

**A circulação de memes em comunidades de fãs:
apontamentos teóricos de uma produção compartilhada**

*The circulation of memes in fan communities:
theoretical notes of a shared production*

Daniel RIOS¹

Resumo

Memes fazem parte do cotidiano de inúmeros *fandoms*. Tal como *fanfictions* e outros materiais produzidos por fãs, memes podem evidenciar diferentes questões, desde construção do imaginário referente a determinados grupos até disputas internas, por exemplo. Nesse sentido, este artigo tem como objetivo traçar um panorama teórico para se abordar memes circulados em comunidades de fãs. Para tanto, debruça-se sobre dois estudos de caso retirados de uma comunidade de fãs brasileiros da narrativa seriada *Chilling Adventures of Sabrina*. Argumenta-se que memes circulados dentro de *fandoms* poderiam ser enquadrados como um tipo específico de produção de fãs, formado por pedaços de informações culturais que gradualmente se transformam em um fenômeno social compartilhado e cujos sentidos seriam desenvolvidos de forma coletiva pelos fãs.

Palavras-chave: Memes de internet. Comunidade de fãs. *Chilling Adventures of Sabrina*.

Abstract

Memes are part of the daily life of various fandoms. Similar to fanfictions and other fan productions, memes can highlight different issues, such as the construction of the imaginary regarding certain groups and even internal feuds. In this sense, this paper aims to make a theoretical outline to approach the circulation of memes in fan communities. The research focuses on two case studies retrieved from a Brazilian fandom of the TV drama *Chilling Adventures of Sabrina*. We argue that memes circulated within fandoms could be framed as a specific type of fan production, build by pieces of cultural information that gradually become a shared social phenomenon, and whose meanings are developed collectively by fans.

Keywords: Internet memes. Fandoms. *Chilling Adventures of Sabrina*.

¹ Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense. Pesquisador associado ao TeleVisões (UFF) e ao Laboratório de Comunicação, Culturas Políticas e Economia da Colaboração (coLAB / UFF). E-mail: daniel_rios@id.uff.br

Introdução

Desde o surgimento da primeira onda dos estudos de fãs, é notável o registro de diferentes formas de produção organizadas por esses sujeitos (FISKE, 1992; JENKINS, 1992; 2006; SANDVOSS, 2013). Materiais como *fanfics*², *fanarts*³ e inúmeros outros são criados e compartilhados dentro das comunidades de fãs, sejam elas voltadas para celebridades, como músicos e atores, ou para objetos midiáticos, como séries televisivas e sagas literárias (STEIN; BUSSE, 2009; AMARAL *et al.*, 2015). De forma semelhante, memes também fazem parte das dinâmicas de sociabilidade existentes desses espaços. Essas peças são desenvolvidas e circuladas pelos sujeitos, geralmente apresentando referências estéticas e/ou textuais do produto ao qual o *fandom* é centrado combinadas ou a outros objetos culturais ou a aspectos referentes ao contexto histórico-social dos fãs.

Nos últimos anos, é visível a emergência de pesquisas voltadas para o estudos dos memes dentro da área da Comunicação (PHILLIPS, 2015; MILNER, 2016; CHAGAS, 2020), contudo, embora a maior parte dos trabalhos foque naqueles que se espalham rapidamente e viralizam, é notável a circulação de peças cujos sentidos são compartilhados apenas por um grupo restrito de indivíduos (LITERAT; BERG, 2019). Vieira e Stefano (2019), por exemplo, observam os memes circulados pelo *fandom* do reality show *Big Brother Brasil* e como eles são utilizados para comentar os acontecimentos do programa. Já Escalante (2016, p. 67-70) traz casos de memes reapropriados por fãs da saga *Harry Potter*. De forma semelhante, Inocêncio (2018) aponta para a intensa intertextualidade presente em memes audiovisuais referentes à cantora Lana Del Rey. De fato, em comunidades de fãs, cada cena, cada personagem e cada estrofe se tornam uma possível matéria-prima para o desenvolvimento de memes.

Nesse sentido, esse artigo tem como objetivo principal traçar um panorama teórico para se abordar memes que circulam dentro de comunidades de fãs. Argumenta-se que essas peças poderiam ser enquadradas como um tipo específico de produção de fãs, cujos sentidos seriam desenvolvidos de forma coletiva pelos membros do *fandom*.

² *Fanfics* são textos ficcionais produzidos pelos fãs a partir de produtos culturais consumidos por eles (AMARAL *et al.*, 2015).

