particular, etc.), fazem parte das comunicações interpessoais, e se tornaram produtos a serem consumidos. Nesse contexto, de que imaginário comunicacional os memes são manifestações?

Desta forma, é objetivo geral desta tese compreender a dinâmica e o trajeto dos memes em meio à pletera de imagens no contexto do imaginário comunicacional. Como objetivos específicos, podemos listar: i) descrever a trajetória histórica e conceitual dos memes; ii) investigar a multiplicação dos memes enquanto representativa da miríade de imagens no imaginário contemporâneo; iii) descrever uma possível gramática de memes e suas relações com o imaginário; e iv) descrever o papel dos memes como manifestação do imaginário coletivo.

Nossa metodologia vai se dar, inicialmente, com uma pesquisa bibliográfica visando à construção da base teórica, buscando os conceitos necessários e avaliando o estado atual do objeto empírico. Stumpf explica que este modelo de pesquisa “servirá também como auxílio na busca de instrumentos, procedimentos e amostragens possíveis para alcançar a solução do problema proposto” (STUMPF, 2005, p. 54). Desta forma, articularemos os teóricos que trabalham na linha de nosso interesse, fertilizando suas proposições com nossas próprias reflexões. Este procedimento permanecerá em todas as etapas de elaboração e execução da pesquisa, uma vez que a imersão no corpo empírico exige o retorno à teoria para compreendermos os fenômenos.



Nossa visão de Comunicação parte de um conceito alargado: não apenas Comunicação como sinônimo de meios de comunicação de massa ou mídias, mas, também, a Comunicação interpessoal. A comunicação humana seria, segundo Flusser (2007, p. 90) a luta do homem contra a natureza — um processo cujo objetivo seria fazer o homem esquecer-se da condição em que se encontra: sozinho, incomunicável, que a morte é iminente, enfim, "[...] da brutal falta de sentido de uma vida condenada à morte".

Muniz Sodré (2014) nos acrescenta sua concepção de comunicação que vai contribuir para a forma como tratamos o tema: originalmente, comunicar significa “agir em comum”, vincular, relacionar, organizar ou se deixar organizar pela dimensão do ordenamento simbólico do mundo. Ou seja, “[...] comunicação significa, de fato, em sua radicalidade, o fazer organizativo das mediações imprescindíveis ao comum humano, a resolução aproximativa das diferenças pertinentes em formas simbólicas” (SODRÉ, 2015, p.15). Manuel João Vaz Freixo (2012), apresenta um grande panorama da Comunicação que ele define como uma “visão integrada”, que também vai nos ajudar na articulação das diversas instâncias de comunicação e seus diferentes contextos: a “comunicação interpessoal”, a “comunicação em pequeno grupo”, a “comunicação organizacional” e, finalmente, a “comunicação de massas”.

Nossa base teórica parte da Teoria Geral do Imaginário de vertente arquetipológica, proposta por Gilbert Durand, para quem a consciência da morte é base da experiência humana, em que a morte seria “superada” através do imaginário: todo o esforço criativo serve como uma forma de enfrentamento da passagem do tempo. A partir da mitocrítica de Durand — que consiste em um recenseamento de imagens simbólicas em um material cultural — iremos realizar uma leitura simbólica das práticas que envolvem os memes, buscando evidenciar imagens simbólicas particulares do fenômeno memético e conseguindo situar o seu imaginário alimentado e alimentador em um contexto histórico, social, cultural, e em suas dimensões antropológicas

Partiremos da hipótese construída na dissertação de mestrado: uma miríade de imagens que indicam uma manifestação perceptível do imaginário coletivo. Essa, porém, não será uma hipótese de pesquisa, mas sim uma *hipótese de trabalho*, que será usada como base para organizar nossa observação, conforme argumenta Braga (2005):

A questão (ou problema da pesquisa) pode tomar então a seguinte forma: Se esta hipótese é verdadeira (e trabalharemos como se fosse), o que poderemos descobrir sobre os processos em pauta, estando munidos de tal afirmação?

Note que aqui não vamos investigar a hipótese — vamos tomá-la de antemão como verdadeira e usá-la como modo ou instrumento para direcionar as observações (p. 289).

Se tratando de um campo enorme, extremamente complexo e de constante mutabilidade, a pesquisa na internet apresenta o desafio da escolha da amostra ou corpus. Segundo Fragoso, Recuero e Amaral (2013), essas características inviabilizam a realização de observações com total grau de abrangência:

A internet é um universo de investigação particularmente difícil de recortar, em função de sua escala (seus componentes contam-se aos milhões e bilhões), heterogeneidade (grande variação entre as unidades e entre os contextos) e dinamismo (todos os elementos são permanentemente passíveis de alteração e a configuração do conjunto se modifica a cada momento) (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013, p. 55).

Essas características da internet, segundo as autoras, colocam em xeque estratégias de recorte e seleção de amostras estabelecidas tanto na pesquisa quantitativa quanto na qualitativa. Sendo impossível abranger a internet como um todo, uma amostra deverá ser escolhida, e as autoras enfatizam a necessidade de clareza e honestidade com que os pesquisadores “[...] explicitam seus processos de seleção e recorte — nos exemplos, de chamar a atenção do público para o fato de aquele ou aqueles casos estão sendo destacados porque são peculiares” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013, p. 59).

A amostragem será o momento em que os sucessivos processos de simplificação e subdivisão ocorrerão de forma mais evidente. Fragoso, Recuero e Amaral (2013) ressaltam a ideia de construção da amostra e da pesquisa, alertando para a artificialidade dos recortes intrínsecos à pesquisa e para sua importância. É em virtude dessa intencionalidade na construção da amostra que não se deve equivocar-se em generalizações.

As autoras apresentam um exemplo de amostra intencional, que nos servirá de base para construir nossa amostra:

[...] escolheram relatar experiências que viveram ou testemunharam, mas, para além da conveniência, seu principal critério de seleção foi a relevância dos casos escolhidos, todos casos extremos ou demarcadores de um novo grupo de fenômenos que ainda começavam a ser estudados. Nesse sentido, não trabalharam com amostra por conveniência, mas intencionais (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013, p. 58).

De acordo com Fragoso, Recuero e Amaral (2013), a pesquisa com amostras intencionais e casos extremos é importante para registrar a existência de situações ou elementos recentes. A pesquisa qualitativa nos auxiliará a obter uma compreensão

aprofundada do fenômeno estudado, nos auxiliando a selecionar os elementos mais significativos para o problema de pesquisa. As estratégias para a construção de amostras intencionais dependem “[...] do problema de pesquisa, bem como das características do universo observado, da vinculação teórica do pesquisador, do tempo e dos recursos disponíveis para a pesquisa, etc.” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013, p. 69).

Nossa amostra qualitativa será, então, selecionada inicialmente de forma intencional, ou seja, conforme critérios que derivam do nosso problema de pesquisa, das características do universo observado e das condições e métodos de observação e análise. Além disso, a seleção de casos extremos, que se destacam dos demais por excesso ou falta de peculiaridades relevantes para o problema de pesquisa vai nos auxiliar a perceber características que passariam despercebidas em elementos mais próximos ao padrão médio do universo de pesquisa. Inicialmente, na qualificação dessa tese, utilizamos somente a pesquisa qualitativa. No entanto, a pesquisa quantitativa — com a apreensão de variações, padrões, tendências, e importante para a generalização dos resultados — também mostrou-se necessária para a conclusão dessa pesquisa.

Estudaremos os memes a partir do ponto de vista das Teorias do Imaginário da Escola de Grenoble, fundada por Gilbert Durand (1996; 1997; 2000; 2011), que conta com a herança parcial de Mircea Eliade (1984; 2002) e Jung (1978), e cujo capital heurístico vem sendo ampliado por autores como Wunenburger (2007, 2018). Nossa perspectiva sobre a Memética e internet partirá de autores como Shifman (2014a; 2014b), Phillips (2015), Recuero (2014) e Fragoso, Recuero e Amaral (2013).

Phillips (2015) aponta um interessante caminho para a pesquisa, que Shifman (2014a) também havia indicado: segundo Phillips, Ryan Milner, estudioso da cultura participativa, teoriza que os memes são uma "língua franca" (ou seja, uma linguagem de ponte) que une coletivos participativos on-line: “[...] memes só fazem sentido em relação a outros memes e permitem que os participantes falem de forma clara e coerente para outros membros do coletivo enquanto desconcerta aqueles que estão fora da rede de afinidade”<sup>12</sup> (PHILLIPS, 2015, p. 22)

---

<sup>12</sup> No original, em Inglês: “[...] as well as participatory scholar Ryan Milner, who theorizes that memes are a ‘lingua franca’ (i.e., a bridge language) uniting participatory online collectives. This last point in particular captures the *trolls*’ use of the term, as memes within the *troll* space compose a holistic system of meaning: memes only make sense in relation to other memes, and allow participants to speak clearly and coherently to other members of the collective while baffling those outside the affinity network”.

Este trabalho se propõe a discutir a mobilização de conteúdos simbólicos nas produções de sentido dos memes. Para isso, mapearemos os conceitos sobre memes e concepções e teorias sobre imaginário e Comunicação. Decuparemos exhaustivamente as características e analisaremos a produção de memes; e, por fim, verificaremos a possível existência de uma movimentação dos memes da marginalidade para a cultura *mainstream* através da noção de Tópica Sociocultural de Gilbert Durand. A análise de um corpus específico de memes não será suficiente para compreendermos esse fenômeno: será preciso ir às suas origens, estudando-o de forma integral.

Fenômenos como os memes se tornaram muito populares nos últimos anos e enquanto produção da cultura, são espaços de manifestação de imagens simbólicas que se organizam segundo um certo imaginário (THOMAS apud BARROS, 2014, p. 51). De acordo com Barros (2014), é da união de autores como Jung, Eliade, Durand, que salta uma compreensão comum sobre a imagem como sendo antes de tudo simbólica (ou seja, não dependente da percepção). Essa noção parece fundamento que indica a que paradigma se filia uma determinada pesquisa inscrita nos Estudos do Imaginário de vertente arquetipológica.

Nesse contexto, do homem contemporâneo pautado por sua aptidão nas redes sociais e da pletera de imagens, observamos os memes, — antes relegados à marginalidade, hoje sendo reconhecidos como artefatos importantes da cultura pop — fazendo parte das comunicações interpessoais, e se tornaram produtos a serem consumidos. De que imaginário os memes são manifestações?

Figura 5: o engraçado cachorro da raça Chihuahua é um meme de entonação irônica, utilizado como um questionamento de comportamentos fora dos padrões do senso comum dos usuários das redes.



Fonte: Polêmico (2017)

A pesquisa sobre memes ainda é incipiente nas pesquisas de pós-graduação do Brasil: em consulta ao banco de teses e dissertações da Capes, obtivemos apenas nove resultados para a área de Comunicação de trabalhos concluídos entre 2013 e 2017<sup>13</sup>. Esses dados corroboram Shifman (2014a), que afirma que até pouco tempo os memes eram quase que ignorados pela área da Comunicação. Isso, no entanto, não significa que o tema não tenha relevância para a área de pesquisa. Conforme buscamos evidenciar anteriormente, os memes de internet se encontram atualmente em diversas instâncias da sociedade: estão nos sites e jornais de referência no Brasil e no mundo como maneira de explicar a realidade em que vivemos; fazem parte das conversas nas redes sociais; se tornaram produtos a serem consumidos (seja como aplicativos para smartphones, jogos de cartas, peças para vestuários ou brinquedos). Uma série de enciclopédias, museus, explicadores, geradores de memes e até um jornal foram criados para os não iniciados no tema. Sékula (2016), por exemplo, apresenta os memes como exercício de contrapoder a discursos político-midiáticos, realizando um estudo de caso a sobre os debates eleitorais de 2014 no Brasil.

<sup>13</sup> Pesquisa realizada em novembro de 2017.

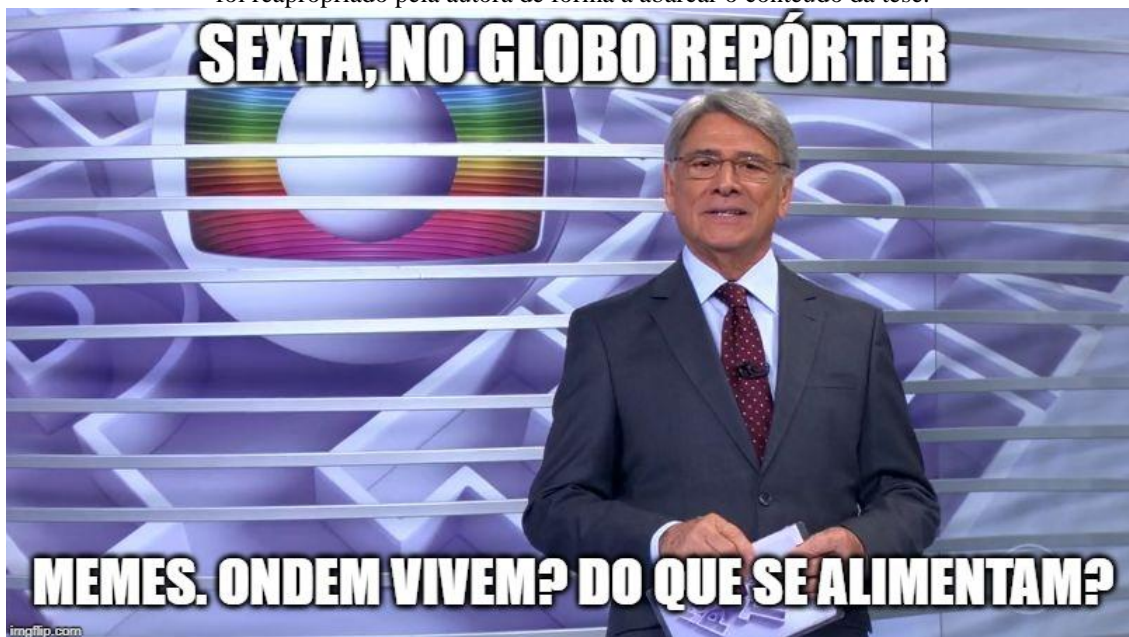
Diversos artigos sobre memes, no entanto, estão sendo apresentados em congressos no país. Isso indica uma mudança em relação à importância que a área atribui ao tema; artigos são mais ágeis do que teses e são excelentes para tratar de um tema em vertiginosa atualização. A partir da comparação das referências bibliográficas desses artigos, pudemos perceber que boa parte da pesquisa sobre o tema no país se ampara nas obras em língua inglesa, com livros e artigos de difícil acesso e poucas obras na língua nativa. Nós mesmos tivemos dificuldade em obter diversas obras não publicadas no Brasil. Com o maior reconhecimento do tema na área de Comunicação, dissertações e teses devem surgir em maior profusão. Em relação à filiação teórica, entre os nove trabalhos que obtivemos no repositório da Capes, nenhum deles trata dos memes a partir da Teoria Geral do Imaginário.

Os memes se tornaram muito populares e isso nos indica que pode existir uma mobilização de conteúdos simbólicos. Fenômenos coletivos em si são indício da força de um simbolismo. Eles são produtos bem concretos, que se oferecem ao estudo e que podem ser reveladores do imaginário que os motiva: “Sendo a imagem o caminho incontornável através do qual conhecemos o mundo, conhecê-la é necessário para termos nosso lugar na grande mutação epistemológica de hoje” (THOMAS apud BARROS, 2014, p. 53). De acordo com Barros (2014), a Comunicação, movimentada por fenômenos efêmeros, se apresenta como campo ideal para verificarmos a extensão e a profundidade da transformação ou da constância dos imaginários.

Dessa maneira, acreditamos ser possível compreender onde se insere e como se define esse imaginário do homem contemporâneo, ocidental, hábil nas redes sociais em meio à exigência da publicização do privado e da obsessividade da partilha da intimidade através dessa pletora de imagens.

## 2 MEMES: ONDE VIVEM? DO QUE SE ALIMENTAM?

Figura 6: baseado na frase tradicional de abertura do programa de televisão Globo Repórter, esse meme foi reapropriado pela autora de forma a abarcar o conteúdo da tese.



Fonte: elaborada pela autora.

Iniciaremos nossa tese apresentando conceitos fundamentais da memética a partir de Shifman (2014a; 2014b) e Recuero (2014) e as noções discrepantes sobre memes a partir da academia e do senso comum (Lupinacci, 2017). Vamos diferenciar o conceito de meme de viral e trataremos da lógica hipermemética, buscando compreender aspectos fundamentais da cultura contemporânea hiperconectada (Sibilia, 2008).

Os memes circulam em diversas esferas tanto *online* quanto *offline*: redes sociais, sites de notícias, produtos para consumo, conversas e gírias. No entanto, ainda existe uma falta de consenso sobre o que, afinal de contas, é um meme. Este capítulo pretende discorrer sobre o que o senso comum e a academia entendem como meme, assim como diferenciar as noções de “meme” e “meme de internet”. Além disso, propõe discutir alguns dos atributos fundamentais dos memes na internet, e trazer apontamentos iniciais sobre a *lógica himermemética*.

De acordo com Lupinacci (2017), no senso comum, o meme é algo que se espalha rapidamente na internet ou então é amplamente imitado. O termo também é vinculado a um tipo de conteúdo específico, quase sempre de teor humorístico: “[...] nesse contexto especificamente, ‘virar meme’ significaria tornar-se objeto de piadas que propagam-se

muito e rapidamente pelas plataformas de sociabilidade online” (LUPINACCI, 2017, p. 53). A autora salienta, no entanto, que o humor, apesar de ser utilizado como recurso para aumentar a circulação de conteúdos na internet, não é uma qualidade obrigatória de um meme.

Segundo Lupinacci (2017), não há uma explicação do que significa “meme”, que é amplamente utilizado em diversas esferas sem um esforço de problematização ou explicação do conceito. Em sua pesquisa, a autora constatou que o meme acaba sendo entendido, com frequência, não em seu conceito abstrato, mas na sua manifestação material: imagens estáticas ou GIFs animados, “[...] ou até mesmo sua forma — uma fotografia ou desenho, acompanhado de uma ou duas frases com tipografia Impact na cor branca” (LUPINACCI, 2017, p. 53)<sup>14</sup>. Para a autora, essa noção é insuficiente: “[...] entendemos aqui que uma imagem, por si só, não pode ser considerada um ‘meme’. Um meme é composto por um conjunto, uma rede (de imagens, texto, vídeos, e também das práticas envolvidas na relação com esses conteúdos), e não uma unidade isolada” (LUPINACCI, 2017, p. 59).

De acordo com Shifman (2014b), um dos problemas na pesquisa sobre memes, além da definição do que o termo significa, é a dificuldade de diferenciação de termos competidores como “viralidade”, que costuma ser usada de forma equivalente com meme. Para Lankshear e Knobel (2007) apud Shifman (2014a), os usuários de internet empregam a palavra “meme” para descrever a rápida aceitação e propagação de uma ideia em particular apresentada como texto escrito, imagem, jogo de linguagem ou outra unidade cultural. Esse uso do termo difere completamente do uso da academia, que afirma que a longevidade é a chave para um estudo sério sobre memética, já que os memes bem-sucedidos seriam os definidos, entre outras qualidades, como mais longevos. Além disso, para a academia, o objeto de análise da memética é abstrato e controverso; os usuários de internet, no entanto, tendem a atribuir o termo meme a algum conteúdo observável audiovisual, como vídeos do YouTube, e imagens humorísticas.

De acordo com Shifman (2014a), são três os atributos chave para a viralidade: (1) é um modo de difusão de pessoa a pessoa; (2) grande velocidade, que é aumentada pelas plataformas de mídias sociais; e (3) alcance amplo, que é obtido pela ponte entre múltiplas redes.

---

<sup>14</sup> A exemplo do meme que ilustra o começo deste capítulo.



A grande diferença entre memes de internet e virais se relaciona com a variabilidade: enquanto os virais abrangem uma única unidade cultural (como um vídeo, uma foto ou uma piada) que se propaga com muitas cópias, um meme de internet é sempre uma coleção de textos<sup>15</sup> (SHIFMAN, 2014a, p. 56).

Shifman (2014a) propõe pensarmos em memes e virais como duas pontas de um espectro dinâmico (ao invés de uma dicotomia binária). A autora afirma que, provavelmente, um conteúdo puramente viral não exista: uma vez que um vídeo ou uma foto atinjam um certo grau de popularidade na internet, está fadada a ser alterada por alguém. Ela também apresenta um elemento temporal: muitos vídeos meméticos começaram como vídeos virais e para depois serem transformados em memes. A segunda afirmação de Shifman (2014a) é que memes e virais devem ser pensados como duas maneiras diferentes de engajamento, ao invés de uma forma mais passiva e outra mais ativa.

Ao contrário do que o senso comum possa indicar, o conceito de meme não surgiu na era da internet. O termo “meme” foi cunhado por Richard Dawkins em 1976 para “[...] descrever pequenas unidades de cultura que se espalham de pessoa a pessoa por cópia ou imitação”<sup>16</sup> (SHIFMAN, 2014a, p.2). De acordo com Recuero (2014), Dawkins compara a evolução cultural com a evolução genética, onde o meme é o “gene” da cultura, se perpetuando através das pessoas, seus replicadores. A palavra “meme” deriva do grego *mimema*, que significa “algo que é imitado”, que Dawkins encurtou para rimar com “gene”.

A definição de Dawkins, de acordo com Shifman (2014a), parte de uma tentativa de aplicar a teoria da evolução para as mudanças culturais, definindo memes como pequenas unidades culturais de transmissão análogas aos genes, se espalhando de pessoa a pessoa por cópia ou por imitação: “[...] memes não surgiram com a internet; eles sempre fizeram parte da sociedade humana. No entanto, eu argumento que a era digital de fato modificou alguns aspectos fundamentais dos memes”<sup>17</sup> (SHIFMAN, 2014a, p. 24).

---

<sup>15</sup> No original, em Inglês: “The main difference between internet memes and virals thus relates to variability: whereas the viral comprises *a single cultural unit* (such as a video, photo, or joke) that propagates in many copies, an internet meme *is always a collection of texts*” .

<sup>16</sup> No original, em Inglês: “The term “meme” was coined by Richard Dawkins in 1976 to describe small units of culture that spread from person to person by copying or imitation”.

<sup>17</sup> No original, em Inglês: “[...] memes were not born with the internet; they were always part of human society. However, I argue that the digital era did change some fundamental aspects of memes”.

Entre os exemplos de memes pré-internet, temos: melodias, frases de efeito, moda de vestir-se, assim como crenças abstratas (o conceito de Deus, por exemplo). Segundo Shifman (2014a), assim como os genes, os memes são definidos como replicadores que sofrem variação, competição, seleção e retenção, de forma que somente memes adequados ao seu ambiente sociocultural se espalham com sucesso enquanto outros se tornam extintos. O ato de reproduzir e compartilhar o meme criaria um laço invisível na comunidade, um senso de pertencimento do indivíduo em uma irmandade.

Shifman (2014a) afirma que o conceito de meme não é apenas útil para entender tendências culturais, já que ele simboliza a própria essência da era da Web 2.0. E apesar de o termo ter sido cunhado na era pré-internet, o contexto único no qual nos encontramos atualmente tornaram a difusão dos memes uma rotina altamente ubíqua e manifesta:

Se, no passado, o indivíduo era exposto a uma versão de meme em um determinado momento (por exemplo, ouviu uma versão de uma piada em uma festa), hoje em dia é preciso apenas alguns cliques do mouse para ver centenas de versões de qualquer meme imaginável. Assim, os memes estão agora presentes na esfera pública e não como entidades esporádicas, mas como enormes grupos de textos e imagens<sup>18</sup>(SHIFMAN, 2014b, p. 341).

A primeira grande diferença entre um meme tradicional e um meme de internet está na consciência dos indivíduos de um “cenário” dos memes em geral. Se a era pré-internet uma pessoa era exposta a um número limitado de memes, na era da internet os memes fazem parte dos ambientes públicos e privados não como unidades eventuais, mas como um grupo enorme de textos e imagens. Além disso, nos memes de internet o criador ou a pessoa que figura o meme pode ter um papel especial, como em fotos, vídeos ou performances. De acordo com Shifman, “[...] esse atributo se alinha com uma lógica social comum: em uma era marcada pelo ‘individualismo em rede’, as pessoas usam os memes para simultaneamente expressar sua singularidade e sua conectividade”<sup>19</sup> (2014a, p. 28).

Shifman (2014a) afirma que nós deveríamos observar os memes de uma perspectiva orientada para a Comunicação. O termo, inicialmente cunhado por biólogos,

---

<sup>18</sup> No original, em Inglês: “If, in the past, individuals were exposed to one meme version at a given time (for instance, heard one version of a joke at a party), nowadays it takes only a couple of mouse clicks to see hundreds of versions of any meme imaginable. Thus, memes are now present in the public sphere not as sporadic entities, but as enormous groups of texts and images”.

<sup>19</sup> No original, em Inglês: “[...] this attribute aligns with a common social logic: in an era marked by ‘network individualism’, people use memes to simultaneously express both their uniqueness and their connectivity”.

foi adotado — e disputado — por filósofos, antropólogos, psicólogos, linguistas e folcloristas. No entanto, tem sido quase ignorado pela área de Comunicação. Segundo a autora, até o século 21 a pesquisa em Comunicação de massa se sentiu confortável em ignorar os memes porque eles eram considerados irrelevantes para compreender os conteúdos das mídias de massa: “Em um tempo marcado pela convergência das plataformas de mídia, quando os conteúdos circulam rapidamente de um meio para o outro, memes se tornaram mais relevantes que nunca para os saberes da Comunicação”<sup>20</sup> (SHIFMAN, 2014a, p. 7).

A definição proposta pela autora do que seriam memes ajuda a analisá-los como discursos públicos socialmente construídos, em que as variâncias meméticas representam diversas vozes e perspectivas:

Em vez de retratar os memes como como uma unidade cultural única que se propagou com sucesso, eu sugiro definir um meme de internet como (a) *um grupo de itens digitais que compartilham características* de conteúdo comuns, forma e/ou posição; (b) que foram criados *com a consciência uns dos outros*; e (c) circularam, foram imitados, e/ou transformados *através da internet por muitos usuários*<sup>21</sup> (SHIFMAN, 2014a, p. 41, grifos da autora).

De acordo com Recuero (2014), o estudo dos memes estaria diretamente vinculado com o estudo da difusão da informação, do tipo de ideias que são trocadas entre as pessoas ou as que acabam sendo deixadas de lado, no que ela considera uma forma básica de aprendizado social através da imitação. Compreender as características da informação que é replicada na internet é também parte da compreensão das motivações através das quais os atores sociais as difundem. Haveria, então, um processo de seleção, que privilegiaria determinadas características, fazendo com que alguns memes sejam mais copiados que outros:

A partir dessa perspectiva, Dawkins (1979) e Blackmore (1999) apontam como características essenciais dos memes para a sua sobrevivência: a longevidade, a fecundidade e a fidelidade das cópias. A longevidade é a capacidade do meme de permanecer no tempo. A fecundidade é sua capacidade de gerar cópias. Por fim, a fidelidade é a capacidade de gerar cópias com maior semelhança ao meme original (RECUERO, 2014, p. 124).

---

<sup>20</sup> No original, em Inglês: “In a time marked by a convergence of media platforms, when content flows swiftly from one medium to another, memes have become more relevant than ever to communication scholarship”.

<sup>21</sup> No original, em Inglês: “Instead of depicting the meme as a single cultural unit that has propagated successfully, I suggest defining an internet meme as (a) *a group of digital items sharing common characteristics* of content, form, and/or stance; (b) that were created *with awareness of each other*; and (c) were circulated, imitated, and/or transformed *via the internet by many users*”.

Recuero (2014) busca relacionar a difusão de informações à teoria dos memes, o que pode nos ajudar a aproximar os memes da Comunicação. De acordo com a autora, autoridade, popularidade e influência são valores relacionados com o capital social observado nas redes sociais, importantes para o estudo da difusão de informações nessas redes porque podem auxiliar na compreensão das motivações pelas quais essas informações são difundidas. Para a autora, “[...] a presença de memes é relacionada ao capital social, na medida em que a motivação dos usuários para espalhá-las é, direta ou indiretamente, associada a um valor de grupo” (RECUERO, 2014, p. 130). A visibilidade e a popularidade seriam essenciais para a propagação de um meme, assim como a reputação e a autoridade lhe confeririam valor de influência. Memes também seriam relacionados com o capital social relacional, “[...] que é voltado para os memes cujo valor está na sociabilidade da rede que o difunde, na complexificação dos laços sociais e, mesmo, na ampliação da própria rede; e o cognitivo, que é relacionado ao valor da informação do que circula nessa rede” (BERTOLINI; BRAVO apud RECUERO, 2014, p. 133)

Outro atributo fundamental para os memes, de acordo com Shifman (2014a) é a intertextualidade. Com frequência os memes se relacionam entre si de maneira complexa, criativa e surpreendente. A intertextualidade, além de uma nova arena de expressão *bottom-up*<sup>22</sup>, se mescla com as culturas pop, política e de participação de maneira inesperada. Os memes seriam, então, fragmentos triviais da cultura pop; no entanto, um olhar mais aprofundado revelaria “[...] que eles têm um papel integral em alguns dos eventos definidores do século 21”<sup>23</sup> (SHIFMAN, 2014a, p. 6). Shifman explora a utilidade dos memes para entender a cultura digital, e a cultura digital é definidora da nossa época: a autora propõe usar os memes como um prisma para entender determinados aspectos da cultura contemporânea.

Conforme elucidado anteriormente, existe uma discrepância na forma como o senso comum e a academia percebem os memes, e Shifman tenta fazer uma ponte entre

---

<sup>22</sup> “O ‘*bottom-up*’ é o mecanismo da emergência, pois denota como esses comportamentos devem vir ‘de baixo para cima’ em um determinado sistema. A emergência aparece com o surgimento de comportamentos coletivos, não centralizados” (RECUERO, 2014, p. 80).

<sup>23</sup> No original, em Inglês: “Ostensibly, they are trivial pieces of pop culture; yet, a deeper look reveals that they play an integral part in some of the defining events of the twenty-first century”.

eles. Segundo ela, os usuários de internet “*are on to something*” — estão por dentro de algo — e os pesquisadores deveriam segui-los:

Usuários parecem ter percebido que o conceito de meme encapsula alguns dos aspectos mais fundamentais da cultura digital contemporânea. Como muitos aplicativos da Web 2.0, memes se difundem de pessoa a pessoa, mas dão forma e refletem mentalidades sociais gerais. O termo descreve a reprodução cultural como dirigida por diversos meios de cópia e imitação — práticas que se tornaram essenciais na cultura digital contemporânea<sup>24</sup> (SHIFMAN, 2014a, p. 4).

Nessas circunstâncias, os memes criados por usuários não são apenas práticas predominantes, elas também se tornariam pilares valiosos da chamada cultura de participação, no que a autora define como operada por uma lógica hipermemética, em que quase todos os grandes eventos públicos fazem brotar uma corrente de memes. Uma das atividades constitutivas da Web 2.0, de acordo com Shifman (2014a) seria o “compartilhar”, que emergiu como uma lógica central cultural. Eu compartilho um item e ao mesmo tempo expresso como me sinto a respeito, antecipo que os outros vão continuar espalhando o item. Dessa forma, a lógica hipermemética é definida por Shifman:

Nos últimos anos, compartilhar, imitar, remixar e usar medições de popularidade se tornaram pilares altamente valorizados da cultura participatória, parte e parcela do que é esperado de um internauta ‘digitalmente letrado’. Esse novo ambiente é dominado pelo que eu chamo de lógica hipermemética<sup>25</sup> (SHIFMAN, 2014a, p. 23).

Aqui, o “hiper” não é utilizado pelo fato de os memes se espalharem mais rápida e largamente que antes, mas pela sua evolução como um novo vernáculo que permeia muitas esferas de expressão digitais e não-digitais. E quando verificamos que os memes se encontram em outras esferas que seu âmbito notório de circulação, a lógica hipermemética, segundo Shifman (2014a), assume um significado ainda maior, pois retrata a cultura na qual os memes têm uma presença multidimensional. Poderia essa lógica hipermemética ser uma das manifestações desse imaginário?

---

<sup>24</sup> No original, em Inglês: “Users seem to have sensed that the meme concept encapsulates some of the most fundamental aspects of contemporary digital culture. Like many Web 2.0 applications, memes diffuse from person to person, but shape and reflect general social mindsets. The term describes cultural reproduction as driven by various means of copying and imitation – practices that have become essential in contemporary digital culture”.

<sup>25</sup> No original, em Inglês: “In the last few years, sharing, imitating, remixing, and using popularity measurements have become highly valued pillars of participatory culture, part and parcel of what is expected from ‘digital literate’ netizens. This new environment is dominated by what I call a *hypermemonic logic*”.

Um dos prismas que Shifman (2014a) sugere para compreendermos essa lógica é a da participação social: em uma era de acelerada individualização, espera-se que as pessoas criem uma identidade e imagem únicas e dessa forma ativamente construam suas personalidades. Ao mesmo tempo, indivíduos participam na formação de redes sociais, demonstrando um anseio humana por um senso de comunidade. Um meme gerado por um usuário poderia proporcionar tudo isso: o usuário pode enviar um vídeo que ele mesmo criou ou uma fotografia editada no computador, indicando que ele é digitalmente letrado, único e criativo; por outro lado, o texto que ele envia, com frequência, diz respeito a um meme de vídeo, imagem ou fórmula comumente conhecido e compartilhado. Criando e compartilhando um meme, o usuário simultaneamente indica e constrói sua individualidade assim como a sua filiação a uma comunidade maior, como o YouTube, Tumblr ou 4chan.

Junto das características da lógica hipermemética de Shifman (2014a), acrescentamos o que Sibilia (2008) chama de “a hora do amador”, decorrente de uma explosão de criatividade e presença midiática dos usuários de internet que antes costumavam ser apenas passivos. Segundo a autora, esse fenômeno seria uma mistura de duas correntes contraditórias: a explosão da criatividade vinculada a uma “democratização” dos canais midiáticos. Esses novos recursos seriam, de acordo com Sibilia (2008), responsáveis pela abertura de infinitas possibilidades tanto para a invenção quanto para os contatos e trocas. Por outro lado, eles também causaram uma renovada “[...] instrumentalização dessas forças vitais, que são avidamente capitalizadas a serviço de um mercado capaz de tudo devorar” (SIBILIA, 2008, p. 11).

Para a autora, a consolidação dos computadores interconectados pela internet e redes digitais de maneira global, se tornando novos e inesperados meios de comunicação, seria um fenômeno desnorteante. Esses novos canais, no entanto, não se enquadrariam em um esquema clássico de transmissão. Além dessas infinitas formas de conexão, ela aponta a enxurrada de “diários íntimos” publicados e expostos na internet através de palavras, fotografias e vídeos: “O que implica esse súbito resgate do pequeno e do ordinário, do cotidiano e das pessoas ‘comuns’?” (SIBILIA, 2008, p. 9). Ainda, o que implica esse paradoxo de expor a própria intimidade nas redes sociais? Sibilia (2008) aponta que, juntamente com essas ferramentas, em diversas áreas da internet os usuários não são apenas os protagonistas, mas também os principais produtores de conteúdo.

Shifman (2014b) corrobora: “atos de criatividade vernacular” (práticas inovadoras e artísticas cotidianas realizadas através de meios simples de produção), que antes estavam reservados ao ambiente doméstico, foram reformulados na era digital como cultura altamente pública.

Seguindo essas lógicas cultural e estética de participação, os memes não estão confinados na internet: “Já que os memes servem como os blocos construtores de culturas complexas, nós precisamos nos focar não somente nos textos, mas também nas práticas culturais que os cercam”<sup>26</sup> (SHIFMAN, 2014a, p. 34). De acordo com Recuero (2014), o estudo dos memes é frequentemente relacionado com o estudo dos sistemas complexos, e percebido por muitos como uma ordem emergente desses sistemas, de forma que dentro dessa perspectiva, os memes seriam potencializados pela rede e fariam parte da dinâmica social. Um exemplo dado pela autora sobre essa ordem emergente do sistema é a utilização das comunidades do Orkut. Originalmente elas foram criadas para a interação social com outros usuários e, no entanto, foram reapropriadas como ferramentas de construção de identidade — como, por exemplo, “Garotas desastradas”, “Nunca fiz amigos bebendo leite”. “Redes sociais na internet apresentam comportamentos emergentes com frequência, como a propagação de memes, a adaptação e a auto-organização, bem como o aparecimento de mundos pequenos e *clusters*” (RECUERO, 2014, p. 90).

Podemos pensar, a partir das considerações dos autores utilizados, em uma série de características que podem indicar uma manifestação desse imaginário comunicacional contemporâneo: a lógica hipermemética, a reapropriação de conteúdos, a cultura de participação na internet, o compartilhamento como verbo motor das ações e a ênfase na produção amadora.

