



“A Banda Mais Bonita da Cidade”- Espalhamento na Rede e o Meme enquanto Intertexto*

Angela Maria Meiliⁱ
PUCRS, Porto Alegre, Brasil

RESUMO: Análise do espalhamento do vídeo “Oração - A Banda Mais Bonita da Cidade” no site YouTube, entre usuários brasileiros (de 17/05 a 24/06 deste ano) e sua replicação, na forma de meme, em diferentes vídeos-resposta. O meme será abordado como um enunciado cujos elementos formam intertextos na composição de novas expressões. Será feita uma fundamentação quanto às noções de textualidade e intertextualidade, tratadas como conceitos importantes e aplicáveis ao estudo do espalhamento da informação nos ambientes digitais.
PALAVRAS-CHAVE: YouTube; meme; intertextualidade; formatos; espalhamento.

INTRODUÇÃO

Abordaremos as formas de expressão digital quanto aos elementos de intertextualidade que se propagam viralmente na rede (os memes). Ocorre a composição de hipertextos na forma de uma redação hipertextual colaborativa (PRIMO & RECUERO, 2003). Os memes (aqui tomados enquanto intertextos) perpassam inúmeros textos (multimídias), constituindo paródias e outras formas de referencialidade; estes serão entendidos, no ambiente web, como “ativadores culturais”, expressão utilizada por Jenkins (2006) para definir textos que funcionam como catalisadores e desencadeiam um processo de construção compartilhada de significados.

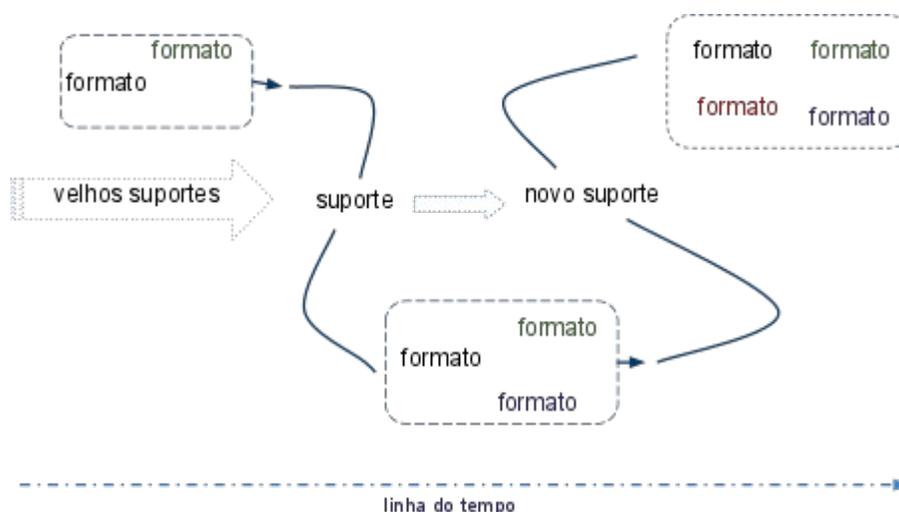
AS FORMAS DE EXPRESSÃO DIGITAL

* Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

ⁱ Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, FAMECOS - PUCRS. E-mail: angelameili@consultoria-lingua.com



Chartier (1998), assim como Jenkins (2006), diz que, na evolução dos suportes, as formas textuais persistiram e são transpostas de uma tecnologia a outra e, ao mesmo tempo, misturadas com diversas outras formas (convergências). Há uma continuidade entre as culturas e não uma ruptura, quando os novos suportes emergem; por isso pode-se afirmar que a “forma texto” permanece. Arrisca-se a uma interpretação do pensamento do autor (quanto à ideia dos formatos textuais e sua relação com os suportes) pelo seguinte fluxograma.



O aumento progressivo dos formatos não significa, porém, que os antigos não irão enfraquecer e, possivelmente, desaparecer. Hoje, a “unidade textual” é menos clara, mais instável e difusa. É possível se delimitar apenas temporariamente a unidade de um texto - no YouTube, por exemplo, um vídeo é um texto (tem começo, meio e fim), mas está envolto em uma esfera fluida de significação. O texto virtual utiliza unidades, códigos que o estruturam enquanto objeto de sentido, de modo que unidades textuais “analógicas” são constantemente revisitadas.

