

**Até o Travolta ficou confuso: sobre a imprecisão conceitual dos “memes de internet” (e o que GIFs têm a ver com isso)**

*Even Travolta got confused: about the conceptual haziness of the “internet memes” (and what GIFs have to do with this)*

Ludmila LUPINACCI<sup>1</sup>

**Resumo**

O termo “meme” conquistou enorme popularidade nos últimos anos, tanto no que se refere ao seu uso no vocabulário corriqueiro quanto à sua crescente aplicação enquanto tema e objeto em pesquisas da área da comunicação. Apesar de sua profusão, a palavra frequentemente é empregada sem esforços de conceituação. Este trabalho se propõe a discutir as diferentes concepções atribuídas aos “memes de internet”, e a esclarecer de que forma GIFs animados estão relacionados a eles. Após a apresentação de seus entendimentos mais frequentes, em termos de aplicação popular e também dentro de diferentes vertentes acadêmicas, é feita uma proposta de definição de meme que busque dar conta das práticas comunicacionais atuais.

**Palavras-chave:** Internet. Cibercultura. Meme. GIF animado.

**Abstract**

The term “meme” conquered massive popularity over the last few years, not only as a trivial word, but also as an increasing topic of interest for researches in the field of communication. In spite of its wide profusion, the term often is employed without any effort of conceptualization. This paper seeks to discuss the different conceptions usually attributed to the “internet memes”, and to clarify how animated GIFs relate to this subject. Following the presentation of its most frequent understandings, in both popular use and in opposite academic strands, the paper also proposes a definition of meme that aims to suit better our current communication practices.

**Keywords:** Internet. Cyberculture. Meme. Animated GIF.

**Introdução**

Em 13 de junho de 2016 o Brasil declarou guerra a Portugal. O motivo foi a suspeita de tentativa de exploração do nosso maior tesouro nacional pós-extração de

---

<sup>1</sup> Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). E-mail: ludmila.lupinacci@gmail.com

pau-brasil: memes, claro. Tudo começou quando brasileiros descobriram que uma conta de Twitter lusitana havia alcançado fama ao reproduzir piadas que haviam ganhado relativa notoriedade no país no ano anterior (CAPANEMA, 2016). Teve início então uma apertada disputa, que entrou para os anais da *zoeira* como “Primeira Guerra Memeal” (INOCENCIO, 2016), em que versões cada vez mais elaboradas dos conteúdos humorísticos que circulam nas plataformas digitais de sociabilidade foram sendo criadas e compartilhadas. Com a exclusão do perfil português que serviu de estopim para a confusão, o Brasil enfim foi (auto)proclamado vencedor.

A atenção designada à disputa BRxPT por alguns dos maiores veículos jornalísticos do país, bem como de praticamente todo site de entretenimento, cultura pop e/ou tecnologia, serviu também para tornar ainda mais visível a observação de um fenômeno que há tempos vem sendo desenhado: a não explicação do conceito de “meme”, tomado como se fosse algo claro desde o início, e a ampla utilização do termo em diversas esferas – popular, jornalística e acadêmica – normalmente sem grandes esforços de problematização e/ou delimitação.

Assim, devido à notável popularidade que a palavra meme adquiriu nos últimos anos, e à tendência de que o volume de trabalhos acadêmicos dedicados ao tema continue crescendo, parece necessário olhar mais atentamente para as diferentes concepções que lhe são atribuídas. Como coloca Shifman (2011), com o passar do tempo o termo acabou tornando-se extremamente elástico, sendo aplicado indiscriminadamente para designar coisas de ordens e naturezas bastante diversas.

Em verdade, a ideia para este artigo surgiu como um desdobramento da construção de uma dissertação de mestrado que buscou investigar as razões para os novos usos e apropriações dos GIFs animados. Ao realizarmos entrevistas semiestruturadas com indivíduos que fazem uso intenso de GIFs animados em suas práticas comunicacionais cotidianas, nos deparamos com respostas como “GIFs são memes animados”, sendo nesse caso um meme entendido como “uma foto com alguma coisa escrita. Eu associo a algo estático com texto. A foto não precisa ser engraçada, mas o texto deixa ela engraçada”. Da mesma forma, outro entrevistado afirmou que “GIF não é uma coisa estática. Não é que nem um meme, sabe?”. Ou seja, a concepção de meme que guia a interpretação de tais indivíduos é a de que o termo designaria um

tipo ou formato específico de conteúdo: imagem estática, de preferência adornada por texto escrito com viés humorístico, um entendimento que parece bastante difundido.

Este trabalho se propõe então a fazer um levantamento teórico que dê conta de compreender como o conceito de meme é entendido popularmente, e de que forma essa concepção converge e/ou diverge daquelas defendidas por diferentes correntes científicas, especialmente no campo da comunicação. Ainda que possa soar algo pretensioso, o que buscamos é uma definição (ou definições) de meme que dê conta de forma satisfatória das práticas comunicacionais típicas das culturas midiáticas contemporâneas. Por fim, tentaremos esclarecer de que forma, afinal, GIFs e memes estão relacionados.