No próximo capítulo discutiremos noções da Teoria Geral do Imaginário, “óculos” com os quais iremos observar o fenômeno dos memes.

---

<sup>26</sup> No original, em Inglês: “Since memes serve as the building blocks of complex cultures, we need to focus not only on the texts but also on the cultural practices surrounding them”.

### 3 O QUE O IMAGINÁRIO E OS *TROLLS* TÊM A VER COM ISSO?

Iniciaremos este capítulo aprofundando noções sobre a Teoria Geral do Imaginário de Durand (1996; 1997; 2000; 2003; 2011). Após, discutiremos a inflação das imagens e o conceito de iconofagia a partir de Baitello Jr (2005), em que trataremos da multiplicação exacerbada das imagens. A partir da metáfora da árvore das imagens, de Wunenburger (2018), iremos apresentar o trajeto das imagens, de arquétipo a simulacro. A partir de Phillips (2015), apresentaremos um panorama sobre a cultura dos *trolls*, e discutiremos o trajeto dos memes partindo de um ambiente notadamente anárquico e marginalizado até se encontrar integrado aos papéis sociais e a um nível racional de pensamento. Para Belting (2014), a própria produção de imagens é um ato simbólico, desta forma, exigindo um modo de percepção igualmente simbólico. O imaginário será nossa ferramenta para tanto.

#### 3.1 O IMAGINÁRIO

Para Gilbert Durand (2011), sistematizador da Teoria Geral do Imaginário, “[...] todo pensamento humano é uma *re*-representação, isto é, passa por articulações simbólicas. [...] o imaginário constitui o conector obrigatório pelo qual forma-se qualquer representação humana” (2011, p. 41). O imaginário é aquilo que é “próprio do homem”, a capacidade de simbolização de onde todos os medos, as esperanças e seus frutos culturais brotam. De acordo com Wunenburger, é um conjunto de produções mentais ou materializadas com base em imagens visuais ou linguísticas, “[...] formando conjuntos coerentes e dinâmicos, referentes a uma função simbólica no sentido de um ajuste de sentidos próprios e figurados” (2007, p. 11). Conforme explica Barros, "Conscientes da intangibilidade do real, sabemos hoje que temos acesso apenas a sistemas simbólicos, não a um mundo em si" (BARROS, 2010, p. 129). Podemos obter, a partir de uma interpretação guiada pelas teorias do imaginário, valiosas indicações sobre o sujeito imaginante, que se utiliza desses constituintes para exprimir afetos, ideias e valores. Nesse sentido, Wunenburger complementa:

Como toda imagem isolada ou em composição (quadro, narrativa), o imaginário comporta uma vertente representativa, e portanto verbalizada, e uma vertente emocional, afetiva, que toca o sujeito. O imaginário é portanto mais próximo das percepções que nos afetam do que das concepções abstratas que inibem a esfera afetiva (WUNENBURGER, 2007, p. 11).



Fazendo parte do holístico, e não do atomístico, é o imaginário que conecta as dimensões políticas, sociais, históricas e culturais dos fenômenos, se é a partir dele que a história, as relações sociais, a cultura e a comunicação se realizam, é através dele que devemos analisar o fenômeno dos memes.

Durand (1997) elabora sua metodologia de estudo do imaginário situando o corpo na origem da imaginação. Seu sistema é dividido em três universos míticos: o heroico (diarético), o místico e o dramático, constituídos por *schèmes* fundadores, relacionados a reflexos dominantes. Durand conecta esses reflexos dominantes a relações entre o corpo e as representações e cada universo mítico varia conforme o gesto que está em seu cerne.

Durand parte da consciência da morte como base comum da experiência humana, em que venceríamos a morte através do imaginário e os esforços criativos consistiriam em uma forma de enfrentar a passagem do tempo, uma resposta a angústia primordial motivada pelos simbolismos teriomórficos (valorização negativa do simbolismo animal e do caos), nictomórficos (medo das trevas, sejam do ambiente, da mente ou do próprio espírito) e catamórficos (angústia humana diante das imagens dinâmicas da queda). O símbolo surgiria como "[...] reestabelecedor do equilíbrio vital comprometido pela inteligência da morte [...]" (DURAND, 2002, p. 97). O autor relaciona essa ideia de equilíbrio ao que Bergson (apud DURAND, 2000, p. 98) aponta como “função fabuladora”, uma reação da natureza que se manifesta na consciência da decrepitude e da morte (2000, p. 98), um papel biológico da imaginação. Através de um “balanço antropológico”, Durand aponta a função da imaginação como uma eufemização, um “[...] dinamismo prospectivo que através de todas as estruturas do projeto imaginário, tenta melhorar a situação do homem no mundo” (2002, p. 99), e não uma máscara que a consciência ergue diante da figura da morte:

[...] todo imaginário humano articula-se por meio de estruturas plurais e irreduzíveis, limitadas a três classes que gravitam ao redor dos processos matriciais do ‘separar’ (heroico), ‘incluir’ (místico) e ‘dramatizar’ (disseminador), ou pela distribuição das imagens de uma narrativa ao longo do tempo (DURAND, 2011, p. 40).

Como resposta a essas angústias universais, a imaginação diurna irá adotar uma postura heroica para combater as faces do tempo, se utilizando dos esquemas ascensionais, o arquétipo da luz uraniana e o esquema diarético como contrapontos da

queda, das trevas e do compromisso animal ou carnal (DURAND, 1997). Já se desenha, sob a influência dos símbolos ascensionais ou especulares a figura heroica do lutador que se ergue contra as trevas ou o abismo, transformando a luz em seu gládio. As armas cortantes e pontiagudas vinculadas também à figura/sexualidade masculina. Temos a limpidez da água lustral como símbolo das intenções purificadoras, assim como o fogo.

A representação não pode, porém, correndo o risco de alienar-se, ficar sempre em armas e estado de vigilância constante:

Diante das faces do tempo, desenha-se, assim, uma outra atitude imaginativa, consistindo em captar as forças vitais do devir, em exorcizar os ídolos mortíferos de Cronos, em transmutá-los em talismãs benéficos e, por fim, em incorporar na inelutável mobilidade do tempo as seguras figuras de constantes, de ciclos que no próprio seio do devir parecem cumprir um desígnio eterno (DURAND, 1997, p. 194)

O antídoto do tempo não será encontrado na transcendência na pureza das essências, mas na segura e quente intimidade da substância ou nas constantes rítmicas. O regime heroico da antítese será substituído pelo regime noturno, pleno de eufemismo, indicando uma ambivalência a partir da qual as atitudes em relação ao tempo podem se inverter. O regime noturno é formado pelo universo místico e pelo universo dramático: o primeiro grupo é constituído por uma pura e simples inversão do valor afetivo atribuído às faces do tempo, chegando-se praticamente à uma antífrase. O universo dramático “[...] vai ser axializado em torno da procura e da descoberta de um fator de constância no próprio seio da fluidez temporal [...]” (DURAND, 1997, p. 198), buscando sintetizar as aspirações da transcendência ao além e as intuições do devir.

No regime místico, a finalidade das constelações simbólicas não será o de ascensão, mas da penetração de um centro, da escavação. Teremos um processo de eufemização sem excluir totalmente os aspectos do regime diurno. A morte se reduzirá ao repouso, ao sono eterno, ao retorno à pátria. Enquanto nos rituais solares e uranianos a incineração é recomendada, no universo místico temos o sepulcro e a intenção de conservar ao máximo o despojo carnal.

A negação do negativo e inversão de valores, com os terrores exorcizados pelo eufemismo no universo místico são uma prefiguração do universo dramático, cuja ambição fundamental de dominar o devir se dá pela repetição dos instantes temporais, pela domesticação do devir. As constelações simbólicas do universo dramático procuram

dominar o tempo, gerando duas categorias simbólicas: o poder de repetição infinita de ritmos temporais e o domínio cíclico do devir ou, pelo contrário, o interesse pelo papel genético e progressista do devir (DURAND, 1997). Essas duas categorias de símbolos que se enlaçam ao tempo para vencê-lo terão como característica comum serem “histórias” ou “narrativas”, comumente conhecidas como mitos. A simbólica que envolve a repetição do tempo, o recomeço do calendário manifesta uma intenção de integração dos contrários, uma síntese na qual a antítese noturna contribui para a harmonia dramática de um todo. O caráter bifronte, *coincidentia oppositorum*, em que temos características contraditórias associadas em um mesmo simbolismo, indicaria também o duplo caráter do tempo, ao mesmo tempo voltado para o passado e para o presente:

[...] introduz-se uma nova dimensão simbólica do domínio do tempo. O tempo já não é vencido pela simples segurança do retorno e da repetição mas sim porque sai da combinação dos contrários um “produto” definitivo, um “progresso” que justifica o próprio devir porque a própria irreversibilidade é dominada e tornam-se promessa os meios da própria produção [...] (DURAND, 1997, p. 338).

Buscando a evidenciação de imagens simbólicas particulares do fenômeno memético e visando situar o seu imaginário alimentado e alimentador em um contexto histórico, social, cultural, e em suas dimensões antropológicas (BARROS, 2010), utilizaremos a mitocrítica, metodologia proposta por Durand (1997). A mitodologia é dividida em mitocrítica e mitanálise, em que a primeira consiste em um recenseamento de imagens simbólicas em um material cultural; e a segunda se baseia na psicanálise, buscando identificar mitos que trabalham a sociedade em um nível profundo, sendo uma extensão da mitocrítica.

A mitocrítica estabelece que toda a “narrativa” — literária, musical, cênica, pictorial, etc. — possui um estreito parentesco com o mito, que seria uma espécie de “modelo” matricial de toda a narrativa, estruturado pelos esquemas e arquétipos fundamentais da psique do homem. De acordo com Durand (1996), é necessário procurar qual o mito mais ou menos explícito que anima a expressão dessa “narrativa”,

Porque uma obra, um autor, uma época — ou, pelo menos, um “momento” de uma época — está “obcecada” de forma explícita ou implícita por um (ou mais do que um) mito que dá conta de modo paradigmático das suas aspirações, dos seus desejos, dos seus receios e dos seus terrores (DURAND, 1996, p. 246).

Nesse sentido, o autor afirma que é preciso estar atento à noção de escala, porque a mitocrítica deve ser realizada preferencialmente quando seu “terreno” é vasto, dando lugar a numerosos pontos de referência, buscando sempre os pontos de repetição e redundância. É a redundância (Lévi-Strauss) que assinala um mito, que repete e repete-se para impregnar e persuadir. É preciso arrumar os elementos do mito “[...] (mitemas) em ‘pacotes’ (enxames, constelações, etc.) sincrônicos (isto é, possuidores de ressonâncias, de homologias, de semelhanças semânticas) ritmando obsessivamente o fio ‘diacrônico’ do discurso” (DURAND, 1996, p. 247). Sendo assim, Durand afirma que, quanto mais vasto for o terreno de informação, mais frutífera é a mitocrítica. No entanto, quanto mais a análise se enriquece, mais complexas são as sobreposições semânticas. A partir de uma leitura simbólica, busca-se conjuntos simbólicos “obsessivos” que, numa obra ou num conjunto de obras, permitem que se faça uma leitura sincrônica [...] onde “pacotes” (ou constelações) de imagens pertencem a uma mesma estrutura simbólica. Nesse processo de interpretação, é fundamental pôr em evidência as tensões e dinâmicas que existem na obra entre esta ou aquela estrutura.

Segundo Durand (2011), ocorreu uma inflação das imagens para consumo, que transformou as filosofias que antes dependia da “galáxia Gutemberg” — a supremacia da imprensa e da comunicação escrita sobre a imagem mental ou icônica. O autor afirma que, a partir do pensamento socrático, o Ocidente quase sempre desafiou e mostrou desconfiança em relação às imagens e, paradoxalmente, desenvolveu técnicas de produção e reprodução de imagens. É a partir do século 17, afirma Durand, que o imaginário passa a ser excluído dos processos intelectuais e a imagem passa a ser um produto da “casa de loucos”.

Durand (2011) afirma que a ultrapassagem (ou fim) da “galáxia Gutemberg” pela pletora de imagens visuais e informações tem consequências ainda incompreendidas pela pesquisa. Esse, que ele considera como um “efeito perverso”, jamais foi previsto ou considerado em função da paixão positivista pelos meios técnicos (óticos, físico-químicos, eletromagnéticos, etc.):

A enorme produção obsessiva de imagens encontra-se delimitada ao campo do “distrair”. Todavia, as difusoras de imagens — digamos a “mídia” — encontram-se onipresente em todos os níveis de representação e da psique do homem ocidental ou ocidentalizado. A imagem midiática está presente desde o berço até o túmulo, ditando as intenções de produtores anônimos ou ocultos: no despertar pedagógico da criança, nas escolhas tipológicas (a aparência) de

cada pessoa, até nos usos e costumes públicos ou privados, às vezes como “informação”, às vezes velando a ideologia de uma “propaganda”, e noutras escondendo-se atrás de uma “publicidade” sedutora... (DURAND, 2011, p. 33-34).

Tendemos a confundir as imagens com a sua produção em massa e com o esvaziamento de significado que lhes atribuímos, afirma Belting (2014), responsabilizando-as pelo que fazemos delas e pelo poder econômico e político dos produtores de imagens.

### 3.2 “DECIFRA-ME OU TE DEVORO”

Segundo Belting (2014), o discurso da arte ignora as imagens profanas, hoje existentes fora dos museus (os novos templos), e esse discurso procura proteger a arte de todas as questões imaginais que lhe roubam o privilégio da atenção. Para o autor, o estudo dessas imagens profanas é importante, pois “Uma ‘imagem’ é mais do que um produto da percepção. Surge como o resultado de uma simbolização pessoal ou coletiva” (BELTING, 2014, p. 21). Nós vivemos e compreendemos o mundo através das imagens:

No olhar antropológico o homem não surge como senhor das suas imagens, mas — o que é bem diferente — como “lugar das imagens”, que enchem e preenchem o seu corpo: está à mercê de imagens por si produzidas, embora tente dominá-las (BELTING, 2014, p. 22).

Belting (2014) afirma que devemos encarar a imagem como um produto de um dado meio — seja ele a fotografia, a pintura ou o vídeo — e também como um produto de nós mesmos. Segundo o autor, geramos imagens nossas, sejam sonhos, imaginações, percepções pessoais, que confrontamos com outras imagens no mundo visível. Belting (2014) assevera que os nossos próprios corpos atuam como um meio vivo processando, recebendo e transmitindo imagens.

Fruto da enorme reprodutibilidade técnica, a descontrolada proliferação das imagens — em especial das imagens exógenas — trouxe muito mais do que a democratização da informação preconizada por Benjamin. Temos cada vez mais imagens que se insinuam para serem vistas e cada vez menos capacidade de enxergá-las. Para Baitello Jr. (2005), esse fenômeno se configura como uma crise da visibilidade, promove uma aceleração cada vez mais intensa no crescimento populacional das imagens, gerando uma inflação que agrega a elas um crescente desvalor. Isso gera ainda, por sua vez, o movimento desesperado de busca da visibilidade a qualquer custo. Temos, como consequência, proliferação indiscriminada e compulsiva de imagens exógenas em todas

as linguagens e em todos os tipos de espaços midiáticos, o que geraria uma compulsão exacerbada de apropriação também nos receptores. Não se trata, no entanto, de uma apropriação de coisas, mas de suas imagens. Essas imagens passam a ocupar os espaços humanos pelas imagens — processo que ocorre com velocidade progressiva a partir do Renascimento, se exacerbando no século XX, afirma Baitello Jr. (2005). Chega-se ao ponto de as imagens consumirem o mesmo tempo ou possuírem o mesmo status jurídico de pessoas ou empresas — vide casos de direitos de imagem ou processos contra danos provocados à imagem pública.

Baitello Jr. (2005) nos apresenta o termo “iconofagia” que possui uma polivalência intencional: ora as imagens são devoradas, ora são as imagens que devoram. O autor aponta que Benjamin já indicava com propriedade a passagem de uma sociedade que produzia suas imagens de forma manual e artesanal para uma sociedade que inventou máquinas reprodutoras de imagens:

O advento das imagens repetidas e idênticas que se distribuem no espaço público (em vez daquelas que devem ser buscadas no espaço restrito do recato e do sagrado, da intimidade e da concentração), inaugura o trânsito das imagens em superexposição à luz. Inaugura-se, com esse trânsito, também sua transitoriedade, que por sua vez abre um vazio. E o correspondente déficit emocional gerado por sua ausência faz com que novas imagens sejam geradas para suprir a sensação do vazio e iludir a sua transitoriedade por meio de novas transitoriedades (BAITELLO JR., 2005, p. 13).

Baitello Jr. (2005) afirma então que, de acordo com Benjamin, temos uma multiplicação exacerbada de imagens cada vez mais onipresentes, que ele denomina de “descontrole, de forma que quer-se produzir controle por meio desse descontrole, já que o excessivo passa a ser norma e cotidiano, a ocupar todos os espaços, inflacionando o “valor de exposição”. Dessa forma, Benjamin prenunciava que, com esses procedimentos de reprodução e o crescente “valor de exposição”, poderíamos vislumbrar um mundo ideal de distribuição e acessibilidade universais ao conhecimento, como uma potente ferramenta democrática. No entanto:

A era da reprodutibilidade técnica, contudo, muito mais abriu as portas para uma escalada das imagens visuais que começam a competir pelo espaço e pela atenção (vale dizer, pelo tempo de vida) das pessoas. E o excessivo, o descontrole, muito mais levando ao seu oposto, um crescente desvalor, a uma crise da visibilidade (cf. Kamper, 1995) próxima do grau zero da comunicabilidade [...] (BAITELLO JR., 2005, p. 14)

Para Baitello Jr., a longa vida dos símbolos só é possível graças aos seus suportes: as imagens — sejam elas visuais, auditivas, olfativas, táteis ou performativas. O suporte

não se esvazia, são os símbolos que se perdem quando se inflacionam e esvaziam as imagens. Baitello Jr. afirma que a crise da visibilidade não é uma crise das imagens, mas uma diminuição de sua capacidade de apelo e quando o apelo perde sua capacidade, são preciso cada vez mais imagens para se alcançar os mesmos efeitos, atingindo-se uma reprodutibilidade descontrolada. Nesse sentido, ele aponta que “o potencial construtivo ou destrutivo das intervenções sociais e culturais por meio das imagens pode ser imenso, quando elas corporificam uma relação viva entre o homem e suas referências, seus símbolos” (BAITELLO JR., 2005, p. 15). Essas imagens vazias podem se oferecer para assumir o vácuo deixado pela perda da capacidade agregadora de seus símbolos quando, por exemplo, o estado falha e a religião não mais congrega. Para Baitello Jr. (2005), as imagens conseguem perdurar somente transformando-se, através de processos mais sutis e delicados, por vezes subterrâneos, de “transubstanciação”, em uma espécie de autorreciclagem: “Um processo que podemos definir como um dos tipos de iconofagia: as imagens desgastadas são devoradas por novas imagens, que as reciclam” (BAITELLO JR., 2005, p. 17). Dessa forma, ele afirma que as imagens são, por natureza, fóbicas: evocam e atualizam o medo primordial da morte, já que originariamente foram feitas para vencer a morte. Esse medo da morte nos conduz a emprestar a vida e a longa vida aos símbolos.

Pensando em uma ideia de “autorreciclagem” das imagens, é interessante analisar as raízes etimológicas dos vocábulos “lixo”. Tratando da ideia de lixo digital, Primo (2007) afirma que o termo significa cisco, entulho, imundice, detrito. Etimologicamente, significa o que se varre e, em geral, tudo que não presta. Já o termo inglês “*trash*” afirma o autor, encontra raízes escandinavas, referindo-se a folhas e galhos caídos e à tudo que é rejeitado ou não tem utilidade. A ideia do lixo parte de uma lógica da exclusão e do descarte. Contudo, lixo não é apenas aquilo que é mal-cheiroso, podre, as sobras, servindo também para qualificar produtos artísticos de baixa qualidade, como um programa de televisão sensacionalista. Do ponto de vista das instituições de comunicação massa, lixo seria em princípio aquilo que teria baixa qualidade — de captação; de reprodução; de transmissão; de linguagem do meio e de conteúdo:

A rigor, a indústria midiática considera lixo toda aquela produção que foge dos padrões que ela mesma estipula e também o que é desenvolvido por amadores e através de equipamentos não-profissionais. A partir desta posição hierarquizadora, os produtos midiáticos industriais teriam uma qualidade

essencial. Encontra-se nessa perspectiva a seguinte lógica econômica: lixo é o que não é riqueza (PRIMO, 2007, p. 78).

Pensando nos memes como produto dessa reciclagem de imagens, desse lixo digital, podemos nos perguntar por que os internautas dispõem-se a produzir, circular e debater tais produtos midiáticos: “[...] os textos e imagens *trash* que, em vez de uma narrativa estruturada e com objetivos claros, preferem o nonsense, o humor despreocupado e até mesmo abordagens grotescas revelam formas de ser e estar na pós-modernidade” (PRIMO, 2007, p. 80).

Baitello Jr. (2005), a partir de Dietmar Kamper, alerta para o problema do crescimento exponencial da invisibilidade, não por obra do esquecimento proposital ou do descarte, mas por atuação excessiva e descontrolada das imagens, pelo descontrole e pelo excesso da reprodução, ou seja, pela sua inflação. Não se trata da fadiga do objeto e seus materiais, mas da fadiga do olhar e seu corpo, provocada pelo desmedido abuso na reprodutibilidade da imagem. A partir das ideias de Günther Anders, Baitello Jr. (2005) aponta para a “iconomania” como maneira de alcançar uma existência múltipla, ainda que em efígie e “o acordo iconomaniaco”, segundo o qual, por meio das imagens, participamos da existência em série dos produtos, continuando assim a ser nós mesmos.

O autor nos apresenta o titanismo, conforme Contrera (2003), nos veículos de comunicação que, além de praticar a ruptura das escalas humanas, optando pelo desmedido colossal ou pelo global, desenvolve e transmite a sensação de torpor anestésico, de ser e estar acima dos deuses, acima das leis, de ser mais forte e potente do que o próprio corpo, mais jovem que a própria juventude. Temos então um aparato comunicacional voltado para a expansão e a conquista — de territórios reais e depois virtuais; um aparato de tempos reais que passa a operar em tempos potenciais, de aceleração, superposição e multiplicação do tempo. Dessa forma: “[...] tornam-se os corpos presas fáceis dos monstros de luz e passam a ser devorados pelas imagens, criaturas da luz, da expansão e da conquista, das leis da economia e da economia dos sinais” (BAITELLO JR., 2005, p. 20). Em uma “lógica Instagram”, olhamos para nos apropriarmos e permitimos que nos olhem para sermos apropriados, somos então transformados em imagens, integrando uma nova lógica de produção: aparentar e ser uma imagem passam a ser o grande imperativo:

O mundo da luz e da imagem tornou-se, pelo medo e pela fadiga do olhar, um mundo no qual cresce desproporcional e exponencialmente o subterrâneo da



sombra e do esquecimento. Quanto mais se quer expor, mostrar, tornar visível, tanto mais se consegue apenas aparentar, esconder, simular ou ofuscar. Quanto mais se busca o nascente, mais perto se chega do escuro da noite, do sombrio do mundo ctônio. Quando se exacerba a orientação com seus preceitos de eternidade e imortalidade, o que se alcança é a transformação de corpos e vida em máscaras mortuárias e efígies (BAITELLO JR., 2005, p. 21).

Baitello Jr afirma: são hoje as imagens que nos devoram e caminhamos em direção a uma existência apenas em imagem. O autor aponta Rodrigo Browne e Victor Echeto (2004) e sua releitura da antropofagia como estratégia de resistência: redevorar os corpos, as ideias e as imagens para resgatá-los, reafirmar o próprio corpo pelos sentidos, como “grito de guerra canibal” contra um mundo que nos quer imagens puras. Segundo Baitello Jr., o homem percebeu e aprendeu com os animais que, deixando marcas em objetos, marcava e deixava a informação sobre sua presença em sua ausência. Usando objetos fora de seu corpo como forma de comunicação para deixar sinais, fazendo desenhos em pedras, em ossos, em árvores, o homem inventou a mídia secundária, cujas primeiras formas “[...] são as representações nas cavernas, as imagens e a sua transformação em pictografia e depois em escrita. Assim, todos os produtos da escrita sobre suportes materiais fixos ou transportáveis são, portanto, mídia secundária” (BAITELLO JR., 2005, p. 33).

De acordo com o autor, a imagem registrada sobre materiais permanentes permite o tempo lento da contemplação, e assim também toda escrita exige decifração e tudo o que não deciframos nos devora. Para o autor, isso vale tanto para a imagem quanto para a sua transformação, a escrita. Para Baitello Jr. uma imagem requer o tempo lento, assim como uma escrita requer o tempo lento. “Nesse sentido, imagem e escrita são a própria negação da morte, pois a durabilidade dos materiais garante a sobrevivência dos registros ali deixados por corpos que não durarão tanto tempo” (BAITELLO JR., 2005, p. 33). Quando lemos um livro ou contemplamos uma pintura, por exemplo, entramos na realidade regida por uma temporalidade diferente, da permanência, da perenidade, da imortalidade.

A mídia secundária amplia o alcance comunicativo do homem no espaço e no tempo, mas ainda tem que enfrentar a dificuldade de transportar o suporte da informação. É nesse contexto que temos a mídia terciária: o telégrafo, o telefone, o rádio, a televisão

e a Internet. Se na mídia primária o tempo é presencial e na mídia secundária o tempo se torna mais lento, na mídia terciária esse tempo se acelera vertiginosamente:

O que ocorre então com as imagens na mídia terciária? Elimina-se o tempo da decifração e da contemplação em favor de uma sonoridade e uma visualidade em ritmos acelerados. A mídia terciária decreta o fim do tempo contemplativo e individualmente diferenciado (BAITELLO JR., 2005, p. 33).

Baitello Jr. (2005) afirma que, quando não temos o tempo de decifração, como na mídia terciária, ocorre uma inversão: em vez de as imagens nos alimentarem o mundo interior, é nosso mundo interior que vai servir de alimento para elas. Nos transformamos em sombras das imagens, objetos da sua devoração:

No momento em que não as deciframos, não nos apropriamos delas e elas nos devoram. Nossos índios praticavam a antropofagia ritual. Os nossos artistas dos anos 1920 falaram da antropofagia cultural contra todos os colonialismos. Nossa era contemporânea pratica a iconofagia: ou nós devoramos as imagens, ou são as imagens que nos devoram (BAITELLO JR., 2005, p. 35).

Existe um processo crescentemente assustador de inflação das imagens voltadas para a exteriorização, o que ele chama de “uma existência ‘em efígie’”, isenta da interioridade da imaginação, garante Baitello Jr. Por medo da morte, o homem produz imagens, e essas imagens acabar por trazer a morte para mais perto — e por antecipá-la — com sua materialidade vazia, que ele chama de máscara de cera de uma imago<sup>27</sup>. Citando Dietmar Kamper, Baitello Jr. (2005) reafirma que contra o medo da morte só temos a chance de fazer uma imagem, e os desejos de imortalidade estão presos a elas, de forma que a órbita do imaginário está ligada na eternidade. Para o autor, já não somos nós que buscamos as imagens — como acontecia no passado, em função da pouca oferta destas em livros, quadros, afrescos —, mas há uma inversão com a reprodutibilidade e as imagens é que nos procuram.

Essa sociedade, onde são as imagens que nos procuram, não mais vive de pessoas, feitas de corpos e vínculos, sustentando-se sobre uma imageria serial, uma sequência infundável de imagens, sempre idênticas. Não é permitido não ser uma imagem na sociedade da imageria serial, não há espaço para as não-imagens, afirma Baitello Jr. (2005).

---

<sup>27</sup> De acordo com Baitello Jr., na língua latina imago referia-se ao retrato de um morto, trazendo a presença de uma ausência e seu oposto, a ausência de uma presença, se forma que são fantasmagóricas em sua origem mais remota.

Para o autor, ao passarmos a viver em uma sociedade imagética, o fenômeno da iconofagia passou a se tornar mais evidente: “[...] a devoração de imagens, justamente com a voracidade por imagens e a gula as próprias imagens” (BAITELLO JR., 2005. p. 53-54). No princípio da hominização, afirma o autor, passamos a produzir imagens dos mortos, e por medo das imagens da morte, passamos a acelerar a produção das imagens visando afastar ou recalcar a vivência da própria morte. Essa proliferação exacerbada de imagens nos recorda ainda mais da morte, de forma que as imagens começam a se superficializar, nos lembrando, cada vez mais, de somente outras imagens. As imagens não mais nos remetem ao mundo e às coisas, passando a bloquear seu acesso, remetendo apenas a autoreferência:

Assim, há tempo as imagens procedem de outras imagens, se originam da devoração de outras imagens. Teríamos aí o primeiro degrau da iconofagia. As imagens que povoam nossos meios imagéticos se constituem, em grande parte, de ecos, repetições e repositório. O segundo degrau da iconofagia surge quando nós humanos começamos a consumir as imagens. Não mais as coisas, mas seus atributos imagéticos é que são consumidos (BAITELLO JR., 2005, p 53-54).

Nós consumimos imagens na forma de marcas, tendências, grifes, atributos, adjetivos, ídolos, símbolos, ícones, e para Baitello Jr. (2005), essas imagens mediáticas possuem poder em função de sua reprodutibilidade, sendo capaz de atingir uma penetração nunca antes imaginada, com uma força cada vez maior diante de um público cada vez mais amplo, em que os indivíduos estão nivelados por um repertório continuamente mais simplificado e superficial. De acordo com Barros (2009), essas imagens amplamente divulgadas pela mídia não são vazias de sentido em si. No entanto, sua quantidade avassaladora e a rapidez de suas aparições, associadas à aceleração do tempo pessoal dos sujeitos, resulta num processo em que não há nem tempo nem espaço para a simbolização. Os estudos do imaginário — com ênfase especial na Escola de Grenoble — mostram como a imagem nasce num subsolo arquetípico fértil, passando à consciência pelos símbolos, mitos e estereótipos, partindo da pregnância simbólica máxima até um esvaziamento total. Nesse estado, resta, na camada mais enrijecida, uma “imagem já-dita que fere a ética (o preconceito)”. Dessa forma, se o arquetipo relativiza pressão dos códigos culturais, o estereótipo os apoia. “[...] A contemporaneidade é disfarçadamente iconoclasta porque, ao mesmo tempo em que promove a multiplicação

geométrica de imagens iconográficas, mata, por sufocamento, a imagem simbólica” (BARROS, 2009, p. 14).

Para o Baitello Jr. (2005), esses indivíduos têm sua existência transformada de forma crescente em efígie, em imagem pura. Quanto maior a força dessas imagens, mais elas podem sofrer com a autorreferência:

A rigor, essa “torrente de mundo exterior” se expressa na avalanche das imagens exógenas que nos assediam em todos os espaços e tempos, apropriando-se de nosso espaço e de nosso tempo de vida, de nossos mundos de interioridades e de nossos ritmos e durações vitais. Cedendo ao assédio, em primeiro lugar nos transformamos em imagens, seres sem interioridade, sem tempo, que ocupam no espaço reivindicado apenas as superfícies (BAITELLO JR., 2005, p. 56).

Quando passamos a ser pura imagem, passamos a viver também o destino do tempo hiperacelerado, das versões que se sobrepõe, das reproduções e do descarte imediato ou do autodescarte. Para Baitello Jr., o mundo das imagens exógenas só sobrevive e sem mantém se for alimentado por espelhamento, ou seja, se alimentando com imagens idênticas ou similares: “[...] só os ecos conferem legitimidade às imagens que nos são impostas invasivamente” (BAITELLO JR., 2005, p. 57). Se o desejo é “enganar a morte” através dessa pletora de imagens, é irônico que o destino desses corpos que são pura imagem seja o envelhecimento precoce. Em toda imagem existe uma referência às imagens que a precederam, toda imagem se apropria das imagens precedentes e bebe nelas ao menos parte de sua força, afirma Baitello Jr.

### 3.3 A ÁRVORE DA IMAGENS

Para tratarmos dessa quantidade exacerbada de imagens, a metáfora da árvore de imagens, de Wunenburger (2018), nos será bastante útil. Através dessa classificação fenomenológica de imagens — que leva em conta as características objetivas bem como subjetivas —, Wunenburger sugere ao mesmo tempo uma espécie de hierarquia e de dificuldade de apreender as variedades de imagem e de suas formas. De acordo com o autor, o real só é pensável sob forma de uma imagem porque a consciência reencontra o mundo no ato perceptivo, ou seja, para ele o mundo não passa de uma totalidade de imagens em potência. Dessa forma, a percepção constitui uma espécie de ajuste de dois sistemas de imagens, um interior e outro exterior. É isso que Wunenburger conceitua como duplo caráter da imagem: inicialmente, uma relação com um fora, um não-eu, que

no ato perceptivo nos é dado através de uma impressão sensorial de origem externa; em seguida, o caráter de estar em relação aderente com outras imagens psíquicas subjetivas, pois a imagem, remetendo-se às formas, matérias e movimentos externos, se insere em um *continuum* de representações sensíveis que constitui o vivido psíquico.

Ou seja, antes de percebermos alguma imagem, já possuímos imagens relacionadas a percepções anteriores e imagens que antecipamos em nossa mente, relacionadas às nossas expectativas. Dessa forma, jamais nos reduzimos às imagens das coisas presentes — que é mentalmente inseparável do passado e do futuro e, portanto, de um conjunto de representações que são "imagens" no sentido estrito, ou seja, representações em ausência do referente:

Olhar uma árvore, por exemplo, não desperta na consciência somente a representação de ideias simplesmente associadas, como um jardim de prazeres ou o corte da madeira para aquecer, mas conduz a, por exemplo, imagens de vida e mesmo de uma vida dotada de longevidade impressionante, e, finalmente, à ideia de uma eternidade para além da morte. A imagem se torna, a partir de então, em sentido estrito, simbólica, no sentido de que sua força psíquica, sua consistência semântica vêm de metassignificações que são, de uma só vez, ligadas ao conteúdo e desligadas porque pertencem a um outro nível de experiência sensível ou inteligível. A imagem enquanto símbolo repousa, portanto, ao mesmo tempo, sobre um elo e uma ruptura (WUNENBURGER, 2018, p. 62).

Wunenburger (2018) afirma então que, sendo tratada simbolicamente pela consciência, a imagem aparece então como dotada de uma informação imanente, endógena, que não se reduz somente à percepção.

Voltando à metáfora da árvore das imagens, associamos a imagem simbólica ao tronco da árvore porque ilustra a passagem entre dois níveis, um exterior, e outro enraizado e profundo. As folhas e os ramos equivalem à relação da imagem com o mundo exterior: sua representação material. Algumas imagens, no entanto, vão além de sua potência simbólica, comportando uma capacidade autônoma de engendrar uma série de pensamentos que se estendem ao infinito, atingindo uma densidade e uma riqueza que permitem uma exploração sem fim. Essa imagem, de valor simbólico profundamente enraizado, parece adquirir vida própria, independente do sujeito,

Em certo sentido, a imagem não pertence mais à consciência solitária, mas a consciência parece penetrar na imagem como num solo grosso, obscuro, do qual ela retira por sondagem, por amostragem, lâminas ou camadas de significações. Verdadeiros embriões de sentido, estas imagens vivem delas mesmas, e a consciência pode apenas penetrá-las parcialmente, deixando, de todo modo, sempre na sombra, reservada, uma espécie de virtualidade, uma potencialidade imaginativa. Estas são as imagens chamadas geralmente de

arquétipos (a mãe, o sol, a cruz, o cetro, a taça etc.) (WUNENBURGER, 2018, p. 63).