Grande parte dos formatos textuais baseia-se na unidade, o que os define enquanto objetos de sentido. A ideia de unidade textual estaria ligada à noção de autoria (CHARTIER, 1998, p. 49), que seria a expressão coerente de um sujeito. Trata-se de uma ideia herdada do iluminismo (e da cultura tipográfica), que valorizava a genialidade do indivíduo. Chartier refere-



se à Foucault para mencionar a discussão de como as ideias atravessam os indivíduos, que são, sobretudo, articuladores de conhecimentos prévios; assim, cada texto pode ser visto como uma tessitura de ditos anteriores.

Assim como Chartier, Johnson (2001) também compara a revolução digital à revolução tipográfica; se Joyce havia escrito um “software” para o “hardware” criado por Gutenberg, fica claro que o suporte implica múltiplas interfaces, que irão gerar, ainda mais, múltiplas textualidades. A relação entre a técnica (suportes e formatos - ou o que Chartier denomina de “técnicas de representação”) e a cultura é inegável; nos suportes fluidos há uma continuidade de certos modos de produção e recepção e também uma contínua alteração.

As *técnicas de representação* poderiam ser um conceito relativamente aproximado da noção de *tecnologias da inteligência* (LÉVY, 1994), que seriam os fundos sociotécnicos dos acontecimentos humanos, tecnologias intelectuais onde técnica, política e cultura negociam-se, misturam-se, influenciam-se. Muito além de representações, essas tecnologias são agenciamentos, pois participam ativamente da sociedade, já que ocupam a esfera informacional. De acordo com Johnson (2001), a diferença entre o computador e os antigos suportes está no fato de que este vai além de um espaço de registro simbólico direto, sendo um processo de representação mais complexo.

(...) são máquinas representacionais porquanto imprimem palavras em papel ou registram imagens em filme, mas os processos subjacentes são de natureza puramente mecânica. Um computador, por outro lado, é um sistema simbólico sob todos os aspectos... Aqueles pulsos de eletricidade são símbolos que representam zeros e uns, que por sua vez representam simples conjuntos de instrução matemática, que por sua vez representam palavras ou imagens, planilhas e mensagens de email. O enorme poder do computador digital contemporâneo depende dessa capacidade de auto-representação. (JOHNSON, 2001, p. 25)

O ambiente interativo de rápida fluidez, para Lévy (1994), ocorre em função das interfaces, que são dispositivos lógicos, classificatórios e espaciais, formas, modelos que se sustentam sistematicamente e organizam a informação e as conexões. A partir dessa interface é que se forma o que aqui se refere (quanto aos ambientes virtuais) como textualidade, que são os



objetos, conteúdos, funções de sentido, o corpo sintático e semântico onde se desenvolve o significado, a representação.

A intercalação de vários formatos no hipertexto gera o que o autor menciona como uma “rede de interfaces”. Ambiente onde uma enorme quantidade de signos e formatos converge, produzindo um “espaço interativo e reticular de manipulação, associação e de leitura”, onde “a imagem e o som adquirem o estatuto de quase-textos” (LÉVY, 1994, p.33); quase-textos pois não podem ser apreendidos numa unidade fechada.

INTERTEXTUALIDADE

Os estudos textuais (KOCH, 2003) definem o texto como uma unidade semântica contextualizada socialmente, num processo interativo. Tal unidade configura-se a partir de uma organização estrutural interna, que é a coerência e a coesão: o texto diz algo que possa ser interpretado pelo leitor, funções essenciais para que um elemento de sentido em qualquer suporte exista.

A coerência não está contida no texto, mas acontece a partir da interpretação, o que permite que diversos sentidos sejam possíveis, dependendo de cada leitor e do contexto (o universo de sentidos num espaço social). O texto produz a unidade que significa e pode ser de qualquer tamanho, duração, suporte.

A noção de intertextualidade surge das interpretações de Kristeva (1974) a Bakhtin (1981a). O último desenvolveu as teorizações do dialogismo, versando que cada discurso é elaborado em vistas do outro; ele não subsiste sem os outros discursos (e sujeitos) - as vozes interconectam-se e dialogam entre si, tornando-se umas referências às outras. É esse atravessamento de vozes entendido como intertextualidade; percebemos em qualquer unidade de sentido a presença de múltiplas vozes.

Referindo-se diretamente ao nosso objeto, o meme seria uma voz (que, em si, também é heterogênea), um discurso, que perpassa uma infinidade de outras vozes (em forma *inter*-texto) ao longo rede semântica da Internet.



