

**MEMES NA INTERNET: TEXTUALIDADES,
RECRIAÇÕES E DISSEMINAÇÃO**

Juliana Marinho dos Santos (UENF)

jumarinhosantos@gmail.com

Carla Bittencourt Felício (UENF)

carlabfelicio@hotmail.com

Flávia da Cunha Pereira (UENF)

flavinhapereira17@gmail.com

RESUMO

Este artigo tem a proposta de realizar um breve estudo sobre o conceito de memes na *Internet*, seus mecanismos de construção e disseminação, com o objetivo de identificar como podem atuar no processo de reflexão e formação de opinião a respeito de acontecimentos marcantes e complexos de uma sociedade. Para isso, pretende analisar suas características principais, inerentes à cultura digital, relacionando-as a possíveis intenções envolvendo textos e imagens, a partir de exemplos de grande circulação no ciberespaço. Parte de hipótese de que os memes apresentam textualidades e intertextualidades que podem levar ao compartilhamento de informações culturais, mais do que apenas circular como formas de comunicação digitais populares de entretenimento.

Palavras-chave:

**Intertextualidades. Comunicação Digital. Memes na *Internet*.
Redes Sociais Digitais.**

1. Considerações iniciais

As inovações tecnológicas desenvolvidas no final do século XX e início deste século estabeleceram novas formas de se relacionar e de se comunicar, principalmente após o advento da *Internet*. As ferramentas digitais e os meios de comunicação no ciberespaço, em velocidade crescente, ganharam espaço no cotidiano e ampliaram a capacidade de conexão, permitindo a criação de redes sociais, formas de interação, recursos multimidiáticos que mesclam imagem, som e texto, adaptáveis a plataformas diversas. Os formatos de comunicação foram se adaptando às mudanças, ganhando novos aspectos, proporcionando outras funcionalidades e abrindo espaço para novos debates.

Nesse contexto, este artigo tem a proposta de realizar um breve estudo sobre o conceito de memes na *Internet*, como formato presente no ambiente virtual, seus mecanismos de construção e disseminação, com o obje-

tivo de identificar como podem atuar no processo de reflexão e formação de opinião a respeito de acontecimentos marcantes e complexos de uma sociedade. Para isso, pretende analisar suas características principais, inerentes à cultura digital, relacionando-as a possíveis intenções envolvendo textos e imagens, a partir de exemplos de grande circulação no ciberespaço.

Parte de hipótese de que os memes apresentam textualidades e intertextualidades que podem levar ao compartilhamento de informações culturais, mais do que apenas circular como formas de comunicação digitais populares de entretenimento. Neste cenário, em que o virtual é desterritorializado, independente de uma coordenada espaço-temporal, presente em locais distintos num mesmo momento, considera-se de grande importância estudar as formas com que uma mensagem circula na Internet. A escolha do tema justifica-se também pela proximidade com os assuntos tratados em aula na disciplina Textualidades contemporâneas e Cibercultura, do Programa de Pós-Graduação em Cognição e Linguagem, da UENF, na qual este trabalho foi avaliado.

2. Breve reflexão sobre as novas formas de comunicação

Como este trabalho abordará, adiante, os memes enquanto fenômeno midiático presente no meio virtual, propomos aqui uma breve revisão sobre conceitos cunhados por teóricos da área. Primeiramente, temos as considerações de Lévy (1996, p. 15) sobre o próprio termo *virtual*, em que o autor afirma não ser a ausência de realidade, contrário ao real, mas sim uma oposição ao atual: “o virtual tende a atualizar-se, sem ter passado, no entanto, à concretização efetiva ou formal”. Assim, o virtual é problematização de uma situação e que chama por uma resolução, que vem a ser a *atualização*.

Virtualidade e atualidade se configuram, então, como duas formas distintas de ser. A atualização constituiu a solução de um problema, “é criação, invenção de uma forma a partir de uma configuração dinâmica de forças e de finalidades” (LÉVY, 1996, p. 16). Já a *virtualização* faz o caminho inverso, problematiza o objeto em questão, vai da solução ao problema. É a não presença, a *desterritorialização*, “não pertencer a nenhum lugar”, mas que não impossibilita existir e produzir efeitos; é a ruptura com o espaço físico, geográfico, e com a temporalidade:

É verdade que não são totalmente independentes do espaço-tempo de referência, uma vez que devem sempre se inserir em suportes físicos e se atua-

lizar aqui ou alhures, agora ou mais tarde. No entanto, a virtualização lhes fez tomar a tangente [...] A sincronização substitui a unidade de lugar, e a interconexão, a unidade de tempo. (LÉVY, 1996, p. 21)

Seguindo com suas discussões sobre as transformações sociais diante das tecnologias, Lévy (1999, p. 92) definiu o ciberespaço como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” e também previu que este se tornaria “o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade a partir do início do próximo século”. O autor explica que não se refere apenas à infraestrutura material, mas também ao “universo oceânico de informações que ela abriga, assim com os seres humanos que navegam e alimentam esse universo” (LÉVY, 1999, p. 17).

