



Memes na internet: A web 2.0 como espaço fecundo para propagação¹

Franciane Moraes, Gustavo Mendes e Talita Lucarelli

Alunos da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Resumo

O presente artigo discute a maneira como um conteúdo se propaga na internet a partir do princípio de imitação proposto pelos memes. Através de uma revisão do processo que culminou na Web 2.0, são descritas as características da web que propiciaram a difusão tal qual se configura hoje e pontuadas as formas como um meme pode se configurar na rede. Faz-se uso da análise de conteúdo para determinar a frequência da ocorrência de memes em espaços virtuais e do estudo de caso para examinar as características dos memes. Defendemos que como produto nativo da Web 2.0, os memes de internet tomam um percurso que emerge de um espaço menor para um site de maior relevo.

Palavras-chave

Meme; Web 2.0; viral; difusão

Introdução

A comunicação contemporânea é baseada na automaticidade que a Web proporciona. Vivemos sua segunda geração, dependemos e usufruímos de sua dinâmica instantânea em nossa vida social e profissional, fruto do expansivo potencial da rede.

O ambiente virtual, em sua atual configuração, propicia a interatividade e a produção de conteúdos de forma cooperativa entre seus usuários, e essas novas possibilidades tornaram a Internet mais popular, o que potencializa a viralização da informação.

A escrita toma variações até então inexistentes. Antes retida à velha cartilha de texto enviado por correio eletrônico, sua formulação pós-Web 2.0 acompanha a evolução natural da coletividade e invenção. Imagens referenciais a um contexto comum de usuários (filmes, séries, desenhos animados) substituem expressões e textos em discussões de fóruns e redes sociais em geral. Replicar tais imagens, sejam elas meramente visuais, restritas a um único plano, acompanhadas de recursos sonoros, ou

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação Multimídia – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.



mesmo em mínimos quadros animados como o GIF, tornam-se linguagem recorrente, usual, de fácil acesso e compreensão.

É neste contexto que surgem os memes. Ideias nascidas em ambientes de discussão ganham relevância e atenção dos mais variados nichos que compõe a grande rede, replicando a mensagem em escala local, e no caso deste estudo, global.

Das novas ferramentas colaborativas resultaram Weblogs, Wikis, comunidades e fóruns que permitem ao internauta a ampliação das relações com indivíduos que compartilham interesses em comum. A partir destas interconexões, os conteúdos compartilhados são replicados e a comunicação emerge da partilha entre os participantes no ambiente coletivo.

Como surgem, ganham relevância, potencial replicativo, demandam uma ideia básica de fácil aceção e contextualização são os conceitos analisados, fase a fase, no presente trabalho. Como prática de pesquisa, analisaremos a origem de um grupo de memes do site Know Your Meme e a disseminação de um meme brasileiro chamado "TENSO" e sua forma ascendente de propagação, partindo de um ponto de menor notoriedade na Web para então alcançar o registro em um site ou blog de maior relevância.

Web: a internet interativa

A criação da World Wide Web, em 1991, concedeu à Internet uma ferramenta de acesso a máquinas localizadas em qualquer parte do mundo. Os usuários, antes limitados a acadêmicos e militares, passaram a se multiplicar, encontrando uma maior facilidade de uso na nova estrutura de acesso.

Com a possibilidade de incorporação de sons e imagens, a Internet foi enriquecida e se tornou um fenômeno de massa na medida em que a tecnologia foi popularizada. Os numerosos usuários da rede contavam agora com a possibilidade de acesso a uma grande quantidade de informação, ainda que sem interatividade. A primeira geração da Web, como aponta Alex Primo e Raquel Recuero (2006), é ainda vinculada ao meio impresso, onde rodapés, índices e remissões fazem a interlocução de diferentes textos. A interação mínima existente permite que o usuário navegue linearmente entre asserções predeterminadas, operando reativamente em uma interface



potencial (PRIMO, 1999). Estabelecendo uma relação hierárquica, a primeira, porém fundamental geração da Web, contribuiu como divulgadora da rede e sua eventual expansão.

