

**“Gretchen, mulher. A cantora!”:  
a fragilidade da fama e a influência do meme como processo de comunicação**

***“Gretchen, woman. The singer!”:  
the fragility of fame and the influence of meme as a communication process***

Bianca Rocha GOUVEIA<sup>1</sup>  
Mariana de Oliveira ARAÚJO<sup>2</sup>  
Aislan Brendo Marinho da Silva VÉRAS<sup>3</sup>  
Angelo Manoel Vilar do Nascimento NUNES<sup>4</sup>

**Resumo**

Explicam-se de forma objetiva os aspectos fundamentais da comunicação a partir da recepção, para, dessa maneira, entender melhor uma das linguagens específicas da rede virtual, que é pautada na utilização de memes nas relações interpessoais. Diante da sociedade imagética em que vivemos, discutem-se casos em que os memes tomaram grandes proporções, ao ponto de impulsionar a carreira de famosos de volta à mídia, como é o exemplo da cantora Gretchen. Esta abordagem, portanto, aponta as consequências de uma mesma imagem ser transmitida inúmeras vezes e de que forma o meme influencia a linguagem entre os indivíduos.

**Palavras-chave:** Meme. Comunicação. Internet. Gretchen.

**Abstract**

It is explained in an objective way the fundamental aspects of communication from reception, for, in that way, better understanding one the specific languages of virtual network, which is guided by the use of memes in interpersonal relationships. In the face

---

<sup>1</sup> Graduanda em Arte e Mídia pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). E-mail: bianca.apenas@gmail.com

<sup>2</sup> Graduanda em Arte e Mídia pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). E-mail: mariana\_oa@hotmail.com.br

<sup>3</sup> Graduando em Arte e Mídia pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). E-mail: aislanbrendo@hotmail.com

<sup>4</sup> Graduando em Arte e Mídia pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). E-mail: angelo\_manoel@yahoo.com.br

of a image based society that we current live on, we mention cases where the memes have taken great proportions, to the point of boosting careers of famous people back to the media, as is the example of the singer Gretchen. This points us the consequences of the same image being transmitted countless times and how memes influences the language between individuals.

**Keywords:** Meme. Communication. Internet. Gretchen.

## Introdução

A sociedade moderna em geral está conectada a alguma parcela da internet, sendo este o maior meio de comunicação utilizado atualmente. Uma parte da comunidade que se destaca por um uso maior das redes sociais na rede são os jovens. Através dos celulares, tablets, notebooks e computadores, eles se comunicam globalmente e constroem cada vez mais uma linguagem cotidiana para dar dinamicidade à comunicação, além de facilitá-la. Isso não é diferente do que as pessoas geralmente praticam na comunicação oral no dia a dia: expressões coloquiais são empregadas em diálogos informais. Assim, o crescimento e o uso da internet acabam propiciando um estilo particular, com termos típicos. Desse modo, todo usuário, de um jeito ou de outro, compreende o conjunto da rede e os termos pertencentes ao conteúdo de funcionamento (GALLI, 2005).

As expressões do contexto virtual ultrapassam o campo dos estudos de linguagem, pois são parte do processo de globalização que vivenciamos. Além disso, através da internet qualquer indivíduo é capaz de transmitir informações e conhecimentos específicos de determinados locais em proporções mundiais: é a popularização do saber. A maioria dos grupos se comunica através da oralidade e da escrita, mas até hoje isso não conseguiu suprir todas as formas de expressões humanas. Assim, quando se pretende demonstrar algo ou transmitir alguma situação, na ausência de textos e comunicação oral, existem ferramentas que preenchem a lacuna com eficácia: a fotografia, por exemplo, pode nos trazer detalhes imprescindíveis e pontos de vista novos sobre um determinado contexto. Segundo Knauss (2006), a imagem pode ser identificada tal como expressão da multiplicidade social, demonstrando a diversidade humana.