### **Da *Rage Face* ao *Image Macro*: entendimento popular de “meme”**

A palavra meme é amplamente utilizada para dar conta de ideias ou pensamentos que apresentam uma propagação extremamente rápida, especialmente no que refere-se a textos, imagens e outros tipos de unidades culturais que circulam online (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007). Em verdade, se há uma unanimidade no que refere-se ao estudo dos memes é a constatação de que o termo parece ter sido extremamente bem recebido pelos usuários de internet, e uma rápida busca em um serviço como o Google é capaz de dar uma noção da dimensão de sua popularidade (SHIFMAN, 2013; KNOBEL; LANKSEAR, 2007).

E para além das divergências internas à academia, em que ainda hoje parece não haver um consenso sobre o que definiria afinal um meme, é interessante notar também que os usos corriqueiros do termo muitas vezes variam, trazendo para discussão ainda outros significados (SHIFMAN, 2013). Knobel e Lankshear (2007) apontam que a semelhança entre o discurso “formal” ou teórico da memética e do uso cotidiano é o fato de que todos os entendimentos contêm, em alguma medida, a ideia de *fenômeno infeccioso*. Começamos desempenhando algum esforço, então, tentando compreender como o conceito de meme é popularmente percebido.

O passo inicial tradicionalmente aplicado para o entendimento dos termos e verbetes é a consulta ao dicionário. Nesse sentido, o *Oxford English Dictionary* define meme como “um elemento de uma cultura que pode ser considerado para ser

transmitido através de meios não-genéticos, especialmente imitação”<sup>2</sup> (DANUNG; ATTAWAY, 2008). Mas, no discurso popular, meme não é apenas algo que se espalha rapidamente, ou que é amplamente imitado. Aparentemente, tem a ver também com um tipo específico de conteúdo, circulado quase sempre com viés humorístico. Inclusive, é bastante fácil encontrar notícias informando que alguém “virou meme” – como nas já clássicas melhores fotos dos atrasados do ENEM (CORTEZ, 2015), ou na repercussão da carta do então Vice-Presidente da República Michel Temer à Presidenta Dilma (MAGALHÃES, 2015). Assim, nesse contexto especificamente, “virar meme” significaria tornar-se objeto de piadas que propagam-se muito e rapidamente pelas plataformas de sociabilidade online.

E é também comum encontrar trabalhos recentes da área de cibercultura que acabam reduzindo o conceito de meme a uma mera “epidemia de imagens criativas e humoradas” (MAIA; ESCALANTE, 2014), quando na verdade tanto a questão “epidêmica” quanto a associação exclusiva do termo a conteúdos imagéticos, e mesmo seu vínculo aparentemente inseparável com o humor podem ser questionados. Apesar do que o uso corrente do termo pode dar a entender, é preciso salientar que o humor não é uma propriedade obrigatória daquilo que originalmente entende-se por meme – muito embora seja utilizado como recurso em muitas das mensagens, imagens e vídeos que se espalham e circulam rapidamente na rede (CHAGAS, 2015).

De qualquer forma, hoje, sites e blogs de tecnologia e entretenimento fazem constantemente suas listas de “melhores memes” que circularam sobre um determinado evento, tema ou personagem, o que normalmente consiste de uma compilação de imagens editadas e replicadas, postadas com intenções cômicas. Nesse sentido, é também fácil detectar em grupos do Facebook usuários solicitando que outros lhes enviem “memes” adequados para o uso em determinadas situações, tais como mandar indiretas, responder a alguém inconveniente, ou flertar.

Assim, constatamos que o meme acaba sendo entendido, frequentemente, em relação a seu formato ou manifestação material – imagem estática, normalmente em JPEG – ou até mesmo sua forma – uma fotografia ou desenho, acompanhado de uma ou duas frases escritas com tipografia Impact na cor branca. Esse último estilo diz respeito,

---

<sup>2</sup> Tradução livre de: “*an element of a culture that may be considered to be passed on by non-genetic means, especially imitation*” (DANUNG; ATTAWAY, 2008. P.3)

na verdade, às especificidades dos chamados *image macros* – definidos por Wiggins e Bowers (2015) como imagens legendadas por texto escrito.