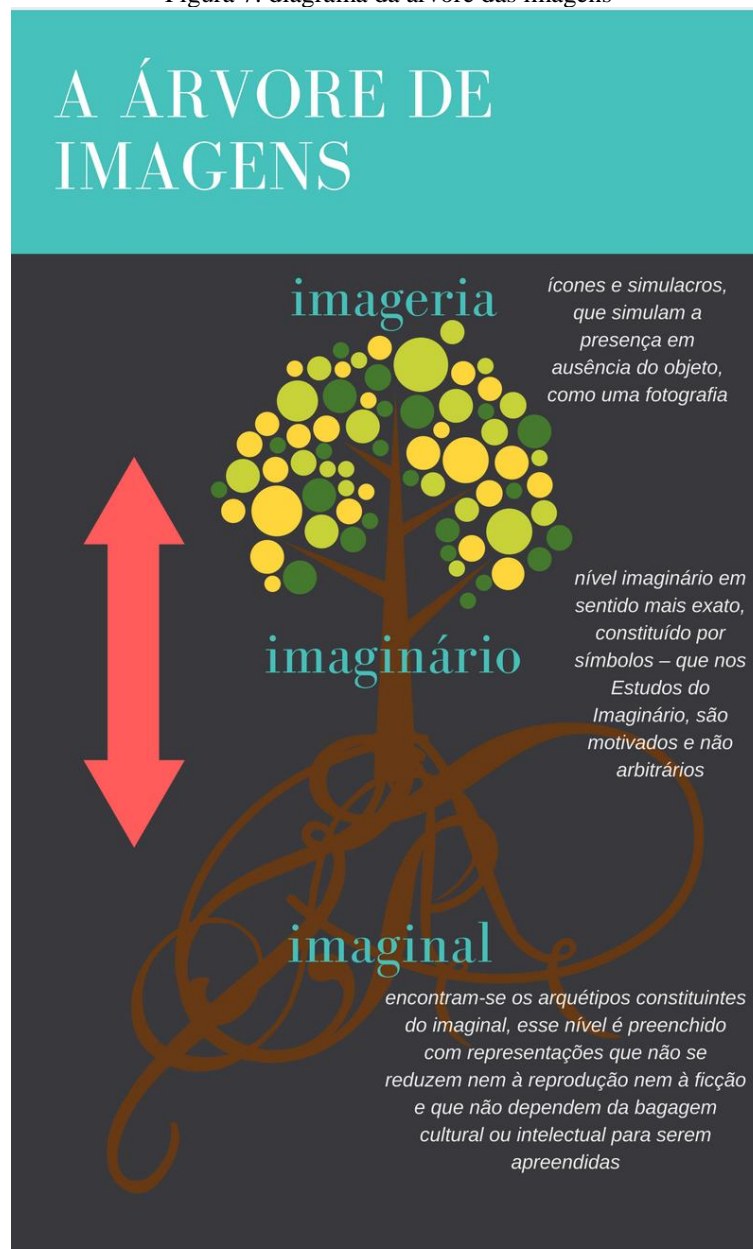
As raízes da árvore, fecundas de arquétipos, funcionam de certa forma como espelho da copa, dotadas de gigante pregnância simbólica<sup>28</sup>, inversamente proporcional a pletora de imagens — essas, segundo Wunenburger (2018), desbastadas de potencial simbólico, como que equilibrando-se em função de sua exorbitante disponibilidade. Os arquétipos só apareceriam na consciência sob certas disposições subjetivas, certos sonhos noturnos, por exemplo, estados poéticos, místicos ou visionários.

Sendo uma metáfora de estrutura dinâmica, Wunenburger (2018) afirma que a consciência circula nesta árvore de alto a baixo, de modo que ela pode passar de um nível a outro e isso na mesma operação intelectual. Essa circulação de imagens é particularmente presente nas atividades de interpretação das imagens materiais (FIGURA 7).

---

<sup>28</sup> Explica Barros (2014, p. 62): “É de Cassirer a expressão pregnância simbólica, que a forjou para indicar a impossibilidade de existência de dados puros, ou seja, os sujeitos recebem os dados já impregnados de sentido: [...] por pregnância simbólica há de entender-se o modo como uma vivência perceptual, isto é, considerada como vivência sensível, entranha ao mesmo tempo um determinado significado não intuitivo que é representado concreta e imediatamente por ela' (CASSIRER, 1998, p. 238). Nos Estudos do Imaginário, a expressão emprestada de Cassirer pode ser genericamente entendida como a potencialidade de uma imagem frutificar sentidos vividos”.

Figura 7: diagrama da árvore das imagens



Fonte: elaborada pela autora.

Wunenburger (2018) conclui, então, que toda formação de imagens é acompanhada de diversos investimentos simbólicos que vão de cima para baixo — e vice-versa —, e esse processo enriquece a formação dessas imagens com uma multiplicidade de planos de significações. De acordo com Barros (2014) é importante salientar que a noção de imaginário não se coloca em oposição ao real, e sim como um "(...) dinamismo organizador de imagens que lhes confere profundidade e as liga entre si" (THOMAS apud BARROS, 2014). Desde já, fica claro, então, que o imaginário não é uma coleção de

imagens somadas, mas uma rede onde o sentido se encontra na relação e dinâmica entre elas.

No nível arborescente da árvore de imagens de Wunenburger (2018), estaria abrigada a imageria, constituída por ícones (imagens que se parecem com uma realidade sensível ou ideal) e simulacros, que simulam a presença em ausência do objeto, como uma fotografia. No tronco, fazendo o percurso entre a copa da árvore e as raízes, temos o nível imaginário em sentido mais exato, constituído por símbolos — que nos Estudos do Imaginário, são motivados e não arbitrários. Nas raízes encontram-se os arquétipos constituintes do imaginal, esse nível é preenchido com representações que não se reduzem nem à reprodução nem à ficção e que não dependem da bagagem cultural ou intelectual para serem apreendidas. Segundo Wunenburger, o deslocamento entre esses níveis acarreta em uma variação da pregnância simbólica, não pela imagem em questão e sim pelo sujeito que está diante dela: diante de uma mesma figura podem ser evocados desde ícones até arquétipos.

Baitello Jr. (2005) afirma que só os ecos conferem legitimidade às imagens que nos são impostas invasivamente. Ao revermos a árvore das imagens a partir da iconofagia, percebemos o excesso — pletora, miríade — de imagens se repetindo. Temos, na copa da árvore, a imageria, uma enorme quantidade de imagens que se multiplicam descontroladamente. Os memes, fazendo parte dessa imageria, só ganham legitimidade ao se reproduzirem em larga escala. Aos olhos da memética, a fecundidade dos memes é uma característica fundamental para a sua sobrevivência. Por perderem sua pregnância simbólica, essas imagens são fadadas a se repetirem, a devorarem umas as outras e a se reciclarem em busca de algum sentido. Temos o acelerado descarte, as folhas se desgastam e caem ao vento, fecundam o solo. Novas folhas voltam a brotar, numa eterna repetição. Para atingirem o topo, a pregnância simbólica se esvai no caminho. Para Baitello Jr., a crise da visibilidade configura uma diminuição na capacidade de apelo das imagens, de forma que para alcançar os mesmos efeitos, é preciso cada vez mais imagens, numa descontrolada reprodutibilidade. Afinal, o excesso e a vacuidade estão interligados.

### 3.4 A TÓPICA SOCIOCULTURAL

A partir do conceito da tópica sociocultural de Durand (2011), temos o intuito de esclarecer o trajeto dos memes, partindo de uma marginalidade para uma posição mais institucionalizada na sociedade, como indicamos em diversos exemplos na introdução



deste trabalho. Seguindo o esquema de funcionamento da psique de Freud, Durand propõe um “trajeto antropológico” que os papéis e imagens simbólicas socialmente aceitos ou marginais percorrem em uma sociedade em um determinado tempo. Podemos visualizar esse esquema como um círculo, que representaria o conjunto imaginário cobrindo uma determinada época de uma sociedade. Esse círculo seria dividido em três fatias, que representariam três instâncias aplicadas metaforicamente a uma sociedade.

A fatia inferior, mais profunda, que Freud chamava de “isso”, seria o que Jung denomina como “inconsciente coletivo”, ou como Durand prefere denominar, “inconsciente específico”. É nessa camada que os esquemas arquetípicos provocam as “imagens arquetípicas”: um nível fundador inconsciente da espécie e da cultura. A camada do meio corresponde ao “ego” freudiano, zona onde são desempenhados os nossos papéis no teatro social: “É a zona das estratificações sociais em que são modelados os diversos papéis conforme às classes, castas, faixas etárias, sexos e graus de parentesco ou em papéis valorizados e papéis marginalizados, de acordo com o corte vertical do círculo por um diâmetro” (DURAND, 2011, p. 94). As imagens dos papéis positivamente valorizados tendem a se institucionalizar, se transformando em normas e códigos de conduta. Já os papéis marginalizados permanecem em um subsolo mais disperso e pouco coerente. No entanto, “[...] estas imagens de papéis marginalizados são os fermentos, bastante anárquicos, das mudanças sociais e do mito condutor [...]” (DURAND, 2011, p. 94). Os papéis desvalorizados ou marginalizados podem nos indicar as imagens simbólicas que vão ser valorizadas posteriormente. Não existem papéis predestinados, seja para o conservadorismo das instituições, seja para as revoluções. Na fatia superior do círculo, temos o que Freud chamava de “superego”, que organizará e racionalizará em códigos, planos, programas, ideologias e pedagogias, os papéis positivos do ‘ego’ sociocultural.

Esse diagrama (FIGURA 7) nos permitirá observar a dinâmica de certas imagens e papéis sociais. A partir da base do círculo, em sentido horário, podemos visualizar o “isso” repleto de fluxos de imagens vinculados aos arquétipos, os processos de empobrecimento dessas imagens, de desbastamento simbólico, até chegarmos ao topo do círculo, onde essas imagens e papéis se tornariam as normas sociais vigentes. A subsequente marginalização de papéis sociais e imagens, adquirindo uma valorização negativa, conclui essa dinâmica. De acordo com Durand, podemos observar nas tensões

sistêmicas dos elementos da tópica, tanto o imaginário oficial codificado e manifesto quanto o seu oposto, o imaginário recalcado, selvagem e latente, “precisam de uma dinâmica que responda pela mudança” (2011, p. 99):

[...] os conteúdos imaginários (os sonhos, desejos, mitos etc.) de uma sociedade nascem durante um percurso temporal e um fluxo confuso, porém importante, para finalmente se racionalizarem numa ‘teatralização’ de usos ‘legalizados’, positivos ou negativos, os quais recebem suas estruturas e seus valores das várias ‘confluências’ sociais (apoios políticos, econômicos, militares etc.), perdendo assim sua espontaneidade mitogênica em construções filosóficas, ideológicas e codificações (DURAND, 2011, p. 95-96).

O vínculo que conecta esses três níveis metafóricos da tópica sociocultural, a força de coerência fundamental que envolve o nível fundador, o nível actancial dos papéis e o nível máximo de racionalização é o *sermo mythicus*.

Figura 8: diagrama da tópica sociocultural



Fonte: elaborada pela autora, a partir de Durand (2003, p. 125)

De acordo com Durand (2003), paradoxalmente, o momento em que o mito é racionalizado, no instante mais manifesto de normatização e institucionalização, é também o momento em que ele é melhor integrado à consciência coletiva; é no momento em que é “atualizado” que o mito é neutralizado como uma força mítica, que é desmistificada de alguma forma:

Em termos gerais, o imaginário mítico funciona — o representamos no diagrama na página seguinte — como uma roda lenta que, preenchida com a energia fundadoras, é esvaziada progressivamente e inibida automaticamente por codificações e conceitualizações, submersa lentamente — através de papéis marginalizados, muitas vezes forçados a dissidência — reenviando os devaneios impulsionados por desejos, ressentimentos, frustrações e novamente preenchidos com a água viva da torrente de imagens<sup>29</sup> (DURAND, 2003, p. 124, tradução nossa).

Buscaremos compreender, a partir da tópica sociocultural, as pulsões e coerções sociais que envolvem os *trolls*, figuras fundamentais para a criação e disseminação dos memes.

### 3.5 TROLLS E MEMES: DA MARGINALIDADE AO MAINSTREAM

De acordo com Phillips (2015), em sua extensa pesquisa sobre a cultura dos *trolls*<sup>30</sup> de internet, de 2003 a 2011, os *trolls* que acessavam o *b/board* do 4chan<sup>31</sup> foram responsáveis por criar, ou pelo menos, amplificar, quase todos os memes populares na internet. Apesar de esses memes serem inicialmente criados por e para *trolls*, dentro de um espaço que Phillips chama de “subcultural”, ela afirma que um número surpreendente desses artefatos foi adotado por um público cultural pop muito mais amplo:

Exemplos proeminentes incluem *LOLCats* (imagens de gatos e outros animais com um texto fofo ou absurdo), Rickrolling (em que os indivíduos são redirecionados involuntariamente para um clipe do sucesso de Rick Astley em 1987, "Never will give you up") e os quadrinhos Rage Face (modelos de quadrinhos grosseiramente desenhados), cada um dos quais foi impulsionado para o foco *mainstream* depois de ser criado e/ou amplificado por *troll* (PHILLIPS, 2015, p. 22)<sup>32</sup>.

Os *LOLCats* são um exemplo de como um meme criado por *trolls* no 4chan foi apropriado e transformado em um império de vários milhões de dólares. Um dos proprietários do site *I Can Has Cheezburger*, Ben Huh, abraçou essa cultura amante de

<sup>29</sup> No original, em Espanhol: “*Em líneas generales, el imaginario mítico funciona – lo hemos representado en el diagrama de la página siguiente – como una lenta noria que, llena de energías fundadoras, se vacía progresivamente y se inhibe automáticamente por las codificaciones y las conceptualizaciones, luego se sumerge lentamente – a través de los roles marginados, a menudo forzado a la disidencia – en los ensueños remitificantes conducidos por los deseos, los resentimientos, las frustraciones, y se llena de nuevo del agua viva del torrente de imágenes*”.

<sup>30</sup> Alguém que publica mensagens deliberadamente provocativas para um grupo de notícias ou fórum de mensagens na internet com a intenção de causar o máximo de aborrecimentos e discussão sem nenhum motivo em especial. O termo também está associado ao *bullying* e ao assédio online.

<sup>31</sup> /b/ é um mural de imagens do site 4chan. É um dos murais originais do site, dedicado a praticamente qualquer tipo de conteúdo aleatório. Ficou conhecido, com o passar do tempo, como o mais infame dos murais do 4chan, tanto dentro quanto fora da comunidade que o acessa.

<sup>32</sup> No original, em Inglês: “*Proeminent examples include LOLcats (images of cats and other animals captioned with cute or otherwise absurdist text), Rickrolling (in which individuals are unwittingly redirected to a clip of Rick Astley’s 1987 hit ‘Never gonna give you up’), and rage face comics (crudely drawn comic templates), each of which were thrust into the mainstream spotlight after being created and/or amplified by trolls*”.

gatinhos e memes, comprou o site e seu "time de memes" chegou até a participar de um *reality show* no canal de televisão por cabo dos Estados Unidos, Bravo.

*I Can Has Cheezburger* faz parte de um grupo maior de empresas, a *Cheezburger*. A empresa foi fundada em Seattle, em 2007 e é proprietária de sites como *FAIL Blog*, *Memebase* e *Know Your Meme* (a maior enciclopédia de memes). *I Can Has Cheezburger* é um weblog que contém fotos cômicas de gatinhos com legendas (assim como outros animais também) e teve grande influência em trazer o *LOLspeak*<sup>33</sup> para um público mais amplo. De acordo com a revista Time, o site foi adquirido por 2 milhões de dólares.

Figura 9: o meme de um gatinho feliz com a legenda "I can has cheezburger", gramaticalmente incorreta em inglês — um estilo de meme que se popularizou no 4chan — deu a ideia para o nome do site.



Fonte: *Know Your Meme* (2017b)

Segundo o site *Know Your Meme* (2017), em março de 2014 a *Cheezburger* possuía 1,67 milhões de seguidores na sua conta do Twitter e 671 mil curtidas no Facebook (em 2017, o número chega a 884 mil), além de 192,5 milhões de acessos diários, figurando 190ª posição no ranking de websites. Esse aumento de engajamento em sites como o Facebook é significativo: “[...] a cultura pop *mainstream* — o tipo de

<sup>33</sup> *LOLspeak*, or Chanspeak, é um subconjunto de gírias de internet, usado frequentemente em boards de imagens como o 4chan.

conteúdo que você pode encontrar navegando pelo Facebook, enquanto assiste televisão, ou passeando pelo shopping — é inundado com as criações de *trolls* [...]”<sup>34</sup> (PHILLIPS, 2015, p. 23-24, tradução nossa). Apesar de o 4chan ter sido considerado, em 2009, uma "fábrica meme" ultrapassada, uma porcentagem significativa de conteúdo inicialmente filtrado pela cultura *mainstream* da internet foi interceptada e reapropriada, ou pelo menos mais popularizada, pelos *trolls*:

Desta forma, a *trollagem*, e de forma mais indireta, 4chan /b/ — posicionou-se silenciosamente como uma das forças mais influentes dentro da paisagem da cultura pop americana, e durante o período de crescimento principal de subcultura entre 2008 e 2011 conseguiu se tornar *mainstream* enquanto ainda subterrâneo — uma façanha que, ironicamente, ajudou a inaugurar o fim da "era de ouro" da *trollagem* (PHILLIPS, 2015, p. 23, tradução nossa)<sup>35</sup>.

Segundo Phillips (2015), a constante reapropriação das produções culturais e memes criados por *trolls*, desde filmes a programas de televisão para qualquer outra coisa que eles considerassem engraçado ou explorável, ajudou a fortalecer o senso compartilhado de identidade de *trolls* participantes. De acordo com a autora, a *trollagem* e a criação de memes estavam tão ligados no período de origem dessa subcultura que a existência de memes em determinada página ou fórum era garantia de que os *trolls* estavam envolvidos.

Porém, à medida em que os memes foram se tornando mais populares, acontecia o mesmo com outros aspectos da cultura dos *trolls*, de forma que a existência de memes já não garantia mais a participação de *trolls* no processo de criação. Essa mudança da subcultura (marginalizada) para o *mainstream*, foi lenta: durante anos, os memes criados e compartilhados pelos *trolls* eram completamente ignorados pelo público comum, e também pelo mundo corporativo. A reapropriação dos memes criados pelos *trolls* por usuários não iniciados causou queixas por parte do seu público mais tradicional. Os *trolls* passaram a reclamar da exploração de companhias e empresas que utilizavam conteúdo gerado por essa comunidade de anônimos — fosse para ganhar curtidas no Facebook e atingir engajamento nas redes sociais, fosse pela criação de produtos licenciados. Essa foi

---

<sup>34</sup> No original em inglês: “[...] mainstream pop culture – the sort of content you might find scrolling through Facebook, while watching television, or wandering through the mall – is overrun with the brainchildren of subcultural *trolls* [...]”.

<sup>35</sup> No original, em inglês: “In this way, *trolling* – and in a more indirect way, 4chan/b/ - quietly positioned itself as one of the most influential forces within the American pop culture landscape, and during the major subcultural growth period between 2008 and 2011 managed to go mainstream while still underground – a feat that, ironically, helped usher in the end of the ‘golden age’ of *trolling*”.

uma das grandes questões que irritaram os *trolls*: como uma empresa pode se apropriar de um conteúdo criado por anônimos e legalmente lucrar com a venda de produtos?

Além disso, as pessoas que não participavam desse círculo de criação de memes, que não estavam familiarizadas com os conteúdos do 4chan/b/, não estavam sabendo exatamente como criar seus próprios memes:

Não era só que um número cada vez maior de pessoas começava a fazer e a compartilhar memes, embora essa fosse certamente uma queixa importante. Era que as pessoas estavam fazendo isso de forma errada, incluindo como eles estavam usando o termo meme (PHILLIPS, 2015, p. 141, tradução nossa)<sup>36</sup>.

A criação de sites e aplicativos de celular geradores de memes tornou a utilização por não iniciados ainda mais acessível. Phillips dá como exemplo o meme *Advice Animals* (algo como “animais conselheiros”). Criar um meme como esse não era impossível para alguém que entendesse o mínimo de programas de edição de imagem, mas não era algo que um usuário médio provavelmente descobriria como fazer sozinho. Para criar um meme como esse, o usuário indicava, ao mesmo tempo, que era letrado digitalmente, pois conhecia as regras de uso e referências dos memes, ao mesmo tempo que possuía competência tecnológica. Segundo Phillips (2015), as plataformas geradoras de memes, especialmente a *Meme Generator* (criada em 2009) e a *Quickmeme* (criada em 2010) mudaram toda a conjuntura:

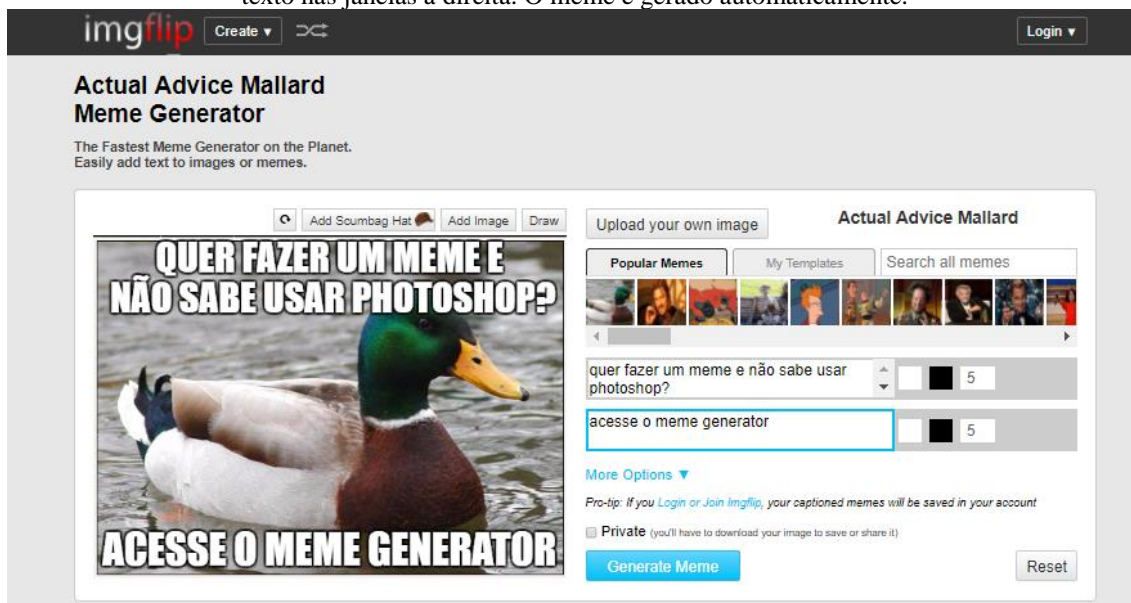
De repente, os meios de produção mudaram do indivíduo para a plataforma. Tudo o que um usuário precisava fazer era escolher qual imagem ele ou ela queria utilizar, e o trabalho de formatação, seria feito automaticamente. Isso resultou em uma explosão de participação, bem como em um panteão sempre em expansão de modelos, muitos dos quais encontraram caminho para o Facebook — para o desgosto dos *trolls* e outros investidos na “pureza” dos memes (PHILLIPS, 2015, p. 144, tradução nossa)<sup>37</sup>.

---

<sup>36</sup> No original, em inglês: “It wasn’t just that increasing numbers of people were suddenly making and sharing memes, although that was certainly a major complaint. It was that people were doing it wrong, including how they were using the term meme”.

<sup>37</sup> No original, em inglês: “Suddenly, the means of production shifted from individual to platform. All a user needed to do was choose which image he or she wanted to caption, and the formatting work, would be done automatically. This resulted in an explosion of participation, as well as an ever expanding pantheon of templated, many of which found their way onto Facebook – much to the chagrin of *trolls* and other invested in the ‘purity’ of memes”.

Figura 10: página do site Meme Generator, mostrando a facilidade de criação de um meme a partir de modelos já “consagrados” na comunidade. Basta escolher o meme que se deseja utilizar e adicionar o texto nas janelas à direita. O meme é gerado automaticamente.



Fonte: Meme Generator (2017)

Além disso, para os usuários tradicionais que criavam e compartilhavam memes, houve um crescente número de memes "ruins" — memes que eles consideravam desvios do formato subcultural estabelecido de anos passados — ou, ainda, memes que nem sequer tentavam cumprir o formato já estabelecido. A grande revolta dos *trolls* era que, ao se tornarem uma tendência, os memes deixassem de ser sua forma exclusiva de expressão de identidade. Para eles, era impossível simplesmente começar a usar memes, você precisava participar dos fóruns, das discussões e, através da observação, entender a lógica da forma como se comunicavam. Depois que os memes se tornaram *maisntream*, “[...] o que antes funcionou como um marcador altamente especializado já não realizava a mesma função subcultural”<sup>38</sup> (PHILLIPS, 2015, p. 145).

Não era mais necessário vivenciar a cultura *troll* para compreender o funcionamento dos memes e suas lógicas, uma vez que enciclopédias de memes foram criadas para que todos pudessem compreender o conteúdo facilmente. O site *Know Your Meme* é um bom exemplo. Funciona como uma enciclopédia colaborativa: qualquer pessoa pode criar um perfil e escrever verbetes explicando o contexto de surgimento de um meme e sua forma de utilização correta. Uma série de regras e procedimentos devem

<sup>38</sup> No original, em Inglês: “After memes went mainstream [...] however [...] what once had functioned as a highly specialized marker no longer performed the same subcultural function”.



ser seguidos para que o verbete seja válido. Os verbetes dos memes mais populares passam por uma espécie de curadoria, em que administradores e moderadores conferem se o conteúdo segue as regras de submissão e não quebram nenhuma regra (como a publicação de conteúdos pornográficos, racistas, homofóbicos ou caluniosos, por exemplo). Qualquer usuário pode contatar um moderador ou administrador para denunciar um verbete que falhe em seguir as regras.

Inicialmente, considerando o papel fundamental dos *trolls* na criação e disseminação dos memes, acreditávamos que eles se encontravam no isso, no nível fundador da tópica sociocultural. Por considerarem sua prática como marginalizada, anárquica e caótica, era pressuposto que o fenômeno estivesse ligado à papéis marginalizados e dissidentes, vinculados ao inconsciente da espécie e da cultura. No entanto, conforme elucidaremos mais adiante, as práticas dos *trolls* estão ligados à “performance”, a uma série de expectativas, papéis e coerções sociais — em seu próprio grupo —, que já indicam um posicionamento no nível do ego.

No capítulo a seguir, a partir do conceito de mito (ELIADE, 2011) e de titanismo (CONTRERA, 2003; LOPÉZ-PEDRAZA, 1997) e das noções de arquétipo e persona (JUNG, 2000) discutiremos a cultura dos *trolls* e a figura do *trickster*.

#### 4 DOS ARQUÉTIPOS AOS BOBOS DA CORTE

Neste capítulo, discutimos o conceito de mito e sua função como ingrediente vital da civilização humana (ELIADE, 2011). Nas civilizações primitivas, o mito desempenha um papel indispensável como narrativa exemplar de condutas práticas para a orientação da humanidade. Em seguida, discutiremos o conceito de titanismo a partir de López-Pedraza (1997) e Contrera (2003), fazendo as conexões entre os traços dessas figuras mitológicas e o homem contemporâneo. Por fim, a figura do *troll* volta a ser discutida, desta vez em relação ao mito do *trickster* (Jung, 2000).

De acordo com Eliade (2011), a maioria dos mitos gregos foi recontada (por Hesíodo e Homero, pelos rapsodos e mitógrafos) e, em função disso, modificada, articulada e sistematizada. No entanto, isso não significa que essas mitologias tenham se transformado apenas em literatura ou que as tradições mitológicas das sociedades arcaicas não tenham sido manipuladas por sacerdotes e bardos:

[...] apesar das modificações sofridas no decorrer dos tempos, os mitos dos ‘primitivos’ ainda refletem um estado primordial. Trata-se, ademais, de sociedades onde os mitos ainda estão vivos, onde fundamentam e justificam todo o comportamento e toda a atividade do homem (ELIADE, 2011, p. 10)

Para Eliade (2011), o mito é uma realidade cultural extremamente complexa, que pode ser abordada e interpretada através de perspectivas múltiplas e complementares. Se tratando de uma história sagrada, o mito relata um acontecimento ocorrido no tempo primordial, narra como, graças às façanhas dos “Entes Sobrenaturais”, uma realidade passou a existir — seja uma realidade total, o Cosmo, ou apenas um fragmento, como uma ilha, uma espécie vegetal, um comportamento humano ou uma instituição, por exemplo —, sendo sempre a narrativa de uma “criação”:

O mito fala apenas do que *realmente* ocorreu, do que se manifestou plenamente. Os personagens dos mitos são os Entes Sobrenaturais. Eles são conhecidos sobretudo pelo que fizeram no tempo prestigioso dos ‘primórdios’. Os mitos revelam, portanto, sua atividade criadora e desvendam a sacralidade (ou simplesmente a ‘sobrenaturalidade’ de suas obras. Em suma, os mitos descrevem as diversas, e algumas vezes dramáticas, irrupções do sagrado (ou do sobrenatural) no Mundo. É essa irrupção do sagrado que realmente *fundamenta* o Mundo e o converte no que é hoje. E mais: é em razão das intervenções dos Entes Sobrenaturais que o homem é o que é hoje, um ser mortal, sexuado e cultura (ELIADE, 2011, p. 11).

O mito, por relatar os feitos memoráveis, façanhas e proezas dos “Entes Sobrenaturais” e a manifestação de seus poderes sagrados, se torna o modelo exemplar de todas as atividades humanas significativas. De acordo com Eliade, a principal função do mito é revelar os modelos exemplares de todos os ritos e atividades humanas significativas: tanto a alimentação ou o casamento, quanto o trabalho, a educação, a arte ou a sabedoria. Ou seja: o mito nos fornece modos de equacionamento das principais questões que afetam nossa existência.

Para Eliade (2011), a diferença mais importante entre o homem das sociedades arcaicas e o homem moderno é a irreversibilidade dos acontecimentos. Para o homem moderno, a irreversibilidade dos acontecimentos é a nota característica da História; no entanto, para o homem das sociedades arcaicas, não constitui uma evidência, o que aconteceu *ab origine* pode ser repetido através do poder dos ritos. Dessa forma, para o homem arcaico, conhecer os mitos é essencial: “[...] ao recordar os mitos e reatualizá-los, ele é capaz de repetir o que os Deuses, os Heróis ou os Ancestrais fizeram *ab origine*” (ELIADE, 2011, p. 18). O autor afirma que, ao “viver” os mitos, sai-se do tempo profano e cronológico, ingressando num tempo qualitativamente diferente, “sagrado”, ao mesmo tempo primordial e indefinidamente recuperável.

Para Eliade (2011), esse “retorno às origens” é importante e pode ser efetuado de múltiplas maneiras:

Esse prestígio da ‘origem’ sobreviveu nas sociedades europeias. Quando se empreendia uma inovação, esta era concebida, ou apresentada, como um retorno à origem. A Reforma inaugurou o retorno à Bíblia e ambicionava reviver a experiência da Igreja primitiva, ou mesmo das primeiras comunidades cristãs. A Revolução Francesa tomou como paradigma os romanos e os espartanos. Os inspiradores e os chefes da primeira revolução europeia radical e vitoriosa, que assinalou não somente o fim de um regime, mas o fim de um ciclo histórico, consideravam-se os restauradores das antigas virtudes exaltadas por Tito Lívio e Plutarco (ELIADE, 2011, p. 157).

Eliade (2011) garante que o mito é um ingrediente vital da civilização humana, pois nas civilizações primitivas ele desempenha uma função indispensável de exprimir, enaltecer e codificar a crença; salvaguardar e impor os princípios morais; garantir a eficácia do ritual e oferecer regas práticas para a orientação do homem:

[...] longe de ser uma fabulação vã, ele é ao contrário uma realidade viva, à qual se recorre incessantemente; não é absolutamente uma teoria abstrata ou uma fantasia artística, mas uma verdadeira codificação da religião primitiva e da sabedoria prática [...] (ELIADE, 2011, p. 23)

Para o autor, alguns comportamentos considerados “míticos” ainda sobrevivem nos nossos. No entanto, não se trata de sobrevivências de uma mentalidade arcaica, já que alguns aspectos e funções do pensamento mítico são constituintes do ser humano: “Comportamentos míticos poderiam ser reconhecidos na obsessão do ‘sucesso’, tão característica da sociedade moderna, e que traduz o desejo obscuro de transcender os limites da condição humana; no êxodo para os subúrbios, onde se pode detectar a nostalgia da ‘perfeição primordial’ [...]” (ELIADE, 2011, p. 160).

O excesso e o exagero são características marcantes da contemporaneidade, em diversos aspectos das relações e vida humana, conforme aponta Sfez (1994). Contrera (2003) faz a crítica à perseguição obcecada pelo enriquecimento sem limites, pela vida — e também juventude — eterna, poder político, a estética do consumo e o capitalismo desenfreado, tão visíveis em nossa sociedade. Na Comunicação, a autora enfatiza a hipertextualização e a superinformação, a eficiência e a velocidade em detrimento do sentido, afirmando que esses traços fundamentais dos nossos tempos são identificados com o titanismo. Os Titãs, figuras da mitologia grega, simbolizam as forças brutas da terra, manifestações elementares, forças selvagens de insubmissão, sendo caracterizados como ambiciosos, revoltados, indomáveis, exprimindo a oposição a uma espiritualização harmonizante. Esse titanismo estaria impregnado em nossa cultura no que, segundo Contrera (2003), seria uma memória humana primitiva:

Frente ao titanismo, estamos diante da manifestação de um fenômeno que nos diz respeito, que nos pertence, mas que pertence exatamente ao ponto cego, ao escuro primitivo que há em nós. Talvez por isso não nos deva causar estranhamento o fato de nossa sociedade contemporânea (nossos valores, nossa política, nossa economia, nossas comunicações) estar rendida ao titanismo em suas manifestações mais sombrias, e ao excesso e à vacuidade que ele representa. (CONTRERA, 2003, p.05)

Parece que nunca houve um culto aos Titãs. De acordo com López-Pedraza (1997), os tempos titânicos seriam um período de transição entre o homem primitivo e o homem culto e civilizado, e como todos temos complexos primitivos dentro de nós — que foram bem estudados pela psicologia de Jung —, todos também devemos ter complexos titânicos em um nível titânico na nossa psique. López-Pedraza garante que existem personalidades nas quais o titânico parece ser predominante, assim como comportamentos estranhos e patologias que só poderiam ser avaliados em termos de titanismo: “Estou convencido de que a psicologia do titânico é sumamente importante, em particular se aceitarmos que esse ingrediente se encontra em todos nós” (1997, p. 12).

López-Pedraza explica o surgimento dos Titãs:

Os Titãs pertencem ao tempo mitológico de Crono, época da primeira e segunda geração de deuses. Foi o tempo anterior à guerra de Zeus contra seus progenitores titânicos, que originou uma nova ordem, um novo ritual, uma nova religião, uma nova cultura e uma nova civilização (1997, p. 12).

O nome Titã, desde os primórdios, foi associado com a divindade do Sol e parece ter sido originalmente título supremo de seres que eram deuses celestiais muito antigos, ainda selvagens e não sujeitos a lei alguma, afirma López-Pedraza. Em sua obra sobre Prometeu, um Titã, Kerényi (apud LÓPEZ-PEDRAZA, 1997) o define como “arquétipo da existência humana”. De acordo com López-Pedraza (1997), Kerényi foi pioneiro em estabelecer a conexão entre o excesso dos Titãs e a existência humana, sob influência dos estudos de Jung sobre os arquétipos.

As reflexões de López-Pedraza sobre o titanismo surgiram de recordações de sua própria vida, do ter vivido em sociedades titânicas psicologicamente inseridas entre o homem primitivo e o civilizado. De acordo com o autor, essas reflexões surgiram da observação de como o excesso aparece em todos os lugares hoje em dia, mesmo nas sociedades mais diferenciadas ou cujas tradições estão fundamentadas nas chamadas religiões superiores: “Provavelmente nossa adolescência contém grande quantidade de titanismo: excessos, falta de limites, de leis, caos, barbarismo, etc. [...]” (LÓPEZ-PEDRAZA, 1997, p. 15). De acordo com López-Pedraza (1997), é possível perceber como o elemento em discursos altamente cultos e articulados disfarçados como um jargão mimético-titânico.

No entanto, seria precipitado equiparar o titanismo com o inconsciente: “Para mim, ‘estar inconsciente’ quer dizer estar inconsciente dos arquétipos, de suas formas e imagens, seja na história ou no decorrer de toda uma vida” (LÓPEZ-PEDRAZA, 1997, p. 16). Sobre como definir os Titãs, o autor prefere visualizá-los como *figuras mitológicas* que representam mimetismo e excesso, já que não estão contidos dentro das configurações arquetípicas: “[...] devemos aceitar que na vida humana o titânico se expressa em excessos, em desmedida. Neste sentido, o titânico poderia ser, se não um arquétipo, pelo menos uma função particular da natureza humana” (LÓPEZ-PEDRAZA, 1997, p.18).

López-Pedraza (1997) retoma as afirmações de Nilsson, para quem os Titãs são abstrações ou nomes vazios cujo significado não se pode julgar. Todos seríamos habitados e inundados por essas abstrações em nossas vidas cotidianas por palavras

vazias: “Existem áreas em nossas psiques, ou em nossas vidas, em que não temos reflexão porque não há imagens e, por isso, não temos sentimentos para avaliar” (LÓPEZ-PEDRAZA, 1997, p.19).