³ *Fanarts* são produções artísticas visuais criadas por fãs baseadas em algum produto midiático. (AMARAL *et al.*, 2015).

A hipótese parte da definição de memes de internet proposta por Shifman (2014), no qual cada meme é formado por pedaços de informações culturais que se transformam em um fenômeno compartilhado e, por isso, só podem ser analisados quando olhados em conjunto. A perspectiva é interessante pois se afasta da abordagem de Dawkins (1976) e demais pesquisadores da memética, que encaram memes como unidades de reprodução, ao mesmo tempo em que se aproxima com questões ligadas a convergência midiática e conteúdos gerados por usuários.

Para isso, serão observadas as publicações feitas na comunidade *O mundo sombrio de Sabrina Brasil*. Situada no site de rede social *Facebook*, o grupo é um profícuo espaço de conversação dedicado a ficção seriada *Chilling Adventures of Sabrina*, desenvolvida pela empresa de streaming Netflix e adaptada diretamente de uma *graphic novel* homônima lançada pela Archie Comics. A pesquisa foi realizada entre outubro de 2018 e maio de 2019, período que compreende o lançamento das duas primeiras temporadas de *Chilling Adventures of Sabrina*. Neste trabalho, apresentam-se dois estudos de caso centrados em memes circulados na comunidade de fãs: o primeiro voltado para as disputas entre os casais presentes na narrativa e o segundo desenvolvido a partir de um padrão imagético derivado de uma fotografia dos bastidores da produção. Apesar de ambos os memes sejam centrados em uma narrativa seriada, o que por si só já apresenta inúmeras questões, acredita-se que a abordagem traçada pela pesquisa também pode ser útil em *fandoms* voltados a outros tipos de produções midiáticas.

A cultura dos memes para além da analogia biológica

Um dos grandes desafios ao se estudar memes na atualidade é saber qual definição do termo está sendo empregada. Por mais que os memes estejam vivendo o seu momento de destaque, a própria definição do fenômeno ainda é um pouco difusa. Desde que foi cunhado, em 1976, o conceito foi disputado por diversas áreas da academia (CHAGAS, 2020), apropriado ao vocabulário de comunidades subculturais online (MILNER, 2016; PHILLIPS, 2015) e, mais recentemente, caiu no gosto do mundo publicitário como ferramenta estratégia para criação de campanhas (ARAÚJO; INOCÊNCIO, 2016). Nesse processo, múltiplas definições de análise foram surgindo. Tendo em vista que a busca pelo consenso da definição pode ser uma tarefa infrutífera

(ROMERO; VÉLEZ HERRERA, 2020), é preciso, antes de tudo apresentar o quadro teórico em que se baseia a pesquisa.

Como aponta Chagas (2020, p. 23), a maior parte dos trabalhos que se propõe a falar de memes, sobretudo os circulados no meio digital, recorre em alguma medida ao seu criador, o biólogo Richard Dawkins, ainda que seja em tom puramente referencial. Dawkins (1976) cunha o termo ao tentar explicar processos de transformação cultural através da teoria evolutiva. Segundo o biólogo, da mesma forma que os genes são unidades de replicação que carregam e transmitem características biológicas, haveria também um replicador equivalente responsável por difundir elementos do campo da cultura: os memes. Nesse sentido, eles abarcariam desde os códigos mais simples, como músicas e bordões, até os mais complexos, como modos de se vestir e rituais religiosos.

Nas décadas seguintes, o termo foi desenvolvido por autores de diferentes áreas, como na Filosofia e na Linguística (HULL, 2000; KNOBEL & LANKSHEAR, 2020 [2007]). Contudo, Shifman (2014) aponta dois grandes problemas nos estudos dos memes ainda precisam ser modificados. Primeiramente, o conceito é comumente carregado de analogias ao campo biológico e que nem sempre se adequam ao contexto cultural. Em segundo lugar, a maioria das pesquisas acabam colocando o papel da agência nos memes, deixando os indivíduos que os compartilham apenas como receptores passivos. A autora, então, argumenta que a visão de Dawkins já não dá conta de delimitar suficientemente o fenômeno, principalmente quando levamos em conta o meio digital.

Por fim, Shifman (2014) aponta sua própria definição sobre o que são memes, especificamente aqueles que são circulados na internet:

(a) um grupo de itens digitais que compartilham características comuns de conteúdo, forma e/ou posicionamento, que (b) foram criados com conhecimento mútuo de cada um e que (c) foram circulados, imitados e/ou transformados por muitos usuários através da internet (SHIFMAN, 2014, p.41, tradução nossa)⁴.