As referências visuais estão presentes em grande escala na sociedade. Desse modo, o excesso de imagens a que as pessoas são expostas diariamente, presentes na

televisão, celulares, outdoors, panfletos, computadores e roupas, reforçam a inevitabilidade de mensagens instantâneas. Um reflexo disso na comunicação cibernética, em um contexto direto das redes sociais, são os memes. Esse termo teve origem quando Richard Dawkins usou a palavra grega *mimese*, que em uma tradução livre significa aquilo que é imitado e a abreviou para meme. De acordo com o mesmo, o termo representa uma unidade que tem a habilidade de se automultiplicar (DAWKINS, 2007).

Encontram-se excelentes obras sobre o tema apontado, as quais o leitor obterá todo o benefício de consultar, como *Quem conta um conto aumenta um ponto: os memes e a pesquisa na comunicação*, de Giselle Xavier d'Ávilla Lucena, *Memes do Facebook: reflexões sobre esse fenômeno de comunicação da cultura ciber*, de Humberto da Cunha Alves Souza, e *O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica*, de Nathalia Botelho Horta, todos referências muito proveitosas.

No espaço virtual atual, meme é a capacidade que uma imagem ou ideia tem de se espalhar rapidamente entre os usuários da rede, tomando proporções abundantes. Portanto, é importante que um internauta saiba quais proporções pode atingir com o compartilhamento de memes para ter em vista suas consequências diante da força e rapidez que a mensagem é transmitida – o que pode se tornar uma linguagem particular de alguns grupos nas redes sociais –.

Posto isso, no presente artigo é apresentado o caso da cantora Gretchen, que voltou aos holofotes da mídia depois de seus memes alcançarem uma visibilidade internacional. Fazendo com que ela conseguisse atingir outros meios do campo da comunicação, estrelando no *lyric video*<sup>5</sup> da cantora norte americana Katy Perry, em parceria com a rapper Nicki Minaj. Assim também se percorrem os estudos da comunicação de recepção, como os memes surgiram, a sua linguagem como influência e o poder que possuem em determinados grupos.

## **O surgimento dos memes**

O surgimento dos memes aconteceu a partir da década de 1990, quando algumas comunidades virtuais, principalmente ligadas ao universo dos games, animes e

---

<sup>5</sup> Vídeo musical em que é exibida a letra da canção em sincronia com a música.

mangás, começaram a identificar na prática cotidiana troca de imagens ou mensagens entre eles e trataram aquilo como um meme. A palavra meme, porém, surge antes disso, no ano de 1976, quando um biólogo chamado Richard Dawkins escreve um livro intitulado *O Gene Egoísta* e destaca que não são apenas os genes que transmitem informações através das gerações, mas também ideias – ou parte delas – que são replicadas, de pessoa para pessoa, de geração em geração, resultando na construção da cultura e constituindo um campo amplo de estudo da memética (ciência que estuda os memes e os seus efeitos na sociedade).

O livro de Richard Dawkins traz a ideia de que o meme é algo replicável e aplicável, transformando-se num objeto de rápida propagação e sendo transmitido de cérebro em cérebro por meio de reprodução:

Quando você planta um meme fértil em minha mente, você literalmente parasita meu cérebro, transformando-o num veículo para a propagação do meme, exatamente como um vírus pode parasitar o mecanismo genético de uma célula hospedeira. (DAWKINS, 2007, p. 123).

Para Dawkins existe uma classificação por especificações distintas para esses memes, os quais podem ser separados entre: longevidade, ou seja, o quanto o meme vai durar, ou por quanto tempo vai ser utilizado entre as pessoas; fecundidade, que diz respeito a quanto o meme é disseminado e quanto de sucesso ele obterá nessa reprodução; e fidelidade de cópia, ou seja, o meme inicial parecer-se ou não com as suas cópias.

Finalmente, observa-se que, surgindo em grandes quantidades, os memes podem ser criados a partir de qualquer assunto e transformarem-se numa nova forma de expressão cultural, criando novos sentidos para a imagem e contribuindo, assim, para estimular visualmente ao propor uma mensagem direta e rápida e gerar uma interação entre o emissor e o receptor.