Já em sua segunda e atual geração², a chamada Web 2.0 – fazendo referência, na linguagem de desenvolvimento de softwares, à atualização de um programa, sua nova roupagem – é entendida como uma plataforma que viabiliza funções online pretendidas anteriormente somente em softwares. Os usuários, portanto, só deixaram a posição de receptores passivos de conteúdos que se apresentavam de forma estática nesta forma de configuração da internet, que permitia maior espaço e participação online, ao passo que a eles faculta a publicação de conteúdos de forma interativa na plataforma.

Para Manuel Castells (2003), a abertura da rede para modificações por parte de seus usuários fez com que o uso da internet aumentasse significativamente, além de possibilitar uma maior replicação de conteúdos. O modelo comunicacional um-todos cede lugar ao todos-todos, já proposto por Pierre Lèvy (1999), tornando possível a distribuição de informação por meio de uma comunicação colaborativa.

O sistema informático incorpora recursos de interconexão e compartilhamento mútuo, servindo de ambiente essencialmente virtual (PRIMO, 1999) e pressupondo autonomia. Neste ponto é conferido o conceito de “Beta Eterno” à rede, referindo-se a um estágio de um software denominado Beta, onde este é constantemente atualizado, alterado, corrigido e melhorado. A coerente denominação aborda o extenso campo para produção (textual, audiovisual) que a plataforma incorpora.

O tipo de interação possível neste ambiente, caracterizada por Primo (1999) como mútua, pretende a plenitude, enquanto sua antecessora é limitada. Possuindo interação plena, a Web 2.0 é toda virtualidade. O termo “virtual” aliás, é especialmente tratado pela filosofia. Este não comporta como oposição ao real, mas ao atual. O virtual seria um complexo problemático, movimento inverso da atualização (LÉVY, 1996). A interação de humanos com sistemas informáticos, portanto, relaciona-se com a dialética do virtual e do atual. A colaboração de vários indivíduos em um ambiente virtual aproxima-se daquilo que Lévy chama de “inteligência coletiva”.

² Embora o termo Web 3.0 tenha sido especulado para se referir a uma futura geração de inovações e incrementos na web, o mesmo já é referido como Web Semântica, assumindo um papel posterior da atual Web 2.0. Este novo formato prescinde de plataformas e é independente de hardwares e softwares (ROBREDO, 2010).



Ferramentas essencialmente coletivas despontam como veículos de comunicação e expressão na geração 2.0. Weblogs, Wikis, e todo o conteúdo gerado (ou não) por usuários, pode ser acrescido de comentários, avaliações e personalizações em uma dinâmica própria e diferenciada do texto padrão. Dentro dos princípios da colaboração, o conteúdo deve ser aberto, utilizando licenças como o Creative Commons³, permitindo reutilização da informação.

Os Wikis são exemplos de ferramentas colaborativas porque permitem a edição de documentos de forma coletiva pelos internautas que por eles navegam. Os conteúdos são, desta forma, criados, editados e monitorados pelos usuários. Os Blogs, considerados como ícones da Web 2.0, com seus fóruns e grupos de discussão, permitem que os visitantes comentem os posts publicados por seus autores. Diferentemente dos Wikis, nos Blogs o conteúdo não pode ser modificado pelos usuários. Há a predominância da discussão entre grupos de interesses convergentes, que, segundo Manuel Castells (1999), se comunicam em um processo de interação liberta, fundada na cooperação, na reciprocidade e na informalidade.

A replicação de conteúdos por meio da troca existente entre internautas faz com que as transferências por eles estabelecidas adquiram um elevado poder de propagação e popularidade no ambiente virtual, que se institui de forma epidêmica.

Memes: conteúdos replicados

A ideia de que a internet é um meio potencializador da disseminação de conceitos está associada à liberdade de acesso e participação concedida pela mesma (LEVY, 1999). Àquelas informações veiculadas pela internet de maneira proliferada dá-se o nome de meme, termo cunhado pelo cientista britânico Richard Dawkins em seu livro de 1976, “O Gene Egoísta”. O termo, incluído no dicionário Oxford em 1998, é definido da seguinte maneira:

- Um elemento de uma cultura ou sistema de comportamento que pode ser transmitido de um indivíduo a outro por meios não genéticos, especialmente imitação;

³ Creative Commons: organização governamental sem fins lucrativos localizada nos Estados Unidos. Permite a expansão de obras criativas através de suas licenças que liberam a cópia e compartilhamento com um grau menor de restrições que o tradicional todos os direitos reservados (<http://creativecommons.org/>).