Na mesma linha de raciocínio, Chagas (2018) afirma que cada meme é um acervo que só faz sentido quando se olha para o conjunto. Ou seja, um arquivo digital sozinho, seja ele uma fotomontagem ou um GIF engraçado, não configura

⁴ No original “(a) a group of digital items sharing common characteristics of content, form, and/or stance, which (b) were created with awareness of each other, and (c) were circulated, imitated, and/or transformed via the Internet by many users”.

necessariamente um meme. Apenas quando observa-se a coletânea de conteúdos semelhantes é que podem ser enquadrados como tal. Nesse sentido, o conceito apresenta tanto uma dupla relação em articulações feitas em conjunto quanto individualmente, criando códigos imagéticos e/ou textuais que simplificam a participação enquanto simultaneamente delimitam as formas de expressão (MILNER, 2016).

Em paralelo, Knobel e Lankshear (2020) argumentam que a lógica da “mutação” presente nos memes, ou seja, as diferentes maneiras pelas quais os sujeitos alteram os códigos culturais presentes nos memes com o intuito de criarem suas próprias versões, na verdade facilitaria a circulação dessas peças, criando assim uma complexa rede de significados. Segundo os autores, outros aspectos também auxiliam no espalhamento, como a presença de intertextualidade, da justaposição de elementos e do humor. Todavia, isso não deve ser lido como regra. A própria associação de memes como peças engraçadas (DAVISON, 2012) deve ser relativizada: muitos memes são marcados pela seriedade, ou da própria utilização do humor como comentário social (TAY, 2012).

Pelo campo de estudo dos memes ser tão diverso e possuir diferentes correntes (CHAGAS, 2020), tanto no que tange a áreas de conhecimento quanto nas perspectivas de análise, os trabalhos que se debruçam sobre essas peças precisam especificar quais são as definições, os autores e as abordagens utilizadas na pesquisa. Sem dúvida, conceitos sempre estão sujeitos a disputas de sentido. Entretanto, é necessário deixar claro quais são os pontos de partida justamente porque isso implica na leitura dos resultados. Este trabalho procura se alinhar com as contribuições de Shifman (2014) e Chagas (2020), que encaram memes como um conjunto de itens ao invés de unidades isoladas. Todavia, ressalta-se que o discurso coloquial acerca dos memes não deve ser ignorado, uma vez que a criação e o compartilhamento dessas peças também passam pelo que os fãs consideram como memes.

Fandom e produção de fãs no meio digital

A “redenção acadêmica dos fãs” teve início a partir da década de 1990 e trouxe consigo uma virada na análise desses sujeitos e suas práticas (FREIRE FILHO, 2007, p. 82-90). Antes vistos como altamente influenciáveis ou com algum tipo de desvio patológico (JENSON, 1992; MONTEIRO, 2007), os fãs passaram a ser analisados como indivíduos que constroem sentidos durante o processo de recepção e que se

utilizam dos produtos midiáticos que admiram para construção de identidade. Assim, desde a chamada “primeira onda” dos estudos de fãs, pesquisadores se dedicam a compreender diferentes aspectos da cultura de fãs, tais como as relações de poder com a indústria, os mecanismos de distinção dentro dos *fandoms* e as diferentes formas ativismo feito por fãs (FISKE, 1992; AMARAL *et al.*, 2015).

Dentro desse contexto, o conceito de produção de fãs é, ainda hoje, uma chave de análise amplamente utilizada. Fiske (1992) defende a existência de três formas de produção que “ocorrem na interface entre a mercadoria cultural industrialmente produzida (...) e a vida cotidiana do fã” (p. 37, tradução nossa)⁵. A primeira delas, a semiótica, diz respeito as construções de sentidos feitas pelo sujeito no momento da recepção. Embora o autor não se demore muito na categoria, vale ressaltar que esse tipo de engajamento ocorre inteiramente no plano intrapessoal e está ligado as múltiplas conexões estabelecidas entre o texto midiático e a audiência, o que pode ser visto em trabalhos como o de Ang (1985).

Para Fiske (1992), quando essas construções são expostas de forma pública, elas se transformam em produção enunciativa. Nessa categoria, se encaixam tanto processos verbais, como conversas com outros fãs envolvendo os objetos que admiram, quanto as demonstrações não verbais, como o uso de roupas com estampas de séries de televisão. Já a produção textual é referente a criação de objetos culturais feitos por fãs com base no texto original. Aqui, temos os mais diversos tipos de produtos: textos, ilustrações, histórias em quadrinhos, filmes e uma variedade de outras peças que se apropriam desses produtos midiáticos, selecionando os elementos que lhe são interessantes e criando novos sentidos.