Assim, temos uma nova cultura, a cibercultura: “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p. 17). Lemos (2003) revisita o conceito, confirmando que “a cibercultura representa a cultura contemporânea sendo consequência direta da evolução da cultura técnica moderna”. Destaca a relação simbiótica entre sociedade, cultura e novas tecnologias que resultam numa forma sociocultural e que a cibercultura está marcada por “formas de apropriação social-midiática da técnica” (p. 2).

Para Lemos (2003, p.3), a percepção espaço-temporal é alterada pelas transformações midiáticas, “chegando na contemporaneidade a vivenciarmos uma sensação de tempo real, imediato, ‘live’, e de abolição do espaço físico-geográfico”. Evidenciam-se aubiquidade, a instantaneidade, a ampliação das formas de comunicação, a diversidade de interfaces e plataformas, o “agir à distância”, a conexão generalizada e a rede global. A respeito desta última, gostaríamos de salientar uma consideração de Castells (1999) sobre *Internet*¹¹⁷:

[...] as redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela. (CASTELLS, 1999, p. 40)

Neste cenário de inúmeras possibilidades comunicacionais, podemos citar Recuero (2009), que aponta para as profundas mudanças nas formas

¹¹⁷ Em sua obra, “A sociedade em rede”, de 1999, Manuel Castells define a Internet como “a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores”.

de organização, identidade, conversação e mobilização social, oriundas de toda essa comunicação mediada pelo computador. Segundo a autora, a ampliação da capacidade de conexão permitiu que novas redes fossem criadas, as redes sociais digitais, que “conectam não apenas computadores, mas pessoas” (RECUERO, 2009, p. 17).

A rede social digital é definida pela autora como o conjunto dos elementos atores e suas conexões, respectivamente os indivíduos ou os nós da rede e suas interações ou laços sociais. As interações podem ter diversos objetivos, como compartilhar informações, ideias e opiniões, constituir grupos formados a partir de afinidades e semelhanças, ou mesmo as publicações em redes podem ter um caráter puramente pessoal, livre de compromissos. Em todas as formas, são utilizados recursos de naturezas diversas, incluindo textos, imagens, vídeos, sons, charges, quadrinhos, fotografias, etc. A intenção, em seguida, é de analisar os memes, formato que tem sido amplamente publicado e compartilhado nas redes sociais.

3. Os memes na Internet: definições e características

Com enorme frequência vemos os memes espalhados no *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *You Tube*, *WhatsApp*, *Blogs*, dentre outras redes sociais. Os memes são adaptáveis às diversas interfaces e apresentam conteúdos de humor, mas também de temas atuais, de cunho social, político e de manifestações. Recuero (2011) chama atenção para o fato de que as redes sociais digitais propiciam um terreno fértil para a propagação dos memes, para a grande quantidade que circula e se replica, como resultado de uma simplificação que as redes oferecem. Mas, afinal, como surgiram os memes?

De acordo com Shifman (2013), o termo meme foi introduzido em 1976 pelo biólogo Richard Dawkins em sua obra *The Selfish Gene*, O Gene Egoísta, para descrever “unidades de cultura infecciosas semelhantes a genes que se espalham de pessoa para pessoa”. Deriva do grego *mimema*, “algo que é imitado”, e “Dawkins encurtou para rimar com gene”. Em analogia aos genes, os memes foram definidos como pequenas unidades culturais de transmissão, por cópia ou imitação. A ideia de Dawkins foi comparar a evolução cultural à evolução genética e, assim como os genes, os memes são replicadores “que sofrem variação, competição, seleção e retenção” (SHIFMAN, 2013, p. 363, tradução nossa). Segundo a autora, os memes competem pela atenção e somente aqueles mais adaptados às condições so-

cioculturais do ambiente sobrevivem e se espalham.