- Uma imagem, video, frase, etc que é passada eletronicamente de um usuário de internet a outro. (OXFORD DICTIONARY, tradução nossa)

A origem do termo faz alusão à genética proposta por Dawkins. Ao que tudo indica, o cientista procurava uma palavra como gene que transmitisse a maneira como ideias e comportamentos se propagam na sociedade por métodos não genéticos. Desde então, a palavra é utilizada para descrever um fragmento de informação propagada por email ou via blogs e sites de relacionamentos (OXFORD DICTIONARY).

Dawkins interpreta o processo de seleção natural não no âmbito do indivíduo, mas a um nível mais profundo de atuação, uma vez que são os genes que carregam a informação que será propagada. A abordagem memética segue o mesmo raciocínio da genética, se diferenciando no formato do elemento mínimo da transmissão: enquanto os genes estão contidos em fitas de DNA, as ideias e informações propagadas através de memes são transmitidas por diversos veículos, não associando-se, portanto, a um meio específico. Sem o constrangimento imposto pelo suporte, qualquer ideia pode ser difundida através de memes, dependendo apenas de sua capacidade de propagar-se. De acordo com Dawkins, “se a ideia for bem sucedida, pode-se dizer que ela se propaga, espalhando-se de cérebro em cérebro” (DAWKINS, 1979, p. 214).

Ricardo Waizbort define os memes como replicadores⁴, pois são capazes de engendrar cópias de si mesmo. Essa capacidade de propagação garante a perpetuação de um meme e é, portanto, a sua forma de sobrevivência. Desta forma, “o replicador com melhor resposta é aquele com alta fidelidade, fecundidade e longevidade – em outras palavras, aquele que produz cópias mais precisas e duradouras de si” (BLACKMORE, 2002).

Blackmore (2002) define memes como entidades palpáveis e verificáveis no cotidiano, variando do nosso comportamento aos artefatos que preenchem nossa vida. A origem grega da palavra, “aquilo que pode ser copiado”, aponta a essência replicante do meme: tudo o que pode ser aprendido através da cópia é um meme; desse modo, todo o conhecimento adquirido por réplica, tudo aquilo observado e imitado é considerado meme, como os hábitos, os valores, os padrões estéticos e qualquer produto cultural

⁴ “Os genes são replicadores biológicos. Um replicador é uma entidade que, dadas certas condições, intermedia a produção de cópias de si mesmo. Os memes, as idéias, seriam replicadores de uma natureza diferente.” (WAIZBORT, 2003, p. 25)

difundido. Uma vez copiado, o meme ajuda na implantação de crenças e valores, ganhando mais força a cada novo hospedeiro e garantindo sua autenticidade por meio da familiaridade (HODGE, 2002).

A propagação dos memes, segundo Blackmore, pode ocorrer sem um filtro de finalidade ou eficácia. “Alguns memes conseguem se replicar porque são bons, úteis, verdadeiros ou belos, enquanto outros conseguem mesmo se são falsos ou inúteis. Do ponto de vista dos memes, isso é irrelevante” (BLACKMORE, 2002). Há, portanto, aqueles memes que servem de instrumentos que facilitam nossa vida, como a língua e as tecnologias, e outros que agem como verdadeiros vírus, que infectam as pessoas e requerem seus recursos mesmo sendo falsos, inúteis ou ineficazes. Para o meme, basta que sobreviva à competição e que seja copiado, garantindo a sua propagação. O poder de um meme, portanto, depende de sua capacidade de ser imitado (WAIZBORT, 2003).

Como um elemento de uma cultura ou um sistema de comportamento que pode ser transmitido de um indivíduo a outro por meios não genéticos, especialmente pela imitação, o meme pode se configurar na internet no formato de imagem, vídeo, frase etc que, uma vez acessado e transmitido eletronicamente de um usuário de internet a outro, pode potencializar uma replicação por meio de epidemia.