Conforme Brideau e Berret (2014), o termo *image macro* deriva de *macro instructions*, estruturas de programação que permitem que se poupe esforços ao substituir automaticamente tarefas repetitivas com conjuntos de procedimentos pré-definidos. Em *image macros*, tanto a imagem em si quanto a forma do texto escrito respeitam padrões relativamente rígidos de estrutura e estilo visual (BRIDEAU; BERRET, 2014). Inclusive, uma hipótese para a origem da confusão entre os conceitos de “*image macro*” e “meme”, que resultou no entendimento de um enquanto sinônimo do outro, é de que isso seja fruto do fato de que ferramentas online que se intitulam “geradores de memes” são, na realidade, serviços para a produção de *image macros*. Em sites como Meme Generator<sup>3</sup>, Gerador de Memes<sup>4</sup>, e Make a Meme<sup>5</sup>, o usuário seleciona uma imagem dentre as disponíveis, todas elas fotografias e desenhos frequentemente utilizados nesse tipo de conteúdo (como o Willy Wonka, Chapolin Colorado ou o Fry, do Futurama) e customiza os textos que vão nas partes superior e inferior da imagem, em um *template* pronto. Em alguns destes serviços, é possível ainda que o usuário envie uma nova imagem para servir de fundo para o *image macro* – ou seja, ao submeter uma foto, é possível criar um “novo personagem de meme<sup>6</sup>”. E até mesmo no subreddit<sup>7</sup> dedicado aos memes<sup>8</sup> é encontrada a seguinte recomendação: “*all memes need to follow the ‘general meme setup’: memes require two lines of text that contain a setup and a punchline*”. Ou seja, muitas vezes o termo meme acaba sendo aplicado, em seu uso corriqueiro, para designar *image macros*.

Vale salientar que antes disso, por volta de 2008, o termo meme era frequentemente empregado para nomear outro tipo de conteúdo imagético: personagens ilustrados em traços simples, típicos do software Microsoft Paint (DAVISON, 2014), normalmente alocados em estrutura de história em quadrinhos, utilizados para exprimir reações ou emoções típicas – as *Rage Faces*, ou *Rage Comics*. Ainda que nem todos os

---

<sup>3</sup> <http://memegenerator.net/>

<sup>4</sup> <http://geradormemes.com/criar>

<sup>5</sup> <http://makeameme.org/upload>

<sup>6</sup> Ou *meme character*, como afirma o Meme Generator.

<sup>7</sup> Subreddits são os fóruns internos ao reddit, correspondendo a suas divisões temáticas ou por interesse. Subreddits são criados pelos próprios usuários da plataforma.

<sup>8</sup> <https://www.reddit.com/r/memes/>

exemplares sirvam necessariamente para expressar *rage* (raiva, em português), o conjunto de personagens ficou assim conhecido devido ao fato de o primeiro a ter se difundido ser justamente o “Rage Guy” um rosto furioso cercado pela expressão “ffffuuuu” (ARAÚJO, 2013). Assim como aconteceu com os *image macros*, o processo de criação das *Rage Faces* foi imensamente facilitado a partir do lançamento de diferentes ferramentas de construção, os “*rage makers*” ou “*rage builders*”, com acervos de imagens pré-prontas para apropriação dos usuários que não sabem e/ou não querem desenhar seus próprios personagens (DAVISON, 2014) Dessa forma, para a produção de um novo exemplar não é necessário qualquer conhecimento formal em edição de imagens, nem mesmo a posse de softwares específicos. Basta ter acesso à internet, um roteiro ou enredo (normalmente inspirado por experiências cotidianas) e o repertório necessário, ou seja, o conhecimento acerca dos códigos e da “personalidade” do personagem a ser utilizado (ARAÚJO, 2013).

Cabe notar que ambos os exemplos mencionados têm em comum o seu caráter essencial e propositalmente tosco – frequentemente com figuras de baixa resolução, sem aparentes esforços de acabamento ou sofisticação gráfica e que facilitam imensamente potenciais apropriações –, algo típico da chamada cultura digital *trash* (PEREIRA; HECKSHER, 2008). Além disso, a ideia de que o uso prosaico do termo “meme” foi evoluindo das *Rage Faces* para os *Image Macros*, e a probabilidade de que novos formatos ou estilos gráficos sejam entendidos como “sinônimos” de meme em um futuro próximo, servem como evidência adicional para a já constatada elasticidade do conceito. Ainda que, conforme veremos adiante, o termo meme tenha na esfera acadêmica ainda outras interpretações, na última década a palavra parece ter ficado especificamente associada a imagens desse tipo, e às práticas de produzir, alterar, postar e circular tais conteúdos (DAVISON, 2014).

É oportuno ainda observar que em um dos primeiros, e mais citados, trabalhos sobre memes no âmbito dos estudos brasileiros de cibercultura, Recuero (2006) analisa a circulação dos memes inseridos nas dinâmicas sociais dos blogs tendo em vista conceitos das teorias das redes e de capital social. No caso, a autora dedica seu estudo à classificação de posts cuja estrutura repete-se em vários blogs, tais como “desenhe um porco. Cada usuário vai até o site e desenha um porco, que é depois, interpretado pelo mesmo como um indicativo de características da personalidade do desenhista” (p. 8).