De acordo com López-Pedraza, precisamos ter em mente esses dois elementos básicos do titanismo — a vacuidade e o excesso — para podemos começar a avaliar o excesso através da nossa história, da nossa vida e das nossas práticas:

Bem, a afirmação de Nilsson de que os Titãs são ‘abstrações’ ou ‘nomes vazios’ nos permite orientar nossa investigação para outra direção, a de nossas chamadas *lacunae*: aquilo que não podemos conhecer ou apreender em nós mesmos, essas abstrações vazias, esse nada, os buracos — esses buracos negros que nos fascinam hoje em dia. Esses não são arquétipos, mas buracos. Se conseguimos conceber ambos, a vacuidade e o excesso, nos encontraremos em melhor posição para perceber o titânico (LÓPEZ-PEDRAZA, 1997, p. 19-20).

Para López-Pedraza, o excesso — elemento mais importante dos Titãs — surge da vacuidade, e poderia conduzir a patologias ou a comportamentos estranhos: “[...] vale dizer, em termos junguianos, é o mal em nossa sombra que não logramos integrar e então precisamos rejeitar” (LÓPEZ-PEDRAZA, 1997, p. 20).

Valendo-se da síntese de López-Pedraza (1997), Contrera resume o titanismo: nem lei, nem ordem, nem limites; só excesso — que ela designa como seu traço definidor. Excesso esse que esconde a megalomania do homem, traço do Titã Prometeu (2003). Pensando nas comunicações virtuais, sejam sites de notícias ou redes sociais, a ausência de ordem e limites referenciais podem ser identificados nessa nova organização temporal:

O tempo real da comunicação do ciberespaço, muito longe de reproduzir ou respeitar a realidade do tempo real da comunicação humana primária, da comunicação dos corpos humanos, propõe a velocidade e a vertigem dos sistemas artificiais, impondo um instantaneísmo que a tudo funde numa operação de indiscriminação, abolindo os rituais comunicativos e as marcas organizacionais. (CONTRERA, 2003, p. 10)

Contrera inclusive afirma que a empolgação tecnológica é o tom dominante nos discursos sobre comunicação, assim como dos valores titânicos da eficiência econômica e “[...] da rapidez até o ponto de fusão que elimina as relações concretas, do hiper/texto, do hiper/real do hiper/tudo que se funde em nada.” (CONTRERA, 2003, p. 03). Autores que fogem dessa onda de empolgação, não raro, são taxados de alarmistas, catastrofistas, distópicos.

Esse nada, que a autora também chama de vacuidade, seria fruto da dissociação dos rituais sociais de comunicação, que se desfiguram e desaparecem, restando apenas

uma ansiedade e falta de sentido titânicos. Para Sfez (1994), no tautismo, somos levados a crer que, como espectadores, fazemos parte de uma cena através da comunicação. Contrera corrobora essa ideia: a comunicação partiu de um ritual social para um espetáculo, chegando enfim ao estado de simulacro. O excesso de imagens — ou iconofagia — tenta preencher esse vácuo, e essa ansiedade e falta de sentido gerariam um estado de tensão permanente e absoluto (CONTRERA, 2003, p. 11). A autora caracteriza isso como um movimento histórico que implanta uma estética do consumo, da quantidade e da velocidade. A avidez por imagens torna sua recepção e oferta cada vez menos seletivas, motivando menos vínculos e relações, assim como trazendo implicações éticas e históricas. dos tempos atuais, incentivando a quantidade e a velocidade das comunicações, dá ênfase ao consumo através do exibicionismo de seus usuários. Rodriguez (2011) lança a pergunta: porque estar nas redes sociais? E ela mesmo responde que na sociedade atual, regida pela cultura do consumismo e dos meios de comunicação, pode-se concluir que para *ser*, é preciso *estar*.

O momento da comunicação que Contrera (2003), Rodriguez (2011) e García-Capilla (2011) nos apresentam é equiparável ao tautismo de Sfez (1994): a empolgação pela tecnologia, a eficiência dos objetos técnicos, que são vistos somente por seu viés utilitarista — sendo deixadas de lado as possibilidades estéticas —, a ausência de limites referenciais — para Sfez (1994), exemplificado nos papéis difusos de emissor e receptor.

As comunicações virtuais, sejam através de sites, e-mails ou redes sociais, têm como característica marcante a instantaneidade, que pode ser vista como a eficácia (de comunicar) titânica: uma nova organização temporal. Em uma rede social como o Instagram<sup>39</sup>, o usuário posta fotografias da sua rotina diária instantaneamente, uma foto nova a cada nova atividade, uma ansiedade exibicionista unida ao poder da observação — como um *voyeur*. Com mais de 1 bilhão de usuários ativos (mensalmente), mais de 400 milhões de *stories* são publicados diariamente (INSTAGRAM, 2018). Esses 400 milhões de fotos e vídeos desaparecem em 24 horas do feed do usuário, gerando tal excesso de informação que acabamos, no final das contas, não comunicando nada: excesso e vacuidade.

---

<sup>39</sup> Em pesquisa de 13 de fevereiro de 2019, ao buscarmos a palavra “meme” no Instagram, tivemos mais de 73 milhões de resultados como hashtag além de diversos perfis dedicados ao tema.

#### 4.1 A ZOEIRA NÃO TEM LIMITES

Em sua extensa pesquisa sobre o submundo dos *trolls*, Phillips (2017) realizou diversas entrevistas com *trolls* — que sempre preferiram permanecer anônimos. No entanto, questões importantes foram descobertas nessas conversas sobre uma prática que ainda é muito fechada aos não iniciados e avessa a se mostrar.

O primeiro ponto interessante a ser comentado é que eles se consideram como membros de uma comunidade “frouxa” de anarquistas anônimos que está testando os limites da liberdade de expressão na internet. Embora não seja um grupo claramente homogêneo, a maioria dos *trolls* tem o seguinte perfil básico: eles se identificam como *trolls*, tendem a ser inteligentes, são brincalhões e maliciosos e amplamente antagônicos, afirma Phillips (2017). Sobre o senso de comunidade, um dos entrevistados de Phillips, cujo avatar é Paulie Socash, responde:

[...] a comunidade é muito fluida — as pessoas vêm e vão e voltam. E eu não estou falando aqui sobre alguém que já *trollou* alguma coisa por alguns dias ou postagens no 4chan. A comunidade que eu vejo como minha é formada por *trolls* que têm estado nisso por um tempo e levam seu anonimato a sério - nós também *trollamos* os novos *trolls* desleixados (muitas vezes mostrando como eles são anônimos), a propósito. Dentro dessa comunidade, há uma constante brincadeira desmascarar uns aos outros e a decisão de deixar transparecer o menor indício sobre quem você é na vida real é levada a sério. (PHILLIPS, 2017, p.71)

Paulie (apud PHILLIPS, 2017) afirma que o objetivo da comunidade é trocar ideias e técnicas e o planejamento de *trollagens* coordenadas, de maneira a perturbar a sensação de segurança que o usuário comum tem ao navegar a internet. Para Paulie, há um tipo de interação desrespeitosa, que os *trolls* gostariam de fazer na vida real, cara-a-cara, mas não podem (por várias razões), e por isso o fazem online.

Para eles, a privacidade e a liberdade são quase sinônimas, tornando violações perceptíveis de privacidade — seja do governo ou por parte de empresas — equivalente à tirania. A privacidade e o anonimato são fundamentais, em função do comportamento e do posicionamento dos *trolls* na rede. O anonimato permite que se declare livremente posições impopulares (sejam elas próprias ou não), sem repercussões daqueles que pensam que dizer coisas más deve resultar em ameaças de morte ou ações de vigilância.

Em termos de comportamento, o *trolling* varia do vagamente desagradável ao ilegal: os *trolls* provocam alvos desavisados com linguagem aparentemente racista, aparentemente sexista e/ou aparentemente homofóbica; postar imagens chocantes, incluindo pornografia e sangue, para atrapalhar a conversa; e



inundam *threads* com distorções grotescas das posições de outros usuários”<sup>40</sup> (PHILLIPS, 2017, p. 68-69).

Os *trolls* cortejam deliberadamente o humor polêmico e transgressivo para reunir o que muitos chamam de “lulz”, um tipo particular de riso agressivo, moralmente ambíguo, que indica a imposição de sofrimento emocional: “Para o *troll*, a natureza precisa dessa angústia é secundária, se não totalmente inconsequente, ao desfrute de seus efeitos” (PHILLIPS, 2017, p. 68-69). A autora garante: os *trolls* são tão propensos a atacar membros da Igreja Batista quanto a atormentar ativistas dos direitos gays, e perseguir os membros da Ku Klux Klan (KKK) com a mesma rapidez com que iriam postar mensagens racistas.

Phillips também aponta que, em função do anonimato, os *trolls* desenvolvem personagens (ou personas) para atuar na internet. Nesse sentido, a *trollagem* é real e fingimento, tanto brincalhona quanto maliciosa. É real para aqueles que estão a perder — o alvo do *troll* — e um jogo para aqueles que estão a ganhar. Phillips ressalta que os *trolls* raramente têm qualquer investimento pessoal nas coisas que fazem e dizem suas ações são projetadas para serem inerentemente unilaterais. Os *trolls* se dão uma escolha (participar ou não, levar ou não as coisas que dizem seriamente), mas a escolha não é estendida aos seus alvos. Nesse sentido, Phillips afirma que a *trollagem* é antiética, não é porque os *trolls* dizem o que realmente pensam (sem nenhum tipo de autocensura), mas porque dizem o que não pensam ou corroboram coisas com as quais não concordam — tudo pelos “lulz”.

A questão legal é outro ponto importante: nos EUA, a *trollagem* é, por enquanto, protegido pela Primeira Emenda, que garante a liberdade de expressão. No entanto, a *trollagem* tem sido equiparada ao “cyberbullying” em diversos países, como Reino Unido. Portanto, corre o risco de ser legalmente classificada como assédio. Nesse sentido, um dos entrevistados de Phillips argumenta que a *trollagem* pode não ser explícita ou tradicionalmente política, mas está baseada na resistência a todas as formas de autoridade

---

<sup>40</sup> No original, em Inglês: “Indeed, to a troll, privacy and freedom are nearly synonymous, making perceived violations of privacy [...] tantamount to tyranny. [...] In terms of behaviour, trolling ranges from the vaguely distasteful to the borderline illegal: trolls taunt unsuspecting targets with seemingly racist, seemingly sexist and/or seemingly homophobic language; post shocking imagery, including pornography and gore, in order to derail conversation; and flood discussion threads with non sequiturs or grotesque distortions of other users’ positions”.

— colocando os *trolls* diretamente no centro dos debates emergentes que cercam a censura online.

Ao ser perguntado sobre a existência de um componente moral ou ético nas atividades de *trollagem*, Paullie (*apud* PHILLIPS, 2017) afirma que a maioria dos *trolls* tem alguns limites que se recusam a cruzar — por exemplo, postar pornografia infantil real é um limite que a maioria não cruzará por motivos além da repercussão legal — e coisas pelas quais eles têm interesse especial. De forma mais geral, são defensores da liberdade de expressão e do acesso público a tudo (de compartilhamento de arquivos a *hacking*, etc.).

Para Paullie (*apud* PHILLIPS, 2017), a questão maior é se o ato de *trollar* representa uma ação política, independentemente da intenção do indivíduo, o que ele acredita ser verdadeiro — como o grafite, *hacking* ou outros comportamentos que perturbem o fluxo esperado da vida cotidiana (na vida real ou on-line) e seu status quo.

#### 4.2 SOBRE *TRICKSTERS* E *TROLLS*

Jung (2000) afirma que, inicialmente, o conceito do inconsciente limitava-se a indicar o estado dos conteúdos reprimidos ou esquecidos. Para Freud, era espaço de concentração desses conteúdos esquecidos e recalçados, tendo natureza exclusivamente pessoal, muito embora ele tenha chegado a distinguir formas de pensamento mitológicas do inconsciente (JUNG, 2000). De acordo com o autor, uma camada mais ou menos superficial do inconsciente é, sem dúvida, pessoal e, no entanto, repousa sobre uma camada mais profunda, que já não tem sua origem em experiências pessoais, sendo inata, sendo chamada de inconsciente coletivo. Jung optou pelo termo "coletivo" pelo fato de o inconsciente não ser de natureza individual, mas universal: possui conteúdos e modos de comportamento, os quais são os mesmos em toda parte e em todos os indivíduos. “Em outras palavras, são idênticos em todos os seres humanos, constituindo portanto um substrato psíquico comum de natureza psíquica suprapessoal que existe em cada indivíduo” (JUNG, 2000, p. 15). Segundo Jung, os conteúdos do inconsciente pessoal são os complexos de tonalidade emocional, que constituem a intimidade pessoal da vida anímica. Já os conteúdos do inconsciente coletivo, garante o autor, são chamados arquétipos: “[...] no concernente aos conteúdos do inconsciente coletivo, estamos tratando de tipos arcaicos — ou melhor — primordiais, isto é, de imagens universais que existiram desde os tempos mais remotos” (JUNG, 2000, p. 16).

Do inconsciente emanam influências determinantes que independem da tradição, conferem semelhança a cada indivíduo singular, e até identidade de experiências, bem como da forma de representá-las imaginativamente. Para Jung (2000), uma das provas principais disto é o paralelismo quase universal dos motivos mitológicos que ele denomina arquétipos em função da sua natureza primordial. De acordo com o autor, render-se ou sucumbir a estas imagens eternas é até mesmo normal, e é por isso que tais imagens existem. Elas têm como função atrair, convencer, fascinar e subjugar, sendo criadas a partir da matéria originária da revelação e representam a sempre primeira experiência da divindade.

Ainda de acordo com Jung, o conceito de arquétipo só se aplica indiretamente às representações coletivas na medida em que designar apenas aqueles conteúdos psíquicos que ainda não foram submetidos a qualquer elaboração consciente:

Sua manifestação imediata, como a encontramos em sonhos e visões, é muito mais individual, incompreensível e ingênua do que nos mitos, por exemplo. O arquétipo representa essencialmente um conteúdo inconsciente, o qual se modifica através de sua conscientização e percepção, assumindo matizes que variam de acordo com a consciência individual na qual se manifesta (JUNG, 2000, p. 17).

Nesse sentido, Jung (2000) afirma que com frequência existe o mal-entendido de que os arquétipos são determinados quanto ao seu conteúdo, como se fosse uma espécie de "ideias" inconscientes. O autor reitera que os arquétipos são determinados apenas quanto à forma e não quanto ao conteúdo, e no primeiro caso, de um modo limitado: “Uma imagem primordial só pode ser determinada quanto ao seu conteúdo, no caso de tornar-se consciente e, portanto, preenchida com o material da experiência consciente” (JUNG, 2000, p. 91). Ou seja, o arquétipo é um elemento vazio e formal em si, nada mais sendo do que uma possibilidade dada a priori da forma da sua representação.

Jung nos apresenta a figura do *trickster*, uma estranha combinação de motivos típicos que se encontram também em Mercúrio, como sua tendência às travessuras astutas, em parte divertidas, em parte malignas, sua mutabilidade, sua dupla natureza tanto animal quanto divina, mas também sua proximidade da figura de um salvador. Segundo Jung, é graças a essas propriedades que Mercúrio aparece como um demônio ressuscitado dos tempos primordiais, até mesmo mais antigo do que o Hermes grego. Jung afirma que essas características do *trickster* ocorrem particularmente onde há crianças na pré-adolescência, com suas travessuras engraçadas ou maliciosas lembrando

a figura do *poltergeist*, espírito conhecido pelo seu baixo nível de inteligência e a habilidade de transformar-se em formas animais. López-Pedraza (1997) mesmo comenta sobre nossa adolescência contendo grande quantidade de titanismo: excessos, falta de limites, de leis, caos, barbarismo, etc.:

Em contos picarescos, na alegria desenfreada do carnaval, em rituais de cura e magia, nas angústias e iluminações religiosas, o fantasma do *trickster* imiscui em figuras ora inconfundíveis, ora vagas, na mitologia de todos os tempos e lugares, obviamente um "psicologema", isto é, uma estrutura psíquica arquetípica antiquíssima. Esta, em sua manifestação mais visível, é um reflexo fiel de uma consciência humana indiferenciada em todos os aspectos, correspondente a uma psique que, por assim dizer, ainda não deixou o nível animal. Considerada sob um ângulo causal e histórico, a origem da figura do *trickster* é praticamente incontestável (JUNG, 2000, p. 256).

Dessa forma, Jung (2000) ressalta que uma consciência primitiva ou bárbara tem uma autoimagem em um nível anterior de desenvolvimento e que essa atividade psíquica continua através de séculos ou milênios, de maneira que as propriedades essenciais dessa atividade se misturam com os produtos mentais extremamente elevados. Considerando esse primitivismo cru do *trickster*, é possível que se perceba neste mito apenas o reflexo de um estágio de consciência anterior e elementar, pois é o que o *trickster* parece manifestar. Além disso, o *trickster* é uma personificação coletiva, é produto de uma soma de casos individuais, podendo ser reconhecida pelos indivíduos isoladamente, o que não ocorreria se se tratasse de um produto individual. Desta forma, Jung associa a figura do *trickster* à sombra. Culturalmente, ela é considerada como uma falha pessoal, gafe ou deslize, sendo atribuída à personalidade consciente como um defeito. Para Jung (2000, p. 31), o encontro consigo mesmo significa o encontro com a própria sombra, que é “[...] um desfiladeiro, um portal estreito cuja dolorosa exiguidade não poupa quem quer que desça ao poço profundo”:

Não nos lembramos mais de que, por exemplo, em festas como o carnaval e outras semelhantes, encontram-se ainda remanescentes de uma imagem que corresponde à sombra coletiva; essas festas comprovam que a sombra pessoal é, por assim dizer, descendente de uma figura coletiva numinosa. Esta última decompõe-se pouco a pouco sob a influência da civilização e permanece viva, mas dificilmente reconhecível, em resíduos folclóricos (JUNG, 2000, p. 258).

O *trickster* é a figura da sombra coletiva, uma soma de todos os traços de caráter inferior, e já que a sombra individual é um componente nunca ausente da personalidade, a figura coletiva é gerada sempre de novo a partir dela, afirma Jung (2000). Para Jung (2000), a figura do *trickster* é uma precursora do salvador e, como este, é de natureza divino-animal, teriomórfica: é tanto superior ao homem, graças à sua qualidade sobre-

humana, e inferior a ele, devido à sua insensatez inconsciente: “Embora não seja propriamente mau, comete, devido à sua inconsciência e falta de relacionamento, as maiores atrocidades” (JUNG, 2000, p. 259). No entanto, continua sendo uma fonte de divertimento através das civilizações, sendo reconhecível nas figuras carnavalescas de um polichinelo e de um palhaço”.

De acordo com Jung (2000), a figura do *trickster* não apresenta abertamente um caráter negativo, mas o de uma apreciação positiva, de forma que podemos esperar que, progressiva e gradualmente, com o desenvolvimento da consciência, os aspectos mais rudes do mito diminuam: “Este processo de tornar os costumes inofensivos, como mostra a história do motivo, leva muito tempo, de tal forma que mesmo em níveis elevados de civilização ainda encontramos seus vestígios” (JUNG, 2000, p. 261). Ao final de seu ciclo, o mito do *trickster* tem os sinais da mais profunda inconsciência desaparecendo, de forma que em lugar de se manifestar de modo brutal, cruel, bobo e insensato, o *trickster* começa a fazer coisas úteis e sensatas: “A desvalorização da inconsciência anterior já é aparente dentro do mito”

Jung assevera que as qualidades obscuras ou más do *trickster* não desapareceram, mas recolheram-se no inconsciente, onde permanecem enquanto tudo vai bem na consciência. Quando a consciência é abalada por situações dúbias ou críticas, porém, “[...] percebe-se que a sombra de forma alguma se dissolveu no nada, mas apenas espera por uma oportunidade favorável para reaparecer, pelo menos como uma projeção no outro. Se essa façanha for bem-sucedida, cria-se novamente entre ambos aquele mundo obscuro, no qual tudo o que é característico da figura do *trickster* pode acontecer, mesmo nos mais altos graus de civilização” (JUNG, 2000, p. 261-262). Muitas vezes, é quando as pessoas se reúnem em massa que o indivíduo submerge e essa sombra é mobilizada e - como demonstra a história — pode ser personificada ou encarnada. Nesse sentido, Jung (2000) afirma que é compreensível a razão pela qual o mito do *trickster* se manteve e desenvolveu. Como tantos outros mitos, ele possui talvez um efeito psicoterapêutico. Mantendo diante do indivíduo altamente desenvolvido o baixo nível intelectual e moral precedente, a fim de que não nos esqueçamos do ontem de onde viemos.

Supomos que algo incompreensível seja incapaz de ter um efeito positivo sobre nós. Não é o que sempre acontece. O ser humano raramente compreende apenas com a cabeça, e menos ainda se for um primitivo. O mito, graças à sua numinosidade, tem um efeito direto sobre o inconsciente, quer a consciência o compreenda ou não. O fato de sua contínua repetição não tê-lo tornado

obsoleto, há muito tempo, pode ser explicado, acredito, pelo fato de suprir uma necessidade (JUNG, 2000, p. 261-262).

Ou seja, exteriormente um homem é culto e, internamente, um primitivo, e algo do ser humano não é capaz de abrir mão dos primórdios, enquanto a outra parte acredita que há muito tempo superou seu lado pré-civilizado.

Sobre a passagem do arquétipo ao símbolo, Barros (2009) aponta uma primeira multiplicação de derivações da imagem primordial e, ao mesmo tempo, um estreitamento de sua simbolização — ocasionado pela adequação a concretudes históricas, sociais, culturais. Teríamos no nível seguinte o mito, narrativa que organiza imagens simbólicas e arquetípicas, um esboço de racionalização já que se utiliza do discurso. A autora postula que nesse processo de racionalização ocorre também o nascimento dos estereótipos, e nesse caso, em especial, dos estereótipos na mídia, que é onde o mito atualmente se institucionaliza e perde seu aspecto selvagem e contestatório. Ao chegar ao ponto de se institucionalizar, como ocorre com Dionísio na mídia, o mito passa por um processo de enrijecimento, de absolutização de certos aspectos e de dissolução de outros, perdendo seu equilíbrio e coesão internos: o mito carrega um nome que não é seu.

Barros (2009) afirma que a perda de certas características de um mito e a absolutização de outras está na raiz dos estereótipos.

No entanto, repetimos que o estereótipo, embora imagem enrijecida e, pois, com baixa pregnância simbólica, mantém um pé no arquétipo. Einstein mostrando a língua deve sua força ao arquétipo da sombra, o *trickster*, como chamou Jung (1995), uma espécie de Mercúrio ardiloso, malicioso e também com certa vocação de salvador. Um “bobo sábio” cuja aparição, segundo os estudos junguianos, sinaliza uma situação perigosa. É o *trickster* que nos faz cometer lapsos de falha, apontando para um conteúdo importante e que está sendo ignorado (BARROS, 2009, p. 11).

Ao revermos as características dos *trolls* a partir do viés dos titãs, dos arquétipos e do *trickster*, percebemos que o ciclo de vivência do *trickster* se encaixa na tópica sociocultural. O *troll* é uma espécie de *trickster*, com suas performances, artimanhas, travessuras, em parte divertido, em parte maligno. No entanto, ao circular na tópica o *trickster* não é mais um arquétipo, como os titãs belicosos e cheios de excessos, e sim um mito, uma narrativa completa. Acreditávamos inicialmente que a figura do *troll* se encontrava na base da tópica sociocultural, no entanto, com seus papéis sociais, com uma normatividade de grupo, vemos que o *troll* nunca pertenceu ao subsolo do inconsciente — esse papel pertence aos titãs —, ele começa a demonstrar algumas características mantidas pela ideologia vigente, de forma que o mito começa a se institucionalizar,

passando por um processo de enrijecimento, de absolutização de certos aspectos e de dissolução de outros, perdendo seu equilíbrio e coesão internos. O mito carrega um nome que não é seu.

## 5 “UM GATINHO INCOMODA MUITA GENTE...”

Conforme discutido anteriormente, nossa amostra qualitativa foi selecionada de forma intencional, ou seja, conforme critérios que derivam do nosso problema de pesquisa, das características do universo observado e das condições e métodos de observação e análise. Faremos, conforme Fragoso, Recuero e Amaral (2013), a seleção de um caso extremo — nesse caso, do fenômeno do meme Grumpy Cat — que consideramos se destacar dos demais pelo alto índice de peculiaridades relevantes para o problema de pesquisa na expectativa de que possa nos auxiliar a perceber características que passariam despercebidas em elementos mais próximos ao padrão médio do universo de pesquisa. Entre essas peculiaridades, podemos citar sua descendência dos *LOLcats* (considerado por Shifman como um dos grandes gêneros de memes); sua rápida ascensão de popularidade; e sua rápida apropriação fora das redes como bem de consumo (filme e produtos). Grumpy Cat é um caso de meme que, assim como mencionamos na introdução, deixou o lugar de circulação notório dos memes e invadiu a vida “fora da internet”. Phillips (2015) atenta para a ideia básica de que não devemos ignorar a realidade fora da internet, quando falamos sobre virtual, enquanto Fragoso, Recuero e Amaral (2013) apontam a percepção da internet como um elemento da cultura e não como uma entidade à parte, o que “[...] oportuniza o entendimento do objeto como um local intersticial em que as fronteiras entre on-line e off-line são fluidas e ambos interatuam” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013).

Não será viável estudar minuciosamente o funcionamento de plataformas já citadas nesse trabalho (como *Know Your Meme*, 4Chan, Reddit etc.), e, levando em conta nossos objetivos, acreditamos ser mais frutífero, conforme propõe Felinto (2013), buscar entender as motivações para a criação e compartilhamento desses conteúdos do que o próprio significado de memes específicos ou sites e plataformas. A partir do meme do Grumpy Cat — e da grande obsessão da internet por gatinhos — almejamos demonstrar o caminho dos memes dentro da dinâmica da tópica sociocultural de Durand.

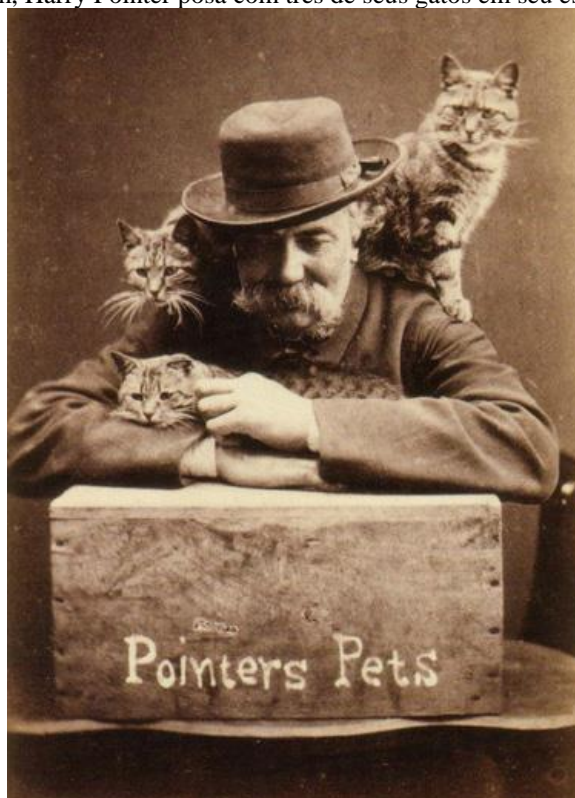
### 5.1 DA CARTE-DE-VISITE AO MUSEU DE CERA

Antes do século XX, nos tempos da fotografia analógica, as imagens de gatos já faziam sucesso. Harry Pointer (1822-1889), fotógrafo inglês, começou sua carreira



fazendo *carte-de-visite*<sup>41</sup> naturalistas de gatos, em poses dormindo ou bebendo leite, por exemplo (PAUSE AND PLAY, 2013). No entanto, ele ficou conhecido por, mais tarde, experimentar com temas e motivos mais criativos e engraçados. A partir de 1870, ele começou a fotografar gatos em poses “humanas”: andando de triciclo, de patins, ou mesmo posando como fotógrafos. Percebendo as possibilidades humorísticas e de vendagem, ele começou a acrescentar frases nas fotografias. Pointer registrou, ao todo, 200 fotografias de gatinhos, e a coleção ficou conhecida como “The Brighton Cats” (Os Gatinhos de Brighton), nome em função da cidade onde ele nasceu e na qual se localizava seu estúdio fotográfico.

Figura 11: na imagem, Harry Pointer posa com três de seus gatos em seu estúdio, no ano de 1880



Fonte: Pause and Play (2013)

As fotos de Pointer se tornaram populares com o público, que as comprava para colecionar ou para presentear os amigos. Segundo Pause and Play (2013), *The Art Journal* de 1876 comentou a extraordinária habilidade de Pointer fazer os gatinhos posarem para

<sup>41</sup> *Carte-de-visite* (cartão de visita) é um antigo formato de apresentação de fotografias, patenteado pelo fotógrafo francês André Adolphe Eugène Disdéri em 1854. A fotografia possuía um tamanho pequeno (9,5 x 6 cm), e era geralmente revelada pela técnica de impressão em albumina, que era colada em um cartão de papel rígido um pouco maior. Tornou-se moda mundial nos anos de 1860 e popularizou os retratos, conferindo ao sujeito fotografado o *status* de distinção e representação social (até então, só a alta burguesia tinha condições financeiras de ter um retrato). O *carte-de-visite* era trocado entre familiares, amigos e colecionadores.

a câmera, especialmente considerando a natureza agitada dos animais e o longo tempo de exposição necessário na época para realizar um registro fotográfico de qualidade.

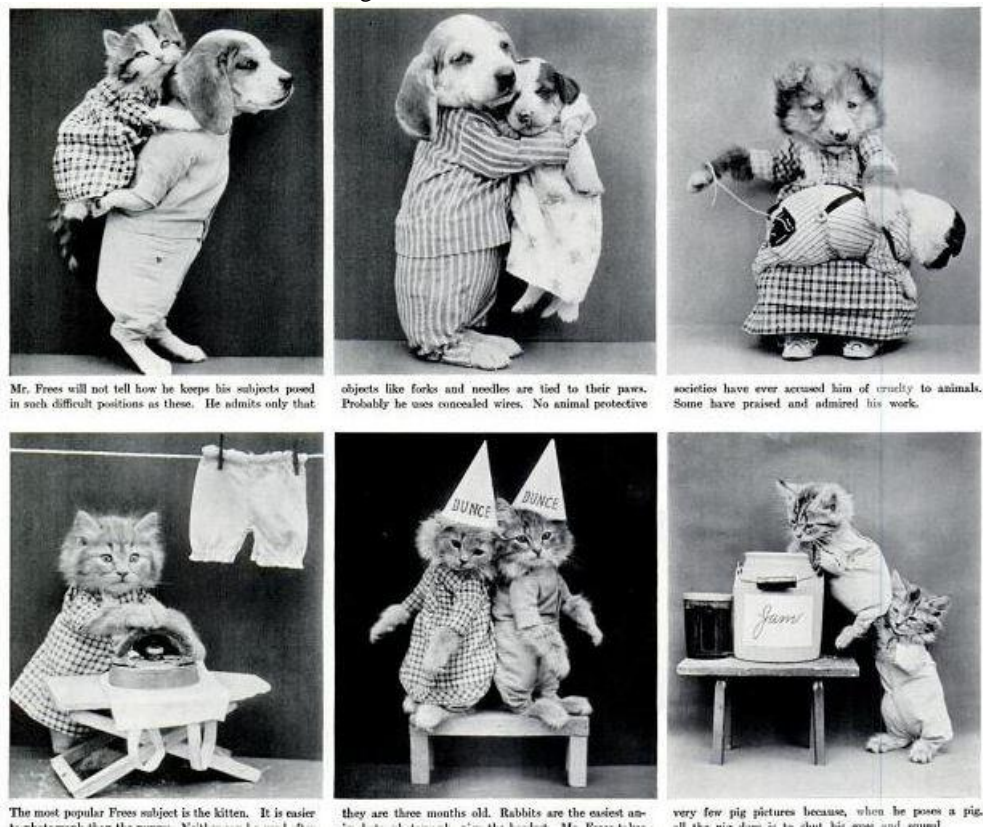
Figura 12: da esquerda para a direita, um gatinho anda de triciclo com a frase "Feliz Ano Novo" como legenda. No centro, um gatinho posa como fotógrafo. Na direita, a gatinha "Miss Tabbie" posa de patins.



Fonte: Samme (2015)

O fotógrafo americano Harry Whittier Frees (1879-1953) também encontrou seu nicho na fotografia de gatos e outros animais. Criando imagens para cartões postais, livros e anúncios publicitários, ele foi além de Pointer, abusando das “temáticas humanas” e acrescentando roupinhas e cenários elaborados em suas produções. De acordo com Samme (2015), a perfeição das poses dos bichinhos chegou a causar controvérsias: jornais da época questionavam se Frees utilizava, além de estruturas rígidas e fios, outras formas de coagir os animais a ficarem estáticos, ou se eles eram mortos e empalhados para permanecerem na pose.

Figura 13: as fotografias imitando comportamentos humanos (estas, datadas por volta de 1937) eram o grande sucesso de Frees.



Fonte: Samme (2015)

De acordo com Samme (2015), em entrevista para a revista Life em 1937, Frees se recusava a contar como mantinha os animais nas poses desejadas, mas admitia utilizar garfos e pequenos pedaços de metal amarrados nos corpos dos animais, para que ficassem parados. Na ocasião, a questão de crueldade animal não foi levantada e Frees era considerado um pioneiro da fotografia de animais em uma época em que haviam recursos mais precários de edição de imagem. Apesar de até hoje os métodos de Frees serem questionados, ele afirmou, até o fim de sua vida, que era justamente por ser afetuoso com os animais que conseguia obter resultados tão bons.

Apesar de os usuários de internet serem indivíduos livres, na prática, acredita Shifman (2014a), eles tendem a seguir sempre os mesmos caminhos para a criação de memes. A autora lista uma série de "gêneros" de memes mais comumente utilizados pelos usuários de internet, que ela define como "tipos socialmente reconhecidos de ação comunicativa" (p. 99). Esses gêneros de memes "[...] compartilham não apenas

características de estrutura e estilo, mas também temas, assuntos e públicos alvo”<sup>42</sup> (SHIFMAN, 2014, p. 99). A autora assegura que os gêneros de memes são baseados no que Jean Burgess descreve como “criatividade vernacular”: práticas cotidianas inovadoras que podem ser realizadas por meios de produção simples. Sendo os memes uma forma de discurso público, Shifman (2014a) aponta que os seus gêneros têm um papel importante nas construções de identidades de grupo e divisões e fronteiras sociais e lista nove gêneros de memes, entre eles, os *LOLCats*.

*LOLCats* são fotografias engraçadas de gatos acompanhadas de legendas (sistematicamente escritas de maneira incorreta — o que gerou o *LOLspeak*) que se referem à situação mostrada na foto. LOL significa, em inglês, *laughing out loud*, traduzido livremente como “rindo alto” ou “gargalhando”. Shifman (2014a) afirma que esse foi a primeira manifestação de *image macros*<sup>43</sup>, um tipo mais amplo de memes (na comparação com os *LOLCats*), em que uma imagem é sobreposta de um texto.

Brubaker assevera que para se entender a história dos *LOLCats*, uma breve discussão sobre o desenvolvimento das *image macros* é útil. As *image macros* podem ser rastreadas até os fóruns da internet, onde são frequentemente usadas como avatares, assinaturas de mensagens ou o conteúdo da mensagem em si. Embora a origem do termo “*image macros*” seja desconhecida, o autor afirma que pode ter surgido no *Something Awful Forums*, onde postar *image macros* era uma prática comum. À medida que as *image macros* se espalham pela Internet, muitos fóruns consideraram o uso extensivo como perturbador e desagradável, levando algumas comunidades a desestimularem as *macros* ou a bani-las completamente. No entanto, em fóruns como o 4chan.org, o uso de *image macros* florescia e o foco nas postagens de imagens incentivou o desenvolvimento de algumas das convenções estilísticas reconhecíveis usadas em *image macros*, afirma Brubaker (2008).

De acordo com o site *Know Your Meme*, os *LOLCats* surgiram em 2005 no *imageboard* do site 4Chan, quando um usuário anônimo postou a foto de um gato relaxado, esperando pelo “Caturday” (uma mistura de “cat” com “Saturday”). Os

---

<sup>42</sup> No original, em Inglês: “[...] share not only structures and stylistic features, but also themes, topics, and intended audiences”.