O email, função primária da internet, fora o principal meio de replicação memética à época de seu advento. Com o surgimento da World Wide Web, o usuário obtém as ferramentas necessárias para propagar, replicar e armazenar os memes. Entretanto, a velocidade de transmissão e a consequente massa de informações veiculada na internet dificulta a tarefa de distinção entre os memes de maior e menor valor (MARSHALL, 1998).

Eytan Adar e Lada Adamic (2000) citam as ferramentas blogs e wikis como transformadoras da realidade World Wide Web, pois trazem facilidade na maneira de se criar arquivos e propagá-los. Essas ferramentas contributivas – ampliadas hoje para formatos de rede social –, ao permitirem o acesso irrestrito e comentários provenientes de qualquer pessoa que queira contribuir com a comunidade virtual, foram adotadas como o meio de propagação de memes mais eficaz na rede.

Novamente a característica replicante do meme é tomada como mais importante em sua sobrevivência. Um meme de internet não precisa ser útil, bom ou belo para se



propagar, basta que se propague. Hodges (2000) sugere que a viralidade de um meme está associada a componente que combinam “elementos da verdade com uma ideia cativante ou ‘contagiosa’” (HODGES, 2000, tradução nossa).

Essa aproximação que se faz do meme a um vírus, por analogia à sua capacidade de infecção, indica uma importância dessa sua característica epidêmica (RECUERO, 2006) – atributo ao qual é conferido valor maior do que a outros como utilidade e autoridade. A denominação de viral, epidêmico e até mesmo contagioso que se vê associado aos memes diz respeito, portanto, a essa sua potencialidade de se disseminar na internet ou em uma determinada comunidade da mesma forma que um vírus acomete uma população – excetuando-se, obviamente, o caráter espacial, desconsiderado na rede (LÉVY, 1996).

A questão que se põe de fundo diversas vezes é por que a internet se apresenta como um terreno tão fértil à propagação de memes. Acredita-se que as possibilidades conferidas a partir da Web 2.0 foram essenciais para potencializar a propagação, em especial a força contributiva e seu caráter equânime. Hodges (2000) aponta que a própria maneira como as pessoas se comunicam na internet contribui para a disseminação dos memes, pois são encorajados a manter uma conversa que aborda a maior quantidade de símbolos no menor espaço disponível, resultando em recursos visuais e simbólicos que sintetizam pensamentos, sentimentos e ideias, como é o caso dos *emoticons* nos sistemas de mensagem instantânea.

Como se pode observar, os memes de internet podem aparecer em basicamente qualquer suporte oferecido pela web: textos, imagens, vídeos e links se configuram como memes facilmente identificáveis. A maneira como se propaga na web também é uma variável na análise dos memes. Normalmente associados a uma comunidade característica, podem ser difundidos a partir de emails, blogs e fóruns fechados e sites focado a um público alvo específico.

Na terminologia de internet criada e aplicada por usuários, o conceito de meme se restringe a uma determinada variedade de informações veiculadas na rede. Normalmente associados a conteúdos de viés cômico, satíricos ou críticos, esses memes são frequentemente encontrados nas redes sociais, programas de comunicação instantânea e sistemas colaborativos como blogs e wikis.



A característica essencial dos memes de internet está associada a estes meios em que são normalmente propagados: a sua capacidade colaborativa e orgânica herdada da Web 2.0. Enquanto produtos de diferentes associações provenientes de indivíduos variados, os memes de internet podem, enquanto se propagam, sofrer alterações de conteúdo que os modifiquem significativamente, gerando um novo meme. Neste caso, a capacidade de disseminação e a possibilidade de contribuição tornam-se requisitos para o estabelecimento de memes na internet.

Os memes na internet: nova forma de expressão

A definição dos padrões e características de um meme são muitas entre alguns autores estudados. Blackmore (2002) versa sobre a propagação pela imitação; Heylighen (*apud* RECUERO, 2006) defende o padrão cognitivo: propagação por simples propagação; Bjarneskans, Gronnevik e Sandberg (*apud* RECUERO, 2006) dizem que o meme é um replicador, se propagando através das pessoas, por imitação. O corpo comum é entendido por todos em um consenso: o meme é uma entidade que pode ser transmitida compartilhando uma ideia que todos compreendem (DAWKINS, 1979).