Ou seja, aqui o que a autora designa como “meme” é mais próximo ao que popularmente chama-se de “corrente” – mensagens que circulam amplamente ao serem transmitidas de uma pessoa para outra. Ainda que o conceito mantenha na ampla difusão e imitação suas características basilares, o uso empregado por Recuero (2006) há uma década não limita o estudo dos memes à conteúdos imagéticos, ao contrário do que normalmente ocorre atualmente. Trata-se, portanto, de mais uma prova das transmutações conceituais sofridas pelo termo meme, e da constante necessidade de atualização de sua definição.

### **Origem e evolução: Dawkins e a Memética**

Como já mencionado desde a introdução deste artigo, o uso do conceito de meme tem sido objeto de disputas e discussões desde que fora inicialmente cunhado (SHIFMAN, 2013). Segundo Knobel e Lankshear (2007), a ideia do espalhamento de unidades de informação cultural enquanto forma de contágio teria aparecido pela primeira vez há mais de oito décadas, em estudos do campo da biologia sobre persistência de memória. E apesar de o termo “meme” ter sido cunhado já há tempos, muito antes da “era digital”, teria sido com a sua apropriação no discurso popular no contexto da internet que ele teria passado a chamar a atenção de mais pesquisadores, especialmente os da área da comunicação. A internet e a emergência do campo da cibercultura teriam sido responsáveis, assim, por difundir o conceito, tornando-o muito mais visível do que era até então (SHIFMAN, 2013).

O termo foi cunhado propriamente por Richard Dawkins, que em sua obra *O Gene Egoísta* (2006 [1976]) aponta que a transmissão cultural seria análoga à transmissão genética, podendo, assim, resultar também em uma forma de evolução. Porém, parece importante salientar que o autor esclarece desde o início que a utilização da ideia do gene em sua tese sobre a circulação de unidades culturais é feita apenas para fins de analogia, como uma metáfora, e nada mais. Sentindo a necessidade de uma palavra para designar essa ideia de transmissão de unidade cultural, ele criou então o neologismo “meme”, que permitiria englobar praticamente qualquer coisa que se propague de cérebro em cérebro, nesse processo chamado por ele de “imitação” (DAWKINS, 2006). Dawkins (2006) afirma que, assim como ocorre na seleção natural,

a sobrevivência dessas unidades culturais chamadas memes dependeria de três qualidades essenciais: a longevidade, a fecundidade e a fidelidade. A longevidade indica que aqueles memes que sobrevivem durante períodos mais longos tendem a ter mais chance de ser copiados; a fecundidade sugere que os memes teriam o poder de se auto-reproduzir, ou de induzir suas próprias replicações; e a fidelidade diz respeito à sua capacidade de reter conteúdo informacional enquanto são transmitidos, ou seja, sua habilidade de se replicar com precisão em relação ao original (RECUERO, 2007; JENKINS, 2009; MARWICK, 2013).

A ampla apropriação de tais ideias resultou em diferentes perspectivas para a compreensão dos memes. A primeira e talvez mais difundida delas está vinculada à abordagem sociobiológica, que toma o meme enquanto unidade de reprodução. Trata-se da autoproclamada área da Memética, definida por Sampson (2012) como uma corrente neodarwinista da evolução cultural das ideias. Segundo Blackmore (2007), representante dessa corrente, todos os processos evolucionários dependem, basicamente, da cópia de informação, o que provoca variação e seleção. Ainda segundo ela, para a memética a cultura não é vista como uma ferramenta ou criação humana, sendo considerada uma espécie de parasita que cresce, vive e se alimenta de nós. Nesse sentido, em abordagem literal o termo meme designaria “aquilo que é imitado” e a palavra daria conta de tudo aquilo que foi copiado de outra coisa ou de outra pessoa (BLACKMORE, 2007). Memes seriam padrões de informação que se propagariam através das mentes como uma forma de contágio, de modo a moldar ou transformar as ações dos grupos sociais por onde se espalham (KNOBEL; KANKSHEAR, 2007).

Uma das maiores discrepâncias entre o uso comum do termo meme, explicitado na seção anterior, e a forma com que é entendido na área da memética é o fato de que, no primeiro, ele tende a ser aplicado para dar conta de conteúdos extremamente efêmeros, que se propagam rapidamente e frequentemente cessam, enquanto os estudiosos filiados à memética entendem que o sucesso de um meme dependeria principalmente da sua capacidade de sobreviver durante o maior período possível (SHIFMAN, 2013). As concepções divergem também quando se tenta explicar o que cada perspectiva entende por meme: enquanto na memética ele é visto enquanto unidade de alguma forma abstrata, no ambiente online, como vimos, o termo é utilizado muito mais para se referir a produtos ou conteúdos mais concretos, como imagens ou



vídeos específicos (SHIFMAN, 2013).