Contudo, não se deve enxergar os três tipos de produção como níveis hierárquicos de intensidade da relação do fã com o produto midiático (SANDVOSS, 2013). Além disso, embora sirva como base para um raciocínio teórico, as divisões entre os tipos de produção se tornam um pouco difusas na prática, uma vez que fazem parte do mesmo conjunto de atividades realizadas por fãs. A produção semiótica, via de regra, está sempre presente durante a leitura de um objeto cultural, seja ele produzido pela indústria ou pelos fãs. E mesmo os fãs que não se engajam na criação de novos

⁵ No original “occurs at the interface between the industrially-produced cultural commodity (...) and the everyday life of the fan”.

objetos, por vezes participam dos processos de circulação desses materiais, ajudando a disseminá-los.

Com o desenvolvimento da internet, observa-se também um crescimento em pesquisas relacionadas a *fandoms* no meio digital (BAYM, 2007), ressaltando o desenvolvimento de novas formas de produção nesse ambiente e também a adaptação de outras práticas já existentes (PEARSON, 2010). Os processos de digitalização e convergência midiática impactam nas práticas de comunidades de fãs,

permitindo a fãs enunciada e textualmente ativos a postar, repostar, remixar e incorporar conteúdo em seus comentários ou outros paratextos, construindo, alterando ou reforçando os limites do objeto no qual são fãs (SANDVOSS *et al.*, 2017, p. 12, tradução nossa)⁶.

Sites de redes sociais, por exemplo, oferecem diferentes maneiras de enunciação, dependendo da estruturação ofertada pela plataforma. Para além das conversas que podem ocorrer nesses espaços (que não são tão distintas assim das feitas fora da internet), as enunciações também podem ser vistas quando usuários trocam suas fotos de perfis para de personagens que se identificam ou quando se associam com alguma produção, perfil ou comunidade de fãs.

Em paralelo, Jenkins (1992, p. 90) afirma que, dentro dos *fandoms*, os fãs negociam quais são as leituras legitimadas na comunidade. Para isso, ele desenvolve seu argumento a partir do conceito de comunidades interpretativas. Proposto por Fish (1980, p. 171), comunidades interpretativas são formadas por aqueles que compartilham as mesmas estratégias de interpretação. Em outras palavras, as maneiras de se compreender um mesmo produto midiático seriam afetadas por outras características que compõe a identidade dos sujeitos, como raça, classe, gênero e sexualidade; o que explicaria porque certos grupos leem um mesmo texto de forma semelhante ou porque grupos distintos podem ler o mesmo texto de forma diferentes.

Assim, as produções de fãs que circulam no *fandom* podem ser legitimadas ou deslegitimadas pelos demais membros, como quais casais podem ou não ser *shippados*⁷ (HADAS, 2013) ou que tipos de *fanfics* são mais bem aceitas (STEIN; BUSSE, 2009). Contudo, essa “maneira correta” de leitura e, conseqüentemente, de produção de fã, não

⁶ No original “that allow enunciatively and textually active fans to post, repost, remix, and embed content in their commentary or other paratexts, thus constructing, amending, or reinforcing the boundaries of their fan object”.

⁷ O ato de *shippar* é termo utilizado por fãs para se referirem aos casais que eles torcem que fiquem juntos, sejam eles personagens ou pessoas reais (HADAS, 2013).

é estável e não caminha para uma recepção homogênea. Em muitos casos, fãs de um mesmo produto cultural possuem múltiplas perspectivas de leitura, muitas vezes contrárias entre si (CAMPANELLA, 2012). Portanto, ao invés de pensar os conflitos dentro dos *fandoms* como um distúrbio momentâneo, é mais interessante analisá-los como disputas contínuas sobre as interpretações e valores que são hegemonicamente aceitos dentro das comunidades de fãs (JOHNSON, 2017). Nesse sentido, por mais que *fandoms* possam servir como espaço para o desenvolvimento de um senso de identidade coletiva, isso não significa que sejam lugares utópicos, tendo em vista que comunidades de fãs funcionam, em grande medida, como um espaço de divergência onde os membros hierarquizam e diferenciam pessoas, eventos e objetos.