Se pegarmos especificamente um enunciado, ou seja, se discretizarmos unidades de texto, poderemos identificar nelas os intertextos, a partir de uma citação direta, de uma alusão ou, até mesmo, uma estilização (isto é, repetição de um estilo). Será possível notar, nos próprios signos, os elementos de intertexto (certamente, a partir de um exercício interpretativo).

Como tal, a intertextualidade nasce de um diálogo entre vozes, entre consciências ou entre discursos, como uma multiplicidade que se relaciona sem o intuito de anulação, mas sim, de compartilhamento para algo além das mesmas, para gerar novos discursos. (ZANI, 2003)

MEMES E INTERTEXTO

Tomando ciência da complexidade e indefinição que pode suscitar a utilização do termo “meme”, abaixo é apresentada uma lista das inúmeras abordagens que poderiam ser feitas desse conceito.

- Estrutura informacional auto-replicante análoga ao gene (concepção original de Richard Dawkins - 1976);
- Unidade de transmissão cultural através da imitação;
- Ideias contagiosas;
- Padrões de informação das mentes;
- Qualquer informação copiada;
- Estrutura informacional cognitiva;
- Pequenos elementos de unidade de informação cultural;
- Regras de comportamento;
- Padrão informacional;
- Um fenômeno cultural observado que é copiado, imitado ou aprendido, sendo replicado no sistema cultural;
- Informação contagiosa;



A ideia que pode ser tomada como central é a de uma informação que se propaga; esta é porém uma afirmação muito genérica que não diferencia os memes de qualquer outro enunciado. Características como propagação, persistência, impacto e entropia são fundamentais para a definição de um meme. Finkelstein (2008) descreve a transmissão do meme da seguinte maneira: depois de criado, o meme é transmitido; chegando a um hóspede potencial, é recebido e decodificado; se ele satisfizer certos critérios de aceitação, será replicado. A linha de estudos meméticos interessa-se pela métrica dos memes, estudando seus padrões de propagação, e enxerga-os participando de uma dinâmica social muito mais ampla do que o ambiente da internet.

O interesse, aqui, contudo, é mais restrito e tem a ver com a replicação (integral ou parcial) do meme dentro de outros enunciados, e este é visto *simplesmente enquanto um intertexto nas trocas interativas da internet*. Nesse caso, a propagação de um meme não tem a ver apenas (ou talvez nada) com a sua aceitação (se ele está adequado ou não aos sistemas culturais onde se propaga), mas principalmente com a leitura que dele é feita e o quanto ele funciona simbolicamente para a criação de novos enunciados (seu sentido é utilizado e ressignificado continuamente a cada replicação). Note-se, portanto, que o que se costuma denominar de memes da internet (ou enunciados virais) não corresponde exatamente ao conceito meme abordado pela memética, muito mais interessada em aspectos cognitivos e culturais gerais do ser humano.

A ideia de contágio, de viralidade, apesar de ser importante, não nos parece relevante no presente artigo. Interessa observar como esses memes são utilizados (enquanto referência simbólica, a sua popularidade) em outros discursos. Discursos que seriam, em si mesmos, a propagação desse meme num contexto de ação simbólica; contexto de um universo de sentidos compartilhados, uma rede semântica, à qual o intertexto replicado já pertence *a priori*. Lévy (1994) associa essa noção de campo/rede semântica aos hipertextos, que não são universais, mas que aderem um sem fim de esferas significativas e heterogêneas.

Compartilha-se, com Jenkins (2006), a ideia de que as metáforas genéticas ou virais trazem a noção de que a cultura se reproduz por conta própria, sendo preferível referir-se ao



meramente, enquanto unidade fechada em si, mas enquanto elemento de uma bricolagem ou intertexto. Nesse sentido, pode-se dizer que o “vírus” contamina os nós, mas é também contaminado por eles.

A BANDA MAIS BONITA DA CIDADE

Foram vistos no YouTube, além do vídeo original¹, 31 vídeos publicados desde 17/05/2011, data de lançamento do videoclipe “Oração” do grupo A Banda Mais Bonita da Cidade. O enorme número de *covers* da canção foram ignorados, sendo observadas apenas paródias, *mashups* e outras combinações. A grande predominância é de paródias, que podem ser somente da música, ou da música e do vídeo. Desde essa data, até 24/06/2011, a quantidade de vídeos correlatos passou a multiplicar-se diariamente. Não foi feita qualquer pesquisa quantitativa para dispor o número geral de propagação do meme, acredita-se, todavia, que é notório o seu espalhamento rápido entre os usuários brasileiros de internet, entre maio e junho de 2011.