## **O meme como linguagem e sua influência na comunicação**

O apego à imagem tem se tornado cada vez mais comum na sociedade atual. Desde a infância, somos acostumados a ter estímulos visuais atrelados ao uso da

imagem. Personagens, desenhos, fotos, brinquedos, videogames e outros meios tecnológicos contribuem para tal processo. Esse contato visual gerado pela imagem é mais prático, gera um maior impacto e, por sua vez, um entendimento direto da mensagem que se pretende propor. É o tipo de linguagem que carrega consigo uma particularidade pautada na praticidade de gerar uma comunicação mais rápida e efetiva.

Assim, em vista do desenvolvimento de novas possibilidades comunicacionais, de novas linguagens e de novos valores, os memes ganharam cada vez mais impulso e influenciaram as relações interpessoais e a sociedade num âmbito mais geral, já que estamos inseridos em uma sociedade imagética que tem buscado o que é prático e rápido aos olhos. Além disso, a internet proporcionou uma maior capacidade de circulação da informação de maneira direta e o fenômeno memética de comunicação, presente nesse meio e que faz parte da cibercultura, contribui para a replicação de imagens que atingem um nível alto de compartilhamento, reinventam significados e geram conhecimento através de vídeos, imagens, sons, gifs ou frases.

Como nos sugere Martino (2009), articulando sobre o modelo da curva em S de Chaffe, a disseminação da informação pode ocorrer de maneira rápida ou lenta, a depender de como as interações irão acontecer. É justamente o que ocorre com os memes: quanto mais compartilhados entre si, mais atingem proporções vastas de alcance. E sua característica básica é justamente a de sofrer replicação e transformação à medida que circulam no âmbito social. De tal modo,

Se, por exemplo, cada indivíduo comentar o assunto com outros três e cada um desses três com mais três, o número de pessoas que saberão do assunto cresce em proporção geométrica, multiplicando-se o tempo todo. Nessa fase, o tema atinge o máximo de divulgação. (MARTINO, 2009, p. 211)

Ademais, o tipo de linguagem proporcionado pelo uso de memes torna a comunicação mais dinâmica e descontraída. Além de o entendimento ser pautado e resumido em uma imagem – que expressa, muitas vezes, mais do que o próprio texto –, esse processo viral gerado pelos memes tem ganhado cada vez mais força na sociedade, visto que as relações interpessoais e as interações são fortificadas através da disseminação de informação e o compartilhamento, os quais possuem, por sua vez, o

objetivo de atingir o máximo de pessoas e gerar entretenimento a partir de um tom humorístico. Destarte,

É justamente essa capacidade de desencadear uma dinâmica interacional, processada por um mesmo dispositivo a partir de sua disseminação, apropriação e transformação, que confere ao meme poder viral e potência interativa. Com tais características, o meme tem sua potência viral medida não apenas pelo exotismo do agenciamento de elementos significacionais reunidos deliberadamente por seu autor, mas, especialmente, por sua capacidade de gerar uma cadeia de reposições, ao mesmo tempo em que permanece o mesmo. (LUCENA, 2015, p. 6).

A respeito da recepção da mensagem do meme, acionam-se os valores que cada indivíduo carrega consigo, além dos costumes, das ideologias, da personalidade e de como o mesmo se sente em determinado espaço e tempo. As mediações influenciarão a forma como a mensagem será recebida, interpretada e construída pelo indivíduo. Logo, em termos de interpretação, cada um pode formular seu próprio conceito acerca do que vê, como destaca Martino (2009) com a Teoria das Mediações. Então, a mensagem gerada pelos memes pode ser ou não compreendida, dependendo justamente das práticas sociais e das circunstâncias vividas por cada pessoa.