Memes, produção de fãs e *Game of Thrones*

Aqui, enquadraremos os memes que circulam em *fandoms* como produção de fãs. Como qualquer obra criada por fã, eles giram em torno de um objeto de admiração desses sujeitos, ao mesmo tempo em que se relacionam com o contexto cultural em que estão inseridos. Assim como a própria organização dos *fandoms* é afetada diretamente pelo contexto histórico-social no qual está inserido (GRAY, 2010), as produções de fãs (e os memes) presentes nesses espaços também são atravessados por outros fatores que influenciam em sua circulação.

Memes, assim como a relação entre fã e *fandom*, funcionam por meio de uma lógica que abarca vozes individuais, mas que, ao mesmo tempo, conversam com o coletivo. Enquanto a criação das peças é feita no nível individual, o que requer diferentes articulações do capital cultural (ou subcultural) e social desses sujeitos, sua circulação só é feita mediante a “aceitação” do restante da comunidade. Assim, ao relacionar memes a produção de fãs, queremos destacar o desenvolvimento de um extenso vocabulário estético e discursivo presente na criação de memes (SHIFMAN, 2014; DAVISON, 2012) e de como eles ajudam a criar um senso de identidade coletiva (MILNER, 2016), ao mesmo tempo em que apontamos para os embates que ocorrem dentro dos *fandoms* (CAMPANELLA, 2012) e se materializam nas peças compartilhadas por esses fãs. Dessa forma, os memes se relacionam diretamente com as comunidades interpretativas em que esses fãs se enquadram. Isso não significa dizer que outros tipos de trabalho também não apresentem essa característica. O sucesso de uma

fanfic, por exemplo, também é suscetível à aprovação do *fandom* (STEIN; BUSSE, 2009), contudo, o próprio desenvolvimento de um meme já requer a existência de fãs que compartilhem da mesma visão.

Metodologicamente, o trabalho parte da observação de publicações circuladas na comunidade de fãs brasileiros *O mundo sombrio de Sabrina Brasil*. Com cerca de 83 mil membros⁸, a comunidade é voltada para *Chilling Adventures of Sabrina*, ficção seriada desenvolvida pela empresa de *streaming* estadunidense Netflix. Atualmente em sua terceira temporada, a série é mais um produto midiático centrado em Sabrina Spellman, personagem criada em 1962 pela editora estadunidense Archie Comics e que, desde então, teve sua história recontada em diferentes formatos, como em animações, filmes e ficções seriadas televisivas.

Ainda que continue tendo jovens como público-alvo, *Chilling Adventures of Sabrina* se difere das outras versões produzidas pois se enquadra como um drama de horror e fantasia. Na narrativa, Sabrina (Kiernan Shipka) é uma meia-bruxa adolescente: filha de um poderoso feiticeiro com uma humana, a personagem precisa aprender a usar os seus poderes ao mesmo tempo em que gerencia sua vida social no colégio Baxter. Após a morte de seus pais, Sabrina passa a morar com duas tias, também bruxas. A trama começa no aniversário de 16 da personagem, em que ela precisa escolher qual caminho deseja seguir: se tornar uma bruxa completa e esquecer seus amigos, ou renunciar seus poderes e viver para sempre como uma mortal.

Para a realização do trabalho proposto, foi feita uma pesquisa de inspiração etnográfica entre outubro de 2018 e julho de 2019, analisando os conteúdos e interações que emergiam na comunidade. Para ilustrar a abordagem, retiramos dois exemplos de memes desenvolvidos pelos membros da *O mundo sombrio de Sabrina Brasil*. O primeiro aponta memes de reação centrado em debates feitos pelos fãs sobre os casais apresentados na série. Já o segundo é referente a um padrão imagético derivado de uma das fotografias de bastidores da série. Todavia, não se pretende analisar o “sucesso” desses memes, seja pela mensuração no número de curtidas ou de comentários. Ao invés disso, optamos uma investida que busque práticas de sociabilidade que são acionadas por esse *fandom* de forma qualitativa.

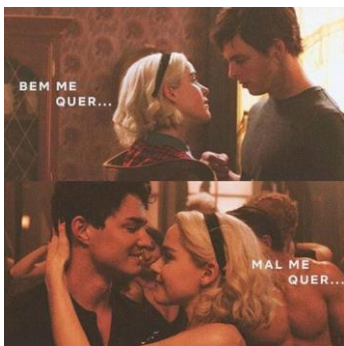
⁸ Dados coletados em 06 de junho de 2020.