Recuero (2006, p. 3) enfatiza que “o estudo dos memes está diretamente relacionado ao estudo da difusão da informação e de que tipo de ideia sobrevive e é passado de pessoa a pessoa e de que tipo de ideia desaparece no ostracismo”. Segundo ela, o aprendizado social se dá pela imitação, fator que vai diferenciar três elementos no processo evolutivo das espécies, na perspectiva de Darwin: a mutação (ou variação), capacidade do meme de se modificar; hereditariedade (ou retenção), permanência do meme no “caldo cultural”, como produto de recombinação de ideias; seleção natural, em que alguns memes são mais lembrados do que outros, sendo mais copiados, enquanto outros caem no esquecimento.

A autora lembra também das características essenciais para a sobrevivência dos memes:

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, 2006, p. 3)

Em sua pesquisa, propõe uma classificação dos memes, segundo os critérios de fidelidade da cópia, longevidade, fecundidade e alcance, como sintetizamos no quadro a seguir:

CRITÉRIO	TIPO	CARACTERÍSTICAS
Fidelidade da cópia	Replicadores	Fiéis ao original
		Função de informar
	Miméticos	Mutações e recombinações
		Mantem a estrutura inicial
Longevidade	Persistentes	Permanecem
		Largo espaço de tempo
	Voláteis	Curto período de vida
		Rapidamente esquecidos
Fecundidade	Epidêmicas	Originários de modismos
		Amplio espalhamento
	Fecundo	Espalhamento em grupos menores
		Todos os memes são fecundos

Alcance	Globais	Trafegam por laços fracos
		Nós distantes entre si, pouca interação social
	Locais	Trafegam por laços fortes
		Pessoas próximas, forte interação social

Figura 1 – Esquema elaborado a partir dos critérios propostos por Recuero (2006).

Acreditamos ser oportuno e de grande importância mencionar o projeto “#MUSEUdeMEMES”, elaborado por docentes e discentes da graduação em Estudos de Mídia da Universidade Federal Fluminense – UFF e da pós-graduação em Comunicação. A iniciativa, expressa através de um site, aborda o tema de forma bastante inteligente, agregando artigos e reportagens, textos explicativos, referências bibliográficas, além de um riquíssimo acervo de memes, constantemente atualizado e ampliado. Em sua apresentação, já se denomina “uma grande provocação sobre a relação entre internet, cultura popular e cultura erudita” e define meme como “um fenômeno típico da internet e pode se apresentar como uma imagem ou analogia, uma frase de efeito, um comportamento difundido, um desafio”.

Em um de seus principais textos, “O que são memes”, enfatizam que os memes representam “elementos da cultura popular nos ambientes virtuais”. Menciona que ainda são vistos, geralmente, como “cultura do besteirol”, ou “cultura inútil”, sendo um campo ainda pouco estudado e pesquisado cientificamente. Propõe quebrar essa barreira de preconceitos e investigar:

(...) quais os mecanismos de interação através destes memes, qual a motivação dos usuários em produzi-los e compartilhá-los e quais as principais categorias a que se subscrevem estes fenômenos, evidenciando assim uma discussão, no âmbito das teorias da Comunicação, sobre seu papel na formação de identidades e representações coletivas e seu lugar na cultura contemporânea. (#MUSEUdeMEMES)

Traz também uma discussão interessante a respeito da diferença entre memes e virais, a partir das observações de Shifman em sua obra *Memes in Digital Culture*: os virais são caracterizados como conteúdos produzidos e assimilados de forma massiva, “em ondas que acompanham dinâmicas de compartilhamento”; os memes são amplamente compartilhados, mas antes disso seu conteúdo é reapropriado ou remixado pelos usuários. Porém, explica que frequentemente virais se convertem em memes e vice-versa. Recuero (2011), por outro lado, afirma que “nem todo o meme se espalha por

contágio viral e contamina uma expressiva quantidade de pessoas”.

Postas as definições e discussões de acadêmicos da área, a seguir procuramos detalhar a característica de mimetismo proposta por Recuero, comparando a atributos de Shifman e associando a conceitos de Pierre Lévy.

