

**OS MEMES CRIADOS PELOS GAMERS:  
UMA NOVA CULTURA**

*Thales Fernando Vieira* (UEMS)

[thalesfernandovieira@gmail.com](mailto:thalesfernandovieira@gmail.com)

*Nataniel dos Santos Gomes* (UEMS)

[natanielgomes@uol.com.br](mailto:natanielgomes@uol.com.br)

**RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo analisar alguns memes (unidade de informação cultural que é replicada) produzidos pelos *gamers* dentro do ciberespaço; mostrar como essa nova ferramenta tem sido usada e como, por meio dela, podemos identificar a cultura desse grupo social que surgiu com o advento da tecnologia da informática e tem se desenvolvido dentro da internet; como os memes podem nos ajudar a entender uma grande leva de crianças, adolescentes e adultos que hoje são influenciados pelos videogames e pela cultura digital e, enfim, como as ideologias dos games se manifestam através dos memes e ajudam a retroalimentar a própria cultura.

**Palavras-chave:** Meme. Gamer. Cultura digital. Videogame.

**1. Introdução**

Lynn Rosalina Gama Alves (2014) abre o seu texto com uma afirmação de Huizinga, já em 1950, dizendo que o homem é lúdico por natureza, e com o advento da era da informática e dos computadores seria óbvio esperar que alguns sistemas de radar tivessem sido transformados em videogames, como por exemplo em 1947 por Thomas T. Goldsmith Jr. e Estle Ray Mann dando início assim a uma nova era dos jogos atingindo as plataformas digitais. O que Thomas e Estle não sabiam era que estariam indo além de proporcionar entretenimento, estariam começando um legado pra abarcaria mais e mais adeptos para o que se fundaria uma nova cultura e um novo estilo de vida.

Lynn Rosalina Gama Alves (2014) descreve esse grupo da seguinte maneira:

As crianças, adolescentes e adultos conhecidos como *gamers* investem horas em frente das diferentes telas, imersos em narrativas que os desafiam a representar e viver distintos papéis, aprendendo e desenvolvendo habilidades cognitivas, mas o mais importante: eles estão se divertindo, vivenciando de forma lúdica diferentes histórias. (ALVES, 2014, p. 107)

Com a chegada da internet os jogos reuniram mais e mais os “jogadores” e nela eles teriam espaço para se comunicar livremente, expres-

sar seus pensamentos e suas ideologias que os tornaram *gamers*. Como sempre acompanhando a gradual evolução do ciberespaço e das ferramentas que nela há, os meios de interação como redes sociais (Facebook, Tweeter etc.) e outros aplicativos de comunicação (Messenger, Whatsapp etc.) se tornaram um meio principal de veiculação dos tão famigerados “memes”. Acontece que o *meme* de internet não só é carregado de sentidos e interpretações como também é um dos recursos mais recorrentes nos dias atuais. Por meio dessas imagens e textos replicadores de informação podemos analisar as ideologias recorrentes aos adeptos dos jogos.

## 2. *Os memes*

O que são memes? Tudo aquilo que se pode replicar, transmitir e segundo Ruberval Franco Maciel e Nara Hiroko Takaki (*apud* LANKSHEAR & KNOBEL, 2015, p. 55), “diretamente molda e propaga ações-chave de um grupo social”. Portanto, o *meme* é uma “ideia” em um sentido aberto e essa informação contida nele pode ser repassada de pessoa para pessoa em qualquer nível ou formato diferente, seja esse conteúdo um *slogan*, um *jingle*, uma anedota, um aforismo, uma imagem, foto, um quadro, uma frase, uma peça de roupa, ou qualquer outro tipo de materialidade que transmita essa ideia independentemente de plataforma ou modalidade, sofrendo ou não recombinações entre elas e atingindo mais e mais pessoas.

Richard Dawkins (1976) apresenta a palavra *meme*.

E de lá para cá essa palavra só veio ganhando mais e mais sentido conforme os estudos apontavam uma certa independência e mutabilidade viva dessa “ideia” assim como ocorre com a língua por exemplo que se mantém em ciclo e apesar de ser utilizada individualmente por um falante ela pertence à comunidade inteira. Richard Dawkins se baseia no evolucionismo e acredita que assim como os genes, os memes também evoluíam de acordo com as suas características, mas a palavra tinha sua origem em “mimeme” da raiz grega, sendo similar a conhecida *mimesis* que nada mais é do que a representação de algo ou da realidade, e no caso, muito se assemelha ao que significa um *meme*, deveras o representar.

Indo mais a fundo do que poderia não só no campo das ideias ser o *meme*, alguns estudiosos se atentaram a alguns fatores que influenciavam diretamente na existência do *meme*, por exemplo a longevidade, a fecundidade e a fidelidade.