### **Especificidades dos memes digitais**

Essa ampla adoção da concepção de base biológica para a explicação da difusão cultural também resultou na onipresente utilização de termos como “marketing viral” e “viralização” para descrever novos conteúdos ou formatos de divulgação mercadológica, usualmente relacionados com o ambiente online (MARWICK, 2013; BURGESS, 2008). Pensando nisso, e a fim de tentar entender o apelo da ideia de contágio nas ciências sociais e humanas, Sampson (2012) aponta que em muitos dos casos é estabelecida uma relação entre o alto potencial de conectividade trazido pelas tecnologias em rede e um possível aumento nas chances de “infecção” social, política e cultural. O autor, no entanto, sugere que o uso de metáforas biológicas acaba sendo limitador no que se refere à produção de conhecimento nas ciências sociais.

Justamente para evitar a ideia de contaminação biológica, os autores Jenkins, Ford e Green (2014) introduzem o conceito de *spreadability*, ou propagabilidade: o potencial técnico e cultural de as audiências circularem conteúdo para seus próprios objetivos, e o conjunto de características que faz com que determinados tipos de material tenham mais propensão à circulação do que outros. Nesse sentido, Jenkins (2009) afirma que o uso de termos como “viral” acaba evidenciando somente a replicação de uma ideia original, não considerando o fato de que, na prática, durante os processos comunicacionais, as ideias são transformadas e distorcidas conforme se propagam. O uso da noção de “epidemia” ou “infecção” faz com que humanos sejam reduzidos a hospedeiros involuntários de “conteúdos virais” (JENKINS, 2009b). Assim, autores como Jenkins (2009), Shifman (2013), Sampson (2012) e Burgess (2008), entre outros, salientam a relevância da agência humana nesses processos, e apontam que não deveríamos ser vistos apenas como meros vetores de transmissão, mas como atores com poder de decisão. Memes de internet só se propagam em resposta a escolhas (técnicas, culturais e sociais) feitas por pessoas (JENKINS, 2009; SHIFMAN, 2011).

Por essas razões, Shifman (2013) entende que não é mais preciso pensar em genética quando se analisa memes hoje. Segundo ela, as ideias de replicação e

adaptação já teriam superado sua origem biológica, podendo ser entendidas sob uma perspectiva puramente sociocultural. Assim, a autora primeiramente define memes de internet como “unidades de cultura popular que são imitadas e transformadas por usuários de internet, criando uma experiência cultural compartilhada nesse processo<sup>9</sup>”. Em um segundo momento, Shifman (2013) sugere ainda que memes não sejam tomados como ideias individuais que se propagam facilmente, e sim como grupos de conteúdos que são criados com a consciência da existência uns dos outros, e que compartilham de características em comum. Ou seja, a partir dessa perspectiva, memes são vistos como conjuntos, e não como unidades isoladas de informação ou entidades individuais (SHIFMAN, 2014).

Em sua versão digital, memes podem se manifestar através de uma variedade de formatos e estilos (DANUNG; ATTAWAY, 2008). E, partindo dessa concepção sociocultural, um mesmo meme pode assumir formatos diferentes, como vídeo, texto ou o próprio *image macro*, por exemplo (SHIFMAN, 2013). A partir disso, entendemos aqui que uma imagem, por si só, não pode ser considerada um “meme”. Um meme é composto por um conjunto, uma rede (de imagens, texto, vídeos, e também das práticas envolvidas na relação com esses conteúdos), e não uma unidade isolada.

Ainda buscando soluções para o problema da volatilidade do termo meme, Danung e Attaway (2008) salientam que na teoria de Dawkins a questão da imitação se fez presente desde o início, e que memes não podem ser entendidos, portanto, somente por sua capacidade de geração de cópias. Os autores consideram problemático o fato de que muitos dos fenômenos de internet popularmente chamados de memes são, na verdade, simplesmente casos de conteúdos que são copiados e propagados, não havendo reinterpretação, apropriação ou (em termos neodarwinistas) evolução. Assim, esses casos não seriam exemplos de memes propriamente ditos. E sim de conteúdos que possuem grande potencial de circulação. Seria, portanto, um “meme falso”, ou seja, um material que passa por um processo de distribuição em massa, mas que não sofreu transformação, não sendo evidente a replicação através de imitação, que é o que, essencialmente, faz de um meme um meme (DANUNG; ATTAWAY, 2008).

---

<sup>9</sup> Tradução livre de “*units of popular culture that are circulated, imitated, and transformed by individual Internet users, creating a shared cultural experience in the process*”(SHIFMAN, 2013, p.367)

A partir de tais autores, especialmente Shifman (2013), Danung e Attaway (2008) e Wiggins e Bowers (2015), podemos tentar traçar uma definição relativamente satisfatória para um meme digital, ou meme de internet: trata-se de um conjunto de unidades culturais – não restritas a um único formato, mas que necessariamente compartilham de características em comum – desenvolvido e amplamente circulado com a mediação de tecnologias digitais, que manifesta-se em diferentes versões criadas com a consciência da existência umas das outras, e cuja variabilidade resulta de processos de imitação – tais como apropriação, reinterpretação, remix ou paródia.