4. *Mimetismo e Atualizações*

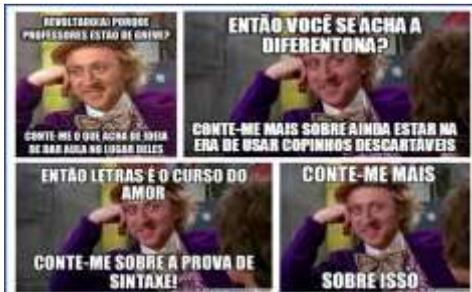
Na categoria miméticos, Recuero (2006, p.4) explica que os memes permanecem com sua estrutura inicial após serem compartilhados, mesmo sofrendo algumas mutações e recombinações, e “são facilmente referenciáveis como imitações”. A personalização é o fator que gera as diferenciações, embora sua essência permaneça a mesma. Em outro texto, afirma: “assim, os memes são pedacinhos de informações, ideias, que são passadas adiante [...], recombina-se e transformam-se tentando sobreviver (RECUERO, 2011). Notam-se, em ambas as passagens, referências a “mutação”, “recombinação” e “transformação”, o que se distingue dos replicadores, que são altamente fiéis ao seu original.

Shifman (2013, p. 365) destaca três atributos de relevância dos memes. Neste tópico, nos atemos a um deles, o atributo da imitação. Segundo ela, predominam na *web* duas estratégias de “reempacotamento” de memes, o mimetismo e o remix. O mimetismo não apresentaria novidades, apenas personalizações a partir de imitações. Em contraponto, a remixagem inclui baixar, reeditar e distribuir conteúdo. O termo “meme” descreve, então, o excesso de retrabalhos, já que o conceito, conotando “mimesis”, compreende desde a cópia ingênua até a imitação desdenhosa (p.365), uma ampla gama de intenções e ações comunicativas.



Figura 2 – Montagem com exemplos de memes do acervo do #MUSEUdeMEMES.

As postagens com a frase “Logo eu...”, figura 2, começaram a circular nas redes sociais, segundo o #MUSEUdeMEMES, em janeiro de 2017, inspiradas na fala da personagem Nazaré Tedesco, da novela *Senhora do Destino*, da Rede Globo, “Tentou me derrubar? Logo eu, Nazaré Tedesco”. A partir dos exemplos, podemos tecer alguns comentários. Embora as postagens não apresentem imagens, há repetições da ideia original, retomadas da frase da personagem, só que em contextos diferentes. Cada meme demonstra uma intencionalidade e transmite uma mensagem, associada a situações distintas relacionadas à realidade de cada usuário. Muito provavelmente, cada recado é destinado a uma pessoa ou público específico.



Google.

Os memes da figura 3 usam como base a imagem de Willy Wonka, do filme *A fantástica fábrica de chocolate*, de 1971, quando o personagem mostra uma das máquinas de sua fábrica a um grupo de crianças visitantes. Quando questionado sobre o que a máquina faz, ele para nesta pose e responde: “Would you like to see?” (Você gostaria de ver?). A cena foi popularizada nas redes sociais, contendo frases que brincam de forma irônica com situações diversas. Algumas considerações: a imagem permanece a mesma, mas o conteúdo textual se diversifica, é reinventado, apesar de repetir a expressão “conte-me” ou “conte-me mais”.

Diante do exposto, fazemos aqui uma referência ao conceito de atualização, de forma a comparar as definições de mimético e remixagem, de Recuero e Shifman, respectivamente. Para Lévy (1996), a atualização é “uma produção de qualidades novas, uma transformação das ideias, um verdadeiro devir que alimenta de volta o virtual”. E diz ainda: “ao interpretar, ao dar sentido ao texto aqui e agora, o leitor leva adiante essa cascata de atualizações”. Tal descrição cabe exatamente no conceito de meme, uma forma de comunicação predominante na cultura digital da qual os usuários

se apropriam, editam, reinventam e tornam a incorporar no ambiente do ciberespaço.

É claro que existe um universo de outros exemplos na Internet, bem como outras referências e comparações podem ser feitas, sob diferentes pontos de vista. Facilmente são encontrados, inclusive, sites geradores de memes, os “pré-fabricados”, em que é possível escolher uma imagem de um banco de imagens e inserir o texto desejado. Consideramos, contudo, de acordo com o caminho de interpretações aqui seguido, que o meme não é somente imitação ou repetição, mesmo apresentando elementos repetidos, analisando separadamente. Mas acreditamos que, olhando para o todo, os memes recriam, encontram um ponto de originalidade que se dá pelas adaptações a diferentes contextos e realidades.

5. Memes, cultura e intertextualidades

Nesta parte do trabalho, a intenção é analisar como os memes se relacionam a questões culturais, sendo construídos por intertextualidades. Uma forma de compreender esta característica é começando pela discussão de um dos atributos de Shifman, que ainda não havia sido mencionado. Segundo a autora, os memes podem ser melhor entendidos como um *fenômeno social compartilhado*, e daí chama atenção para como impactam de forma macro a partir de um espalhamento de forma micro: “eles moldam as mentalidades, formas de comportamento e ações de grupos” (SHIFMAN, 2013, p. 365).