Dawkins aponta três características essenciais na classificação dos memes e seu reconhecimento como organismo viral: longevidade, fecundidade e fidelidade. Permeando estes termos os memes podem ou não obter sucesso em sua função replicante de condensação mútua. Em estudos dos memes na internet, Raquel Recuero (2006) aponta uma outra característica de análise dos memes: o alcance.

Outro aspecto importante a ser notado é que a digitalização da informação – ou seja, o meme na web – proporciona maior fidelidade da cópia e sua propagação. A internet expande e acumula estes dados, uma vez que publicados na web, não correm o risco de se perderem em um amontoado de informações; a internet arquiva o código tornando-o “eterno” (RECUERO, 2006).

Quando a variação da ideia a ser transmitida pelo meme é mínima em sua viralização, mantém-se a fidelidade de seu conteúdo. Recuero aborda a existência dentro deste conceito de fidelidade “genética” do meme, graus menores ou maiores de variações. Memes que informam algo diretamente, basicamente possuem sua estrutura intacta. Quando a informação que estes carregam necessita de discussão, acarreta



debates, estes memes são considerados metamórficos por definição (HEYLIGHEN *apud* RECUERO).

Ainda no estudo de suas características, Raquel Recuero analisa a partir da definição de Dawkins, a replicação a partir do tempo, ou seja, quantas vezes o meme aparece em weblogs, fóruns e redes sociais em geral. Neste ponto, fica evidente a compatibilidade do surgimento do meme online com a web 2.0 em si: o meme é dependente de seu meio, a web, para se replicar. A impulsão causada pela facilidade de acesso e compartilhamento de informações provenientes desta geração da Web, é fundamental. A evolução da comunicação instantânea é processo inerente na memética.

Dentro de sua duração, alguns memes possuem expansão total em um curto espaço de tempo, logo depois caindo no quase esquecimento; já outros, são gradativos, demandando um espaço maior de tempo até serem repassados de blogs em blogs, mensagens por mensagens, atingindo seu limite. As características de um meme dependem também de sua potencialidade de propagação (DAWKINS, 1979) e seu alcance (RECUERO, 2006), este último associado ao estudo das redes sociais e o poder que o meme possui de se alastrar por elas.

Catalogando diversas características, é inevitável analisar que os memes competem entre si pela sobrevivência, destaque e potencial viral. Haylighen (*apud* RECUERO, 2006) trata a ideia prática de que os memes competem por links. De fato, a competição por atenção do espectador culmina em disputa por interesse em linkagens. Este avalia o meme e repercute (ou não) através do compartilhamento de links, cooperando com o processo viral (MARLOW *apud* RECUERO, 2006).

Metodologia da pesquisa

Pretende-se em primeiro momento uma análise de conteúdo das entradas de memes no site Know Your Meme⁵, tomando como método de escolha dos objetos analisados o processo randômico de seleção de memes disponibilizado pelo próprio sistema. É realizada a análise da origem do meme, a fim de testar a suposição proposta

⁵ O site Know Your Meme é construído a partir de uma ferramenta Wiki, sendo ponto de referência na análise de memes disseminados pela internet. Segundo o próprio site: “A página possui uma série de memes catalogados onde é possível descobrir a origem, causa e consequências de cada um deles. O programa possui episódios semanais que detalham alguns memes de maior destaque e hoje recebe cerca de 2 milhões de visitas semanais.”



pela presente pesquisa: se os memes seguem um percurso ascendente, partindo de um espaço de menor exposição a um ponto de maior relevância na web. Para tal foram estabelecidos alguns parâmetros de análise, considerando como espaços menores os perfis pessoais em redes sociais (principalmente Facebook e Twitter), blogs, comunidades e fóruns de acesso limitado e ainda os sites cuja posição no ranking Alexa⁶ é inferior a do site Know Your Meme⁷.