<sup>43</sup>

*LOLCats* atingiram seu pico de popularidade através do ritual semanal de postar fotos de gatos no Caturday, em sites como 4Chan e *I Can Has Cheezburger*:

Apesar do sistema de postagem anônima do 4chan, enviar *LOLCats* no sábado / Caturday se transformou em uma prática comunitária, bem como a ridicularização daqueles que postaram *LOLCats* em outros dias da semana. Como “moar” (um híbrido de “rugido” e “mais” em inglês), Caturday se tornou um termo conhecido do *LOLCat* e transcendeu as imagens para entrar no vernáculo do 4chan (por exemplo, “It’s Caturday, post moar cats!”)<sup>44</sup> (BRUBAKER, 2008, p. 118)

Devido à fofura das fotos, a distribuição de *LOLCats* expandiu-se além dos fóruns da internet, sendo comumente distribuídos por e-mail e tornando-se uma importante parte do humor na internet. Foi um desses e-mails que apresentou Nakagawa a seu primeiro *LOLCat*, culminando na criação, em 2007, do site estranhamente chamado *I Can Has Cheezburger?*, um *imageboard* que permite aos usuários contribuir com fotos e comentários. A primeira foto e a inspiração para o nome e o tema do site foram igualmente estranhos: apresentando um gato com um sorriso incomum e texto ilegível, *I Can Has Cheezburger?* rapidamente se tornou o ponto focal de um fenômeno dos *LOLCats*:

Enquanto uma combinação aparentemente simples de fotos digitais e texto superimposto, os *LOLCats* utilizam uma coleção robusta de práticas culturais baseadas na Internet para estruturar uma relação entre a imagem e o texto. O uso do texto dá aos criadores do *LOLCat* a capacidade de enquadrar e aumentar o entendimento do espectador sobre o conteúdo visual<sup>45</sup> (BRUBAKER, 2008, p. 117-118).

Shifman (2014a) cita a pesquisadora Kate Miltner, cujo trabalho investigou, através de entrevistas, o apelo do gênero *LOLCats* para seus usuários. Miltner afirma ter encontrado três públicos distintos de amantes do gênero *LOLCats*: (1) os *CheezFrenz*, que gostam dos *LOLCats* simplesmente porque amam gatos; (2) o *MemeGeeks*, que amam os *LOLCats* porque compreendem o papel do gênero na “grandiosa história dos memes de internet”; e (3) os usuários casuais, que são, em sua maioria, usuários de internet entediados no trabalho:

Miltner descobriu que além dessas diferenças, os *LOLCats* são usados para construir e manter limites sociais. Criar — e desfrutar dos — *LOLCats* requer familiaridade com o gênero e a linguagem especial que o sustenta, a

<sup>44</sup> No original, em Inglês: “Despite 4chan’s anonymous posting system, submitting LOLcats on Saturday/Caturday developed into a community practice as well as the ridiculing of those who posted LOLcats on other days of the week. Like “moar” (a hybrid of “roar” and “more”), Caturday became a known LOLcat term, and transcended the images to enter 4chan vernacular (e.g., “It’s Caturday, post moar cats!”).

<sup>45</sup> No original, em Inglês: “While a seemingly simple combination of digital photos and super-imposed text, LOLcats draw on robust collection of internet-based cultural practices to structure a relationship between the image and text. The use of text gives LOLcat creators the ability to frame and augment the viewer’s understanding of the visual content”.

"LOLspeak". Este é um complexo, não padronizado e infantilizado (ou "gatístico") dialeto de internet na língua inglesa, que é celebrado por seus usuários como "*teh furst language born of teh intertubes*"<sup>46</sup><sup>47</sup> (SHIFMAN, 2014a, p. 111).

Brubaker (2008) tenta responder o que torna os *LOLCats* tão populares: eles são fáceis de criar e compartilhar e a forma como se espalham — em seu princípio, por e-mails entre amigos e colegas de trabalho —, são o típico “humor de escritório”, eles não demoram muito para serem fruídos. Mas, mais do que qualquer outra coisa, o sucesso dos *LOLCats* deve ser atribuído ao texto, afirma o autor. Sem o texto a imagem perde muito do seu apelo. Fotos (sem legendas) de animais têm um histórico semelhante de distribuição da Internet, mas não compartilham o nível de impacto do *LOLcat*. Brubaker garante que a maneira pela qual as escolhas de texto e a má gramática de um *LOLcat* enriquecem sua foto: “O texto sobreposto frequentemente antropomorfiza o gato, e suas escolhas ortográficas e de palavras emprestam extensivamente das práticas de texto digital de mensagens de texto, mensagens instantâneas [...]”<sup>48</sup> (2008, p 119).

Barthes (1977) apud Brubaker (2008) argumenta que o texto é usado para “ancorar” o significado das imagens visuais e conclui que, como os significados específicos não podem vir do autor da imagem visual, ele deve ser ativamente criado pelo leitor através de um processo de análise textual. Essa é uma prática do fotojornalismo, onde as legendas das fotos noticiosas nos indicam como a imagem deve ser “lida”:

O texto *LOLcat* parece enganosamente simples, mas na verdade usa convenções altamente estilizadas; posts originais para 4chan frequentemente usavam um tipo de letra Impact branca com uma fina linha preta, um estilo ainda usado regularmente hoje em dia. Uma explicação sustenta que o uso da fonte datada e estilo adiciona um apelo retrô<sup>49</sup> (BRUBAKER, 2008, p. 122).

O autor afirma que, ao invés de tentar usar meios mais ricos, como vídeo, os criadores do *LOLcat* aceitaram as restrições das imagens digitais, concentrando-se no desenvolvimento de estilos e convenções textuais.

---

<sup>46</sup> Forma em *LOLspeak* para: “a primeira língua nascida na internet”.

<sup>47</sup> No original, em Inglês: “Miltner found that beyond these differences, LOLCats are used to construct and maintain social boundaries. Creating — and enjoying — LOLCats requires familiarity with the genre and the special language underpinning it, “*LOLspeak*.” This is a complex, nonstandard, childlike (or catlike) English internet dialect, which is celebrated by its users as “*teh furst language born of teh intertubes*”.

<sup>48</sup> No original, em Inglês: “The superimposed text frequently anthropomorphizes the cat, and its spelling and word choices borrow extensively from the digital text practices of text messaging, instant messaging [...]”.

<sup>49</sup> No original, em Inglês: “LOLcat text appears deceptively simple but in fact uses highly stylized conventions; original posts to 4chan frequently used a white Impact typeface with a thin black line (fig. 7), a style still regularly used today. One explanation holds that the use of the dated font and style adds to a retro appeal (Rutkoff, 2007)”.

No entanto, talvez o ponto mais importante para o sucesso do *LOLCats* seja derivado de sua capacidade de reorientar o entendimento do espectador de uma imagem, uma prática adequada ao texto. Brubaker pergunta se considerarmos texto e imagem separadamente, o que é mais importante: o gato ou o texto distorcido? Argumentos podem ser feitos de qualquer maneira. Gatos bonitos que permanecem em silêncio são comumente compartilhados na internet, e o dialeto *LOLCat* parece ter desenvolvido recentemente estabilidade e reconhecimento suficientes para ganhar vida própria<sup>50</sup>. Além disso, há evidências, afirma Brubaker, de uma relação circular entre conteúdo visual e textual quando o criador do *LOLCat* escolhe aumentar o conteúdo visual além do texto: “Os estilos textuais expositivo e dialógico vistos nos *LOLCats* tentam enquadrar o conteúdo visual dentro de um ponto de vista específico e estabelecer um significado que de outra forma não seria possível”<sup>51</sup> (BRUBAKER, 2008, p. 123). O autor afirma que as intenções por trás dos primeiros *LOLCats* podem ser desconhecidas, mas podemos ver como a adição de texto estilizado à fotografia digital deu aos criadores do *LOLCat* a capacidade de derivar o humor de produzir uma interpretação específica de uma imagem.

Segundo Shifman (2014a), gostar do gênero envolve um sentido de piada interna, compreendida apenas por aqueles imersos na cultura digital. Além disso, ela afirma que, em muitos casos, os *LOLCats* são criados e compartilhados com o propósito de comunicação interpessoal: “[...] eles servem como formas indiretas de transmitir uma ampla gama de sentimentos e estados mentais”<sup>52</sup> (SHIFMAN, 2014a, p. 111). De acordo com Brubaker (2008), assim como os primeiros cineastas, que passaram a utilizar textos para a melhor compreensão do cinema mudo, os criadores de *LOLCats* apropriaram-se do texto e da compreensão da mídia textual de seu público para expandir as possibilidades narrativas das imagens.

---

<sup>50</sup> A dissertação de mestrado “I can has thesis?: a linguistic analysis of *LOLspeak*”, de Jordan Lefler, trata especificamente do *LOLspeak* a partir do viés da linguística (LEFLER, 2011).

<sup>51</sup> No original, em Inglês: “Conventions in both LOLcat text and intertitles developed out of the desire to provide audiences with specific interpretations of visual media. The expository and dialogic textual styles seen in silent film and LOLcats attempt to frame visual content within a specific point of view and establish meaning that was otherwise not possible. However, there are important distinctions between the evolution of text in LOLcats and intertitles in silent film”.

<sup>52</sup> No original, em inglês: “[...] they serve as indirect ways to convey a wide array of feelings and states of mind”.

Seguindo a popularidade dos gatinhos de internet, surge, em 2012, o (meme) Grumpy Cat (Gata Rabugenta). O nome foi dado em função do rosto da gata, que parece estar constantemente mal-humorada:

A estrutura mais básica do meme consiste na repetição de uma foto e close de Grumpy Cat [...] acompanhada por legendas cômicas que buscam explorar a indefectível expressão de mal humor do felino. A mais popular de todas é provavelmente a que diz: ‘uma vez eu me diverti. Foi horrível’ (*I had fun once. It was awful*) (FELINTO, 2013, p. 2).

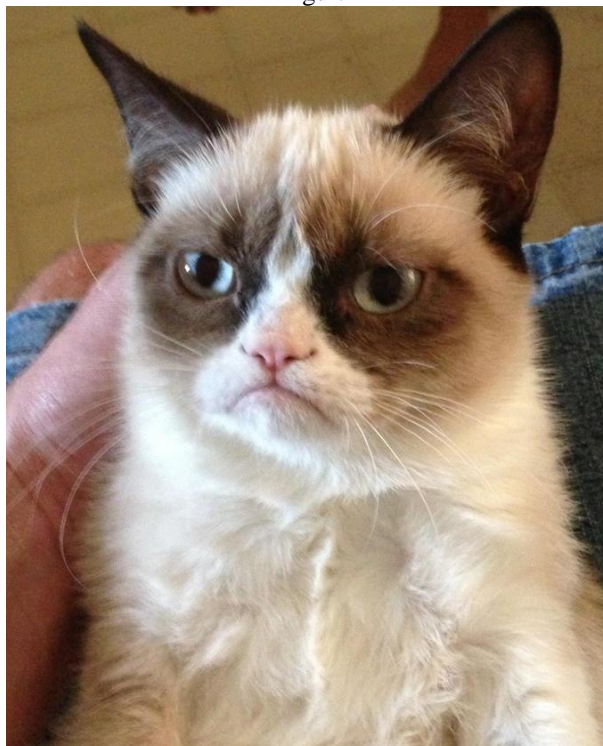
Em 23 de setembro, uma foto da gatinha, cujo nome oficial é Tardar Sauce, foi postada no site *Reddit* por Bryan Bundesen, irmão de Tabatha, dona da gata. O post atingiu, nas primeiras 24 horas, mais de 25 mil *upvotes*, sendo seguido em centenas de paródias e montagens feita com edição de computador. Enquanto isso, a postagem no site *Imgur* atingiu mais de 1 milhão de visualizações nas primeiras 48 horas. No mesmo dia, Bryan Bundesen postou três vídeos da gatinha no Youtube em resposta aos comentários que recebeu em seus posts, pois os usuários não acreditavam — em função da expressão mal-humorada — que a foto da gata não tinha passado por tratamento de imagem. No mesmo dia, foi publicado no Buzzfeed uma matéria com imagens de Grumpy Cat<sup>53</sup>. Em menos de 48 horas, mais de 100 *image macros* de Grumpy Cat haviam sido postadas no site gerador de memes *Quickmeme*. O motivo da cara de zangada da gata é que ela possui uma espécie de nanismo, o que ocasionou uma má formação no seu focinho e um encurtamento das patas<sup>54</sup>.

<sup>53</sup>“This Cat Is Not Impressed”. Disponível em: <[https://www.buzzfeed.com/julianbrand/grumpy-cat-is-not-impressed-6eof?utm\\_term=.meEBaaxj8#.dt7255mQ3](https://www.buzzfeed.com/julianbrand/grumpy-cat-is-not-impressed-6eof?utm_term=.meEBaaxj8#.dt7255mQ3)>. Acesso em: 1 nov. 2017.

<sup>54</sup>“About Grumpy Cat”. Disponível em: <<https://www.grumpycats.com/about>>. Acesso em: 3 nov. 2017.



Figura 14: imagem original de Tardar Sauce, conhecida como Grumpy Cat, postada no Reddit e no Imgur.



Fonte: *Know Your Meme* (2017c)

O site *Know Your Meme* aponta os *LOLCats* como memes precursores de Grumpy Cat, em especial os *image macros* *Trashcat is not amused*<sup>55</sup> e *Serious Cat*<sup>56</sup>, dois memes que, ao contrário dos gatinhos felizes dos *LOLCats*, mostram gatos sérios ou irritados. Diferentemente dos *LOLCats* — com frases “fofas” e infantilizadas pelos erros gramaticais —, os memes de Grumpy Cat são sempre regados a ironia e acidez, além de uma gramática impecável: “Em certo sentido, Grumpy Cat constitui apenas uma encarnação singular (e desviante) de uma das maiores obsessões da internet” (FELINTO, 2013, p. 4). Em sua grande maioria, os memes que surgiram a partir da fotografia de Grumpy Cat foram *image macros* — fotos com texto falando do ponto de vista da gatinha, ou derivações feitas com Photoshop.

Em menos de uma semana, já havia à venda na internet uma linha de camisetas, pôsteres e canecas com o rosto de Grumpy Cat estampado e um site oficial foi criado<sup>57</sup>. No ano seguinte, Grumpy Cat já havia publicado um livro, que ficou em primeiro lugar

<sup>55</sup> “Trashcat is not amused”. Disponível em: <<http://knowyourmeme.com/memes/trashcat-is-not-amused>>. Acesso em: 4 nov. 2017.

<sup>56</sup> “Serious Cat”. Disponível em: <<http://knowyourmeme.com/memes/serious-cat>>. Acesso em: 4 nov. 2017.

<sup>57</sup> “Grumpy Cat”. Disponível em: <<https://www.grumpycats.com>>. Acesso em: 3 nov. 2017.

em vendas no site da Amazon na categoria de animais e humor por duas semanas. Uma linha de cafés, chamada *Grumpaccino*<sup>58</sup>, foi desenvolvida no mesmo ano. Grumpy Cat também virou porta-voz da marca de rações *Friskies* em setembro de 2013, recebendo da empresa um “*Lifetime Achievement Award*”<sup>59</sup>. Além disso, foi premiada, no *17º Webby Awards*, como Meme do Ano<sup>60</sup>. No final de 2013, foi convidada a participar de uma ação promocional da Disney, onde passeou pelos parques de diversão e pode conhecer o anão Zangado, do longa-metragem *Branca de Neve e os Sete Anões*<sup>61</sup>.

Em 2014, uma notícia falsa começou a circular a internet, afirmando que graças às ações de marketing e licenciamento de produtos, Grumpy Cat havia rendido mais de 60 milhões de Libras para a sua dona<sup>62</sup>. Seu agente, Ben Lashes, que se autointitula “Meme Manager” (uma espécie de assessor de memes, da mesma forma que as celebridades tem uma figura que gerencia seus negócios), se recusou a informar os valores já recebidos pela gatinha, mas estimativas indicam que, somente pelos acessos a seus vídeos no Youtube, a dona de Grumpy Cat deva ganhar entre 5 e 42 mil dólares por ano<sup>63</sup>. Ainda em 2014, Grumpy Cat estrelou no filme “*Grumpy Cat's Worst Christmas Ever*”<sup>64</sup> (“O pior Natal da vida de Grumpy Cat”), do canal de televisão *Lifetime*, e o filme foi assistido por mais de 1 milhão de pessoas no primeiro fim de semana. Em 2015, a empresa *Dynamite Comics* lançou uma série de três histórias em quadrinhos estrelando Grumpy Cat e Pokey (o outro gatinho da família). Em 2016, um jogo para *smartphones* de Grumpy Cat foi lançado<sup>65</sup>, tendo atualmente mais de 1 milhão de downloads.

---

<sup>58</sup> “Grumpy Cat Has a Beverage Line Now”. Disponível em: <<http://junkee.com/grumpy-cat-has-a-beverage-line-now/15913>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

<sup>59</sup> “Report That Grumpy Cat Earned \$100 Million Is 'Completely Inaccurate'”. Disponível em: <[http://www.huffpostbrasil.com/entry/grumpy-cat-100-million\\_n\\_6288502](http://www.huffpostbrasil.com/entry/grumpy-cat-100-million_n_6288502)>. Acesso em: 10 nov. 2017.

<sup>60</sup> “Grumpy Cat wins meme of the year at the 17th Annual Webby Awards!”. Disponível em: <<https://www.grumpycats.com/post/mD5nPgYauI/grumpy-cat-wins-meme-of-the-year-at-the-17th-annual-webby-awards>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

<sup>61</sup> “Grumpy Cat, o gato rabugento, visita a Disney e tem o pior dia da vida dele”. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/blog/pop/grumpy-cat-o-gato-rabugento-visita-a-disney-e-tem-o-pior-dia-da-vida-dele/>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

<sup>62</sup> “Não, a ‘Grumpy Cat’ não faturou 100 milhões de dólares”. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/marketing/nao-a-grumpy-cat-nao-faturou-100-milhoes-de-dolares/>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

<sup>63</sup> “No, Grumpy Cat didn’t make \$100 million”. Disponível em: <[https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2014/12/08/no-grumpy-cat-didnt-make-100-million/?tid=sm\\_fb](https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2014/12/08/no-grumpy-cat-didnt-make-100-million/?tid=sm_fb)>. Acesso em: 10 nov. 2017.

<sup>64</sup> “Grumpy Cat's Worst Christmas Ever (2014)”. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt3801438/>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

<sup>65</sup> “Grumpy Cat: Um Jogo Horrível não entrega o que promete, pois é um viciante game estilo WarioWare”. Disponível em: <<https://www.tudocelular.com/android/noticias/n84824/grumpy-cat-jogo-horrivel-worst-game-ever.html>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

Figura 15: à esquerda, tela inicial do jogo para smartphones de Grumpy Cat. À direita, capa da HQ onde Garfield e Grumpy Cat se conhecem.



Fonte: Tudo Celular (2016); Dynamite Entertainment (2017)

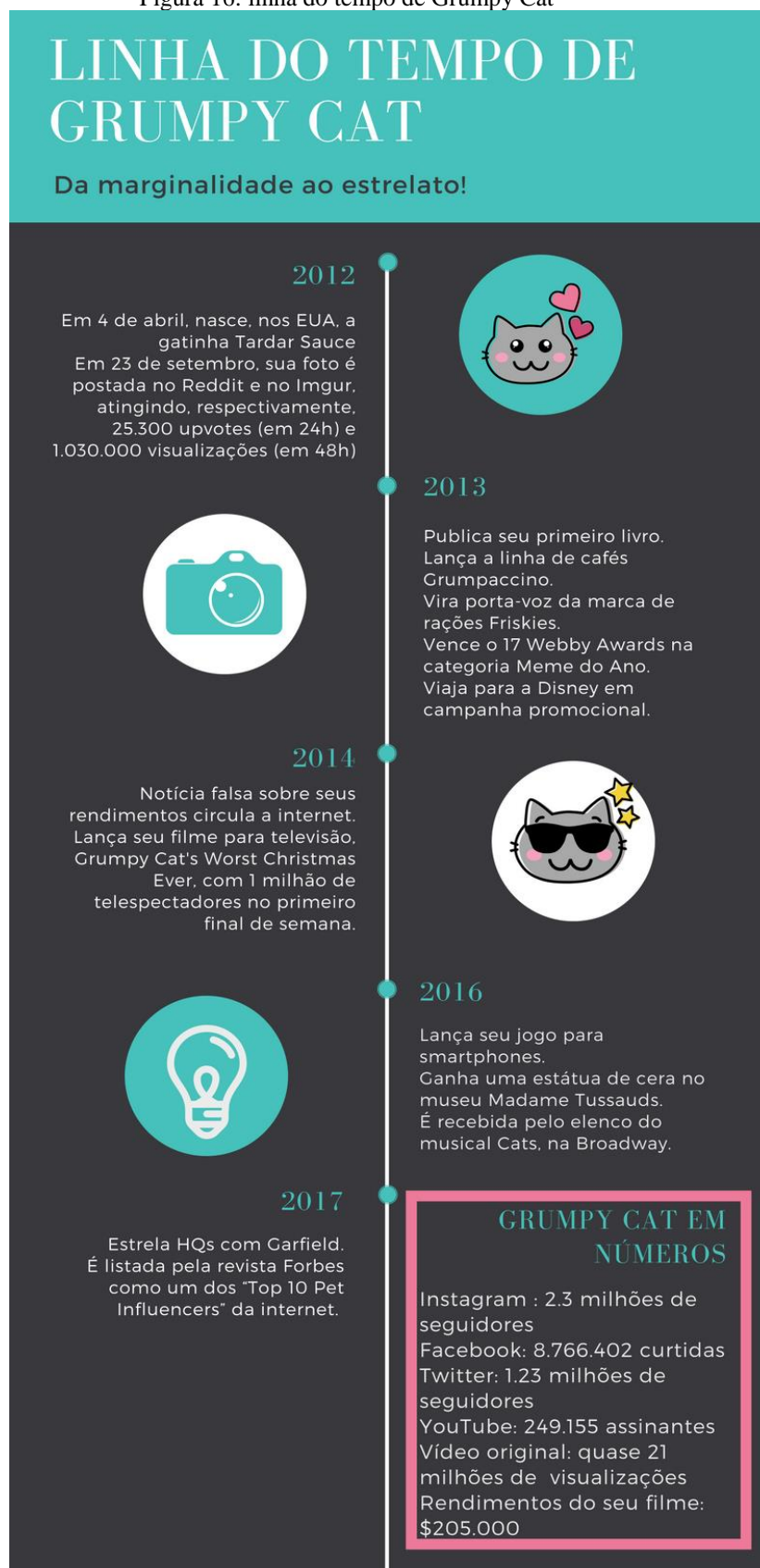
Nesse mesmo ano, recebeu uma estátua de cera no museu Madame Tussauds, e posou para fotos com estátuas de figuras como Abraham Lincoln, John F. Kennedy e Ronald Reagan<sup>66</sup>. Ela foi recebida pelo elenco do musical *Cats*, de Andrew Lloyd-Webber, onde foi saudada pelo elenco no palco e pela plateia ao receber uma placa comemorando sua estreia na Broadway.

Em 2017, a gatinha estrelou três revistas em quadrinhos junto de Garfield, o mais icônico gato das HQs. Além disso, foi listada pela revista *Forbes* como um dos “*Top 10 Pet Influencers*” da internet<sup>67</sup>. Atualmente, Grumpy Cat conta com 2,3 milhões de seguidores no Instagram, quase 9 milhões de curtidas no seu perfil do Facebook, 1,2 milhões de seguidores no Twitter, e quase 250 mil assinaturas no seu canal do Youtube. Seu vídeo original teve, até o momento, quase 21 milhões de visualizações e seu filme rendeu cerca de 205 mil dólares.

<sup>66</sup> “Hit na internet, 'Grumpy Cat' ganha estátua de cera e estreia na Broadway”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/10/hit-na-internet-grumpy-cat-ganha-estatuade-cera-e-estrela-na-broadway.html>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

<sup>67</sup> “Meet the Most Influential Pets: Grumpy Cat, Doug the Pug and More”. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/lisakocay/2017/07/31/meet-the-most-influential-pets-grumpy-cat-doug-the-pug-and-more/#735f27c431a6>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

Figura 16: linha do tempo de Grumpy Cat



Fonte: elaborado pela autora

## 5.2 O GATO É POP

A partir dos trabalhos de fotógrafos profissionais como Pointer e Frees, realizados entre o fim do século XIX e metade do século XX, tivemos a intenção de mostrar esse interesse em criar e compartilhar imagens de gatinhos já nos tempos pré-internet. Para colocar essas imagens em contexto, é importante levar em consideração as dificuldades técnicas e os altos custos de produção da fotografia, especialmente na época de Pointer. A técnica da *carte-de-visite* foi justamente uma maneira de tornar a fotografia mais acessível, de forma que as pessoas com menor poder aquisitivo pudessem ter, finalmente, seus primeiros retratos. O fato de alguém já se dedicar a fotografar gatinhos e que pessoas se dispunham a comprar e compartilhar entre si essas imagens é um dos nossos indicadores iniciais.

Ao discutirmos o espaço de surgimento dos memes juntamente com a cultura dos *trolls*, buscamos evidenciar seu caráter anárquico e sem regras vinculado à base da tópica sociocultural. Posteriormente, percebemos que essa prática está vinculada ao ego, nível actancial que já possui papéis valorizados pela ideologia vigente. Os *LOLCats*, ao começarem a demarcar algumas regras na sua forma e tema, passam a ser considerados um dos primeiros “gêneros de meme” e, conforme aponta Shifman (2014a), são usados para construir limites sociais, além de envolver um sentido de piada interna compreendida apenas por aqueles familiarizados com suas lógicas. A própria *LOLspeak* é uma maneira de tentar criar uma linguagem própria desse gênero de meme — mesmo que ela não tenha regras tão rígidas de uso.

Além disso, Shifman (2014a) afirma que, em muitos casos, os *LOLCats* são criados e compartilhados com o propósito de comunicação interpessoal, de forma a transmitir, indiretamente, uma ampla gama de sentimentos e estados mentais. Felinto (2013) aponta outro fator importante a ser considerado sobre esse subsolo de criação de memes:

Que muitos memes, inclusive *LOLCats*, tenham nascido no mesmo “endereço virtual” que movimentos de resistência e rebeldia informática, como o Anonymous, é indicativo das potencialidades contraditórias e conflitivas do digital. Nesse sentido, sites como o 4Chan constituem espaços de produção de ruído e contestação em uma internet marcada igualmente por vastos vetores de conformismo e controle (p. 16).

Phillips (2015) corrobora Felinto, considerando a importância desse espaço de surgimento de memes como o mais influente entre 2003 a 2011. A autora considera os

*trolls* que acessavam o *b/board* do 4chan responsáveis por criar e amplificar, quase todos os memes populares na internet — estes, acabaram sendo adotados por um público cultural pop muito mais amplo. A criação do site *I Can Has Cheezburger* e a subsequente empresa *Cheezburger*, de Ben Huh, em um império de alguns milhões de dólares pode nos indicar uma dinâmica de papéis que, antes marginalizados, passaram a se tornar socialmente aceitos — a ponto de se tornarem um modelo de negócio.

Diferentemente dos *LOLCats*, que ainda permanecem, em grande parte, populares dentro do seu público de nicho, Grumpy Cat — que surgiu no mesmo espaço que os *LOLCats* — alçou-se à fama muito rapidamente. Ele saiu dos espaços habituais de circulação dos memes e passou a ser vinculado mercadologicamente a marcas como Disney e Friskies. Não demorou para que se transformasse em produto a ser consumido, o que dentro da dinâmica da tópica sociocultural, pode ser considerado mais um indicador da ascensão do mito do *trickster*, de forma a se tornar mais socialmente aceito, passando por um processo de normatização.

Ao contrário dos *LOLCats*, que possuem sua linguagem própria e razoavelmente sem regras, os memes do Grumpy Cat e os subsequentes produtos desenvolvidos a partir disso sempre utilizam a gramática corretamente. Se os *LOLCats* são gatos faceiros e muitas vezes bobinhos, a acidez de Grumpy Cat foi abraçada e transformada em uma qualidade de referência de sua personalidade — não foi à toa que sua imagem foi associada a Garfield, o gato das HQs conhecido por seu temperamento difícil.

Hoje é possível comprar camisetas com Grumpy Cat estampado, o que pode ser um indicativo de que houve uma movimentação dentro da tópica sociocultural, de forma que o que antes era visto como marginal e desvalorizado passou a ser mantido pela ideologia vigente. Pudemos perceber, neste meme específico, características da dinâmica da tópica sociocultural de Durand (2011).

Considerando os achados de Phillips (2015) sobre os espaços de criação “subculturais” vinculados à cultura dos *trolls* de internet. A autora apresenta em sua pesquisa sites como 4chan e Reddit como berço dos memes mais populares entre os anos de 2003 e 2011. Esses sites são reconhecidos como espaços anárquicos de compartilhamento e criação de conteúdos por amadores anônimos — e no caso do 4chan, especialmente vinculado aos *trolls*: figuras reconhecidas por seu comportamento criador de caos na internet. Em seguida, Phillips (2015) aponta o surgimento de sites como

*Memepedia* e *Know Your Meme*, que têm como objetivo serem enciclopédias sobre memes. Eles apresentam explicações sobre o surgimento dos memes mais populares, o que eles significam, suas regras de uso. Esses verbetes são feitos de forma colaborativa (como, por exemplo, a Wikipédia), mas nesse caso, os memes mais populares passam por uma “curadoria” por parte de administradores, que confirmam a veracidade das informações. Juntamente com essas “enciclopédias de memes”, vemos o surgimento de sites e aplicativos para *smartphones* geradores de memes. Neles, o modelo de memes imagéticos pode ser carregado e utilizado por usuários ao redor do mundo, que adicionam seu próprio texto sobre a imagem.

Nós percebemos, na passagem de um papel inicialmente marginalizado para o status de cultura pop, indícios da dinâmica dos memes na tópica sociocultural, do ego ao superego. Phillips (2015), inclusive, aponta a revolta dos *trolls* ao sentirem o artefato cultural que consideravam forma de expressão única de sua identidade coletiva ser apropriado por pessoas que não faziam parte desse círculo da internet subcultural. E, na opinião dos mesmos, pior ainda: sendo usado de forma que eles consideram “incorreta”. Ao indicar que havia uma “forma correta” de se fazer memes, temos mais um indicador de que os *trolls* nunca estiveram no isso, e sim no ego. Para os *trolls*, não se aprende a usar e criar memes a partir de verbetes nas enciclopédias, mas sim observando a dinâmica de conversas e postagens dentro dos próprios sites como 4chan e Reddit. A própria figura de um administrador ou curador para validar um verbe sobre um meme nos indica a noção de institucionalização e normatização. Lupinacci (2017, p. 63) traz uma proposta interessante quando toma os memes como um fenômeno experienciável: “Nesse caso, se o meme for entendido como fenômeno, não há como a experiência ser capturada apenas por metodologias restritas à apresentação e análise de exemplares imagéticos”.

Alguns exemplos arrolados na introdução deste trabalho também indicam uma movimentação dos memes dentro da tópica: a utilização de memes para tratar questões políticas, sociais e do cotidiano em jornais de referência ou mesmo instituições — como a Prefeitura de Curitiba<sup>68</sup> — podem apontar a chegada dos memes ao topo da tópica, no seu máximo nível de racionalização e institucionalização.

---

<sup>68</sup> Prefeitura de Curitiba faz sucesso nas redes com página que equilibra humor e prestação de serviço. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/prefeitura-de-curitiba-faz-sucesso-nas-redes-com-pagina-que-equilibra-humor-prestacao-de-servico-16490387>>. Acesso em: 11 nov. 2017.

Seguindo a metáfora da árvore das imagens de Wunenburger (2018) e o conceito de iconofagia de Baitello Jr., existe uma miríade de imagens — e de memes — em quantidade e em diversidade e, conforme indica Shifman (2014a), nem todos atingem a longevidade, que é uma das qualidades vitais de um meme. Ou seja, produzimos muitos memes, que são compartilhados em grande profusão, mas pouco permanece — em termos de pregnância simbólica — do que foi criado. Consideramos frutífero imaginar, como na Figura 7, a árvore das imagens dentro da tópica sociocultural, de forma a entendermos como a dinâmica desses conteúdos produzidos, em potência e profusão, circula.

É importante também realizar uma breve apreciação das qualidades que apresentamos no segundo capítulo como “manifestações de um imaginário comunicacional contemporâneo”: a lógica hipermemética (SHIFMAN, 2014a); a reapropriação de conteúdos; a cultura da participação e do remix; o compartilhar como verbo motor; e a ênfase na produção amadora.

Na lógica hipermemética, o “hiper” diz respeito ao compartilhamento como lógica central: todos os grandes eventos acabam virando conteúdo para memes, que não apenas se espalham mais veloz e mais largamente, mas acabam causando sua evolução como um novo vernáculo; os memes passam a ter presença multidimensional, tanto *online* quanto *offline*. É possível fazer uma associação da lógica hipermemética à copa da árvore de imagens de Wunenburger (2018), cuja copa, seguindo a lógica da Web e do compartilhamento, acabe se parecendo cada vez mais com uma teia. Além disso, esta plethora de imagens também pode ser um indicativo da institucionalização do meme como manifestação de comunicação.

Se antes poderíamos considerar características como a reapropriação de conteúdos, a cultura de participação e o ênfase na produção amadora como pertencentes ao centro da tópica, vinculadas a certas regras e coerções sociais mais ainda retendo papéis marginalizados ou pouco valorizados, talvez, a partir dos memes, possamos observar esses fenômenos em plena dinâmica dentro da tópica sociocultural rumo ao superego.

No entanto, apesar dessa dinâmica e da conseqüente “institucionalização” dos memes — o que indicaria uma criação baseada em regras e normas — acreditamos, assim como Felinto (2013, p. 18), que fenômenos como Grumpy Cat, por exemplo, possam ser “acidentes”, o que indicaria possibilidades interessantes de prosseguir nossa pesquisa:



Em primeiro lugar, ele sugere que o que se espalha (*what spreads*) pode ser a própria *reprodutibilidade*. Em outras palavras, o que estaria em jogo nas formas de sociabilidade manifestadas na rede seria um desejo mimético sem objeto definido, a pura afetividade da replicação e do compartilhamento. Em segundo lugar, [...] poderíamos ariscar que os acidentes, ruídos e rupturas do ambiente digital, menos que exceções ou elementos marginais, situam-se mesmo no próprio coração da experiência cibercultural”.

Se “o que espalha” é a própria reprodutibilidade, temos mais uma vez as imagens simbólicas do excesso, da vacuidade e da aceleração.

Se um único meme pode ascender meteoricamente e decair em igual velocidade, Shifman (2014a) afirma que revelar as ideias e formas comuns compartilhadas por muitos memes — e aqui acrescentamos suas dinâmicas e motivações — pode nos dizer muito sobre a cultura digital, e conseqüentemente, sobre o imaginário comunicacional contemporâneo.

## **6 ENQUANTO ISSO, NO PAÍS DA PIADA PRONTA...**

O humor não é uma qualidade obrigatória dos memes; no entanto, para o senso comum, é uma de suas características definidoras. No capítulo, discutiremos as principais teorias sobre o tema (SALIBA, 2017; 2018). Veremos que o humor é um dos fatores que

influenciam que um meme se espalhe melhor, dando um senso de pertencimento ao estar “por dentro” da piada (SHIFMAN, LEVY; THELWALL, 2014; JENKINS; LI; KRAUSKOPF; GREEN, 2009). A partir do viés do imaginário (WUNENBURGER, 2007), veremos a importância da função lúdica do imaginário e seu papel ao assegurar uma espécie de válvula de escape ou catarse nas transições entre o mundo interior e exterior.

Segundo Shifman, Levy e Thelwall (2014), a internet, mais do que qualquer meio anterior, fornece recursos tecnológicos para trocas globais de conteúdo e no entanto, a realização desse potencial não é determinada apenas pela tecnologia, mas pelo complexo nexos de práticas e escolhas feitas pelos usuários. Os autores lançam a pergunta: “Algum tipo de conteúdo se propaga melhor globalmente do que outros?”<sup>69</sup>

Para os autores, embora as piadas possam ser vistas como entretenimento despreocupado, elas são frequentemente campo importante onde questões problemáticas são processadas e negociadas:

Textos humorísticos dizem respeito aos símbolos e estereótipos específicos do local e do momento de sua criação, refletindo normas e aspirações, estruturas de poder e, muitas vezes, medos coletivos (Billig, 2005; Meyer, 2000). Como as piadas são modos ambíguos de comunicação, muitas vezes permitem que as pessoas invoquem questões controversas sem a sanção que acompanha a comunicação ‘séria’ sobre esses tópicos<sup>70</sup> (SHIFMAN; LEVY; THELWALL, 2014, p. 727-728)

Conforme Shifman, Levy e Thelwall (2014), as suas pesquisas sugerem que piadas populares na internet podem servir como poderosos agentes de globalização. Porém, apesar do estudo indicar que a América é dominante em relação a esses valores espalhados globalmente através de piadas, não pode ser considerada como sua fonte única e incontestável fonte. Segundo os autores, textos humorísticos são formas de comunicação particularmente polissêmica e essa ambiguidade inata tem sido associada a um contexto mais amplo sobre as implicações sociais do humor:

[...] o humor tem sido amplamente descrito como uma faca de dois gumes que preenche as funções sociais contrastantes de identificação e diferenciação, controle ou resistência. Assim, enquanto uma brincadeira pode servir as forças sociais dominantes através da zombaria dos desviantes, ela também pode funcionar como uma arma libertadora através da qual os oprimidos criticam os

<sup>69</sup> No original, em Inglês: “Do some type of content spread globally better than others?”