O meme, como linguagem, possui seu próprio espaço semiótico, conforme Santaella e Nöth afirmam, “A linguagem, como entendida por Lotman, é qualquer sistema de comunicação que utiliza signos ordenados de modo particular” (apud HORTA, 2015 p.57). É nesse espaço que as relações que constituem os memes se formam, baseadas no uso de metáforas, intertextualidade e novos valores semânticos. Além de interagir no processo de comunicação, interferindo nas relações interpessoais, na disseminação da informação através de formas visuais diretas, o meme também pode provocar valor intelectual. Através dele conhecemos bordões, personagens, frases, citações de séries, filmes, novelas e também o conhecimento linguístico, elementos antes desconhecidos e que ganham notoriedade graças à perpetuação do fenômeno memético. De igual modo percebe-se o reforço de situações que muitas vezes passam despercebidas aos olhos da sociedade, como o jogo com erros gramaticais intencionais, troca de letras e abreviações.

Para Souza, os memes fazem parte de um tipo de comunicação conduzido pela cibercultura, cultura de seu próprio tempo, e que se apropria de aparatos tecnológicos

para formação de ideologias, ações e comportamentos: “O meme deixa de ser resultado de um evento tecnológico e, pelo menos nesta visão, passa a ser compreendido como expressão, linguagem, fenômeno de comunicação” (SOUZA, 2014, p. 2). Além de toda a questão comunicacional que circunda o fenômeno memético, ele também pode influenciar diretamente as relações interpessoais à medida que modifica a vivência no dia a dia e interfere na dinâmica pessoal do indivíduo, como por exemplo, no fato de dar visibilidade às pessoas, as quais, posteriormente, se tornam subcelebridades. Ou, da mesma forma, também podem destruir a imagem ou a carreira consolidada de famosos, já que muitas vezes os memes são usados de maneira pejorativa, irônica, maledicente, desonrosa.

## **O poder dos memes em seus grupos**

Apesar de ser uma linguagem visual que poderia ser entendida por todos, os memes dependem de um meio e de um grupo para serem compreendidos. Como meio, temos os suportes de comunicação ligeiramente ligados à internet. Em consonância, as características que podem levar ao seu entendimento vêm de vivências e elementos culturais em que o indivíduo e seu grupo estão inseridos a ponto de expressar sua linguagem cotidiana de forma rápida e expressiva – esta última prejudicada principalmente pela comunicação virtual-textual, ao não permitir expressões corporais para o seu real contexto, tornando o meme um elemento que supre, em parte, essa carência. Nesse caso,

A sociedade moderna parece que está invadida pelo poder da imagem uma vez que a nossa sociedade produz e consome imagens como nunca antes. Vivemos em um período que é mais visual do que linguístico, pois a Mídia e principalmente a Nova Mídia promove a representação e a expressão visual como forma de comunicação. (MIZAN, 2014, p. 271)

Podemos perceber, em teoria, que mesmo que dois indivíduos sejam afetados por um mesmo elemento de mídia, temos aqui por imagens, o recebimento dessas informações e sua compreensão serão derivados a partir de seus grupos primários e sua estrutura social (RILLEY, J & RILLEY, M. 1959 apud MARTINO, 2009, p. 191). Tais grupos primários são enquadrados aos indivíduos aos quais convivemos.

Estes elementos visuais ganham força e se enraízam na comunicação desses grupos até mesmo fora da comunicação virtual, afirmando, através dessa linguagem própria, suas identidades. Além de ter esse modelo de afirmação, os memes tornam-se um meio de canalização de figuras e personagens em nível viral. Adotamos como viral, na internet, um elemento que é compartilhado e popularizado nas redes sociais, por exemplo. A “viralização” de tais imagens deve-se a características comunicativas relacionadas ao grupo, permitindo uma representatividade do indivíduo com o personagem. Portanto, essa aproximação acaba por tornar a figura mais conhecida ou por resgatar a sua existência, numa propaganda sem pretensão comercial. Dessa forma, esses elementos acabam atingindo outros grupos, tornando-se elementos mais heterogêneos.