Seguindo este raciocínio, temos também as considerações do #MUSEUdeMEMES, ao lembrar que os memes se propagam através de nossas redes sociais, sustentam padrões culturais e se atualizam:

Na definição original de Dawkins, memes são ideias que se propagam pela sociedade (nossas redes sociais) e sustentam determinados ritos ou padrões culturais [...] praticamente tudo o que conhecemos no nosso ambiente cultural são memes. É claro que há uma série de críticas a esta visão, mas se queremos entender o que é um meme hoje, precisamos, antes de mais nada, compreender que os conceitos também se atualizam, se ressignificam e se subvertem. (MUSEUdeMEMES)

Indo ao encontro desses pensamentos, Recuero (2011) defende que as pessoas propagam memes no ambiente virtual de acordo com suas percepções, ou seja, percepções de valor que determinada informação contém. Logo, “o que motiva as pessoas é a percepção do ganho social que obterão

com a divulgação ou replicação ou publicação de uma informação. Para mim, esse valor chama-se capital social”. Os memes podem, dessa forma, inspirar diferentes valores e, ao publicá-lo ou replicá-lo, cada pessoa busca sua finalidade: “[...] esses valores podem ser diferentes de cultura a cultura, de grupo social a grupo social” (RECUERO 2011). A complexidade das redes, como aponta autora, “e sua consequente exposição a um número maior de memes”, também exerce influência nessa propagação.

Notamos que a *cultura* é considerada de maneira preponderante nos conceitos apresentados. O que pretendemos desenvolver aqui é a ideia de que a criação e a compreensão dos memes estão diretamente relacionadas com a cultura, com a compreensão do momento social que vive determinado grupo, ou do cenário nacional e internacional. E o que podemos observar nos memes é uma apropriação de contextos sociais e culturais, uma colagem de ideias, conteúdos que não fazem sentido isoladamente, são então conjuntos: “os memes são sempre uma coleção de textos!” (SHIFMAN, *apud* #MUSEUdosMEMES).

A essa coleção de textos associamos a definição de Koch (2001, p. 46), de que todo texto é heterogêneo e seu interior se relaciona com seu exterior, “e, desse exterior, evidentemente, fazem parte outros textos que lhe dão origem, que o predeterminam, com os quais dialoga, que retoma, a que alude, ou a que se opõe”. Essa intertextualidade é marca dos memes, mesmo que não explicitada, o que mais uma vez nos leva aos elementos culturais, pois quando visualizamos um meme, precisamos recorrer a nossa memória e a nossa compreensão cultural para entender seus sentidos: “a intertextualidade implícita ocorre sem citação expressa da fonte, cabendo ao interlocutor recuperá-la na memória para construir o sentido do texto, com nas alusões, na paródia, em certos tipos de paráfrase e de ironia” (KOCH, 2001, p. 49). E como nos memes!



“Bela, recatada e do lar”, figura 4, foi a frase usada em memes e *hashtags* por usuários das redes sociais para se manifestarem contra a re-

portagem considerada machista e repressora da revista *Veja*. A matéria, publicada em 2016, usou esses adjetivos para descrever Marcela Temer, esposa do presidente Michel Temer, associando-a à figura de boa esposa, discreta, boa dona de casa, um exemplo a ser seguido, sempre atrás do poder masculino. Os protestos na Internet trouxeram imagens de pessoas de todos os gêneros para mostrar que podem fazer o que bem entendem, sem imposições e repressões.

Se olhássemos essas imagens ou os textos isoladamente, não teríamos entendimento da ideia da manifestação por completo. A primeira imagem mostra a frase que se espalhou nas redes, acompanhada da foto da jogadora brasileira Marta, eleita várias vezes a melhor futebolista do mundo. A ideia é de oposição à revista, referenciando a mulher como lutadora, empoderada, independente, sem estar à sombra de uma figura masculina. Por isso, precisamos resgatar essas informações da nossa memória, bem como na imagem que aparece a apresentadora Bela Gil. Poderíamos compreender seu sentido geral, mas ficaria incompleto se não soubéssemos que em seu programa de culinária a Bela Gil costuma dar dicas para substituir ingredientes por outros. É mesmo uma combinação de textualidades.