Foram criadas quatro categorias a fim de elencar o ponto de partida da disseminação dos memes: se vieram de (1) site, independente da temática, (2) blog pessoal ou perfil de rede social, (3) fórum ou comunidade virtual restrita a membros ou (4) se a origem é tão remota ou simultânea que se desconhece o ponto inicial da propagação. Faz-se necessário aqui frisar que a análise pretende mapear o ponto de lançamento do meme configurando-o como tal e não apontar o lugar onde o meme, até então não-meme, surgiu pela primeira vez.

Em um momento posterior deste trabalho, toma-se de estudo de caso um exemplo de meme brasileiro que teve alcance mundial, utilizando como método de avaliação a proposta de Dawkins quanto às categorias dos memes somadas a proposição adicional de Recuero, a saber: a longevidade, a fecundidade, a fidelidade (DAWKINS, 1979), e o alcance (RECUERO, 2006).

Na análise quantitativa do estudo, o total de 150 memes foram analisados, pertencentes às variadas categorias e divisões propostas pelo site Know Your Meme. À criação das categorias foi adicionada uma forma de avaliação secundária: o formato em que se encontra os memes. Foram encontradas os seguintes suportes: (1) imagem, (2) vídeo ou música, (3) gif animado, (4) frase, expressão ou qualquer utilização da linguagem verbal e (5) combinação, que mescla ao menos dois dos formatos. Os seguintes resultados foram encontrados:

⁶ Ranking Alexa é um serviço de internet oferecido pela Amazon que quantifica o acesso de usuários de internet a um determinado site, apontando também sua classificação mundial e nacional. Os dados são obtidos por amostragem e aproximação, podendo apresentar incorreções principalmente no caso de sites muito pequenos ou recentes.

⁷ A posição do site Know Your Meme no Ranking Alexa era, no dia da análise (24/06/2011), 3.540°.



Imagens	Vídeos	Combinações	Frases e expressões	Gifs animados	Total
78	25	20	16	11	150

A partir dessa análise pode-se notar que as imagens são por ora os formatos mais difundidos na forma viral. Talvez dada a facilidade de criação e manipulação, em comparação aos vídeos e gifs animados ou devido a seu apelo visual que prescinde da associação a uma língua específica, em oposição às expressões e frases.

Os mesmos objetos foram observados para a análise de acordo com nossa categorização, que pretende definir a origem da viralização do meme, restringindo-o às categorias que os incorporam às ferramentas características da Web 2.0. Os seguintes resultados foram encontrados:

Sites	Blog pessoal ou perfil em redes sociais	Fórum, wiki ou comunidade restrita	Origem desconhecida	Total
18	57	93	7	150

A análise aponta que a origem mais comuns dos memes até hoje difundidos dá-se através de fóruns, wikis e comunidades, espaços onde há a presença de nichos específicos e a participação é restrita, sendo, portanto, um subgrupo do grande espaço da rede. As redes sociais também emergem com um potencial substituto às ferramentas básicas da web 2.0. A facilitação da divulgação de conteúdos pelos recursos de sistemas como Twitter e Facebook é um fator determinante na disseminação dos memes.

Dos 150 memes analisados, apenas 18 podem foram retirados de sites, sendo apenas 6 destes de porte superior ao Know Your Meme; dentre eles, sites de jogos e de humor que contam com um público extremamente segmentado e característico. A análise nesses termos mostra a trajetória ascendente que o meme tende a seguir a partir do momento em que é viralizado na rede, apontando sua capacidade de emergir de um ponto menos popular e ascender a um espaço mais relevante na web.



Um caso específico: um meme brasileiro estendido à rede

A web brasileira raramente é destacada por sua produção de conteúdos de potencial massivo e de longo alcance. Os memes no Brasil sempre foram retidos ao ambiente em que nasceram, variando pouquíssimo em sua composição. Em 2010, o nascimento de um meme, nomeado de “TENSO”, rompeu com a singela tradição replicante da web no país.