Ancorados nos estudos de Richard Dawkins (1976), três conceitos foram apresentados para a existência de um *meme*: *longevidade*, *fecundidade* e *fidelidade*. De maneira geral, a longevidade alude à capacidade que um *meme* possui de permanecer “vivo” por mais tempo. A fecundidade, de sua vez, se relaciona com sua capacidade de gerar cópias. Já a fidelidade se refere à sua capacidade de manter as semelhanças entre o “original” e seus derivados. (MACIEL & TAKAKI, 2015, p. 58)

Com a intenção de se aprofundar na questão da fidelidade, Ruber-val Franco Maciel e Nara Hiroko Takaki (*apud* RECUERO, 2015, p. 62) apresentam mais três subdivisões:

Os replicadores são copiados de sites e, por isso, retratam alta fidelidade em relação à versão ‘original’ com o objetivo de informar e compartilhar informações sem acréscimos de opiniões. [...] Os metamórficos são mutáveis e recombinados e, diferentemente dos anteriores, podem ser empregados em contexto de debate. Nesse caso, a informação é debatida, transformada e recombinada. É possível acrescentar opiniões quando os metamórficos são disseminados, transformando-se assim em *memes* interativos. [...] Os miméticos se diferem dos anteriores por manter a ‘essência’, embora sofram recombinações, ou mutações, e podem ser referenciáveis como imitações. (MACIEL & TAKAKI, 2015, p. 62-63)

Depois de explicar o funcionamento dos memes e o motivo que causam tamanho impacto nas ideias, partiremos explicar o que é ideologia.

### 3. *Ideologia*

A etimologia da palavra *ideologia* significa “estudo das ideias”, mas a aplicabilidade desta palavra tem se tornado diversificada por conta das várias ressignificações que sofreu ao longo do tempo, como por exemplo um outro sentido apresentado por Marx e Engels é o político e segundo Nataniel dos Santos Gomes e Daniel Abrão (2012, p. 13), “a ideologia se materializa através de prescrições que se impõem ao homem como verdades que explicam as condições de existência do indivíduo, mascarando a realidade”.

De ciência a palavra passou a significar algo utópico, ou realidade inalcançável, o que até certo contexto lhe garantiu um sentido pejorativo para aqueles que exemplificavam as ideias impossíveis de serem atingidas e causando impasses políticos.

Por fim o sentido buscado neste artigo é o de que a ideologia se assemelha a uma doutrina e como apontam novamente Nataniel dos Santos Gomes e Daniel Abrão (2012, p. 13-14), “ela é entendida como o

conjunto de ideias que exerce influência sobre grupos sociais e legitima formas de ação”. Os mesmos autores citam ainda Terry Eagleton e seu livro *Ideologia* (1997) para dar mais concepções ao termo:

O processo de produção de significados, signos e valores da vida social; um corpo de ideias característicos de um determinado grupo ou classe social, ideias falsas que ajudam a legitimar um poder dominante, aquilo que confere certa posição ao sujeito, a conjuntura de discurso e poder; ilusão socialmente necessária, pensamento de identidade. (GOMES & ABRÃO, 2012, p. 14)

Para completar a definição Nataniel dos Santos Gomes e Daniel Abrão citam José Luiz Fiorin: “não há um conhecimento neutro, pois ele expressa o ponto de vista de uma classe a respeito da realidade”. Sendo assim a conclusão dos autores é “Logo, a ideologia é uma visão de mundo que todos estão inseridos”. (*Idem, ibidem*)

Em alguns aspectos a definição Taylor sobre “cultura” parece muito incidir com o que entendemos sobre ideologia, pois para o antropólogo cultura é “todo aquele complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, a lei, os costumes e todos os outros hábitos e capacidades adquiridos pelo homem como membro da sociedade.” (*Primitive culture I. London: Continuum, 1871, p. 1*)

#### **4. Os gamers**

A escolha da palavra *gamer* ao invés de *player* ou qualquer outra não é ao acaso, pois o processo de autonomia do rótulo foi tão forte que ocasionou o surgimento desse grupo social. Mesmo que *player*, do inglês, também signifique jogador, a palavra *gamer* está diretamente relacionada à outra palavra que é o objeto principal do grupo social, o *video-game*. *Play* do inglês pode significar “brincar, tocar ou reproduzir” (sentido de executar uma música), enquanto *gamer* expressa o sentido de “aquele que joga” uma vez que *game* é a palavra chave para jogo e é oriunda do jogo de vídeo.