## **Os memes como poder e reprodutibilidade**

Através da sua disseminação viral, os memes acabam por se tornar um difusor de personagens e figuras que tendem a se popularizar, permitindo a fama e a volta de prestígio. Assim sendo, com a globalização, podemos perceber a expansão desses elementos não só em outros grupos sociais locais como em grupos de outros países.

Por conseguinte, a sua força de replicação permite possibilidades de diferentes categorizações dos memes. Segundo Dawkins (2007), os memes se classificam como longevidade – nessa categoria encontramos o fator tempo de perpetuação da figura usada, a exemplo do “Senta lá Cláudia” utilizado pela apresentadora Xuxa Meneghel em um programa de TV; fidelidade de cópia, em que o meme não perde totalmente sua semelhança com o contexto original; fecundidade, elemento que denomina a difusão do meme.

Nesse âmbito, a possibilidade de fecundidade do meme é ainda mais importante que as outras categorias, visto que nela podemos aplicar o fator ressignificação do elemento proposto, o qual, tomando como exemplo, permite um meme acabar por ser usado em outros grupos por sua readequação de acordo com suas características.

A exemplo desse pensamento, temos a personagem do Sítio do Pica-Pau Amarelo, a Cuca, que recentemente tornou-se um referente dos memes de internautas

americanos. Por isso, é praticamente impossível determinar o que será popular, pois os memes dependem de seus grupos para existir. Sem sua disseminação ou até “inovação”, eles acabam entrando em desuso e, conseqüentemente, em esquecimento.

Esse fator de replicação, de maneira efetiva, permite uma comunicação rápida e massiva na rede mundial de computadores, a internet, ligando grupos de características distintas através de recursos imagéticos jocosos, mas com um poder publicitário sem real pretensão, que não passa apenas de uma forma de suprir a falta da expressão semiótica do corpo.

## **O fator essencial no retorno de Gretchen**

Um caso análogo aos citados anteriormente é o da cantora, dançarina e atriz Gretchen, a qual figurou como uma figura “morna” nos últimos anos. Com uma carreira consolidada entre as décadas de 1970 e 1990, Gretchen tornou-se um ícone brasileiro, fazendo turnês, inclusive, por três continentes diferentes.

Como acontece com boa parte dos famosos, porém, seu nome começou a desvanecer da mídia, substituído por outros. Não foi por falta de esforços essa queda: nos anos 90, a cantora lançou cinco álbuns. Ainda assim, não conseguiu manter-se relevante no meio artístico. Sem que haja uma explicação concreta, sua imagem perdeu o destaque, como acontece com tantos outros ícones. É o que explica MARTINO (2009 p. 210): “As ideias, propagandas, fatos e notícias têm um tempo de duração dentro da sociedade: assim como eles parecem ter surgido do nada e dominado todas as conversas, também logo desaparecem”.

Em uma tentativa de retornar à notabilidade, Gretchen participou, nas últimas décadas, de *reality shows* e programas diversos, entretanto, sua imagem nunca retomou a força do fim do século passado, sendo condenada a suportar o ostracismo.

Contudo, com a crescente disseminação de memes na atualidade, muitos ícones antigos foram resgatados e o mesmo ocorreu com Gretchen. O retorno de sua fama se deu pela popularização de suas expressões faciais nas redes sociais. Esse foi o poder inesperado dos memes: serem um mediador fundamental na carreira de artistas e no desempenho de programas. Falas da cantora, como “Gretchen, mulher. A cantora!”, em vídeos de seu cotidiano, ganharam ressignificações na linguagem de jovens conectados

e se tornaram memes. Grupos tomam oralidades e imagens icônicas e as usam como linguagem própria, chegando a retomar figuras que, por vezes, não eram marcantes para suas gerações e as ressignificarem.