Entre memes e demônios

Grande parte do desenvolvimento da narrativa de *Chilling Adventures of Sabrina* é composta pela relação afetiva não apenas da protagonista como também dos demais personagens. No início da série, Sabrina vivia um romance com o humano Harvey Kinkle (Ross Lynch), porém o namoro dos dois chegou ao fim no final da primeira temporada e, desde então, a protagonista tem se relacionado com o bruxo Nick Scratch (Gavin Leatherwood). Em paralelo, Harvey começou a se aproximar de Roz Walker (Jaz Sinclair), melhor amiga de Sabrina. Dessa forma, boa parte das discussões de fãs travadas na comunidade recaem ou sobre o triângulo amoroso principal da série, no qual Sabrina fica dividida entre Harvey e Nick, ou sobre a relação de Harvey e Roz.

Nesse contexto, boa parte dos memes circulados em *O mundo sombrio de Sabrina Brasil* têm a função de comentário. Por exemplo, enquanto parte dos fãs aponta para a indecisão da personagem (Figura 1), outros já aparentam apoiar o relacionamento entre Sabrina e Nick em detrimento de Sabrina e Harvey (Figura 2). Ao mesmo tempo, alguns fãs desaprovam o casal formado pelos mortais Harvey e Roz, afirmando que o casal foi criado pelos produtores da série de forma forçada (Figura 3). Embora não sejam esteticamente idênticos, o conteúdo apresentado por essas imagens infere um mesmo sentido: a aceitação ou rejeição aos casais formados na série.

Figura 1



Fonte: *O mundo sombrio de Sabrina Brasil*.

Figura 2



Fonte: *O mundo sombrio de Sabrina Brasil*.

Figura 3



Fonte: *O mundo sombrio de Sabrina Brasil*.

É válido ressaltar que as imagens apresentadas foram publicadas por diferentes usuários, o que aponta para uma produção conjunta entre os fãs da série. Com isso, o

que difere memes das demais produções de fãs é o fato de que, por definição, esses materiais são conjuntos de textos compartilhados por indivíduos (SHIFMAN, 2014). Ao contrário de *fanfics*, *fanarts* e outros tipos de produções que são confeccionadas por um único fã (ou um grupo restrito de fãs) e que podem muito bem ficar reservadas apenas para a fruição de seus criadores, os memes presentes nos *fandoms* são formados a partir de uma coletânea de peças que, quando comparadas, apresentam um sentido compartilhado por esses sujeitos. Ou seja, eles são peças compartilhadas pelos fãs que se transformam em um fenômeno reconhecido pelos mesmos dentro das comunidades.

Porém, nem todos os memes que circulam em *O mundo sombrio de Sabrina Brasil* se relacionam diretamente com a trama da série. Em alguns casos, os elementos narrativos da produção são usados para tecer comentários sobre o contexto cultural no qual os sujeitos vivem. Como o trabalho se centra em uma comunidade de fãs brasileiros de *Chilling Adventures of Sabrina*, é visível que determinados memes conversam diretamente ou com grandes acontecimentos que ocorrem no país ou com aspectos da vida cotidiana dos fãs. Tendo em vista que a série gira em torno da temática do horror sobrenatural, as publicações costumam circular na comunidade de fãs dialoga com elementos referentes a esse gênero, como bruxas, demônios e feitiços.

Dessa forma, o segundo meme destacado durante o período da pesquisa é derivado de uma das fotos de bastidores da série, no qual a atriz Kiernan Shipka posa com “Lorde das Trevas”, principal vilão da narrativa. A fotografia foi transformada em padrão imagético pelos fãs e utilizada de diferentes maneiras. Devido ao fato da imagem original apresentar uma adolescente e uma figura monstruosa lado-a-lado (Figura 4), os memes criados pelos fãs denotavam uma reação explicitada por meio de legendas de texto.

Figura 4



Figura 5



Figura 6



Fonte: *O mundo sombrio de Sabrina Brasil*.

Fonte: *O mundo sombrio de Sabrina Brasil*.

Fonte: *O mundo sombrio de Sabrina Brasil*.

Em geral, os memes observados eram pautados por um humor marcado pela incongruência. A Figura 5, por exemplo, foi publicada inicialmente pelo próprio perfil oficial da Netflix Brasil na semana de lançamento da primeira temporada da série e compartilhada na *O mundo de Sabrina Brasil*. A imagem faz piada com o fato dos fãs programarem os planos para o feriado para assistirem aos episódios⁹. Já a Figura 6 faz alusão com o slogan de campanha do atual presidente do Brasil, Jair Bolsonaro e o humor reside no comentário social feito pelos sujeitos que preferem se aliar ao demônio do que ao partido de Bolsonaro.