<sup>70</sup> No original, em Inglês: “Humorous texts relate to the symbols and stereotypes specific to the place and time of their creation, reflecting norms and aspirations, power structures, and often collective fears (Billig, 2005; Meyer, 2000). Since jokes are ambiguous modes of communication, they often enable people to invoke controversial issues without the sanction accompanying ‘serious’ communication on such topics”.

que estão no poder (Meyer, 2000; Lynch, 2002)<sup>71</sup> (SHIFMAN; LEVY; THELWALL, 2014, p. 740).

Segundo Jenkins, Li, Krauskopf e Green (2009, p. 86), existe uma linha muito fina que separa uma piada de um insulto: “[...] uma piada expressa algo que a comunidade está pronta para ouvir; um insulto expressa algo sobre o qual ela não quer falar. O ato de reconhecer uma piada é um ato de trocar juízos sobre o mundo e, assim, a disseminação de piadas pode fortalecer os laços sociais”<sup>72</sup>. Dessa forma o humor tem a capacidade de definir quem são os *insiders* — que estão “por dentro” das piadas e assuntos, e *outsiders* — quem está “por fora” — em uma comunidade: os *insiders*, privilegiados, podem ter prazer em zombar de pessoas que estão “por fora”. Para os autores:

O sucesso do humor não deveria ser uma surpresa - intuitivamente entendemos que compartilhar histórias engraçadas ou contar piadas que todos entendem é uma maneira fácil de criar camaradagem e deixar as pessoas à vontade em situações formais. Por outro lado, fazer uma piada que as pessoas não entendem é uma maneira rápida de injetar estranheza em qualquer situação e induzir uma sensação de alienação naqueles que não entendem a piada<sup>73</sup> (JENKINS; LI; KRAUSKOPF; GREEN, 2009, p. 86).

De acordo com Jenkins, Li, Krauskopf e Green (2009), observando de perto a disseminação de vídeos virais, podemos identificar duas formas extremamente populares: a paródia (muitas vezes em parceria com certos elementos de nostalgia, geralmente irônicos), e o humor que usa o absurdo ou choque/surpresa.

O primeiro grande problema com o qual se deparam os historiadores do humor, afirma Saliba (2018), é a irredutibilidade do tema ao conceito e à teorização: é fácil encontrar muitos exemplos pertinentes para cada teoria que esclarece suas bases, mas também se encontra uma infinidade de exemplos, que sabotam todas as categorias, ou que não estão de acordo com a teoria:

[...] a diversão é o manto que cobre inúmeros códigos sociais, enchendo-os de opacidade. Com o advento da atual cultura digital, as órbitas da galáxia humorística transformam-se talvez na mas empedernida anarquia, assumindo

<sup>71</sup> No original, em Inglês: “[...] humor has been widely described as a double-edged sword that fulfills the contrasting societal functions of identification and differentiation, control or resistance. Thus, while a joke may serve dominant social forces through the mockery of deviants, it may also function as a liberating weapon through which the oppressed criticize those in power (Meyer, 2000; Lynch, 2002)”.

<sup>72</sup> No original, em Inglês: “Anthropologist Mary Douglas (1991) has noted the very thin line which separates a joke from an insult: a joke expresses something the community is ready to hear; an insult expresses something it doesn’t want to talk about. The act of recognizing a joke is an act of exchanging judgements about the world and thus the spread of jokes can strengthen social ties”.

<sup>73</sup> No original, em Inglês: “The success of humor should come as no surprise — we intuitively understand that sharing funny anecdotes or cracking jokes that everyone gets is an easy way to build camaraderie and put people at ease in formal situations. Conversely, making a joke that people don’t understand is a fast way to inject awkwardness into any situation and induce a sense of alienation in those left out of the punch-line”.

quase proporções de uma autêntica teoria do caos — proporcionadas pelos *sitcoms* televisivos, pelas redes sociais e pelas doses cotidianas de *gags*, *podcasts* e *memes* que nos chegam a todo momento, atendendo aos irresistíveis toques dos sofisticados smartphones (SALIBA, 2018, p. 11)

De acordo com o autor, em função de sua ambivalência e universalidade, o humor não é capaz de ser compreendido de maneira linear.

Saliba (2017) apresenta as pesquisas de Robert Provine, que, analisando a atividade cerebral de pessoas que estavam rindo de uma boa piada, começou a suspeitar que o riso possui sua origem não no humor, nem nas piadas ou incongruências, mas sim na interação social entre as pessoas: “Temos 50 vezes mais chance de rir quando estamos com outras pessoas do que quando estamos sozinhos [...], quando estamos sozinhos, é mais comum falarmos em voz alta do que rirmos” (PROVINE apud SALIBA, 2017, p. 3-4). Ou seja, o riso não seria apenas uma reação física instintiva relacionava ao humor, ele exerceria uma função de explorar uma forma instintiva de criar laços sociais. De acordo com Saliba (2017), Provine chegou a afirmar que há no riso do homem uma qualidade universal que é capaz de ser produzida e reconhecida por todas as culturas e que tem sua base em um “inconsciente animal”, presente biologicamente na humanidade. Ou seja, os estudos de Provine concluem que características do ato de rir como o contágio e a sociabilidade, provêm do nosso obscuro inconsciente biológico.

Segundo Saliba (2017), as primeiras investigações sobre o humor indicam a alta probabilidade de que nossos antepassados tenham começado a rir muito antes do advento da fala porque o riso procede da parte mais antiga do cérebro, que também seria responsável por emoções primordiais como o medo ou a alegria:

Quando semelhanças compartilhadas são exploradas conjuntamente por um grupo social, e com certa cumplicidade, forma-se laços estreitos no circuito do riso espontâneo — e não artificial. Neste sentido, o humor é social da mesma forma que nossas amizades são sociais (SALIBA, 2017, p. 7).

Segundo Saliba (2017), o humor é um mecanismo de enfrentamento psicológico que o cérebro humano usa para a resolução de conflitos, e esse conflito nem sempre aparece na forma de uma piada, pelo contrário, ele é inerente à vida humana na sua totalidade. Nesse sentido, inúmeras pesquisas da neurociência parecem confirmar a noção de incongruência. Essa é uma das teorias do humor que trataremos mais adiante. De acordo com Saliba (2017), essa é uma das teorias humorísticas mais utilizadas, apesar da sua clara imprecisão. Ela sustenta que o humor revela a complexidade enorme do cérebro humano:

[...] se o cérebro fosse um governo, não seria uma ditadura, uma monarquia ou mesmo uma democracia — seria mais semelhante a uma anarquia: partes conectadas a outras partes que, por sua vez, são conectadas a outras e que, em nenhum lugar no sistema, existe uma autoridade central que decide o que dizer ou fazer. Essa situação gera alguns benefícios, como nos permitir resolver problemas e, até mesmo, raciocinar sobre várias coisas. (SALIBA, 2017, p. 7).

Essa anarquia cerebral, em alguns momentos, provoca conflitos como, por exemplo, tentamos lidar ideias inconsistentes simultaneamente. Quando isso ocorre, o cérebro conhece apenas uma resposta: o riso. Dito de outra forma, o cérebro lida bem com ideias são conflitantes e usa estas situações para alcançar resoluções mais complexas, e esse processo pode ser prazeroso. gerando o humor.

Saliba (2017) afirma então que o humor não reflete um reconhecimento simples da vida a partir de dualidades como tristeza e felicidade, mas por meio de uma síntese complexa de emoções. O autor, no entanto, não se agarra somente às formalidades da teoria da incongruência e a parte de uma perspectiva que ele considera bastante heurística para os historiadores como ele, já que o humor não é definido só em termos de piadas, mas, sim, como um mecanismo de enfrentamento psicológico, ou seja, vendo o humor como todo um processo: “É o resultado de uma batalha em nosso cérebro entre os sentimentos e os pensamentos, uma batalha que só pode ser compreendida ao se reconhecer o que causou o conflito. [...] o humor às vezes é a única forma de lidar com o turbilhão da vida” (SALIBA, 2017, p. 9), um índice de como as sociedades se representam, e é extremamente significativo porque é fortemente ligado às emoções.

O humor pode ser simples ou sofisticado, ser verbal ou não verbal, pode constituir uma experiência subjetiva ou servir como forma de comunicação, pode cativar o agredir, surgir espontaneamente ou ser usado como técnica de interação pessoal ou profissional, afirma Saliba (2017). Parece não existir um tipo específico de tema para o humor e a princípio tudo pode se tornar seu objeto:

É um fato que nós rimos tanto do fútil quanto do grave, do profano como do sagrado, da felicidade como da desdita; rimo-nos da ilusão, do engano, do amor, da política, da sociedade, dos outros, de nós mesmos; rimo-nos da vida e do sonho, mas também nos conseguimos rir da morte e de muitos outros medos (SALIBA, 2017, p. 10).

De acordo com Saliba (2017), a maioria dos autores que tratam do tema trabalham com três definições teóricas funcionais sobre o humor: (1) a teoria da superioridade ou da

hostilidade; (2) a teoria do alívio (da liberação) ou da “válvula”; e (3) a teoria da incongruência.

A teoria da superioridade tem uma ênfase exagerada nos aspectos negativos e pejorativos que caracterizam o riso: hostilidade, malícia, agressão e menosprezo, a agressividade, a subjugação do alvo e a exploração das diferenças. No entanto, é interessante notar em respeito a teoria da superioridade é que ela nem sempre é associada a uma conotação negativa ou pejorativa, afirma Saliba (2017). O humor pode ser visto como uma vantagem competitiva, uma forma de dizer ao inimigo que também é tão forte quanto ele, por exemplo, pela inteligência e esperteza, e não apenas pelo aspecto físico da força. Piadas de conteúdo étnico e de gênero, o humor direcionado a um grupo de pessoas, costumam ter uma relação direta com este prazer que decorre da superioridade. E, nesse sentido, também existe uma sensação de pertencimento ao grupo, de fazer parte de algo e de acreditar ser melhor do que o outro.

Já na teoria do alívio, a potência humorística se encontra no sentido prazeroso resultante do alívio da tensão psíquica quando se elabora uma situação conflitiva - através da anedota ou do chiste, por exemplo — ou pela substituição de associações objetivas por elaborações verbais que transformam, pela via do cômico, o inusitado em familiar. Toda a criação humorística é muito mais a sugestão de violação de um tabu ou transgressão do que a violação ou a transgressão real, ou seja: a alusão indireta é, frequentemente, bem mais engraçada do que a simples grosseria.

Já a teoria da incongruência, embora seja a mais importante em relação às outras, possui ambiguidades diretamente proporcionais a sua abrangência e sua amplitude decorre da tese mais geral de que o humor nasce da dualidade entre a percepção e a representação do mundo. De acordo com Saliba (2017), a teoria da incongruência não comporta todos os casos de riso, mas abrange uma enorme gama de situações humorísticas. O autor nos apresenta a ideia de “solavanco mental” que resulta da passagem brusca de um sistema de referência para outro, onde os sistemas são coerentes entre si mesmos, mas mutuamente incompatíveis. A revelação que as piadas ou frases de duplo sentido proporcionam é um dos *insights* de maior efeito entre as pessoas, o que os filósofos chamam de “iluminação” os humoristas costumam chamar de “solavanco mental” da anedota (SALIBA, 2017, p. 22):

Tal teoria não seria capaz, por exemplo, de explicar o motivo pelo qual determinadas incongruências são engraçadas e outras simplesmente não são.

De qualquer forma, é a teoria que mais tem sido utilizada, sobretudo na abordagem linguística do humor. Esta última tem sido talvez a mais prestigiosa das abordagens do universo humorístico nas duas últimas décadas (SALIBA, 2017, p. 16).

Apesar da imprecisão, da amplitude, do formalismo e das ambiguidades dos três grupos teóricos apontados, Saliba (2017) aponta que eles se revelam ainda muito úteis para os estudiosos do humor desde que se tenha em mente seus limites, redundâncias e desdobramentos interdisciplinares.

O humor incentivou laços de sociabilidade, sublimou agressões ou ressentimentos, administrou o cinismo ou estilizou a violência, mas também foi arma social e política dos impotentes, afirma Saliba (2017, p. 23), que aponta o grande desafio: “Como validar a imensidão das mais variadas manifestações humorísticas, elevando-as do cotidiano efêmero ou da opacidade da mera diversão, a índices privilegiados da história cultural?”

Saliba afirma: “Os usos sociais e não o conteúdo das piadas é que definem a cultura cômica de uma época” (2017, p. 29), analisar seus usos, reconstruindo suas práticas e sucessivas apropriações contidas em todos os planos da vida humana. Está é uma importante justificativa: os memes brotam em enorme quantidade para em seguida desaparecer; poucos permanecem (se permanecem) na memória coletiva, de forma que não é o conteúdo específico de cada meme que nos interessa, mas sim o fenômeno de forma global. Para o autor, é tarefa do pesquisador captar os dois grandes planos da anedota: o efêmero, que se liga à compreensão rápida da conjuntura, e o mais longo, que ativa as emoções do público, ligando-o à compreensão daquelas metáforas, personificações e elipses que constituem parte daquelas “estruturas de sentimento”.

Dois abordagens, que privilegiam diferentes teorias e funções do humor na história cultural das sociedades, se completam. Na primeira, afirma Saliba (2017), temos a predominância da função catártica do humor (como alívio, válvula de escape ou mesmo *catarse*); na segunda, a atitude que predomina na recepção ao humor é ao contrário da *catarse* — a exasperação das energias e dos impulsos emocionais e sua canalização para algum tipo de solução anárquica. O autor afirma que nos dois casos, o humor trabalha num nível abaixo da consciência e, dessa forma, provoca quase sempre emoções de maneira muito mais eficaz.

A exemplo de como foi na União Soviética, onde o nível de ansiedade coletiva certamente se elevou a níveis estratosféricos, para o historiador da cultura humorística o

registro é simples, mas sintomático: onde houver ansiedade coletiva, haverá piadas para expressar tal ansiedade, afirma Saliba (2018, p. 32): “Nenhuma piada, ou pelo menos a estrutura formal delas, continuará a ser transmitida a menos que tenha algum significado para a história naquele momento — e isso, mesmo que nem o falante nem o público consigam articular o significado delas por inteiro”. Piadas não são feitas apenas para rir, mas também para criar distância, para sair de dentro de nós mesmos e de nossa melancolia e visualizar, ainda que por um breve momento — o sublime momento do riso —, nossa própria impotência junto com nossa própria humanidade, garante Saliba.

Para o autor, todos os grandes humoristas, seriam, a rigor, melancólicos porque mais sensíveis e com mais dificuldade em lidar com a aspereza do mundo. O riso seria uma estratégia que lhes permite assistir à vida a partir de um desdobramento momentâneo da personalidade, de forma que seria possível observar as suas próprias desgraças como se elas acontecessem a uma representação de si mesmas, enquanto permanecem a uma distância cuidadosa das coisas difíceis demais para serem experimentadas diretamente: “Estratégia para reagir ao sofrimento, o humor não altera o mundo, apenas o torna momentaneamente amigável — o momento do riso —, mesmo que, para isso, tenha que dobrar, torcer ou virar do avesso todo o universo” (SALIBA, 2018. p. 35).

Tratando especificamente sobre o humor no Brasil, Saliba (2018) afirma vivemos num país no qual o humor é parte incontestável da vida — ou, na conhecida expressão — estamos no “país da piada pronta”. Se o humorismo tem objeto no contraste direto entre o que é e o que deverá ser, “[...] no Brasil, como em todas as nações de sua idade mental, tudo é precisamente como não deverá ser, de modo que se torna impossível esse contraste e, portanto, igualmente impossível o humorismo”. (FRADIQUE apud Saliba, 2018, p. 82). Para Fradique, o país não se adequava ao puro humorismo porque aqui o humorismo era a essência da coletividade: aquilo que em outros países provocava o sorriso do senso de humor era, no Brasil, a sequência dos fatos corriqueiros: “[...] se a realidade já é engraçada e não há contraste para produzir o senso de humor, o Brasil seria, assim, um país de humoristas involuntários?<sup>74</sup>” (SALIBA, 2018. p. 84). No nosso corpus de memes, pudemos ver formas como esse pressuposto foi contornado, e discutiremos ele em

---

<sup>74</sup> Fato pitoresco trazido por Saliba (2018), que embora sem passar pelo pente-fino de uma pesquisa exaustiva, parece-lhe que o hino brasileiro é um dos únicos hinos do mundo que menciona o riso por duas vezes na sua letra: “Sem teu formoso céu risonho e límpido” e “Teus risonhos lindos campos têm mais flores”.



pormenor mais adiante. Podemos adiantar, no entanto, que a imagem simbólica do exagero e do excesso se repete mais uma vez. “[...] o produtor de humor brasileiro há de sempre enxergar a realidade em prévio estado de malícia ou de prontidão brejeira”, afirma Saliba (2018, p. 106)

Ao tratar sobre memes e a política brasileira — um dos temas recorrentes de nosso corpus —, Chagas (2014) afirma, estudos sugerem mudanças no paradigma do letramento político contemporâneo, classificadas como uma interferência do *self* na constituição plena da cultura política, em cujo processo o humor assumiria o papel protagonista: “[...] a experiência contemporânea do cidadão conectado é, cada vez mais, embasada em uma epistemologia narcisística” (CHAGAS, 2014, p. 109).

Chagas (2014) aponta que, para Bennett, a brincadeira política é geralmente o primeiro comportamento político adotado por grupos de indivíduos alienados das estruturas de poder. A brincadeira tem espaço em situações tão reais quanto manifestações em protesto contra o Governo, greves ou campanhas eleitorais, e teria o objetivo de gerar comprometimento entre os participantes. Chagas aponta que a noção de brincadeira nesse contexto também poderia ser interpretada como atividade lúdica, que envolve, entre outros recursos, o humor subversivo, sendo a ironia a atitude que mais chama a atenção:

Além de seu significado literário, [...], em que se destaca a inconsciência ou contradição entre o que é dito e o que é pretendido ou se aparenta dizer, [...] (a ironia) pode também ser compreendida como um certo descolamento cognitivo do mundo sensível, e a imaginação de outros infinitos mundos possíveis (RAPPORT; OVERING apud CHAGAS, 2014, p. 98).

De acordo com o autor, estendida a sua abrangência para a ação política, a ironia tenciona a ambiguidade, sem jamais favorecer uma leitura definitiva, trata-se de um jogo duplo efervescente de superposição de diferentes camadas semânticas a uma mesma mensagem. O humor seria repertoriado através de categorias como o lugar, o tempo, a pessoa e a finalidade do riso, e seria considerado subversivo quando inadequado a uma destas categorias.

Os memes podem ser considerados como a expressão mais sofisticada da instância discursiva de conteúdo gerado por usuários e nos permitem avaliar como esses sentidos são produzidos coletivamente, afirma Chagas (2014): “A importância da cultura popular, [...] reside justamente na oferta de um substrato comum ao humor.”

Tratando especificamente de memes sobre política, Chagas (2014) afirma que, como são conteúdos que evocam a cultura popular de massa, os memes podem operar como forma de ligação da relação entre expressão individual e culturas políticas. Nesse caso, ao conectar diferentes cidadãos através de valores comuns, esses conteúdos inverteriam a orientação narcisística e constituiriam uma experiência compartilhada de construção da política.

De acordo com Wunenburger (2007), a riqueza de um texto imaginário vem na esteira da sua potencialidade de surgimento de novos sentidos, da infinidade de reverberações por ele desencadeadas. O autor afirma que é difícil fixar uma lista de funções e de finalidades — sejam elas subjetivas ou objetivas, em escala individual ou coletiva — do imaginário. Ele destaca, no entanto, três grandes orientações encontradas já no pensamento antigo: (1) objetivo estético-lúdico, (2) objetivo cognitivo e (3) objetivo instituinte prático. Dessa forma, paralelamente aos comportamentos de sobrevivência e do trabalho, o imaginário se conecta a atividades gratuitas, desinteressadas, das quais o jogo, o divertimento e as artes são os exemplos mais universais, afirma Wunenburger (2007).

Dentro desse objetivo estético-lúdico, Wunenburger (2007) nos apresenta o jogo, trazendo o exemplo dos animais, que brincam de maneira sensório-motora, e a criança, que descobre sucessivamente sua relação consigo mesma e com o mundo por intermédio de jogos, jogo sensório-motor, e jogo de imitação. “[...] a criança se instala facilmente em seu ‘mundo imaginário’ que povoa com seus brinquedos, suas ficções e simulações e que sob muitos aspectos desempenha o papel de um intermediário entre a fantasia pura e as leis do real” (WUNENBURGER, 2007, p. 54). O imaginário lúdico, dessa forma, assume um papel de transição ao assegurar uma espécie de válvula de segurança entre mundo interior e mundo exterior. A diversão e os jogos, de maneira geral, se estendem ao mundo adulto e penetram na cultura a título de divertimento: as brincadeiras, da infância à vida adulta, atendem a uma necessidade de alívio, de divertimento, de busca de um prazer, independentemente das obrigações da sobrevivência e do trabalho.

Com efeito, ao interromper suas atividades sociais ou domésticas para se colocar diante de uma tela, o telespectador quer participar, sem se deslocar no mundo, do *Homo ludens* tal como caracterizado por Huizinga. Longe do sério, o jogo se deseja frívolo, gratuito, supérfluo, ocasião de se evadir da vida cotidiana. Mantido num espaço tempo delimitado, ele atende a uma ordem própria que garante uma espécie de ilusão mágica fonte de prazeres (WUNENBURGER, 2007, p. 55).

A criação de imagens artísticas é uma atividade a qual o imaginário se conecta. De acordo com Wunenburger (2007), não se pode atribuir uma finalidade única e constante à fabricação dessas imagens artísticas, mas se pode averiguar que a humanidade tende a privilegiar historicamente atitudes destinadas a obter uma pura fruição das imagens artísticas: “Desse modo, a arte atesta no homem uma necessidade universal de fabricar imagens e de dar corpo e controle a um imaginário visual e textual” (WUNENBURGER, 2007, p. 57).

Conforme Durand (2000) e Baitello Jr. (2005), o imaginário e a criação de imagens servem como forma de lidar a realidade e com a noção da nossa própria mortalidade, servindo também como forma de catarse. Wunenburger (2007) corrobora:

Como diz ainda Aristóteles, os homens precisam encenar sua condição, em seu aspecto melhor ou pior, a fim de extrair ritualmente emoções (prazer e tristeza) que apaziguam as verdadeiras por eles sofridas (*catharsis*). O *homo aestheticus*, ao criar para o prazer uma outra imagem do mundo, um outro modo de manifestação das coisas, modifica ao mesmo tempo seu mundo interior e o mundo exterior: por um lado, cria imagens para objetivar experiências sensoriais, afetivas, imaginárias, como se sua vivência interior, oculta, silenciosa, não fosse suficiente para experimentar toda a sua intensidade e toda a sua riqueza. [...] As obras de arte permitem a transmissão do vivido, do sentir, do ver, e assim tornam possível uma participação num mundo comum. O imaginário artístico, por exteriorizar a subjetividade, favorece uma relação intersubjetiva. Por outro lado, a experiência artística atinge cada um em vários níveis; sem dúvida, algumas obras se limitam a espetáculos, permitindo suspender o aspecto sério, abrir territórios de jogo (teatro, cinema, música); em outros casos, o vivido espetacular é dobrado por uma interiorização espiritual, as imagens nutrindo o pensamento (WUNENBURGER, 2007, p. 58).

Os memes, evidente, não são obras de arte, mas acreditamos que sua criação e circulação, assim como as práticas que envolvem o fenômeno cumpram funções para o imaginário individual e coletivo: através do compartilhamento de piadas, da catarse, da forma lúdica de fazer relações. O humor tem importante papel na criação de lações sociais e é entendido como ato comunicativo. Em meio à anarquia cerebral e as coerções sociais, às vezes, a única forma de lidar com a bruteza da vida é, como diz Cartola, “rir pra não chorar”.

## 7 O DESAFIO DO CASTELO DE AREIA

Por se tratar de um tema de pesquisa que é, por natureza, efêmero, a definição da metodologia do nosso trabalho precisou ser revisitada após a qualificação do projeto de pesquisa. Inicialmente planejávamos trabalhar apenas com casos exemplares — conforme Fragoso, Recuero e Amaral (2013) — já que os memes são um campo enorme, extremamente complexo e de constante mutabilidade. Se tratando de internet, temos um vasto campo de pesquisa que se torna difícil de recortar, que é heterogêneo e dinâmico. De acordo com as autoras, um objeto como os memes coloca em xeque estratégias de recorte e seleção de amostras estabelecidas tanto na pesquisa quantitativa quanto na qualitativa. Seguindo a proposta de Fragoso, Recuero e Amaral (2013), a partir de amostras intencionais, tratamos de alguns casos exemplares ou extremos de forma que pudemos registrar a existência de situações ou elementos recentes. Contudo, percebemos que uma amostra que apreendesse variações, padrões e tendências, se fazia necessária para a generalização dos resultados — e fundamental para a conclusão dessa tese.

Para Chagas e Toth (2016), grandes desafios se apresentam para quem pesquisa memes: como selecionar os memes a serem estudados e como coletá-los das principais plataformas de mídias sociais. Para os autores, é um equívoco comum nas pesquisas da área a ideia de que para pesquisar memes basta coletar os conteúdos que com maior frequência pululam na nossa *timeline*. De acordo com os autores, os sites de rede social enviam nossa observação em função de seus algoritmos e se selecionarmos apenas o que consta em nossa *timeline* incorreremos em uma amostra enviesada, apenas com memes que chegaram até nós. Além disso, um problema recorrente na pesquisa com memes é que a maior parte desses conteúdos entra em evidência de forma espontânea, e isso dificulta (se não impossibilita) ao pesquisador modelar a coleta de seu corpus prioristicamente. Dessa forma, para tornar o *corpus* mais organizado, muitas vezes é necessário recorrer à sobreposição de dois ou mais critérios de análise.

Levando em consideração os apontamentos de Chagas e Toth (2016), optamos por sobrepor aos casos exemplares um corpus de memes que selecionamos entre 2016 e 2019. No entanto, se para os autores é equívoco trabalhar com os materiais que com maior frequência pululam na nossa *timeline*, e a forma espontânea e efêmera de manifestação dos memes seria um fator de dificuldade na coleta do corpus, nós optamos por abraçar

essas qualidades do nosso objeto de pesquisa como metodologia: por isso, o desafio do castelo de areia.

Ficou evidente para nós que enquanto tentávamos construir e controlar um corpus ordenadamente, ele se desfazia em meio ao caos e a efemeridade. Um indicativo dessa efemeridade é que não conseguimos localizar as referências de todos memes para inclusão em nossa constelação de memes. Esse foi um problema que enfrentamos ao realizar nossa leitura simbólica que não tivemos como contornar. Ao tentarmos definir categorias teoricamente, em função da pletora de imagens produzidas e compartilhadas todos os dias, ficávamos desorientados e começávamos o trabalho de tentar dar coesão à desordem. Assim que o castelo de areia começava a tomar forma novamente, uma onda se aproximava e derrubava o que havíamos construído.

Com o intuito de respeitar a aleatoriedade do nosso objeto de pesquisa e a forma como ele “se espalha”, a forma como é passado entre os usuários de internet, optamos por fazer o que Chagas e Toth (2016) tratam como equívoco: selecionamos os memes que chegaram a nós de forma espontânea. Coletamos um corpus de *image macros* que recebemos entre 2016 e 2019. Esses memes chegaram até nós pelo WhatsApp (enviados por contatos), pelo Facebook e pelo Instagram (em publicações, páginas que curtimos e por mensagens de amigos que enviaram ou nos marcaram nos comentários — prática essa muito difundida. Essa lógica de selecionar os memes que “chegam até nós” coaduna com as ideias de Baitello Jr. (2014), que afirma que já não somos nós que buscamos as imagens — como acontecia no passado, em função da pouca oferta destas: há uma inversão com a reprodutibilidade e as imagens é que nos procuram.

Essa forma de seleção de corpus pode soar enviesada, e é, já que reflete o algoritmo das redes sociais, e a seleção por parte de meus amigos e conhecidos, que estão familiarizados com meus interesses pessoais. No entanto, acreditamos que isso não interfere na generalização de nossos resultados, porque não estamos tirando conclusões a partir do significado de cada meme específico, e sim tirando consequências dessa constelação de memes e das imagens simbólicas provenientes desse conjunto de imagens. Mais do que o significado de cada meme, queremos discutir o meme como experiência ou prática social.

Conforme elucidado no primeiro capítulo, existe uma discrepância na forma como o senso comum e a academia percebem os memes, e Shifman tenta fazer uma ponte entre eles, afirmando que os usuários de internet “*are on to something*” — estão por dentro de algo. De acordo com a autora, os usuários parecem ter percebido que o meme comporta alguns dos aspectos mais fundamentais da cultura digital contemporânea: são difundidos de pessoa a pessoa mas dão forma e refletem mentalidades sociais gerais. Como nosso intuito é compreender as motivações simbólicas das práticas de criação e circulação de memes, optamos por estudá-los a partir do ponto de vista do senso comum: os usuários de internet tendem a atribuir o termo meme a algum conteúdo observável audiovisual, como vídeos do YouTube, e imagens humorísticas; e também, conforme Lupinacci (2017), imagens estáticas ou GIFs animados ou até mesmo pela forma de uma fotografia ou desenho, acompanhado de uma ou duas frases com tipografia Impact na cor branca.

Optamos, dessa forma, por selecionar memes que se encaixassem na categoria de *image macro*: fotografia ou desenho, acompanhado de uma ou duas frases com tipografia Impact na cor branca. Essa escolha se deu também por se tratar da forma tecnicamente menos complexa de se fazer e compartilhar memes (em comparação com GIFs e vídeos). É importante salientar que nem todas os memes recebidos seguem exatamente o padrão estético da imagem com o texto sobreposto em tipografia Impact; no entanto, a lógica permanece a mesma — imagem acrescida de texto — de forma que foram considerados como *image macros*.

Selecionamos um total de 425 memes e optamos por separá-los em sete categorias de temáticas recorrentes. Essa categorização e uma subsequente teorização sobre ela não são o objetivo desse trabalho, servindo apenas como forma de organização do nosso material<sup>75</sup>:

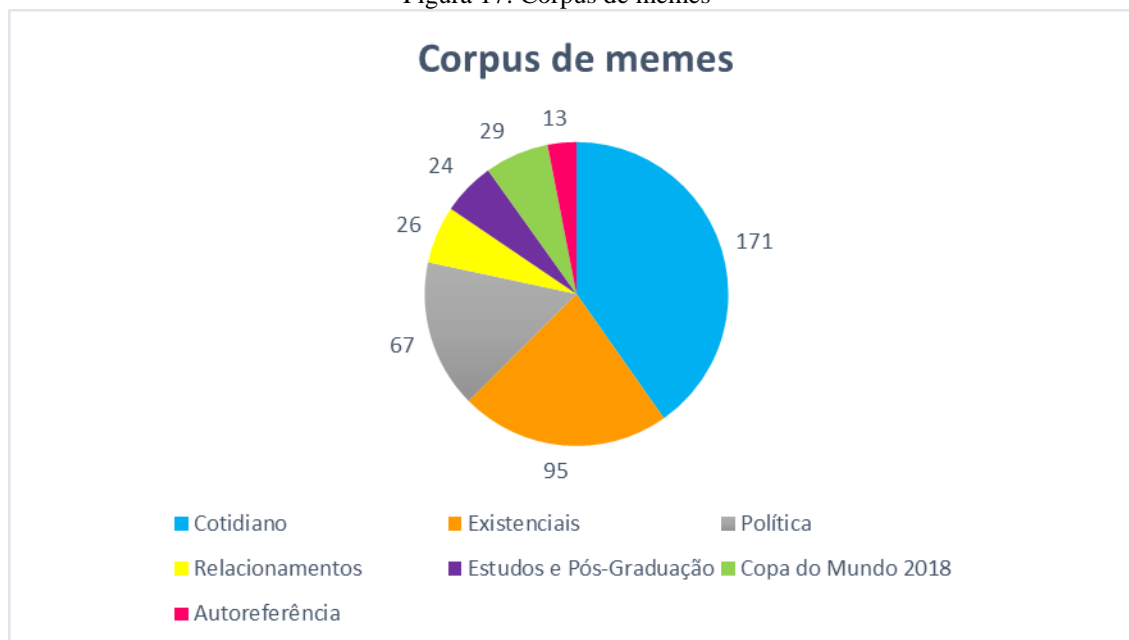
- 1) Memes sobre o cotidiano;
- 2) Memes existenciais;
- 3) Memes sobre política;
- 4) Memes sobre relacionamento;
- 5) Memes sobre estudos e pós-graduação;

---

<sup>75</sup> Optamos por não seguir as categorias de gêneros de memes propostas por Shifman (2014a), pois ela inclui gêneros como Flash Mobs e Recut Trailers, enquanto nosso objetivo é tratar dos memes a partir do senso comum: as *image macros*.

- 6) Memes sobre a Copa do Mundo de 2018;
- 7) Memes de auto referência.

Figura 17: Corpus de memes



Dentro dos 425 memes que selecionamos no período de nossa pesquisa<sup>76</sup> e das sete categorias de temas, percebemos algumas recorrências que consideramos dignas de nota por exemplificarem algum aspecto característico que represente grupos maior de memes do nosso corpus. Esses cinco pontos de discussão não são excludentes e um mesmo meme pode sinalizar mais de um ponto, de forma que não catalogamos todo o nosso corpus, selecionando apenas alguns exemplares que acreditamos ser emblemáticos.

- a) A imagem não basta;
- b) Expectativa *versus* realidade;
- c) Antropomorfização de animais;
- d) Lógica hipermemética;
- e) Metamemes.

A seguir, apresentaremos algumas das imagens simbólicas recorrentes do nosso corpus de memes.

<sup>76</sup> O corpus pode ser acessado na íntegra no link: <https://goo.gl/aDtISR>

## 7.1 A IMAGEM NÃO BASTA

A primeira frase entre aspas na Figura 18 indica que não foi o autor do meme quem disse a frase. A imagem brinca com a ideia oposta do texto, fazendo ironia: a mulher tem um dom natural de ser mãe. A criança brinca com uma cozinha de plástico, enquanto coloca a cabeça de uma boneca na frigideira e o corpo da boneca no forno, sorrindo e fazendo um sinal de positivo para quem registra a fotografia. A foto por si só pode ser considerada engraçada, mas atinge maior potencial quando associada ao texto. De forma irônica, aponta: “veja só, nem toda a mulher tem dom natural para ser mãe”, respondendo a uma expectativa ou estereótipo que a sociedade impõe de forma geral para as mulheres.

Figura 18: meme de internet



Na Figura 19, as imagens por si só não dizem muita coisa: no primeiro exemplo, temos uma montagem com duas fotografias de uma meia estampada do lado certo e depois, virada do lado avesso; no segundo exemplo, temos uma pessoa completamente vestida de amarelo, usando inclusive luvas e touca, olhando contemplativa para além do quadro. Em ambos os casos, o toque de humor e o sentido da imagem é dado pelo texto. No primeiro meme, a meia serve como metáfora para a beleza e a personalidade de um amigo, conhecido ou *crush*<sup>77</sup>: a pessoa é bonita por fora, mas feia por dentro. No segundo

<sup>77</sup> Do inglês, significa esmagar. É utilizada também no sentido figurado, se referindo a um sentimento de intensa paixão por alguém.



meme, a frase é uma superstição comum na virada do ano, que vestir alguma peça de roupa na cor amarela traz dinheiro para o próximo ano. Ao mostrar a figura vestida literalmente da cabeça aos pés de amarelo — de maneira que seria vista como esquisita pela sociedade —, brinca-se com a ideia de que estamos desesperados financeiramente a ponto de passar papel de ridículo na rua.