Foi observada uma grande quantidade de paródias que falam de grupos específicos:

- *sobre o ambiente e/ou rotina profissional*: “Alteração, a agência mais bonita da cidade” falando de publicitários, designers, profissionais de marketing e clientes; “A TI mais bonita da cidade”, com um mote evangelizadores, mas falando do trabalho de um escritório de TI da Rede Canção Nova; “A redação mais bonita da Cidade”, falando do cotidiano de uma redação de jornal; “A agência mais bonita da cidade”, falando da rotina de uma agência de publicidade; “refeição. a banda mais bonita da publicidade”, fala do cotidiano da profissão de redator; “O PGE Mais Bonito da Cidade”, também relativo a trabalho.
- *sobre grupos sociais menos privilegiados*: “A casa mais bonita da cidade - O que sobrou”, falando do cotidiano de uma casa onde há dificuldades para alimentação; “oração. a banda mais rápida da cidade”, mostra amigos tentando cantar mas são

¹ Em anexo, tabela dos vídeos analisados



interrompidos por cantarem muito mal; “Lotação. O funkeiro mais bonito da comunidade”, fala do transporte coletivo e os grupos sociais que o frequentam; “A kitnet mais apertada da cidade”, mostra um grupo de pessoas morando em uma kitnet muito pequena.

- *grupos de identidade*: “MANTRA TRICOLOR - A banda mais bonita da cidade "Oração"” e “Povão, a torcida mais bonita da cidade”, de torcidas de futebol; “A Banda Mais Gaudéria da Cidade - Eu Sou do Sul”, falando sobre o sul e a identidade gaúcha; “O Metaleiro mais bonito da cidade - Metalização”, versão heavy metal.
- *mobilização política*: “A chapa mais bonita da cidade: Primavera nos Dentes”, campanha eleitoral para representante estudantil; “Construção, a banda mais bonita da universidade [UFPB]”, de alunos reclamando sobre a estrutura da Universidade.

A paródia é um gênero textual que remonta à Grécia Antiga, com Artífanes e Alexis, como uma figura de linguagem do gênero Comédia, mas é a partir da segunda década do século XX que se torna mais recorrente, com as vanguardas artísticas e, logo em seguida, popularizando-se. De acordo com Silva (2009, p. 105), “a paródia está tão ligada à vida cotidiana que diversos pesquisadores, como Linda Hutcheon (1989), consideram-na como um dos traços marcantes da sensibilidade do homem contemporâneo. É por isso que a paródia tem uma função que não é essencialmente artística, mas sociocomunicativa; a própria definição grega atribui um sentido social à paródia: *paroidia*, que significa “canto ao lado de outro”. Para Bakhtin (1981b) a paródia é um exemplo de dialogismo, pois há a atuação das duas vozes (do texto original e do parodiador), de modo que a direção semântica não permanece quanto ao texto original, e pode seguir inúmeros caminhos ou desvios.

A paródia é, pois, repetição, mas repetição que inclui diferença; é imitação com distância crítica, cuja ironia pode beneficiar e prejudicar ao mesmo tempo. Versões irônicas de “transcontextualização” e inversão são os seus principais operadores formais, e o âmbito de ethos



pragmático vai do ridículo desdenhoso à homenagem reverencial (HUTCHEON, 1989, p. 54 *apud* SILVA).

O que se observa nas paródias listadas é a tentativa de valorização identitária dos novos enunciadores, sujeitos que buscam a própria visibilidade na rede, utilizando o valor de atenção desse texto original e resignificando-o, colocando, explicitamente, elementos de uma cultura local, definindo um “quem sou eu”, ou melhor, um “quem somos nós”. Somos trabalhadores, profissionais, torcedores, moradores de comunidade, pertencemos a esta ou aquela classe.

O vídeo original “Oração” foi filmado em plano sequência de áudio e vídeo e focalizou a união, o grupo, a harmonia em um trabalho conjunto, o prazer de se estar em comunidade, expressa uma identidade coletiva de pessoas jovens, felizes e “bonitas”; o nome da banda “A banda mais bonita da cidade” tem uma força que delimita claramente a posição desejada por aquele que enuncia, o que ele diz de si mesmo.

Assim, muitas paródias responderam com o mesmo tom, o de afirmar uma identidade de grupo. Em contrapartida, há o exemplo, de “A banda mais autista da cidade”, que mostra um rapaz cantando solitariamente, passando por pessoas indiferentes a ele, e “Oração, a banda mais egoísta da cidade”, em que o cantor principal abandona, no meio da música, todo o grupo, que fica surpreso; ambos são uma resposta crítica ao ideal de que vivemos em uma comunidade, enfatizando o individualismo.