### **#ConfusedTravolta e a relação dos GIFs com memes**

Bem, mas e como GIFs animados estão inseridos em tal discussão? Como mencionado na introdução do presente artigo, durante a realização da etapa empírica da dissertação de mestrado – que consistiu na realização de 16 entrevistas semiestruturadas com sujeitos que usam intensamente GIFs animados em suas práticas cotidianas – ficou evidente que tais conteúdos são frequentemente associados, ao menos em seu uso comum, aos memes de internet. Pareceu necessário então explorar o que seria, em verdade, um meme – e como o GIF se relaciona com isso.

“GIF”, de *Graphics Interchange Format*, é um protocolo de imagens digitais lançado no final dos anos 80, e que rapidamente conquistou seu espaço graças a seus baixos requisitos computacionais e sua alta compatibilidade com diferentes navegadores sem a necessidade do uso de *plug-ins* (MIGLIOLI; BARROS, 2013). Apesar de também suportar imagens estáticas, o principal diferencial do formato em relação aos demais protocolos é o fato de ele permitir a reprodução de animações silenciosas e, frequentemente, cíclicas – os “GIFs animados”. Hoje, tais animações são amplamente inseridas nas conversações online para simular reações, em resposta ou mesmo substituindo a palavra escrita em plataformas digitais.

Nesse sentido, basta observar uma pequena fração dentre a miríade de animações circulada atualmente para concluir que obviamente nem todos os GIFs animados estão adequados às propriedades que acabamos de posicionar como constituintes de um meme: apenas uma minoria dos GIFs disponíveis se propaga rapidamente e, principalmente, nem todas as animações pertencem a um conjunto de

versões de materiais que sofrem intervenções e modificações da parte dos usuários conforme circulam na rede.

Mas é possível apontar casos em que GIFs animados são “meméticos”, conforme os critérios definidos ao longo deste trabalho. Um exemplo que esteve especialmente em voga recentemente, e que serve para ilustrar o que seria um meme em forma de GIF animado, é o do John Travolta Confuso, ou #ConfusedTravolta, citado por grande parte dos entrevistados da dissertação. Trata-se da utilização de um trecho do filme *Pulp Fiction* (TARANTINO, 1994), em que, originalmente, o personagem Vincent Vega, interpretado pelo ator John Travolta, aparece desconcertado em uma cena por não conseguir encontrar Mia Wallace, personagem da atriz Uma Thurman. De acordo com o compilador de conteúdos Know Your Meme<sup>10</sup>, a versão “original” do GIF animado, sem modificações, teria sido utilizada pela primeira vez em 2012, quando um usuário do Reddit fez upload do trecho no site Imgur a fim de utilizá-lo como *reaction* GIF, com a legenda “quando sou o primeiro a chegar em uma festa”.

Mas foi em novembro de 2015 que o conteúdo ganhou notoriedade, quando outro usuário compartilhou uma versão em GIF em que o personagem de Travolta parecia perdido em uma loja de brinquedos lotada de bonecas, acompanhado da legenda “perguntei à minha filha o que ela queria de Natal, e ela disse: ‘Uma boneca’” (PINEDA, 2015). Segundo Pineda (2015), o GIF da loja de brinquedos atingiu rapidamente milhões de visualizações, e seu criador disponibilizou, em seguida, um tutorial<sup>11</sup> para ajudar outros usuários a produzir suas próprias versões. A partir daí, novas variantes do GIF foram sendo compartilhadas, como aquela em que o personagem de Travolta aparece ao lado dos Vingadores, na fila do banco, e até no discurso da Presidenta Dilma Rousseff a respeito da abertura do processo de impeachment. Esse conjunto de conteúdos pode ser considerado um meme porque, além de sua ampla propagação, sua base foi sendo imitada e transformada pelos usuários, em versões que compartilhavam de características comuns, havendo um reconhecimento da existência das outras versões, consistindo em um processo de experiência compartilhada.

---

<sup>10</sup> <http://knowyourmeme.com/memes/confused-travolta>

<sup>11</sup> <http://imgur.com/gallery/JWFFe>

Tendo em vista a imprecisão conceitual com que o termo meme é aplicado nas mais diversas esferas, inclusive na acadêmica, conforme diagnosticamos, parece plenamente compreensível que os respondentes tenham associado imediatamente GIFs animados a “memes em movimento”. Principalmente se consideramos que muitos dos GIFs mais amplamente circulados na contemporaneidade são animações derivadas de trechos de conteúdo midiático pré-existente – originado de filmes, séries ou vídeos –, justamente como ocorre no exemplo supracitado envolvendo Travolta. E que as figuras que servem de base para muitos dos *image macros* mais populares são também provenientes da cultura pop. Assim, retomando o que foi apresentado no início deste trabalho, é possível entender que a confusão a respeito da distinção entre meme e *image macro* parece ter desaguado na concepção do GIF enquanto “meme que se mexe”, utilizada especialmente para descrever as animações que contêm texto escrito sobreposto à imagem.