Por fim, temos a foto de Dercy Gonçalves, outra mulher forte, de personalidade inconfundível, que dizia o que pensava, não tinha nada de discreta e trilhou uma carreira de muito sucesso. Mais uma vez, sua fotografia isolada de um contexto apenas nos remete a sua identidade; porém, associada à frase “Bela, recatada e do lar”, logo fazemos a ligação com o movimento de protesto gerado pela publicação da reportagem. Precisamos saber quem é a pessoa em questão e entender o contexto do que está exposto. Memes são “complexos informacionais” e somente “significam em conjunto”: “quando um conteúdo sozinho é disseminado, ele, na verdade, não é um meme, mas um viral, argumenta Shifman. Os memes são contexto” (#MUSEUdeMEMES).

Não podemos deixar de mencionar que durante o período de campanha eleitoral 2018, além de memes irônicos e de humor, observamos uma intensa circulação de notícias falsas nas redes sociais, contendo ataques a candidatos e a partidos políticos, com a intensão de confundir e manipular opiniões. Imagens contendo informações distorcidas foram amplamente disseminadas e ganharam as plataformas de comunicação, principalmente *Twitter* e *Facebook*.

De forma breve, queremos registrar que essa seria uma outra face

dos memes, um lado negativo, caracterizado por sua condição de colaborador da disseminação de *fakenews*, ou notícias falsas, que vêm sendo espalhadas nas redes sociais e no ciberespaço, no geral. Exatamente por todas as suas características apontadas neste trabalho, que englobam a facilidade de compartilhamento e de permanecer nas redes, os memes podem também chamar a atenção para conteúdos enganosos, gerando dúvidas, confusões e entendimentos equivocados.



Figura 5 – imagem disponível no Google

Um caso emblemático foi a repercussão do assassinato da vereadora Marielle Franco. Boatos¹¹⁸ começaram a ser disseminados no *WhatsApp* ainda na noite do crime, com conteúdos que mencionavam uma suposta ligação da vereadora com criminosos, a partir de expressões como “bandido”, “Comando Vermelho” e “Marcinho VP”. Grupos formados por familiares constituem o principal vetor de notícias falsas no *WhatsApp*, com o compartilhamento de informações inverídicas contendo imagens e textos. Esse é um tema que se desdobraria em outros estudos, com diversos pontos a serem discutidos.

6. Considerações finais

Podemos confirmar que os memes funcionam bem como ferramentas de humor, utilizando-se de ironias e piadas. De forma bem-sucedida também é o seu papel enquanto ferramenta de colaboração para reflexão e discussão sobre questões sociais, atuando como recursos de manifestações, exposição de assuntos polêmicos e ideias divergente, de oposições. Os me-

¹¹⁸ Matéria publicada em 20 de abril de 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43797257>. Acessado em: 20 de abril de 2018.

mes abordam em seus conteúdos os diversos contextos que envolvem uma situação, explorando aspectos intertextuais e levando o usuário/leitor a resgatar em sua memória os elementos culturais necessários para que possa compreender e formar sua opinião sobre o tema.

De fato, precisamos entender um pouco mais sobre as ferramentas digitais que se apresentam e questioná-las, procurar sentidos, sair um pouco do senso comum, de apenas ver e passar adiante. Com os memes, essa dinâmica é mais aparente, visto que nos leva a pensar sobre determinado assunto de forma instantânea. Isso não exclui a possibilidade de ação automática ou robotizada de compartilharmos os memes indiscriminadamente. Mas podemos nos apropriar deles de forma mais consciente e crítica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. *O texto e a construção dos sentidos*. São Paulo: Contexto, 2001.

LEMONS, André; CUNHA, Paulo (Orgs). *Olhares sobre a Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 11-23

LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?*. Trad. de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996.

MUSEUdeMEMES. O que são memes? In: *MUSEUdeMEMES*. Disponível em: <<http://www.museudememes.com.br/o-que-sao-memes>>. Acessado em: 18 de junho de 2018.

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

_____. Memes e dinâmicas sociais em weblogs: informação, capital social e interação em redes sociais na Internet. In: *Intexto*, Porto Alegre: UFRGS, v, 2, n. 15, p. 1-16, julho/dezembro 2006.

_____. Sobre memes e redes sociais. Publicado em: 5 de setembro de 2011. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/so-bre_memes_e_redes_sociais.html>. Acesso em: 18/06/2018;

SHIFMAN, Limor. Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. 18.3 (2013): 362–77. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1111/jcc.4.12013>>. Acesso em: 18/06/2018.