Figura 19: memes de internet



O exemplo da Figura 20 mostra uma fotografia da Rainha Elizabeth do Reino Unido andando em uma carruagem opulenta e ornada em ouro. O texto em inglês diz: “quando você pega um Uber ao invés de caminhar três quadras. O meme brinca com o exagero: um jovem comum urbano geralmente depende do transporte público para se deslocar, em função do custo e de provavelmente não ter um veículo próprio. Utilizar um Uber para se deslocar em um trajeto que poderia muito bem ser feito a pé é considerado como “próprio da realeza”.

Figura 20: meme de internet

When u take an Uber instead of walking three blocks.



No exemplo da Figura 21, temos um frame do desenho animado dos anos 80 “Caverna do Dragão”. Na narrativa, os heróis ficam presos em um planeta/realidade paralela, que se passa em um planeta com aspecto medieval, com magia, dragões. Eles tentam a todo o custo voltar para a sua realidade, e em cada episódio chegam muito perto, mas por algum motivo seu retorno fracassa, causando certa frustração nos telespectadores. Para quem desconhece o desenho, mesmo associado ao texto, o meme não faria sentido. É preciso conhecer a história de Caverna do Dragão para compreender a leitura que o texto indica, de que Agosto é um mês “amaldiçoado”, ou “o mês mais difícil” do ano, de forma que parece interminável, inescapável, e sobreviver ao mês de Agosto pode se tornar uma tarefa tão épica quando as personagens de Caverna do Dragão voltarem para casa.

Figura 21: meme de internet

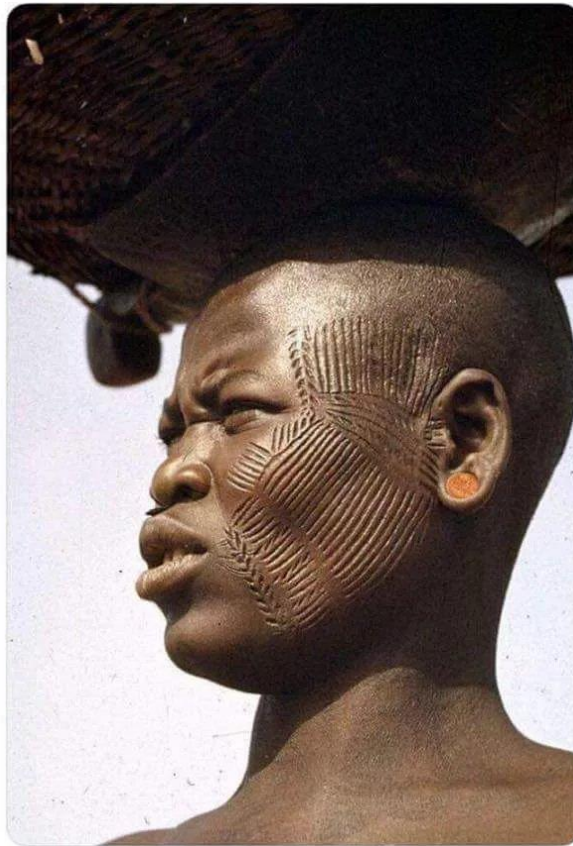
## A gente tentando sair de agosto



No exemplo da Figura 22 temos a foto de um homem não identificado, parece de alguma etnia africana que ter por tradição a escarificação do corpo como rito de passagem. No caso do homem da fotografia, ele tem as bochechas marcadas pelas cicatrizes. O texto, no entanto, nos indica um caminho de leitura completamente diferente: “quando a soneca é muito boa”, fazendo referência às marcas que ficamos na pele quando dormimos demais e acordamos “amassados”.

Figura 22: meme de internet

When the nap was real good



No meme da Figura 23, a imagem mostra um homem virado de cabeça para baixo, vestindo meias listradas e se apoiando somente sobre a cabeça e com os pés apoiados no teto em uma sala de estar. A seu lado, outro homem, de camisa azul e uma cueca ou sunga, aparece de costas. Não sabemos a identidade de nenhum dos rapazes da fotografia, já que não vemos seus rostos. Mais uma vez, a imagem por si só não nos indica seu significado. Pelo absurdo da situação, podemos presumir que se trate de um encontro entre amigos. O texto brinca com a ideia de uma festa que saiu do controle e nos conduz à leitura: “quando você nem queria sair e acaba sendo a pessoa mais louca da festa”, se referindo ao rapaz de cabeça para baixo.

Figura 23: meme de internet

When you didn't even wanna go out  
and end up the most fucked up  
person there



No nosso último exemplo (FIGURA 24) temos a foto de um produto que era comercializado para as crianças nos anos 90: um telefone de plástico cheio de suco artificial. Esse produto era vendido em vários formatos diferentes, como armas, carrinhos, bonecas ou bichinhos. Neste meme, o contexto é dado pelo livro “Modernidade Líquida”, de Zygmunt Bauman, e para entender a piada é preciso entender o jogo de palavras. Enquanto a imagem mostra o telefone celular de plástico cheio de suco, o texto diz “é isso que Bauman quis dizer com Modernidade Líquida”. Novamente, temos o caso em que a imagem, sem o auxílio do texto, não faz sentido. A expressão “Modernidade Líquida” é retirada de seu contexto original e colocada em outro, fazendo uma redução do sentido figurado ao literal, o que de certa forma é um exagero.

Figura 24: meme de internet



Elias, apenas  
@df\_porto

É isso que Bauman quis dizer com  
Modernidade Líquida



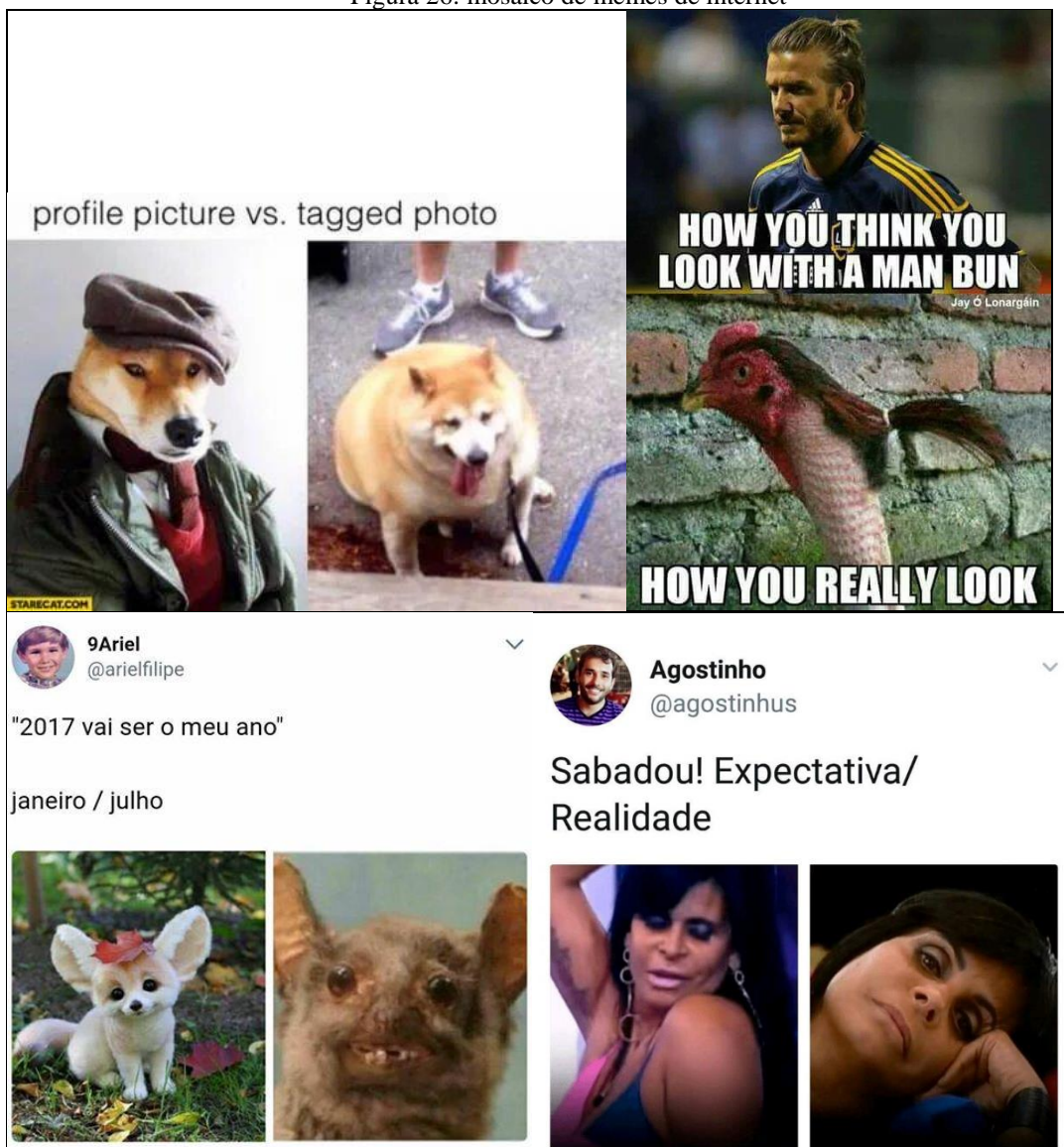
## 7.2 EXPECTATIVA VERSUS REALIDADE

Nesta categoria, optamos por juntar os memes em um grande mosaico (FIGURA 25 e FIGURA 26), porque esse grupo de memes possui relações menos complexas que não exigem uma explicação pormenorizada individual. Percebemos, neste grupo, a ideia de uma expectativa (que se mostra difícil de atingir) e uma realidade frustrante. São memes que trazem uma espécie de desabafo sobre as pequenas contrariedades do cotidiano. Vemos, na exagerada relação entre o que é e o que queríamos que fosse, o humor autodepreciativo. Somos invadidos pela imagem simbólica da inversão dualista que transforma um polo em seu oposto.

Figura 25: mosaico de memes de internet



Figura 26: mosaico de memes de internet



### 7.3 ANTROPOMORFIZAÇÃO DE ANIMAIS

Nesta categoria, optamos novamente por juntar os memes em grandes mosaicos (FIGURA 27, FIGURA 28 e FIGURA 29) em função de não exigirem uma explicação pormenorizada individual. Essa categoria nos reaproxima dos *LOLCats* e do Grumpy Cat e das *carte-de-visite* de bichinhos. A graça aqui está em antropomorfizar os animais: atribuir sentimentos humanos ou situações humanas para os bichinhos. Aqui também, a lógica do exagero continua se aplicando nas reações dos animais. É importante ressaltar que, em sua grande maioria, os memes de bichinhos apresentam animais domésticos ou animais não agressivos.

Figura 27: mosaico de memes de internet

**Natto Almeida**  
@paraensenato

"tu já é louco assim normal, imagine bebendo"

eu bebendo:



9:13 AM · 11 jul 18

**volta pra casa margarete**

**sinto falta das criança**




**zaney**  
@fezani

ja falei pra vc parar de beber mauricio toda semana dando pt é foda



**raic**  
@rycardoantunes

quando me chamam pra balada // qdo me chamam pra comer






Figura 28: mosaico de memes de internet

quando seus amigos são bonitos e você..... tem bom coração..

Quando você tenta tomar uma atitude mais agressiva mas isso não combina muito com você




Patricia Soto compartilhou uma publicação no grupo Grupo pra compartilhar videos fofinhos pra quando bater aquela bad.  
30 de setembro às 16:29 · 📷

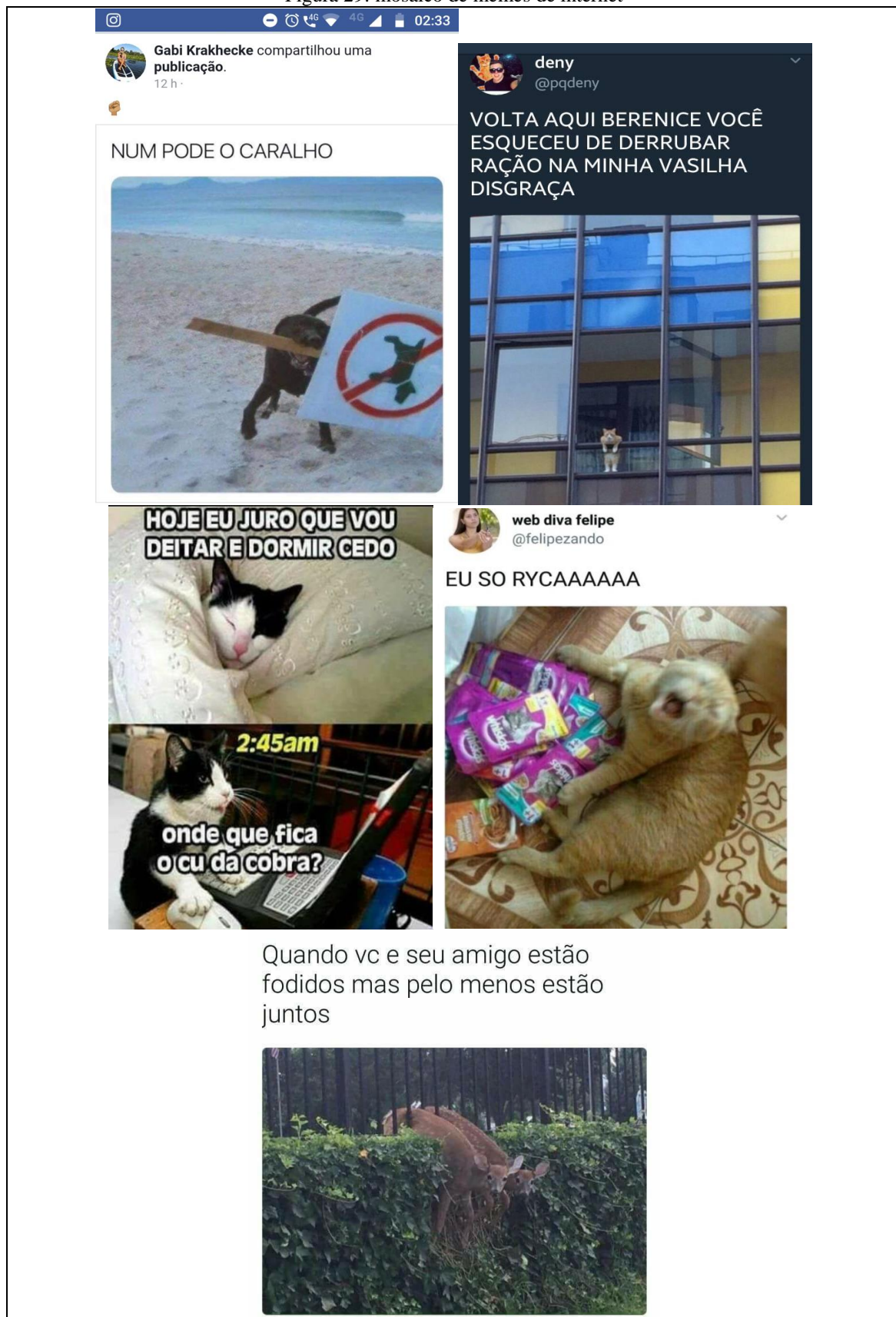
Ai Margarete espera aí  
minha  
pressão  
caiu



**2018**



Figura 29: mosaico de memes de internet



## 7.4 LÓGICA HIPERMEMÉTICA

Em função da lógica hipermemética proposta por Shifman (2014a), já era esperado que os memes sobre a Copa do Mundo de 2018 e sobre política tivessem destaque em função do período de coleta do nosso corpus — no segundo caso, não só em virtude do período eleitoral no Brasil em 2018, mas do Impeachment de Dilma Rousseff também. Conforme Shifman (2014a) afirma, quase todos os grandes eventos públicos acabam virando material para a criação e compartilhamento de memes.

O primeiro meme dessa categoria (FIGURA 30) foi criado em meio a denúncias e investigações sobre a propriedade do Tripléx no Guarujá e a inocência de Lula estava em debate. No entanto, com a divulgação das primeiras pesquisas de intenção de voto para o pleito presidencial de 2018 indicando o então candidato Jair Bolsonaro na liderança, a imagem de Lula abraçando a estrelinha do Partido dos Trabalhadores ganha outra roupagem: o eleitor afirma ironicamente que, se for para derrotar Bolsonaro nas urnas, tolera, inclusive, a possibilidade de corrupção de Lula<sup>78</sup>.

Figura 30: meme de internet



<sup>78</sup> Vale lembrar que no momento de circulação desse meme, Lula ainda não havia sido condenado.

Em meio ao escândalo de divulgação de dados e uso devido de informações pelo Facebook — em que Mark Zuckerberg, criador e proprietário da rede social, foi inclusive testemunhar diante do Congresso dos Estados Unidos e do Parlamento Europeu — esse meme (FIGURA 31) se reapropria de um formato preexistente. “Just Girly Things” (Apenas coisas de garotas, em livre tradução) é um perfil de Tumblr criado 2011 por três mulheres, com o intuito de publicar imagens destacando algumas de suas coisas favoritas, de diferentes tipos de marcas de maquiagem e roupas a celebridades e programas de televisão. A publicação consistia em usar uma imagem e como texto uma citação inspiradora. A partir disso, foi criado o “Things Boys Do We Love” (Coisas que os garotos fazem que nós amamos, em livre tradução), com o intuito semelhante ao perfil anterior, mas focado em momentos significativos ou bonitinhos nos relacionamentos. A partir de “Just Girly Things” e “Things Boys Do We Love”, diversos memes passaram a circular parodiando o formato original: trocando as frases bonitinhas e motivacionais por textos que descrevem comportamento bizarro, por exemplo (KNOW YOUR MEME, 2018). Seguindo o escândalo do Facebook, o meme brinca: “Quando ele sabe tudo sobre você”, e em seguida coloca uma foto de Zuckerberg dando uma bela gargalhada.

Figura 31: meme de internet



A Figura 32 unifica diversos momentos icônicos da Copa do Mundo de 2018 dando um belo exemplo da lógica hipermemética e a necessidade de estar bem informado para entender do que o meme trata. Sobre um tabuleiro do jogo Twister temos: 1) Canarinho Pistola — mascote

da Seleção Brasileira que ficou conhecido por seus memes no perfil do Facebook “Canarinho Putaço” — fazendo algo parecido com dança do *break*; 2) Tite, técnico da Seleção Brasileira, que ao comemorar um gol do Brasil contra a Costa Rica, caiu um tombo; 3) Neymar, conhecido por sua postura mais “dramática”, ao ser marcado nas partidas, uma de suas inúmeras quedas em campo; e 4) na partida de estreia do Brasil na Copa do Mundo de 2018, um balão caiu no gramado, na área brasileira e o goleiro Alisson acabou estourando o objeto, o que gerou uma série de memes nas redes sociais. Em função das poses de cada uma dessas figuras, elas foram posicionadas sobre o tabuleiro de Twister, como se estivessem jogando uma partida.

Figura 32: meme de internet



Após um escândalo de corrupção descoberto durante o seu governo de São Paulo — quando foi denunciado o desvio de recursos destinados à merenda escolar — uma foto de arquivo de Geraldo Alckmin com chapéu de sertanejo e panela na mão, se tornou meme (FIGURA 33) e teve um efeito viral na internet com o texto “Grande Sertão, merendas”, fazendo jogo de palavras com o título do livro de Guimarães Rosa “Grande Sertão: Veredas”.

Figura 33: meme de internet



Com o vazamento de um vídeo nas redes sociais, acusando João Doria (PSDB) de ter participado de uma orgia com cinco mulheres, uma das cenas do vídeo foi reapropriada por sua semelhança com a capa do álbum da banda britânica de rock alternativo Radiohead (FIGURA 34).

Figura 34: meme de internet



Em vídeo que circulou em redes sociais, a ministra da Mulher, Família e Direitos Humanos, Damare Alves, afirmou que o Brasil está em "nova era" em que "menino veste azul e menina veste rosa". Inúmeros memes passaram a circular com ênfase na ironia ao tratar das questões de estereótipos de gênero e da fala da Ministra. Na Figura 35, a brincadeira envolve uma mulher vestindo um longo manto azul carregando uma mala em uma imagem de câmera

de segurança; o texto afirma que essa figura é Yemanjá, um dos Orixás mais cultuados e conhecidos dos cultos de matrizes africanas e que sempre é representado vestindo um manto azul.

Figura 35: meme de internet



Seguindo a eleição de Donald Trump à presidência dos Estados Unidos, o jogo de palavras foi feito na Figura 36: uma imagem da fachada de uma filial das Lojas Americanas — com o famoso muro prometido por Trump para evitar a migração de mexicanos editado digitalmente na frente — e o texto fazendo a brincadeira: “o Brasil já começa a sofrer”.

Figura 36: meme de internet



**alisso**

@fabulousoa

brasil ja começo a sofrer



## 7.5 METAMEMES

Essa categoria é especialmente interessante porque trata dos memes e suas práticas explicados pelos próprios memes. Novamente optamos por juntar os memes em um grande mosaico (FIGURA 37 e FIGURA 38) em função de não exigirem uma explicação pormenorizada individual. A auto-referência esclarece o simbolismo dessa prática aos olhos de quem cria os memes. Temos novamente a imagem do exagero presente, assim como referências à cultura pop (Titanic, Simpsons, He-man, “O mal-estar da pós-modernidade”). Esses memes tratam do desafio da criatividade em meio a repetição, da solidão do palhaço e certa baixa autoestima (memes são lixo). O objetivo é fazer rir, haverá fracasso se isso não ocorrer.




Figura 37: mosaico de memes de internet




Figura 38: mosaico de memes de internet

When you're meme scrolling and keep running into inspirational quotes and positive messages.

**QUANDO VOCÊ VÊ UM MEME BOM E SEM QUERER ATUALIZA A PÁGINA E NUNCA MAIS VÊ ELE**



Agora só existe na minha memória




i don't like to feel good!! i like to feel evil!!

**Luana Nuud** ▶ LUST FOR LDRV: NEW ERA  
há 9 horas


Gente, quero memes pra todo tipo de situação! Estou sem nenhum, obrigada

**Só vim coletar os memes**



41

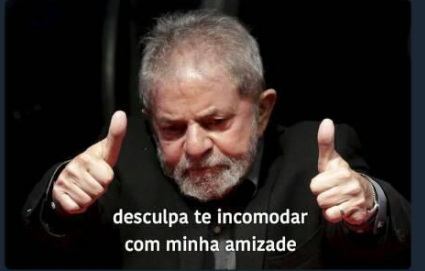
When you have the perfect meme for a situation but you have to search through your 8,000+ meme archive to find it



**I'M SORRY MEMELORD**

**Chico Liro** @warrly

quando mando um meme pra pessoa e ela não ri



desculpa te incomodar com minha amizade

## 8 CONSTELANDO MEMES

A metodologia de Durand é dividida em mitocrítica e mitanálise, em que a mitocrítica consiste em um recenseamento de imagens simbólicas em um material cultural; e a mitanálise se baseia na psicanálise, buscando identificar mitos que trabalham a sociedade em um nível profundo. Utilizaremos somente a mitocrítica, uma vez que a mitanálise requer um tempo longo de existência do fenômeno estudado para ser realizada, e o meme não satisfaz essa necessidade. Esta metodologia vai nos ajudar a compreender os memes, suas dinâmicas e trajetórias de imagens por causa de seu caráter bifronte, permitindo uma evidência de imagens simbólicas particulares da prática e conseguindo situar o imaginário alimentado e alimentador desse fenômeno em um contexto histórico, social, cultural, e em suas dimensões antropológicas (BARROS, 2010). Segundo Durand,

A mitocrítica, que o romancista e historiador das religiões Mircea Eliade havia pressentido há já bastantes anos, estabelece que toda “narrativa” (literária, como é óbvio, mas também em outras linguagens: musical, cênica, pictorial, etc.) possui um extremo parentesco com o *sermo mythicus*, o mito. O mito seria, de algum modo, o “modelo” matricial de toda a narrativa, estruturado pelos esquemas e arquétipos fundamentais da psique do *sapiens sapiens*, a nossa. (DURAND, 1997, p. 246).

Se torna necessário, portanto, procurar qual é o mito latente que anima essas produções meméticas, isso porque um autor, uma obra ou uma época estariam obcecados — de forma implícita ou explícita — por um ou mais de um mito que dão conta de suas aspirações, desejos, receios e terrores.

Através de um *scanning* (FLUSSER, 2002), vagueamos nosso olhar pelos mosaicos, com o intuito de restituir as dimensões abstraídas. Flusser afirma que através de um golpe de vista podemos captar o significado de uma imagem, mas que este método produz apenas um deciframento superficial do significado. Ele apresenta como solução para uma leitura aprofundada de uma imagem o método que denomina *scanning*, que é um vaguear do olhar pela imagem que proporciona a restituição das dimensões abstraídas. O *scanning* segue a estrutura da imagem, mas também os impulsos do observador, de forma que assim obtemos uma síntese entre as intencionalidades do emissor e do receptor. Através dessa observação preliminar, pudemos desenvolver essas sete categorias, em que é possível encaixar as imagens selecionadas em nosso corpus de forma a também compreendermos quais são as temáticas mais recorrentes nas duas ferramentas. Algumas fotografias possuíam mais de uma temática observadas, de forma que para não incorrerem

em mais de uma categoria, buscamos a temática que era mais evidente e marcante na imagem.

Ao realizarmos a leitura simbólica das nossas constelações de memes, de forma imediata um fator nos chamou à atenção: a recorrente imagem do exagero. Seja pela hipérbole, pela ironia ou pela ideia do absurdo, o exagero se manifestou em todas as categorias e em praticamente todos os memes observados. Temos aqui imagens simbólicas fortes de enfretamento, confronto, beligerância. Acreditamos que o exagero pode ser uma ferramenta para que a “piada” do meme seja entendida mais facilmente. Se o humor e a imagem são polissêmicos, essa simplificação exagerada do motivo garante a compreensão por não deixar margem para dúvidas de como queremos que o meme seja interpretado. O texto conduz à uma leitura, que muito bem pode ir num caminho que não é o mais óbvio para a imagem, por isso temos o “solavanco mental”, que resulta da passagem brusca de um sistema de referência para outro, em que os sistemas são coerentes entre si mesmos, mas mutuamente incompatíveis, gerando, nesse jogo de interpretação, prazer em nossos cérebros.

A ideia de expectativa e realidade foi bastante recorrente. A expectativa se mostra difícil de ser atingida, e a realidade, por outro lado, é sempre frustrante, causando um anticlímax. Essa inversão se faz presente, não pelo eufemismo, mas pela dualidade que transforma um polo no oposto do outro.

Temos aqui novamente a ideia do desabafo, dos memes como ferramenta para expressar emoções, pontos de contato — mesmo que não haja uma resposta — e, muitas vezes, um pedido de ajuda: “veja bem, estou rindo, mas como estou infeliz”. Esses memes falam sobre as pequenas contrariedades do cotidiano, e o humor funciona como forma de não apenas rirmos, mas também para criar distância, para sair de dentro de nós mesmos e de nossa melancolia e visualizar, ainda que por um breve momento — o momento do riso —, nossa própria impotência junto com nossa própria humanidade. O humor não altera o mundo, mas o torna momentaneamente amigável, mesmo que para isso tenha que dobrar, torcer ou virar do avesso todo o universo.

Observamos também uma grande recorrência de memes antropomorfizando animais. Inicialmente, essa eufemização das qualidades selvagens dos animais em detrimento de características humanas nos pareceu indicar imagens simbólicas operando

em um regime diferente do que nos anteriores. No entanto, essa própria eufemização é exagerada: temos uma completa humanização dos animais representados nesses memes; eles deixam, inclusive, de serem vistos como animais e passar a representar qualidades e situações humanas. Essa é uma recorrência que é perceptível na nossa análise sobre os *LOLcats* e Grumpy Cat. Apesar de todas as espécies de animais na Terra, em geral esses memes apresentam animais dóceis, domesticados, que em si não representam uma ameaça para os homens.

Através da lógica hipermemética, pudemos perceber, especialmente nos memes relacionados a política, que onde houver ansiedade coletiva, haverá piadas para expressar tal ansiedade. Vemos claramente a necessidade de ser “letrado” na gramática dos memes: reapropriar-se de conteúdos, estar antenado nas práticas cultura de participação na internet, saber como, quando e o que compartilhar, além de ser apto na produção dos seus próprios memes são qualidades fundamentais para “estar por dentro”. O ato de reproduzir e compartilhar o meme criaria um laço invisível na comunidade, um senso de pertencimento do indivíduo em uma irmandade, e esse senso de é justamente o que conduz o imaginário, que depende da comunicação para gerenciar as trocas entre pulsões e coerções.

A auto-referência dos metamemes trazem novamente a imagem do exagero, assim como referências à cultura pop (Titanic, Simpsons, He-man, “O mal-estar da pós-modernidade”). Esses memes tratam do desafio da criatividade em meio a repetição, da solidão de um bobo da corte — um *trickster* desbastado de seus papéis dissidentes — que tenta fazer rir a todo custo, mesmo que seja às próprias custas. Se o objetivo é fazer rir, a possibilidade de fracasso causa angústia. A criatividade é uma demiurgia, uma criação de novos mundos, o que torna o demiurgo num solitário. Há algo ruim nele porque ele tenta substituir Deus, ou seja, ele é uma espécie de encarnação do mal.

Falamos até o momento de uma forte imagem simbólica de exagero e caos. No entanto, vale salientar que, quando temos uma lógica hipermemética, com regras e práticas estabelecidas e conhecidas, passamos a ter um caos que é controlado. Voltaremos à imagem do caos mais adiante.

É interessante notar que as categorias cotidiano, existenciais e relacionamentos somam 312 memes, equivalente a cerca de 73% dos memes selecionados (FIGURA 17).

Ou seja, a maior parte dos memes de nosso corpus tinham o intuito de “desabafar” ou compartilhar situações/frustrações/sentimentos, pessoais. Essa grande recorrência do que pode ser considerado narcisismo nos indica um caminho para o regime heroico, em que um dos princípios lógicos é a heterogeneidade, a antítese, ou seja, o eu separado/diferente do mundo. Dentro das estruturas esquisomorfas do Regime Diurno, temos sendo a idealização de si mesmo e o recuo autístico (DURAND, 2007 p. 185), que para Sfez (1994) fazia parte das características do tautismo da comunicação.

Nos parece que uma das grandes imagens simbólicas dos memes acaba sendo o indivíduo — eu mesmo, separado do mundo. Teoricamente, essa ideia do individualismo já vinha nos chamando a atenção ao refletirmos sobre o titanismo de Lopéz-Pedraza (1997) e Contrera (2003). A idealização e o recuo autístico, o gigantismo, a representação heterogeneizante de si mesmo, nos indicam uma grande recorrência de imagens simbólicas da estrutura heroica do imaginário proposta por Durand (2007).

A criação dos memes está constantemente virada para o próprio indivíduo, mas isso não implica necessariamente uma viagem para dentro de si mesmo. Talvez, apenas por um breve momento — o momento do riso. Temos um instante de autopercepção que se esvai, efêmero como o meme, depois do rir-curtir-compartilhar. O meme se foi, a reflexão de esgota e o gosto amargo continua na boca. Por isso, talvez, os memes continuem se multiplicando, dizendo sempre as mesmas coisas. O regime da heterogeneidade é esquizofrênico porque separa o eu do mundo, sintoma de uma polarização extremada. Os memes são compartilhados com o resto do mundo, mas a intenção inicial permanece: desabafar sobre as próprias angústias. O usuário publica um meme, que é reapropriado e compartilhado, repetido e modificado, inúmeras vezes dessa forma estimulando e alimentando o imaginário titânico pleno de vacuidade. Essas obsessões, esquizofrenia, gigantismo, autismo, são os grandes princípios lógicos do Regime Heroico do imaginário, que para nós, é o universo de imagens simbólicas dos memes. Durand (2007) caracteriza como gigantização, um processo psicológico de amplificação das imagens (de si mesmo) que acompanha a desrealização esquizofrênica. Amplificação, aceleração e exagero surgem da vacuidade.

A vacuidade resultante do titanismo e da pleora de imagens (Baitello Jr, 2005) é fruto dessa dissociação dos rituais sociais de comunicação, e nesse sentido, Sfez (1994) também indicava nosso caminho: o viés utilitarista dos aparelhos, sem cuja eficiência não

podemos viver ou nos comunicar, que atribuem nossos limites. Esse viés utilitarista nos remete às armas do herói moderno, que utiliza a visão como reflexo dominante.

Durand (2000) parte da consciência da morte como base da experiência humana coletiva e individual, em que o temor da morte seria vencido através do imaginário. Temos, ao longo deste trabalho, imagens do bestiário e do caos; de animação, ferverilhas de vermes. Todas essas são imagens vinculadas ao simbolismo teriomórfico. E é no Regime Diarético que o herói pega em armas para lutar contra as faces do tempo, estabelecendo pela espada e pelas purificações o reino dos pensamentos transcendentais. O enfrentamento face à própria mortalidade se dá pela hipérbole, pelo exagero. A própria palavra “reapropriação” — a forma como tomamos coisas que já existem e as transformamos em outras, se dá pela posse e pela dominação.

De acordo com Durand (1997), o simbolismo animal, à primeira vista, parece bastante vago porque é muito comum, agregando valorizações tanto negativas — com os répteis, ratos, pássaros noturnos — como positivas — com a pomba, o cordeiro e, em geral, os animais domésticos. O autor afirma que as imagens animais são as mais frequentemente comuns, pois nos são familiares desde a infância: o urso de pelúcia, o gato de botas, Mickey, todos vêm estranhamente veicular a mensagem teriomórfica, afirma Durand.

Existe toda uma mitologia fabulosa dos costumes animais que a observação direta apenas poderá contradizer: a raposa, para a nossa imaginação, permanece ligada à astúcia. Esta orientação teriomórfica da imaginação, afirma Durand, forma uma camada profunda, que a experiência nunca poderá contradizer, de tal modo o imaginário é refratário ao que é desmentido pela experiência:

O animal apresenta-se, portanto, nestes tipos de pensamento, como um abstrato espontâneo, o objeto de assimilação simbólica, como mostra a universalidade e pluralidade de sua presença tanto numa consciência civilizada como na mentalidade primitiva. (DURAND, 1997, p. 70)

Ou seja, o Bestiário parece solidamente na mentalidade coletiva e na fantasia individual. Durand propõe então que nos detenhemos no esquema geral de que o arquétipo teriomórfico e suas variações simbólicas são a projeção assimiladora. Ele afirma que, para além da sua significação arquetípica e geral, o animal é suscetível de ser sobredeterminado por características particulares que não estão ligados diretamente à animalidade. Como exemplo, Durand nos apresenta a serpente e o pássaro, cujas

qualidades primárias não são propriamente animais: o enterramento e a mudança de pele da serpente são partilha com o grão, a ascensão e o voo do pássaro são partilhados com a flecha. Além disso, partindo da interpretação de Rorschach, Durand (1997) afirma que o tipo de animal escolhido é tão significativo como a escolha da animalidade como tema geral. O autor garante que as interpretações são diferentes quando se trata da escolha de animais agressivos ou selvagens que refletem sentimentos de bestialidade e agressão ou, ao contrário, quando se trata de animais domésticos: “[...] é por isso necessário procurar primeiro o sentido do abstrato espontâneo que o arquétipo animal em geral representa e não se deixar levar por alguma implicação particular.” (DURAND, 1997, p. 71)

O resumo abstrato espontâneo do animal — a forma como ele se apresenta à imaginação — sem as derivações e as especializações secundárias, é constituído pelo esquema do animado, afirma Durand (1997). Para o próprio animal — assim como para a criança — a inquietação é provocada pelo movimento rápido e indisciplinado, e o animal seria o resíduo morto e estereotipado da atenção ao movimento vital.

A partir da ideia do formigamento, é possível conservar apenas o esquema da agitação, do fervilhar. De acordo com Durand (1997), é este movimento que, imediatamente, revela a animalidade à imaginação e se relaciona negativamente à multiplicidade que se agita: “Para a consciência comum, todo inseto e todo verme é larva.” (DURAND, 1997, p 73-74). E essa repugnância primitiva em relação à agitação se racionaliza em uma variante do esquema da animação: o arquétipo do caos:

[...] a agitação vai de par com a metamorfose animal. O esquema da animação acelerada que é a agitação formigante, fervilhante ou caótica parece ser uma projeção assimiladora da angústia diante da mudança, e adaptação animal não faz mais, como uma fuga, que compensar uma mudança brusca por uma outra mudança brusca. (DURAND, 1997, p. 74)

Inclusive, afirma Durand, as primeiras experiências dolorosas da infância são experiências de mudança, como o nascimento ou o desmame. Para Durand, quer o demônio teriomórfico triunfe, quer suas artimanhas sejam frustradas, “[...] o tema da morte e da aventura temporal e perigosa permanece subjacente a todos esses contos em que o simbolismo teriomórfico é tão aparente.” (1997, p. 89).