Assim se deu o caso de Gretchen. Sua imagem foi compartilhada por toda a rede brasileira e, em seguida, passou para a internet no mundo inteiro. Hoje, a artista é reconhecida por toda a web apenas por imagens, sem nenhuma relação direta com a carreira musical ou de dança da mesma.

Tal situação poderia facilmente ser aplicada ao modelo da curva em S de Stephen Chaffee sobre a propagação de informações. Adaptando para a realidade dos memes, o estímulo de um determinado grupo – no caso de Gretchen, do LGBT – tornou a artista presente em conversas de todos os tipos de círculos.

Essa expansão permitiu que Gretchen atingisse níveis novos de fama, comparados ao auge de sua trajetória na década de 1980. Desde que sua imagem voltou à popularidade, a cantora foi reconhecida por diversos artistas internacionais mundialmente famosos e atingiu uma nova escala ao ser convidada para participar do *lyric video* da música *Swish Swish*, da cantora e compositora norte-americana Katy Perry. Foi também convidada para participar de propagandas para a rede de streaming Netflix.

A própria artista reconhece que sua vida e profissão foram mudadas graças aos memes e já agradeceu publicamente aos fãs por compartilharem sua imagem. Dessa forma, vemos como a disseminação de memes contribuiu positivamente para a carreira de Gretchen, que teve sua imagem reinventada, tornando-se novamente um ícone.

## **Considerações finais**

Tendo em vista que na sociedade atual o uso da imagem é supervalorizado, o meme ganha muita força entre as relações virtuais e interpessoais, por ser uma linguagem de compreensão mais inteligível e prática, podendo, dessa forma, fazer com que pessoas ou situações se eternizem.

O mais interessante do meme é fazer com que algum momento ou situação que às vezes parece banal se torne algo significativo, atingindo várias pessoas e grupos específicos, no qual alguns memes só fazem sentido para os que se inserem neles.

Compreende-se que o meme supre, muitas vezes, o uso textual. Ele por si só, já é passível de comunicar aquilo que não se consegue expressar apenas com palavras. Por isso, o uso imagético é tão escolhido em certos diálogos, gera marcas registradas em alguns grupos, compartilhamento de imagens e informações nas redes sociais, como, por exemplo, no Facebook, Instagram, Twitter e WhatsApp.

Dessa forma, explica-se o que o intenso fluxo de memes pode ocasionar, fazendo com que pessoas, assim como a cantora Gretchen, voltem a ser notadas pela mídia, depois de um tempo ofuscadas.

## Referências

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. Trad: Rejane Rubino. Belo Horizonte: Companhia das Letras, 2007.

GALLI, Fernanda Correa Silveira. **Linguagem da Internet**: um meio de comunicação global. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio e XAVIER, Antônio Carlos (orgs.) *Hipertexto e Gêneros digitais*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

HORTA, Nathalia Botelho. **O meme como linguagem da internet**: uma perspectiva semiótica. 191 p. Dissertação (Pós-Graduação em Comunicação). Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

KNAUSS, Paulo; K, P. **O desafio de fazer História com imagens**: arte e cultura visual. *Revista ArtCultura*. Uberlândia, v. 8, n. 12, p. 97-115, jan.-jun. 2006.

LUCENA, Giselle Xavier d'Ávilla. Quem conta um conto aumenta um ponto: os memes e a pesquisa na comunicação. Minas Gerais. **Revista Tropos**, v. 1, n. 4, dezembro. 2015. ISSN: 2358-212X.

MARTINO, Luís Mauro de Sá. **Teoria da comunicação**: ideias, conceitos e métodos. Petrópolis - RJ: Vozes, 2009.

MIZAN, Souza. Letramento Visual na Mídia. In: TAKAKI, N. H.; MACIEL, R. F. (Orgs). **Letramentos em Terra de Paulo Freire**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2014.

SOUZA, Humberto da Cunha Alves. Memes do Facebook: reflexões sobre esse fenômeno de comunicação da cultura ciber. UFPB, Paraíba. In: **Revista temática**, n. 7, julho. 2014. ISSN:1807-8931.