Embora não seja diretamente ligada a narrativa da série, o meme se enquadra como uma produção circulada pelos fãs que reconhecem o intuito do padrão imagético e que difundem de diferentes maneiras. O *template*, inclusive, não é uma singularidade do grupo de Facebook analisado. Na verdade, ele pode ser observado em outros *fandoms* de *Chilling Adventures of Sabrina* para além do brasileiro. De um ponto de vista técnico, o desenvolvimento de padrões imagéticos facilita a circulação de memes, ainda que seu sentido inicial possa ser transformado com o passar do tempo (MILNER, 2016; PHILLIPS, 2015). Contudo, as imagens observadas na comunidade analisada apresentam especificidades da cultura local em que ele é circulado. Nesse sentido, para entender memes circulados em *fandoms* como um tipo de produção de fãs, é preciso estar atento também as diferentes maneiras pelas quais trocas ocorrem na interseção

⁹ A primeira temporada de *Chilling Adventures of Sabrina* foi lançada no dia 26 de outubro de 2018 e a data mencionada na imagem corresponde ao feriado de finados, celebrado no Brasil dia 02 de novembro.

entre a experiência vivida no grupo e a própria vida cotidiana dos fãs, ao mesmo tempo em que identifica esses elementos nas peças circuladas.

Considerações finais

Comunidades de fãs são espaços onde se encontram as mais variadas formas de engajamento entre os sujeitos. Tendo em vista o cenário atual, os sites de rede social como o *Facebook* se tornam um interessante ambiente de análise para o estudo de comunidades de fãs. Esses grupos têm o potencial de extrapolar os limites do produto midiático, além de servirem como espaço para circulação de diferentes materiais criados pelos próprios fãs e que dialogam diretamente com o produto midiático de que gostam, como *fanfics*, *fanarts* e até mesmo memes.

Tratando memes como um conjunto de ideias materializadas em artefatos culturais ou hábitos comportamentais que se convertem em fenômenos socialmente compartilhados, é possível enxergá-los como uma ferramenta de criação de identidades coletivas e de difusão de visões sobre mundo. Com isso, procuramos enquadrar memes circulados em *fandoms* como um tipo específico de produção de fãs. Muito mais do que apenas uma resposta da recepção, os memes são peças recorrentes no processo de circulação e que estão em constante desenvolvimento dentro das comunidades.

A partir dos dois estudos de caso retirados da comunidade de fãs *O mundo sombrio de Sabrina Brasil*, foi possível identificar alguns pontos centrais de análise, como a forte relação com aspectos da produção, seja utilizando-os como comentários sobre a narrativa ou sobre o contexto cultural desses sujeitos, seja para criação e utilização de padrões estéticos reconhecidos pelos fãs de *Chilling Adventures of Sabrina*. Todavia, é válido ressaltar que o trabalho tem um caráter introdutório, de forma que é incentivado a confecção de outras pesquisas que tratem da intersecção entre estudos dos memes e *fandoms* para além do universo das ficções seriadas. Comunidades voltadas para celebridades, estilos musicais ou torcidas de futebol, por exemplo, certamente possuem memes específicos e que devem ser investigados. De toda forma, espera-se que a pesquisa tenha contribuído para a compreensão, pelo menos em parte, das potencialidades que memes podem adquirir no contexto da cultura de fãs na atualidade.

Referências

AMARAL, Adriana, SOUZA, Rosana, MONTEIRO, Camila. “De Westeros no #vempraruá à shippagem do beijo gay na TV brasileira”. *Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital*. **Revista Galáxia**, São Paulo, Online, n.29, p.141-154, 2015.

ANG, Ien. **Watching Dallas: soap opera and the melodramatic imagination**. Londres: Methuen, 1985.

ARAÚJO, Marisa de Lemos; INOCÊNCIO, Luana. Animais fofinhos, Inês Brasil e Resposta do Público Frente a Novas Narrativas Publicitárias. In: **Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2016.

BAYM, Nancy. The new shape of online community: The example of Swedish independent music fandom. **First Monday**, v. 12, n. 8, 2007.

BLACKMORE, Susan. **The meme machine**. Oxford: Oxford Paperbacks, 1999.

CAMPANELLA, Bruno. **Os olhos do grande irmão: uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012.