Uma intertextualidade (não parodística) que vale a pena ser mencionada é “Marcha mais Bonita da Cidade” que utiliza o título para um vídeo de ativismo sobre a Marcha da Liberdade e a repressão policial. O formato de vídeo é bem característico do video-ativismo e não faz qualquer referência ao original. É evidente que utilizou-se a estrutura frásica (o X mais Y de Z) do título, que é a referência intertextual, estrategicamente, para ganhar visibilidade no momento de espalhamento do meme e garantir acessos ao vídeo; uma forma de angariar a força de atração da atenção do texto original para o novo texto.

Foram encontrados, dos 31 vídeos pesquisados, 3 que fazem referência a movimentos políticos de jovens, o que demonstra que as respostas apropriam-se do mote do vídeo original (a força de um coletivo jovem) e o resignificam para um contexto particular que lhe é correlato.



Pode-se tomar essas manifestações midiáticas como “novas práticas retóricas” (JENKINS, 2006, p. 363), que tomam como modelo a cultura popular, mas reagindo a diferentes imperativos éticos e políticos.

Os jovens passaram a encarar o YouTube como uma plataforma para a expressão individual e coletiva; muitas vezes eles se sentem excluídos pela linguagem dos especialistas em política tradicional e pelo foco hermético de boa parte da cobertura noticiosa. A paródia oferece uma linguagem alternativa (ibidem, p. 364)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os espaços culturais acabam absorvendo-se e transformando elementos uns dos outros (JENKINS, 2006), o híbrido advém das

(...) instabilidades, interstícios, deslizamentos e reorganizações constantes dos cenários culturais, as interações e reintegrações dos níveis, gêneros e formas de cultura, o cruzamento das suas identidades, a transnacionalização da cultura, o crescimento acelerado das tecnologias e das mídias comunicacionais, a expansão dos mercados culturais e a emergência de novos hábitos de consumo. (SANTAELLA, 2008)

Os processos intertextuais e o espalhamento de sentidos pela rede expressam modos de operação desse hibridismo, que ficou bastante explícito nos vídeos estudados; ser híbrido pode ser um fator importante para obter força enunciativa. Para Johnson (2001, p. 46), “na esfera cultural, os híbridos são mais fortes, mais inovadores, mais robustos que os puros-sangues” - verdade ou não, constatamos que os processos intertextuais, as múltiplas vozes em cada enunciado são a base do diálogo, da interatividade comunicacional, numa esfera onde se combinam e recombina representações.

Seja por retórica, expressão individual, mercado ou qualquer outra pragmaticidade, há a construção coletiva, social, de um hipertexto (em interação mediada por interfaces/formas), que é



construído, entre outras, através de técnicas intertextuais, responsáveis pelo espalhamento (“transmissão viral”) de um trecho semântico, o meme.

BIBLIOGRAFIA

BAKHTIN, M. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1981a.

_____. *Problemas da poética de Dostoiévski*. Rio Janeiro: Forense-Universitária, 1981b.

CHARTIER, Roger. *Aventura do livro ao navegador*. São Paulo: UNESP, 1998.

FINKELSTEIN, R. *A Memetics Compendium*. Maryland University College, 2008 (Consultado em www.robotictechnologyinc.com)

FONTANELLA, F. “O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera”. in: *Anais III Simpósio Nacional ABCiber*, São Paulo, 2009

JENKINS, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, NYU Press, Nova Iorque, 2006

JOHNSON, Steven. *Cultura da interface*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

KOCH, Ingedore Villaça. *O texto e a construção dos sentidos*. 7. ed. São Paulo:Contexto, 2003

KRISTEVA, J. *História da Linguagem*. Lisboa, Edições 70, 1974.

LÉVY, Pierre. *Tecnologias da inteligência*. São Paulo: Ed. 34, 1994.

PRIMO, A. & RECUERO, R. “Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia” in: *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, nº 22, 2003



SANTAELLA, L. “A ecologia pluralista das mídias locativas” in: *Revista FAMECOS*, n. 37, Porto Alegre, 2008

SILVA, F. “Paródia: gênero ou estilo?” in: *Revista Desenredos*, n.1, Teresina, 2009

ZANI, R. “Intertextualidade: considerações em torno do dialogismo”. in: *Revista Em Questão*, Porto Alegre, v. 9, n.1, 2003