*Gamer* é como se refere à alguém que joga tanto RPGs, jogos de mesa, tabuleiros como também os jogos eletrônicos da era digital. São pessoas que passam horas jogando ou aprendendo sobre os jogos e dispõem de todo tempo livre (ou quase todo) para isso. O lazer destes indivíduos consiste em interagir com os jogos em qualquer modalidade ou nível e subsequentemente com outros jogadores que estão dentro do mesmo propósito e para isso, contam com ciberespaços cada vez mais amplos como os recursos de texto (chat) dentro do próprio jogo, comuni-

dades ou grupos (em redes sociais ou *apps*), *guildas* (grupos de jogadores que jogam juntos como um time), fóruns e até canais em sites de vídeos, vlogs (ou blogs) e muito outros.

Foram vários os fatores que ajudaram a compor esse grupo de indivíduos, os avanços tecnológicos e o *videogame* propriamente dito, e consequentemente a indústria que produzia os fliperamas e os consoles, tornando cada vez mais acessível esse tipo de entretenimento. A natureza humana busca pelo lúdico e pelo prazer ao mesmo tempo em que consegue abstrair significados cada vez mais complexos sobre o que significa passar horas e mais horas se divertindo e até mesmo o porquê essa prática tornou-se mais satisfatória do que outras.

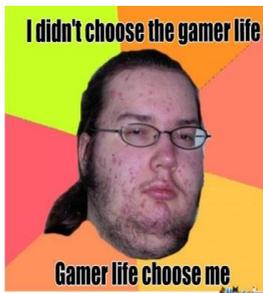
Lynn cita a revista *Veja* e uma de suas publicações que datam de dezembro de 2013 e naquela edição a informação era que no Brasil tínhamos aproximadamente 11 milhões de *gamers* com uma média de 30 anos de idade e destes 45% eram mulheres, ou seja, não dá só para observar que o grupo é expressivo e numeroso, mas que também conta com uma parcela feminina e cada vez mais importante. Outro dado era que o indivíduo passava pelo menos duas horas diárias em frente a uma tela jogando, o que nos remete ao entendimento dessa prática de jogar como um hábito.

##### **5. Os memes de internet criados pelos gamers**

Na internet, os memes ganharam outros aspectos, não só textos, mas também imagens e alguns são até vídeos ou animações (gifs) que abusam geralmente do humor para obter a fecundidade necessária para sobreviver mais tempo e atingir longevidades cada vez maiores dentro do ciberespaço. Todos os recursos visuais e auditivos que os computadores e aparelhos *smartphones* possuem são utilizados pelos internautas cada vez mais criativos e replicadores de charges, piadas e coisas do tipo.

Os objetos separados para este estudo contam apenas com texto e imagem, e mesmo dispondo de uma plataforma bem simples, a forma como são construídos e se recombina é que nos concerne neste momento para analisar pontos de vista e opiniões dos próprios indivíduos.

Começaremos analisando então um primeiro *meme* escolhido que parece justificar aos próprios membros da comunidade o porquê de ser um *gamer*.



A imagem contém um fundo colorido, o rosto de um sujeito do sexo masculino que está acima do peso, usando óculos, cabelos cumpridos e amarrados como rabo de cavalo, pequenas feridas semelhantes a acnes ou “espinhas”; uma frase em inglês que começa na parte superior e termina na parte inferior da imagem, transcrita da seguinte maneira “Eu não escolhi a vida de *gamer*... A vida de *gamer* me escolheu”. Na questão ideológica o meme parece justificar a natureza do indivíduo através de um aforismo clássico, “eu não escolhi, fui escolhido”, que neste caso foi reapropriado e adaptado para a realidade dos *gamers*.

No próximo meme veremos uma metamorfose da imagem anterior que sofrerá apenas uma modificação no texto e preservará a imagem como ícone ou bandeira levantada pelo grupo.



Transcrevendo a nova frase do inglês, “Vida real? Nunca ouvi falar deste servidor”. O que nos transmite a rápida ideia de que a vida de *gamer* está dentro do game e nunca fora dele, e mesmo que pareça um tanto alienado, a carga de humor está quando o sujeito toma o objeto ‘vida real’ como ‘servidor’ e para aqueles acostumados a jogar on-line, já sabem que se trata, pois, de um computador que dá o suporte para a co-

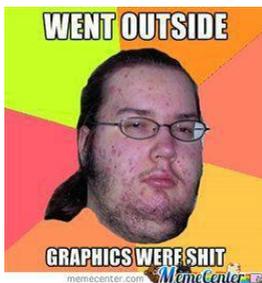
nexão dos jogadores e virtualmente seria mundo propriamente dito dentro do jogo.

As recombinações são infinitas e cada recombinação, mesmo que seja apenas a alteração do enunciado, ela causa um novo impacto e um acarretamento de novos sentidos, e no próximo meme o que se observa é que a visão de mundo do *gamer* é sempre equiparada a fases ou estágios, etapas jogadas em cada momento do jogo que propõem uma ruptura com o momento anterior ou preparação para o próximo, ou simplesmente metrifica uma curva de evolução em cadeia de níveis.