Cabe atentar também que o próprio termo “GIF” acabou, ao longo do tempo, desvinculando-se da relação estrita a uma extensão ou formato de imagem, passando a designar também conteúdos produzidos em outros protocolos de compressão, mas que por reproduzirem a experiência de visualização tida como “típica do GIF” – conteúdos breves, silenciosos, que se repetem à exaustão – acabam sendo nomeados, também, como GIFs animados (LUPINACCI, 2016). Mas isso já seria assunto para outra discussão.

### **Considerações finais**

A ideia para a realização deste trabalho emergiu a partir da constatação básica de que não sabíamos definir com precisão o que seria um meme, e do momento em que diagnosticamos que grande parte dos trabalhos sobre o tema também parecia sofrer do mesmo mal. Nesse sentido, certamente o artigo parece ambicioso em sua proposição. Cabe esclarecer que nossa intenção não foi a de agir como a “inquisição do meme”, dizendo o que pode e o que não pode ser considerado um. Até porque colocar em caixas, definir, invariavelmente resulta em reduções e exclusões, o que pode parecer até contraditório por analisarmos um tema caracterizado justamente por sua fugacidade e

volatilidade. Mas acreditamos que uma das principais ferramentas do pesquisador seja o conceito e que, por isso, discussões a respeito façam-se necessárias.

Certamente as definições de meme aqui apresentadas não são exaustivas ou passíveis de generalização. E o uso corriqueiro do tema também não pode ser considerado errado ou equivocado; não estamos aqui para dizer *o que* cada um deve entender por meme. Aceitamos a possibilidade de existência de múltiplas e não-excludentes conceituações para o termo. Mas defendemos, sim, que cada trabalho sobre o tema deveria, pelo menos, problematizar a questão, além de evidenciar a qual concepção de meme está se referindo, a fim de evitar o embaralhamento de conceitos.

E, conforme aponta Felinto (2013), talvez mais útil do que seguir repetidamente explorando a origem biológica dos memes de internet seria discutir outros de seus elementos constituintes – como por exemplo a motivação para a criação desses conteúdos, e o reconhecimento da importância da dimensão afetiva como tão ou mais relevante no processo de comunicação do que o próprio significado transmitido pelo conjunto de materiais circulados (FELINTO, 2013). Sob essa perspectiva, o meme não seria apenas uma forma utilizada pelas pessoas para se comunicar, mas um sistema mais complexo de atividades culturais e motivações que representa tanto o resultado da comunicação quanto o impulso para o próprio processo comunicativo (WIGGINS; BOWERS, 2015).

Assim, se formos além e tomarmos o meme como um fenômeno experienciável em si, podemos considerar que ele engloba também as práticas e as sensações envolvidas nos processos de reconhecimento, apropriação e circulação desses conjuntos de unidades culturais. Nesse caso, se o meme for entendido como fenômeno, não há como a experiência ser capturada apenas por metodologias restritas à apresentação e análise de exemplares imagéticos. Analisar imagens é analisar os rastros ou manifestações materiais de algumas versões do meme, sem capturar a experiência vivida em si. A proposta é a de que estudos futuros venham a discutir se uma perspectiva fenomenológica para o estudo dos memes pode servir para lançar luz a outros de seus aspectos, ainda hoje muitas vezes negligenciados.

## Referências

ARAÚJO, Rozeani. Rage Faces: memes e linguagem gráfica. **Triades**, 2013.

BLACKMORE, Susan. Imitation makes us human. *In*: PASTERNAK, Charles. **What makes us human?** Oxford: Oneworld, 2007. p.1-16.

BRIDEAU, Kate; BERRET, Charles. A brief introduction to impact: 'the meme font'. **Journal of Visual Culture**, 2014, Vol 13 (3), p.307-313.

BURGESS, Jean. All Your Chocolate Rain Are Belong to Us?: Viral Video, YouTube and the Dynamics of Participatory Culture. *In*: UNSPECIFIED, (ed) **Video Vortex Reader: Responses to YouTube**. Institute of Network Cultures, Amsterdam, 2008. p. 101-109.

CAPANEMA, Rafael. Brasileiros e portugueses estão brigando no Twitter por causa de um meme. **BuzzFeed Brasil** [Site], 2016. Disponível em: <[https://www.buzzfeed.com/rafaelcapanema/brasileiros-e-portugueses-brigam-no-twitter-por-meme?utm\\_term=.laAmZ0EmK#.xeaWDQpWV](https://www.buzzfeed.com/rafaelcapanema/brasileiros-e-portugueses-brigam-no-twitter-por-meme?utm_term=.laAmZ0EmK#.xeaWDQpWV)> Acesso em 28 de setembro de 2016.