O “TENSO”, como os poucos memes nativos que ganharam destaque na grande rede mundial em torno de 2009, nasceu em um fórum brasileiro de discussões de games do UOL, na área de “off-topic” conhecida como “Vale Tudo”. A divulgação começou neste fórum de acesso irrestrito, porém, normalmente utilizado por pessoas pertencentes a um mesmo grupo de interesses. O modelo de captura de expressões de coadjuvantes em fotos, que ao serem ampliadas algumas vezes, até o primeiro plano, revela um fato dúbio, que antes permanecia ofuscado pelo foco da imagem em si, é o padrão genético do meme “TENSO”.

Essa nova manifestação de comunicação une essencialmente texto e imagem para sintetizar uma ideia ou traduzir uma expressão com o mínimo de palavras. O “TENSO” ganhou destaque por sua característica inusitada e de fácil assimilação, por ser essencialmente visual, propagando-se por weblogs conceituados na web brasileira. O jornalista cultural e colunista do caderno “Link” do Estadão, Alexandre Matias, apadrinhou a ideia do meme “TENSO” ao encontrar aleatoriamente a primeira imagem e atribuir a esta, características que julgou pertinentes a essência de seu blog (Trabalho Sujo), e ao seu público leitor. O weblog de Matias possui grande visibilidade na web nacional e trata sumariamente da cultura pop em geral.

A expansão do meme neste ponto atribui a ele a característica de fecundidade sugerida por Dawkins. O fator replicante é expandido a uma carga potencialmente maior a sua inicial, antes restringida a usuários específicos. A replicância após a divulgação pelo blog “Trabalho Sujo”, ganha contingente antes inexistente. Os usuários interessados neste meme limitavam-se a um senso comum preestabelecido pelo ambiente que frequentavam. O interesse de Alexandre Matias e sua posterior divulgação, aborda agora uma gama maior de usuários, providos de interesses distintos mas que compartilham o conteúdo extenso que o “Trabalho Sujo” propõe-se a oferecer.

A divulgação e aceção do meme nesse ponto rompe com a característica que Dawkins chamou de fidelidade, uma vez que pessoas distintas, com conceitos também distintos, epidemizam a mesma ideia. O “TENSO” ganha variações na forma - “DENSO”, “SENSO”, “INCENSO” ou “IMENSO” são algumas das variações percebidas - mantendo-se a ideia e o conceito simbólico primeiramente criado.

O conteúdo é expandido e a ideia noticiada. As redes sociais surgem como ferramenta inevitável para a disseminação. O leitor do weblog é usuário ativo de ferramentas de comunicação da rede (Twitter, Facebook, Orkut etc), e por essa via, através da repetição e consequente divulgação do meme, atinge nós sociais antes não apurados. Recuero (2006) caracteriza o poder de alcance de um meme quando fronteiras distantes na comunicação são rompidas.

Existe neste momento uma certa dificuldade em apontar por que via um meme atinge escala mundial. A massiva repetição nas rede sociais aparece como primeira opção - uma vez que o contato com qualquer pessoa no mundo é facilitado pelas redes -, porém, levando em conta que o ambiente é online, virtual, logo de acesso por qualquer usuário, não se pode desconsiderar o plano inicial de propagação, o fórum UOL. O “TENSO” tomou proporção mundial quando o famoso site americano Know Your Meme reservou um tópico em sua página para explicar aos seus leitores (primordialmente norte-americanos) o que significava e como funcionava o meme brasileiro. Em suma, a maioria das repetições encontradas na web (de contexto global) têm origem norte-americana, sendo o caso brasileiro, raridade. A diretriz é exata: um meme local, repetido, viralizado, torna-se epidemia; a fronteira global foi vencida.

Considerações finais

O presente trabalho teve como foco traçar uma análise do comportamento, do nascimento (ponto de partida) a sua propagação limite (ponto de chegada), de um meme no ambiente virtual. Para esta pesquisa, optamos por seguir parâmetros de análise e classificações - estabelecidos por Dawkins (1979) e revisados por Raquel Recuero (2006) - a fim de compreender o processo em sua totalidade. Variações existem e muitas vezes determinam o sucesso ou não da propagação. É importante ressaltar as dificuldades em se estabelecer um ponto mínimo para classificação do processo de



viralização. Não traçamos limites para a memética: o estudo realizado não esgota as inúmeras possibilidades presentes nesse ambiente; pelo contrário: percebemos que apesar da notoriedade e popularidade dos memes no ambiente virtual, existem poucos estudos relativos a eles. É recomendável a constante pesquisa e atualização nesse campo evolutivo, uma vez que variações são implementadas diariamente, assim como a Web em si.