Dessa forma, uma atitude heroica que a imaginação diurna adota para enfrentar as faces do tempo, não se deixa conduzir à antífrase e à inversão dos valores, mas aumenta hiperbolicamente o aspecto tenebroso e maléfico das faces do tempo, com o intuito de



endurecer ainda mais as suas antíteses simbólicas, de se armar com precisão e eficácia contra a ameaça noturna.” É interessante recordar que o mito do *trickster*, que relacionamos à figura do *troll*, é representada como meio animal, meio deus. O enfrentamento contra uma figura ardilosa e descontrolada — mas por vezes engraçada e travessa — se dá pelo humor que pela hipérbole infla e amplifica nossas angústias:

A imaginação atrai o tempo ao terreno onde poderá vencê-lo com toda a facilidade. E, enquanto projeta a hipérbole assustadora dos monstros da morte, afia em segredo as armas que abaterão o Dragão. A hipérbole negativa não passa de pretexto para a antítese. (DURAND, 1997, p. 123)

De acordo com Durand (1997), o Regime Diurno é essencialmente polêmico, exprimindo a figura antítese:

[...] a asa e o pássaro opõe-se à teriomorfia temporal, provocando sonhos da rapidez, da ubiquidade e do levantar voo contra a fuga desgastante do tempo, a verticalidade definitiva e masculina contradizendo e dominando a negra e temporal feminilidade; a elevação é a antítese da queda, enquanto a luz solar era a antítese da água triste e da tenebrosa cegueira dos laços do devir (DURAND, 1997, p. 179-180).

O Regime Diurno estabelece, pela espada e pelas purificações, o reino dos pensamentos transcendentais, confrontando as faces do tempo com o imaginário em um hiperbólico pesadelo.

De acordo com Durand (1997), a primeira estrutura esquizomórfica que o exagero patológico mostra é uma acentuação de um “recuo” em relação ao dado que provoca uma atitude reflexiva normal, tornando-se então “perda de contato com a realidade”, “déficit pragmático”, “autismo”. Essas são imagens simbólicas que nos remetem novamente ao titanismo. Na distinção de si em relação ao mundo, esse recuo lembra o homem de seu lado animal (a natureza).

A representação enraizada exclusivamente no Regime Diurno das imagens desemboca ou numa vacuidade absoluta ou numa tensão polêmica e numa constante vigilância de si cansativa para atenção. Para não se alienar, a representação não pode permanecer constantemente com as armas prontas em estado de vigilância. O imaginário precisa equilibrar-se, e ao regime heroico da antítese vai suceder o regime pleno do eufemismo:

Ao lado do processo metafísico que, pelos símbolos antitéticos, pela fuga ou pelo gládio, combate monstros hiperbólicos engendrados pela angústia temporal, ao lado de uma atitude diátrica, de uma ascensão transcendente, a duplicidade, ao permitir a eufemização da própria morte, abre ao imaginário e

às condutas que ele motiva uma via completamente diferente. (DURAND, 1997, p 194).

Esse Regime Noturno da imagem se encontra constantemente sob o signo da conversão e do eufemismo: seja símbolos constituídos por uma pura e simples inversão do valor afetivo atribuído às faces do tempo, ou por símbolos axializado em torno da procura e da descoberta de um fator de constância no próprio seio da fluidez temporal e das aspirações da transcendência ao além e as intuições imanentes do devir. Esse processo de eufemização, afirma Durand (1997), esboçado já ao nível de uma representação do destino e da morte, que, no entanto, não demonstra ilusões, acentuando-se até chegar a uma verdadeira antífrase por inversão radical do sentido afetivo das imagens.

Encontramos a todo momento, neste trabalho, o simbolismo teriomórfico e em resposta um simbolismo do Regime Diurno como forma de enfrentamento diante das faces aterradoras do tempo. O imaginário busca uma equilibração e, no entanto, não podemos encontrar, seja no fenômenos dos memes ou em nossa constelação de imagens, imagens do Regime Noturno que pudessem permitir uma equilibração.

Por fim, lembrando as características essenciais dos memes para a sua sobrevivência (DAWKINS, 1979; BLACKMORE, 1999): percebemos em nosso corpus a longevidade, a fecundidade e a fidelidade através da ideia de reprodutibilidade. Esta, a nosso ver, é uma imagem simbólica do excesso: se “o que espalha” é a própria reprodutibilidade, temos mais uma vez as imagens simbólicas do excesso, da vacuidade e da aceleração que se multiplicam exponencialmente. Imagens que devoram e são devoradas. Talvez esse processo cíclico — de constante devorar e ser devorado, da infundável reapropriação e reprodutibilidade, sejam indicadores de uma imaginação noturna que não fomos capazes de apreender.

## 9 COMO ME SINTO QUANDO... ENTREGO A MINHA TESE

Esta pesquisa dá seguimento à nossa dissertação de mestrado, buscando aprofundar e tirar consequências do que consideramos como características do “imaginário comunicacional”. Nesse contexto, o homem contemporâneo é gerador e gerado pela técnica, conectado constantemente à internet. A trajetória de construção dessa tese se mostrou árdua: encontramos dificuldade em lançar os alicerces da pesquisa partindo da proposta de imaginário comunicacional. Uma ideia, porém, se mantinha constante durante o processo de reestruturação desde o projeto inicial: a exorbitante quantidade de imagens a que temos acesso diariamente — nas redes sociais, nas mídias de massa, na comunicação interpessoal, etc. — e a crescente visibilidade dos memes extrapolando o seu âmbito notório de circulação.

Começamos esta tese discutido conceitos essenciais para a compreensão do que é um meme e suas definições. A partir de Shifman (2014a; 2014b), traçamos questões importantes como uso do termo na academia — que difere do seu uso pelos pesquisadores da memética. Além disso, a partir de Lupinacci (2017), pudemos ver que a expressão “virar meme” está associada a tornar-se objeto de piadas que se propagam rapidamente e em grande quantidade pelas plataformas de sociabilidade online. Dessa forma, a ideia de meme para o senso comum é ligada ao humor que, apesar de ser utilizado como recurso para aumentar a circulação de conteúdos na internet, não é uma qualidade obrigatória de um meme. De forma geral, os usuários de internet tendem a atribuir o termo meme a algum conteúdo observável audiovisual, como vídeos do YouTube, e imagens humorísticas.

A partir de Shifman (2014b), pudemos compreender que o conceito de meme não é apenas útil para entender tendências culturais, já que ele simboliza a própria essência da era da Web 2.0: os memes criados por usuários são pilares valiosos da chamada cultura de participação, no que a autora define como operada por uma lógica hipermemética, em que quase todos os grandes eventos públicos fazem brotar uma corrente de memes, estimulando uma das atividades constitutivas da Web 2.0 que seria o “compartilhar”. A partir da lógica hipermemética, os memes podem ser pensados como um prisma para entender determinados aspectos da cultura contemporânea, que se difundem de pessoa a pessoa, dando forma e refletindo mentalidades sociais gerais. A nosso ver, essa lógica hipermemética é uma manifestação desse imaginário comunicacional.

Além disso, a partir de Sibilía (2008), pudemos pensar na grande manifestação de produções amadoras e do conteúdo gerado pelos usuários, gerando uma enxurrada de “diários íntimos” publicados e expostos na internet através de palavras, fotografias e vídeos, com o resgate do pequeno e do ordinário, do cotidiano e das pessoas “comuns”. O ato de reproduzir e compartilhar o meme criaria um laço invisível na comunidade, um senso de pertencimento do indivíduo em uma irmandade, de forma que as pessoas usam os memes para simultaneamente expressar sua singularidade e sua conectividade.

No segundo capítulo, aprofundamos as noções sobre a Teoria Geral do Imaginário de Durand (1996; 1997; 2000; 2002; 2011), seu conceito de tópica sociocultural, da metáfora da árvore de imagens de Wunenburger (2018) e relacionamos esses conteúdos com os memes e seu trajeto de criação e reapropriação — partindo de um ambiente virtual notadamente anárquico e marginalizado até se encontrar integrado aos papéis sociais e a um nível racional de pensamento. A partir de Durand, tratamos de uma inflação das imagens para consumo, da enorme produção obsessiva de imagens — que se encontra delimitada ao campo do “distrain” — e da onipresença dessas imagens em todos os níveis de representação e da psique do homem ocidental ou ocidentalizado. A partir de Baitello Jr. (2005) introduzimos a “iconofagia”: ora as imagens são devoradas, ora são as imagens que devoram. Discutimos a multiplicação exacerbada de imagens cada vez mais onipresentes, em que o excessivo passa a ser norma e cotidiano, a ocupar todos os espaços. Em vez de as imagens nos alimentarem o mundo interior, é nosso mundo interior que vai servir de alimento para elas: são hoje as imagens que nos devoram, e tudo o que não deciframos nos devora. Além disso, conversando com a noção de “*digital trash*” de Primo (2007), as imagens desgastadas são devoradas por novas imagens, que as reciclam.

Partimos, então, para a metáfora da árvore de imagens de Wunenburger (2018). Sendo uma metáfora de estrutura dinâmica, a consciência circula nesta árvore de alto a baixo, de modo que ela pode passar de um nível a outro e isso na mesma operação intelectual. Toda formação de imagens é acompanhada de diversos investimentos simbólicos que vão de cima para baixo na árvore — e vice-versa —, e esse processo enriquece a formação dessas imagens com uma multiplicidade de planos de significações.

Com o conceito da tópica sociocultural de Durand (2003), buscamos compreender o trajeto dos memes, partindo de uma marginalidade vinculada à figura dos *trolls*, para uma posição mais institucionalizada na sociedade. A pesquisa de Phillips (2015) sobre a

cultura dos *trolls* foi fundamental para o desenvolvimento dessas relações. Seguindo o esquema de funcionamento da psique de Freud, Durand (2003) propõe um trajeto antropológico que os papéis e imagens simbólicas socialmente aceitos ou marginais percorrem em uma sociedade em um determinado tempo.

No capítulo seguinte, começamos nossa discussão a partir de Eliade (2011), para quem o mito nos fornece modos de equacionamento das principais questões que afetam nossa existência. Para o autor, alguns comportamentos considerados “míticos” ainda sobrevivem nos nossos. No entanto, não se trata de sobrevivências de uma mentalidade arcaica, já que alguns aspectos e funções do pensamento mítico são constituintes do ser humano. A seguir, López-Pedraza (1997) e Contrera (2003) nos auxiliam a discutir sobre os traços titânicos os meios de comunicação — os excessos e exageros, a ostentação, a velocidade em detrimentos do sentido, a empolgação tecnológica (ou o reencantamento da técnica). A conexão entre o excesso dos Titãs e a existência humana é conduzida sob influência dos estudos de Jung (2000) sobre os arquétipos. As características dispostas pelos autores sobre o titanismo — perseguição obcecada pelo enriquecimento sem limites, pela vida e juventude eterna, poder político, ostentação e excesso, a estética do consumo e o capitalismo desenfreado — nos indicariam uma heterogenia em relação ao mundo, uma espécie de recuo autístico e gigantismo. Consideramos o titanismo, com suas características egóicas, excessos e exageros, uma das grandes marcas do imaginário comunicacional.

A partir de Jung (2000), discutimos as noções de arquétipo e *trickster*. Buscamos, nesse aspecto, relacionar a figura do *trickster* aos *trolls*: tendência às travessuras astutas, em parte divertidas, em parte malignas, sua mutabilidade, sua dupla natureza tanto animal quanto divina, mas também sua proximidade da figura de um salvador. Ligada ao titanismo, a figura do *trickster* pode ser relacionada aos excessos, falta de limites, de leis, caos, barbarismo, etc. No entanto, Jung afirma que a o *trickster* não apresenta abertamente um caráter negativo, mas o de uma apreciação positiva, de forma que podemos esperar que, progressiva e gradualmente, com o desenvolvimento da consciência, os aspectos mais rudes do mito diminuam. Muitas vezes, é quando as pessoas se reúnem em massa que o indivíduo submerge e essa sombra é mobilizada e — como demonstra a história — pode ser personificada ou encarnada. Nesse sentido, Jung (2000) afirma que é compreensível a razão pela qual o mito do *trickster* se manteve e desenvolveu. Como

tantos outros mitos, ele possui um efeito psicoterapêutico, mantendo diante do indivíduo altamente desenvolvido o baixo nível intelectual e moral precedente, a fim de que não nos esqueçamos do ontem de onde viemos

No quinto capítulo, realizamos uma análise a partir de uma amostra intencional, ou seja, conforme critérios que derivam do nosso problema de pesquisa, das características do universo observado e das condições e métodos de observação e análise. Fizemos, conforme Fragoso, Recuero e Amaral (2013), a seleção de um caso extremo — o fenômeno do meme Grumpy Cat — que consideramos se destacar dos demais pelo alto índice de peculiaridades relevantes para o problema de visando perceber características que passariam despercebidas em elementos mais próximos ao padrão médio do universo de pesquisa. Entre essas peculiaridades, podemos citar sua descendência dos *LOLCats* — considerado por Shifman (2014b) como um dos grandes gêneros de memes —; sua rápida ascensão de popularidade; e sua rápida apropriação fora das redes como bem de consumo (filme e produtos). Grumpy Cat é um caso de meme que deixou o lugar de circulação notório dos memes e invadiu a vida “fora da internet”, atingindo os não-iniciados. Phillips (2015) aponta para a ideia de que não devemos ignorar a realidade fora da internet, quando falamos sobre virtual, enquanto Fragoso, Recuero e Amaral (2013) apontam a percepção da internet como um elemento da cultura e não como uma entidade à parte: um local intersticial em que as fronteiras entre on-line e off-line são fluidas.

A partir dos trabalhos de fotógrafos profissionais como Pointer e Frees, realizados entre o fim do século XIX e metade do século XX, tivemos a intenção de mostrar o interesse em criar e compartilhar imagens de gatinhos já nos tempos pré-internet. Ao discutirmos o espaço de surgimento dos memes juntamente com a cultura dos *trolls*, buscamos evidenciar seu caráter anárquico e sem regras vinculado às camadas mais profundas da tópica sociocultural. Os *LOLCats*, ao começarem a demarcar algumas regras na sua forma e tema, passam a ser considerados um dos primeiros “gêneros de meme”, e conforme aponta Shifman (2014a), são usados para construir limites sociais, além de envolver um sentido de piada interna compreendida apenas por aqueles familiarizados com suas lógicas. Diferentemente dos *LOLCats*, que ainda permanecem, em grande parte, populares dentro do seu público de nicho, Grumpy Cat — que surgiu no mesmo espaço do seu predecessor — alçou-se à fama muito rapidamente. Ele saiu dos espaços habituais de circulação dos memes e passou a ser vinculado mercadologicamente a marcas como

Disney e Friskies. Não demorou para que o meme se transformasse em produto a ser consumido, o que dentro da dinâmica da tópica sociocultural pode ser considerado uma ascensão ao máximo nível de racionalização, de forma a se tornar mais socialmente aceito, passando por um processo de normatização.

O capítulo seis, então, tratou do humor: apesar de não ser uma qualidade obrigatória de um meme, diversos autores afirmam que estes se “espalham” melhor quando tiverem algum conteúdo humorístico. Para Shifman, Levy e Thelwall (2014), textos humorísticos são formas de comunicação particularmente polissêmica e essa ambiguidade inata tem sido associada a um contexto mais amplo sobre as implicações sociais do humor. Embora as piadas possam ser vistas como entretenimento despreocupado, elas são frequentemente campo importante em que questões problemáticas são processadas e negociadas.

A partir de Saliba (2017, 2018), pudemos fazer um apanhado sobre as teorias e funções do humor. Para o autor, o humor é um dos mecanismos de enfrentamento psicológico que o cérebro humano usa para a resolução de conflitos: o humor às vezes é a única forma de lidar com o turbilhão da vida. São os usos sociais e não o conteúdo das piadas é que definem a cultura cômica de uma época.

Wunenburger (2007) nos auxilia com sua noção de funções do imaginário. Entre elas, temos o objetivo estético-lúdico, realizado por intermédio de jogos, jogo sensório-motor, e jogo de imitação. O imaginário lúdico assume um papel de transição ao assegurar uma espécie de válvula de segurança entre mundo interior e mundo exterior. A diversão e os jogos, de maneira geral, se estendem ao mundo adulto e penetram na cultura a título de divertimento: as brincadeiras, da infância à vida adulta, atendem a uma necessidade de alívio, de divertimento, de busca de um prazer, independentemente das obrigações da sobrevivência e do trabalho.

Em função da natureza efêmera dos memes, a metodologia do nosso trabalho precisou ser revisitada após a qualificação do projeto de pesquisa. Inicialmente planejávamos trabalhar apenas com casos exemplares, conforme Fragoso, Recuero e Amaral (2013). No entanto, percebemos que a análise de um corpus de maior peso — com a apreensão de variações, padrões, tendências, e importante para a generalização dos resultados — se mostrou necessária para a conclusão desta tese. Optamos por sobrepor

aos casos exemplares um corpus de memes que selecionamos entre 2016 e 2019, trabalhando com os materiais que com maior frequência pululam na nossa *timeline*, respeitando a forma espontânea e efêmera de manifestação dos memes na coleta do corpus. Essa lógica de selecionar os memes que “chegam até nós” coaduna com as ideias de Baitello Jr. (2005), que afirma que já não somos nós que buscamos as imagens — como acontecia no passado, em função da pouca oferta destas: há uma inversão com a reprodutibilidade e as imagens é que nos procuram.

Selecionamos um total de 425 memes e optamos por separá-los em sete categorias de temáticas recorrentes. Essa categorização e uma subsequente teorização sobre ela não são o objetivo desse trabalho, servindo apenas como forma de organização temática: 1) Memes sobre o cotidiano; 2) Memes existenciais; 3) Memes sobre política; 4) Memes sobre relacionamento; 5) Memes sobre estudos e pós-graduação; 6) Memes sobre a Copa do Mundo de 2018; e 7) Metamemes.

Em função da lógica hipermemética proposta por Shifman (2014a), já era esperado que os memes sobre a Copa do Mundo de futebol de 2018 e sobre política tivessem destaque em função do período de coleta do nosso corpus — no segundo caso, não só em virtude do período eleitoral no Brasil, mas do Impeachment de Dilma Rousseff também. Conforme Shifman (2014a) afirma, quase todos os grandes eventos públicos acabam virando material para a criação e compartilhamento de memes: se você está por fora do que está acontecendo, não vai entender. É preciso estar inteirado das atualidades.

As categorias Memes sobre o cotidiano, Memes existenciais e Memes sobre relacionamentos somaram 312 memes, equivalente a cerca de 73% dos memes do nosso corpus. Isso nos indica que a maior parte dos memes de nosso corpus tinham o intuito de “desabafar” ou compartilhar situações/frustrações/sentimentos. Inicialmente esses memes parecem ter um tom narcisista, pois tratam de angústias pessoais. Essa grande recorrência do que pode ser considerado narcisismo nos indica um caminho para o regime heroico, em que um dos princípios lógicos é a heterogeneidade, a antítese, ou seja, o eu separado/diferente do mundo. No entanto, se considerarmos que elas são feitas para o compartilhamento — seja enviando o meme para um amigo, seja marcando os amigos na postagem do Facebook — falando de nossas vivências, expondo angústias, servem como uma ferramenta para percebermos que não estamos sozinhos, para que nos comuniquemos.



Nem todos os memes de nosso corpus seguem exatamente o padrão estético das *image macros* (foto + texto em Impact branco com bordar pretas). No entanto, a lógica permanece a mesma: foto acompanhada de texto. A imagem, nesse caso, não se sustenta sozinha. É necessário um texto para mostrar como a leitura deve ser conduzida. Esses textos muitas vezes subvertem totalmente o significado original da imagem. Se temos a referência de onde a imagem foi originalmente retirada, percebemos muitas vezes que a graça está no deslocamento do contexto dessa imagem. Saliba (2017), explica que quando tentamos lidar com duas ou mais ideias inconsistentes ao mesmo tempo, o cérebro conhece apenas uma resposta: o riso. Ou seja, o cérebro lida bem com ideias que são conflitantes e usa estas situações para alcançar pensamentos e soluções mais complexas. Esse processo pode ser prazeroso, gerando o humor.

A imagem simbólica da hipérbole que é acionada (o exagero) se manifestou em diversos memes do nosso corpus. A hipérbole é estratégia de enfrentamento que amplia o monstro para que as próprias forças do lutador se ampliem também. Assim, o monstro, que na verdade nem era tão horrível assim, é vencido mais facilmente. No caso do meme, o exagero funciona do mesmo jeito: agrava o problema de um tal jeito que fica engraçado. Quem é o monstro em cada situação? Os estereótipos sociais (FIGURA 18), as superstições (FIGURA 19), entre outros. Nos memes categorizados como de expectativa versus realidade, a imagem simbólica da inversão se faz presente, mas não a inversão mística que transforma queda em descida controlada, e sim a inversão dualista que transforma um polo no oposto do outro

Outro indicador que nos chamou a atenção é que, apesar de termos mais de 400 memes selecionados, esse grande grupo de imagens dizem coisas muito parecidas entre si. Podemos, nesse sentido, pensar em uma produção cada vez maior de imagens para suprir um vazio, conforme Baitello Jr. (2005). Nos parece que, diante de tantas imagens, temos uma grande desorientação: o meme regido pela imagem do caos, que tentam a todo custo recriar um mundo simbólico que desmorona, e quanto mais desmorona, mais insistimos em tentar refazê-lo, como um castelo de areia. O simbolismo teriomórfico proposto por Durand (2011) é relacionado à movimentação caótica, ao fervilhar dos vermes e à animalidade: o caos é imagem primordial de angustia. No entanto, os memes são produtos culturais, então se há um caos criado por eles é um caos controlado. Ou seja,

o controle do caos como resposta à angústia do caos. Tornar desejado aquilo que tememos é uma forma de transcender o temor.

Voltemos para a lógica hipermemética de Shifman. A necessidade de estar inteirado dos acontecimentos para entender os memes desloca a imagem simbólica para a ponta das coerções do trajeto antropológico de Durand. A imagem simbólica mais fértil é aquela que está no meio do percurso, ou seja, não é mais algo inconsciente (base da tópica), mas também não está enrijecida pelas coerções (topo da tópica), essa imagem não precisa de referenciais culturais para funcionar. Então, a imagem do caos que os memes criam nos permite entender que a imagem simbólica não está nos memes, no texto ou no ícone que o acompanha, e sim nas práticas, quando um iniciado se entrega ao consumo desses memes. A imagem simbólica do caos está nessa experiência e não no memes em si.

Em meio a esse fervilhar de vermes, parece que os memes se aproveitam de fragmentos simbólicos desgastados para tentar encontrar sentidos, se alimentando de restos de outras imagens. Se o meme trabalha com o “lixo” da internet, podemos pensar nas ideias que são “recicladas” nesse lixo: as sobras, graças ao trabalho desses vermes, viram adubo na composteira.

Saliba (2017) apresenta dois grandes planos da anedota — o efêmero e o mais longo — que se completam. Na primeira, temos a predominância da função catártica do humor (como alívio, válvula de escape ou mesmo catarse); na segunda, a atitude que predomina na recepção ao humor é ao contrário da catarse — a exasperação das energias e dos impulsos emocionais e sua canalização para algum tipo de solução anárquica. Nesses dois casos o autor afirma que o humor trabalha num nível abaixo da consciência e, dessa forma, provoca quase sempre emoções de maneira muito mais eficaz. Diante dessa imagem do caos como grande desorientação, temos como consequência o riso: os memes evocam a imagem do louco do tarô, que é errante, não sabe aonde ir, é infantil e inconsequente, também um tanto livre, e que, à beira do precipício, ri. Como estratégia para reagir ao sofrimento, o humor não altera o mundo, apenas o torna momentaneamente amigável — o momento do riso —, mesmo que, para isso, tenha que dobrar, torcer ou virar do avesso todo o universo. E nesse sentido, podemos pensar nos regimes do imaginário propostos por Durand (1997).

Como resposta a essas angústias universais, a imaginação diurna irá adotar uma postura heroica para combater as faces do tempo, se utilizando dos esquemas ascensionais, o arquétipo da luz uraniana e o esquema diairético como contrapontos da queda, das trevas e do compromisso animal ou carnal (DURAND, 1997). Projeta-se, sob a influência dos símbolos ascensionais ou especulares, a figura heroica do lutador, que se ergue contra as trevas ou o abismo, transformando a luz em seu gládio. As armas cortantes e pontiagudas vinculadas também à figura/sexualidade masculina. Temos a limpidez da água lustral como símbolo das intenções purificadoras, assim como o fogo. A representação não pode, contudo, correndo o risco de alienar-se, ficar sempre em armas e estado de vigilância constante, e diante das faces do tempo se apresenta uma outra atitude imaginativa, cujo do tempo não será encontrado na transcendência na pureza das essências, mas na segura e quente intimidade da substância ou nas constantes rítmicas. O regime heroico da antítese será substituído pelo regime noturno, pleno de eufemismo, indicando uma ambivalência a partir da qual as atitudes em relação ao tempo podem se inverter. O regime noturno é formado pelo universo místico e pelo universo dramático: o primeiro grupo é constituído por uma pura e simples inversão do valor afetivo atribuído às faces do tempo, chegando-se praticamente à uma antífrase; o segundo, busca sintetizar as aspirações da transcendência ao além e as intuições do devir.

No regime místico, a finalidade das constelações simbólicas não será o de ascensão, mas da penetração de um centro, da escavação. Teremos um processo de eufemização sem excluir totalmente os aspectos do regime diurno. A morte se reduzirá ao repouso, ao sono eterno, ao retorno à pátria. Enquanto nos rituais solares e uranianos a incineração é recomendada, no universo místico temos o sepulcro e a intenção de conservar ao máximo o despojo carnal. Nos parece que o humor, pleno de eufemismo, indica uma inclinação para o regime místico do imaginário.

O imaginário busca uma equilibração e, entretanto, não pudemos encontrar, seja no fenômeno dos memes ou em nossa constelação de imagens, imagens do Regime Noturno que pudessem permitir uma equilibração. As características essenciais dos memes para a sua sobrevivência são a longevidade, a fecundidade e a fidelidade (DAWKINS, 1979; BLACKMORE, 1999). Em nosso corpus, pudemos observar essas características através da ideia de reprodutibilidade. Esta, a nosso ver, é uma imagem simbólica do excesso: se “o que espalha” é a própria reprodutibilidade, temos mais uma

vez as imagens simbólicas do excesso, da vacuidade e da aceleração que se multiplicam exponencialmente. Acreditamos que esse processo cíclico — de constante devorar e ser devorado, da reapropriação e reprodutibilidade sem fim — seja indicador de uma imaginação noturna, que deva ter um papel na equilibração desse imaginário comunicacional.

## REFERÊNCIAS

BAITELLO JR., Norval. **A era da iconofagia**: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulos, 2014.

BARROS, Ana Taís Martins Portanova. **A saia de Marilyn: do arquétipo ao estereótipo nas imagens midiáticas**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. E-COMPÓS, Brasília, V.12, N1, jan./abr. 2009. Disponível em:

<<http://www.compos.org.br/seer/index.php/ecompos/article/viewfile/365/321>>. Acesso em: 30 ago. 2018.

\_\_\_\_\_. **Comunicação e imaginário: uma proposta mitológica**. Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v.33, n.2, p. 125-143, jul./dez. 2010. Disponível em  
<<http://www.imaginalis.pro.br/cms/arquivos/1320063315.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2012.

\_\_\_\_\_. Raízes dos Estudos Do Imaginário: Teóricos, Noções, Métodos. ARAUJO, Denize Correa; CONTRERA, Malena Segura (Orgs.). **Teorias da imagem e do imaginário**. Compós 2014.

BELTING, Hans. **Antropologia da Imagem**. Lisboa: KKYM, 2014.

BRAGA, José Luiz. Para começar um projeto de pesquisa. **In: Comunicação e Educação**. V. 10, n. 3. (Pgs. 288 – 296) São Paulo: USP, 2005;

BRUBAKER, Jed R. **Wants moar: visual media's use of text in LOLCats and silent film**. Gnovis Journal, v.8, n.2, 2008. p. 117-124.

CHAGAS, Viktor; TOTH, Janderson. **Monitorando memes em mídias sociais**. in: Tarcízio Silva e Max Stabile. (org.). Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações. São Paulo: Uva Limão, 2016.

CHAGAS, Viktor. **“Não tenho nada a ver com isso”**: cultura política, humor e intertextualidade nos memes das eleições 2014. in: Emerson U. Cervi; Michele G. Massuchin; Fernanda C. de Carvalho. (org.). Internet e eleições no Brasil. Curitiba: CPOP/UFPR, 2016.

CONTRERA, M. S. O Titanismo na Comunicação e na Cultura: os maiores e os melhores do mundo. **Anais do XII Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2003**. Disponível em:  
<[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_922.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_922.pdf)> Acesso em: 19 ago. 2013.

DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. Lisboa: Edições 70, 2000.  
DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**: introdução à arquetipologia geral. São Paulo, Martins Fontes, 1997.  
DURAND, Gilbert. **O Imaginário**: Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: Difel, 2011.

DURAND, Gilbert. **Campos do Imaginário**. Lisboa: Instituto Piaget, 1996.

DURAND, Gilbert. **Mytos y sociedades: introducción a la mitología**. Buenos Aires: Biblos, 2003.

- ELIADE, Mircea. **O Mito do Eterno Retorno**. Lisboa: Edições 70, 1984.
- ELIADE, Mircea. **Imagens e símbolos: Ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- FELINTO, Erick. **Grumpy Cat: Grande Mestre Zen da Geração Digital: Afetos e Materialidades da Imagem Memética**. Anais da XI Semana da Imagem na Comunicação, Unisinos, 2013.
- FLUSSER, Vilém. **A filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- FURIE, Matt. **Feels Good Man**. Disponível em: <<http://knowyourmeme.com/memes/feels-good-man>>. Acesso em: 01 nov. 2017. Imagem digital.
- FURIE, Matt. **Sem título**. Disponível em: <<http://piaui.folha.uol.com.br/materia/pepe-o-imortal/>>. Acesso em: 01 nov. 2017b. Imagem digital.
- GARCÍA-CAPILLA, Diego José. La Generación Me en los discursos comunicacionales: la perspectiva de la ética postmoderna. MORALES, Susana T.; CANTERO, Gabri R.; RODRÍGUEZ, José G. F. (cord.). **Yo, mi, me, conmigo. El triunfo de la Generation Me en los discursos comunicacionales**. Sevilla: Comunicación Social, 2011.
- GRUMPY CAT/GARFIELD #1 (OF 3). **Dynamite Entertainment**. Disponível em: <<https://www.dynamite.com/htmlfiles/viewProduct.html?PRO=C72513026016101011>>. Acesso em: 10 nov. 2017.
- INSTAGRAM. **Our Story**. Disponível em: <<https://instagram-press.com/our-story/>>. Acesso em: 29 dez. 2018.
- Jenkins H.; LI, X.; KRAUSKOPF, A. D.; GREEN, J. **If it doesn't spread, it's dead**. MIT: 2009.
- JUNG, Carl.Gustav. **O Eu e o Inconsciente**. Petrópolis: Editora Vozes, 1978.
- JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- KAZ, Roberto. Pepe, o imortal. **Piauí**. n. 129. jun. 2017. p. 62. Disponível em: <<http://piaui.folha.uol.com.br/materia/pepe-o-imortal/>>. Acesso em: 15 jul. 2017.
- KNOW YOU MEME. **Grumpy Cat**. Disponível em: <<http://knowyourmeme.com/memes/grumpy-cat>>. Acesso em 05 nov. 2017c.
- \_\_\_\_\_. **LOLCats**. Disponível em: <<http://knowyourmeme.com/memes/LOLCats>>. Acesso em 05 nov. 2017a.
- \_\_\_\_\_. **I Can Has Cheezburger**. Disponível em: <<http://knowyourmeme.com/memes/sites/cheezburger>>. Acesso em: 04 nov. 2017b.

- \_\_\_\_\_. **Just little things**. Disponível em:  
<<https://knowyourmeme.com/memes/just-little-things#fn5>>. Acesso em: 20 dez. 2018.
- LOHMANN, Renata. **Lomografia e Instagram: marcas de um imaginário comunicacional**. 2015 137f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) — Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.
- LÓPEZ-PEDRAZA, Rafael. Loucura lunar - amor titânico. In: **Ansiedade cultural**. São Paulo: Paulus, 1997. p. 11-33.
- LUPINACCI, Ludmila. **Até o Travolta ficou confuso: sobre a imprecisão conceitual dos “memes de internet” (e o que GIFs têm a ver com isso)**. *Cultura Midiática*, Ano X, n. 18 - jan-jun/2017. p. 50-66. Disponível em:  
<<http://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/35067/17930>>. Acesso em: 16 jul. 2017.
- MALTA, Carolina. **Sem Título**. Disponível em:  
<<https://twitter.com/CarolinaMalta/status/867366445293948928>>. Acesso em: 01 nov. 2017. Imagem digital.
- MEME GENERATOR. **Home page**. Disponível em:  
<<https://imgflip.com/memegenerator>>. Acesso em 05 nov. 2017. Imagem digital.
- PAUSE AND PLAY. **Harry Pointer — The original LOLCats**. Disponível em:  
<<http://www.pauseandplay.co.uk/harry-pointer-the-original-LOLCats/#.WgoKKmhSzIV>>. Acesso em 06 nov. 2017.
- PHILLIPS, Whitney. **This is why we can't have nice things: mapping the relationship between online trolling and mainstream culture**. Massachusetts: MIT Press, 2015.
- PHILLIPS, Whitney. **Meet the Trolls**. Disponível em:  
<<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0306422011409641>>. Acesso em: jun. 2017.
- POLÊMICO, Rafael. **Chihuahua Clifford**. Disponível em:  
<<http://www.museudememes.com.br/sermons/chihuahua-clifford/>>. Acesso em: 7 nov. 2017.
- PRIMO, Alex. **Digital trash e o lixo midiático: a cauda longa da micromídia digital**. In: Vinicius Andrade Pereira. (Org.). *Cultura Digital Trash: Linguagens, Comportamentos, Entretenimento e Consumo*. Rio de Janeiro: e-Papers, 2007, p. 77-93.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2014.
- RODRIGUEZ, Lourdes Martínez. Mis redes, mis seguidores y yo. Los personajes públicos como origen de la información noticiosa. MORALES, Susana T.; CANTERO, Gabri R.; RODRÍGUEZ, José G. F. (cord.). **Yo, mi, me, conmigo. El triunfo de la Generation Me en los discursos comunicacionales**. Sevilla: Comunicación Social, 2011.
- SALIBA, Elias Thomé. **História Cultural do Humor: balanço provisório e perspectivas de pesquisas**. *Revista de História*, n. 172, 2017, p. 1-39. Disponível em:  
<<http://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/127332>>. Acesso em:

SALIBA, Elias Thomé. **Crocodilos, satíricos e humoristas involuntários: ensaios de história cultural do humor**. São Paulo: Intermeios, 2018.

SAMME. **Old (and Creepy) Cat Photos Still Controversial**. Disponível em: <<http://www.lifewithcats.tv/2015/12/22/frees-victorian-cat-photographs-kind-of-creepy-but-not-cruel/>>. Acesso em 06 nov. 2017.

SÉKULA, Ricardo José. **Os memes como exercício de contrapoder a discursos político-midiáticos**: uma reflexão a partir dos debates eleitorais de 2014. 2016 238f. Mestrado acadêmico em Jornalismo. Instituição de ensino: Universidade Federal de Santa Catarina. Biblioteca depositária: biblioteca da UFSC.

SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994.

SHIFMAN, Limor. **Memes in the digital culture**. Massachusetts: MIT Press, 2014a.

SHIFMAN, Limor. **The cultural logic of photo-based meme genres**. Journal of visual culture, v.13(3), 2014b. p. 340-358.

SHIFMAN, L.; LEVY, H.; THELWALL, M. **Internet jokes: the secret agents**. journal of computer-mediated communication. V.19, 2014c. p. 727-743.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SODRÉ, Muniz. **A Ciência do Comum: notas para o método comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2014.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa Bibliográfica. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

TRUMP, Donald. **Sem título**. Disponível em: <<https://twitter.com/realdonaldtrump/status/653856168402681856?lang=en>>. Acesso em: 01 nov. 2017. Imagem digital.

TUDO CELULAR. **Grumpy Cat**: Um Jogo Horrível não entrega o que promete, pois é um viciante game estilo WarioWare. Disponível em: <<https://www.tudocelular.com/android/noticias/n84824/grumpy-cat-jogo-horrivel-worst-game-ever.html>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

WUNENBURGER, Jean-Jacques. **A árvore de imagens**. Intexto, n. 41, jan./abr. 2018. Porto Alegre, UFRGS, p. 58-69.

WUNENBURGER, Jean-Jacques. **O imaginário**. São Paulo: Loyola, 2007.