“Arranjar uma vida? Em que nível eu desbloqueio isso?” é uma tradução possível da imagem e as sentenças na forma interrogativa causam muito humor obviamente porque dá-se a entender que o mesmo sujeito utilizado nas imagens anteriores parece não entender o que é sentido de ‘vida’ e a reflexão feita é abarcada em qual nível poderia ou teria direito como recompensa por algum progresso ou evolução dentro do jogo, como se a vida fosse sempre gamificada.

Por último, e novamente reforçando o prazer e satisfação dentro do jogo ao invés da vida real, o meme utilizará o mesmo personagem, o mesmo plano de fundo e modificará o texto como sendo uma afirmação do sujeito *gamer*.



A fala é a seguinte “Fui lá fora... os gráficos estavam ruins”. A visão de mundo desse indivíduo que passa mais horas jogando do que fazendo outras atividades é nítida, pois os ‘gráficos’ seriam a qualidade da imagem do jogo, logo o que representa a estética, o visual e o poder para encantar o *gamer* está na potência dos pixels que constroem uma visão detalhada e bonita, mas para o autor deste *meme*, o mundo real não é tão bonito quanto o seu jogo favorito, pois lá não estão as mesmas cores e nem os mesmos elementos geográficos ou materiais, portanto de certo modo a realidade parece frustrar o *gamer* e o jogo virtual torna-se seu refúgio e seu lar.

## **6. Conclusão**

A criatividade do *gamer* em se expressar dentro ciberespaço é múltipla, pois ele consegue comparar e metaforizar a vida real com o jogo, se usa dos termos dos jogos para se comunicar em grupo e absorve, mimetiza e replica tudo aquilo que está dentro do seu universo através dos *memes* de internet.

O *gamer* expõe a sua visão de mundo e abastece (e/ou enriquece) a sua cultura através dessa interação virtual, entretanto esse *gamer* não está em busca de apresentar seu estilo de vida para outras comunidades e nem se apresenta de maneira aberta ou preocupada com os integrantes de outros grupos, uma vez que para ele a interação tem por começo e fim o próprio *game*.

O *meme* de internet criado pelo *gamer* é apenas um dos meios de analisar os valores do grupo e suas questões sociais e ideológicas, contudo o item que mais chama atenção é a realização e o prazer em estar jogando e comparar a vida senão com a sua paixão que é o *game*.

Não por acaso, é possível perceber nos *memes* os pontos de vistas ideológicos de determinado grupo e Lynn Rosalina Gama Alves (2014) busca exatamente em McGonigal a exata justificativa dos gamers para o que é realização como no trecho a seguir.

Para McGonigal (2011) é no *videogame* favorito que o *gamer* encontra a sensação de estar completamente vivo, focado e engajado a todo instante, tendo a sensação de poder, de propósito heroico e comunidade. Estas sensações são experimentadas ocasionalmente na vida real, mas vivenciadas constantemente durante as jogadas de *videogame*. (ALVES, 2014, p. 107)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Lynn Rosalina Gama. A cultura lúdica e cultura digital: interfaces possíveis. *Revista Entre Ideias*, Salvador, vol. 3, n. 2, p. 101-112, jul./dez. 2014.

DAWKINS, Richard. *O gene egoísta*. Trad.: Geraldo H. M. Florsheim. São Paulo: EDUSP, 1979.

JESUS, Dánie Marcelo de; MACIEL, Ruberval Franco (Orgs.). *Olhares sobre tecnologias digitais: linguagens, ensino, formação e prática docente*. Campinas: Pontes, 2015.

GOMES, Nataniel dos Santos; ABRÃO, Daniel. Ideologia nos quadrinhos: o Capitão América. In. GOMES, Nataniel dos Santos, RODRIGUES, Marlon Leal. (Orgs.). *Para o alto e avante! Textos sobre histórias em quadrinhos para usar em sala de aula*. 1. ed. Curitiba: Appris, 2012.

TYLOR, Edward Burnett. *Primitive culture I*. London: Continuum, 1871.

ZACCHI, Vanderlei José; WIELEWICK, Vera Helena Gomes. (Orgs.). *Letramentos e mídias: música, televisão e jogos digitais no ensino de língua e literatura*. Maceió: Edufal, 2015.

**Imagens**

<https://mulpix.com/post/784845277912728494.html>. Acesso em: 30-03-2017.

<https://www.memecenter.com/fun/699646/gamer-life>. Acesso em: 30-03-2017.

<https://imgflip.com/i/xoy3o>. Acesso em: 30-03-2017.

<https://onsizzle.com/i/went-outside-graphics-were-shit-tbt-fbf-the-original-meme-6573008>. Acesso em: 30-03-2017.