O estudo dos memes passa a ser imprescindível como consideração de uma linguagem original, parte de um organismo próprio que transpõe barreiras, facilitando e libertando a comunicação em sua forma convencional escrita, possibilitando uma expressividade coletiva e criando uma nova dinamização na rede.

Referências Bibliográficas

ADAR, Eytan e ADAMIC, Lada. **Tracking Information Epidemics in Blogspace.**

Disponível em <<http://www.cond.org/trackingblogepidemics.pdf>>. Acesso em 11/06/2011.

BLACKMORE, Susan. A evolução das máquinas de memes. Trabalho apresentado no International Congress on Ontopsychology and Memetics, Milão, 2002. Disponível em <<http://www.susanblackmore.co.uk/Conferences/OntopsychPort.htm>>. Acesso em 11/06/2011.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – volume I: A era da informação: economia, sociedade e cultura.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta.** Belo Horizonte: Itatiaia, São Paulo: Edusp, 1979.

HODGE, Karl. It's all in the memes. The Guardian, Londres, 10 ago. 2000. **Caderno Science.** Disponível em <<http://www.guardian.co.uk/science/2000/aug/10/technology>>. Acesso em 11/06/2011.

KAUFMAN, Eric. Measuring The Speed of Meme: An Experiment in wich You Will Participate, Or Else.... Disponível em <http://acephalous.typepad.com/acephalous/2006/11/measuring_the_s.html>. Acesso em 20/06/2011.

KNOW YOUR MEME. Disponível em: <<http://knowyourmeme.com>>. Acesso em 24/06/2011.



LEMOS, André. Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André, CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LEMOS, Robert. Every Old Meme Is New Again. Wired, Califórnia, 12 jan. 2006. **Caderno Science: Discoveries**. Disponível em: <<http://www.wired.com/science/discoveries/news/2006/12/72207>>. Acesso em 12/06/2011.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

_____. A Revolução Contemporânea em Matéria de Comunicação. In: **FAMECOS**, Porto Alegre, n. 9, dez. 1998.

_____. **O que é o Virtual?**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

_____. **As tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. São Paulo: Ed. 34. 1993.

MARSHALL, Garry. The Internet and Memetics. 1998. Disponível em <http://pespmc1.vub.ac.be/conf/memepap/marshall.html>. Acesso em 12/06/2011.

MEME. In: **Oxford Dictionaries Online**. Disponível em: <http://oxforddictionaries.com/definition/meme>. Acesso em 12/06/2011.

PRIMO, Alex. Interfaces potencial e virtual. In: **FAMECOS**, Porto Alegre, n. 10, jun. 1999

PRIMO, Alex; RECUERO, Raquel. A Terceira Geração da Hipertextualidade. **Revista da Faculdade de Comunicação Casper Líbero**, p. 83;93. São Paulo, 2006.

RANKING ALEXA. Disponível em: <<http://www.alexa.com>>. Acesso em: 24/06/2011.

RECUERO, Raquel. Memes em weblogs: proposta de uma taxinomia. In: XVI Encontro Anual da Compós, 2006, Bauru – SP. XVI Encontro Anual da Compós – Anais, 2006.

ROBREDO, Jaime. Ciência da informação e web semântica: linhas convergentes ou linhas paralelas?. In: ROBREDO, Jaime; BRÄSCHER, Marisa. (Org.). **Passeios pelo bosque da infomação: estudos sobre a representação e organização da informação e do conhecimento**. Brasília: IBICT, 2010. p. 2-40. Disponível em: <<http://www.ibict.br/publicacoes/eroic.pdf>>. Acesso em: 12/06/2011.

WAIZBORT, Ricardo. Dos Genes aos Memes: A Emergência do Replicador Cultural. **Episteme**, Porto Alegre. Nº 16, p. 23-44, jan/jun. 2003.