CHAGAS, Viktor. **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: EDUFBA, 2020.

DAVISON, Patrick. The language of internet memes. **The social media reader**, p. 120-134, 2012.

DAWKINS, Richard. **The selfish gene**. Oxford: OUP, 1976.

ESCALANTE, Pollyana. **O potencial comunicativo dos memes: formas de letramento na rede digital**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

FISH, Stanley. **Is there a text in this class?** The authority of interpretive communities. Cambridge: Harvard University Press, 1980.

FISKE, John. The Cultural Economy of Fandom. In: LEWIS, Lisa A (Ed.). **The adoring audience: fan culture and popular media**. New York: Routledge, 1992. p. 30-49.

FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

GRAY, Jonathan. **Show sold separately: promos, spoilers, and other media paratexts**. New York: NYU Press, 2010.

HADAS, Leora. Resisting the romance: 'Shipping' and the discourse of genre uniqueness in Doctor Who fandom. **European Journal of Cultural Studies**, v. 16, n. 3, p. 329-343, 2013.

HULL, David. Taking memetics seriously: Memetics will be what we make it. In: AUNGER, Robert. **Darwinizing culture: the status of memetics as a science**. Oxford: Oxford University Press, 2000. p. 43-67

INOCÊNCIO, Luana. Lana Del Baile: videomemes musicais, ativismo de fãs e performances de gosto nos sites de redes sociais. **Culturas Midiáticas**, v. 11, p. 138-153, 2018.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers: television fans and participatory culture**. New York: Routledge, 1992.

JENKINS, Henry. **Convergence culture: where old and new media collide**. New York: New York University, 2006.

JENSON, Joli. Fandom as pathology: the consequences of characterization. In: LEWIS, Lisa A (Ed.). **The adoring audience: fan culture and popular media**. New York: Routledge, 1992. p. 30-49.

JOHNSON, Derek. Fantagonism. Factions, institutions, and constitutive hegemonies of fandom. In: *The Routledge companion to media fandom*. In: GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel; HARRINGTON, C. Lee (Ed.). **Fandom: identities and communities in a mediated world**. New York: NYU Press, 2017. p. 369-387.

KNOBEL, Michele; LANKSHEAR, Colin. Memes on-line, afinidades e produção cultural. In: CHAGAS, Viktor (Org.). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: EDUFBA, 2020. p. 85-126.

LITERAT, Ioana; BERG, Sarah van der. Buy memes low, sell memes high: vernacular criticism and collective negotiations of value on Reddit's Meme Economy. **Information, Communication & Society**, v. 22, n. 2, p. 232-249, 2019.

MILNER, Ryan. **The world made meme: public conversations and participatory media**. Cambridge: MIT Press. 2016.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. Entre a patologia e a celebração: A questão do fã em uma perspectiva histórica. In: **Artigo apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação–UERJ**. 2005.

PHILLIPS, Whitney. **This is why we can't have nice things: mapping the relationship between online trolling and mainstream culture**. Cambridge: Mit Press, 2015.

ROMERO, Xitlally Rivero; VÉLEZ HERRERA, José Ivanhoe. Do meme teórico ao meme prático. In: CHAGAS, Viktor (Org.). **A cultura dos memes: aspectos**

sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital. Salvador: EDUFBA, 2020. p. 157-178.

SANDVOSS, Cornel. Quando estrutura e agência se encontram: os fãs e o poder. **C-Legenda-Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual**, n. 28, p. 08-41, 2013.

SANDVOSS, Cornel; GRAY, Jonathan; HARRINGTON, C. Lee. Introduction: Why still study fans? In: GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel; HARRINGTON, C. Lee (Ed.). **Fandom: identities and communities in a mediated world**. New York: NYU Press, 2017. p. 1-26.

SHIFMAN, Limor. **Memes in digital culture**. Cambridge: MIT Press, 2014.

STEIN, Louisa; BUSSE, Kristina. Limit play: Fan authorship between source text, intertext, and context. **Popular Communication**, v. 7, n. 4, p. 192-207, 2009.

TAY, Geniesa. **Embracing LOLitics: popular culture, online political humor, and play**. Dissertação (Mestrado em Mídia e Comunicações) – University of Canterbury, Christchurch, 2012.

VIEIRA, Soraya Maria Ferreira; STEFANO, Luiza de Mello. Cultura dos memes no ambiente conectivo: identidades e criação coletiva. **Revista Observatório**, v. 5, n. 6, p. 700-724, 2019.