CHAGAS, Viktor. Problematizando o que é meme II: o humor. **Museu de Memes** [Site], 2015. Disponível em: < <http://www.museudememes.com.br/859/> > Acesso em: 7 de dezembro de 2015.

CORTEZ, Maria. Atrasado decide 'ir de boa para não virar meme' e perde prova do Enem. **Folha** [Site], 2015. Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/educacao/2015/10/1698347-atrasado-decide-ir-de-boa-para-nao-virar-meme-e-perde-prova-do-enem.shtml> >, Acesso em 28 de setembro de 2016.

DANUNG, Joakim; ATTAWAY, Lissa Holloway. All Your Media Are Belong To Us: An Analysis of the Cultural Connotations of the Internet Meme. **Literature, Culture and Digital Media**, 2008.

DAVISON, Patrick. Because of the pixels: on the history, form and influence of MS Paint. **Journal of Visual Culture**, 2014, Vol 13(13), p. 275-297.

DAWKINS, Richard. **The selfish gene**. New York: Oxford University Press, 2006.

FELINTO, Erick. Grumpy Cat: Grande Mestre Zen da Geração Digital: Afetos e Materialidades da Imagem Memética. **Anais da XI Semana da Imagem na Comunicação**, Unisinos, 2013.

INOCENCIO, Luana. #PrimeiraGuerraMemeal: cultura digital, sociabilidade e consumo de humor nos memes. **Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom, São Paulo, 2016.

JENKINS, Henry. If It Doesn't Spread, It's Dead (Part One): Media Viruses and Memes. **Confessions of a Aca-Fan** [Site], 2009. Disponível em: < [http://henryjenkins.org/2009/02/if\\_it\\_doesnt\\_spread\\_its\\_dead\\_p.html](http://henryjenkins.org/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html) > Acesso em 7 de dezembro de 2015.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

KNOBEL, Michele; LANKSHEAR, Colin. Online Memes, affinities and cultural production. In: KNOBEL, Michele. **A new literacies sampler**. New York: Peter Lang, 2007. p. 199-229.

LUPINACCI, Ludmila. **As apropriações do GIF animado**: aspectos culturais, expressivos e afetivos dos usos de uma tecnologia defasada. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2016. Disponível em: < <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/142516> >. Acesso em 28 de setembro de 2016.

MAGALHÃES, Vera. Temer se incomoda de virar 'meme' após divulgação de carta. **Veja** [Site]. 2015. Disponível em: < <http://veja.abril.com.br/blog/radar-online/impeachment/temer-se-incomoda-de-virar-meme-apos-divulgacao-de-carta/> >, Acesso em 28 de setembro de 2016.

MAIA, Alessandra; ESCALANTE, Pollyana. Consumo de memes: Imagens técnicas, criatividade e viralização. **Anais do VIII Simpósio Nacional da ABCiber**. São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores de Cibercultura, 2014.

MARWICK, Alice. Memes. **Contexts**, Vol. 12, No. 4, pp. 12-13, 2013.

MIGLIOLI, Sarah; BARROS, Moreno. Novas tecnologias da imagem e da visualidade: GIF animado como videoarte. In: **Sessões do Imaginário**, n. 29, p. 68-75. 2013

PEREIRA, Vinícius Andrade; HECKSHER, Andrea Dantas. Economia da atenção e mensagens publicitárias na Cultura Digital Trash. In: **Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom: Natal. 2008.

PINEDA, Ricardo. Por que John Travolta parece confuso? In: **El País Brasil** [Site], 2015. Disponível em: < [http://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/04/tecnologia/1449226958\\_195088.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/04/tecnologia/1449226958_195088.html) >, Acesso em 23 de dezembro de 2015.



RECUERO, Raquel da Cunha. 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, 2006.

RECUERO, Raquel da Cunha. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. *In: Revista FAMECOS*, no. 32. Porto Alegre, abril de 2007. p. 23-31

SAMPSON, Tony. **Virality**: contagion theory in the age of networks. Minneapolis, Londres: University of Minnesota Press, 2012.

SHIFMAN, Limor. An anatomy of a YouTube meme. *In: New Media & Society*, 14 (2), 2011. p. 187-203.

SHIFMAN, Limor. Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 18, 2013. p.362-377.

SHIFMAN, Limor. The cultural logic of photo-based meme genres. *In: Journal of Visual Culture*, vol 13(3), 2014. P.340-358.

TARANTINO, Quentin. **Pulp fiction** [Filme]. Direção de Quentin Tarantino, Produção de Lawrence Bender. 154 min. Estados Unidos, 1994.

WIGGINS, Bradley; BOWERS, G Bret. Memes as genre: a structural analysis of the memescape. *In: New Media & Society*, vol. 17(11), 2015. P. 1886-1906