

Memos: formações discursivas que ecoam no ciberespaço

Memes: discourse formations echoing in cyberspace

Carlos Fabiano de Souza*

O presente artigo propõe uma análise de formações discursivas que figuram como “memes” – em redes sociais – tendo como aporte teórico os escritos de Fiorin (1998) e a Análise de Discurso Crítica (ADC) – teoria do discurso que visa analisar a linguagem como uma prática social e ideológica segundo as concepções de Fairclough (2001a, 2001b; 2003). Para tanto, o estudo parte de considerações iniciais acerca do surgimento do termo cunhado por Richard Dawkins em seu livro *O Gene Egoísta* (1976), no qual o autor postula a ideia de “meme” – unidade de informação cultural que é replicada de pessoa para pessoa – em analogia ao gene. Além disso, serão consideradas como base de suporte à investigação as concepções de Susan Blackmore (1999) sobre o papel dos “memes” enquanto força poderosa que molda nossa evolução cultural através de ideias copiadas de indivíduo para indivíduo pela imitação. O trabalho culmina com enfoques sobre as implicações do papel desempenhado por componentes mêmicos em ambientes virtuais como forma de representação ideológica das vozes de personagens do mundo real que postam comentários em redes sociais, fomentando, assim, discussões que cooperam para a divulgação dos “memes”.

Palavras-chave: Memes. Redes sociais. Análise de discurso crítica. Ideologia

*This paper analyzes discourse formations acting as “memes” in social networks based on the writings of Fiorin (1998) and the Critical Discourse Analysis (CDA) as theoretical support. According to the conceptions of Fairclough (2001a, 2001b; 2003), CDA is a theory of discourse that aims to investigate language as a social and ideological practice. Thus, the study opens with considerations about the appearance of the term coined by Richard Dawkins in his book *The Selfish Gene* (1976), in which the author postulates the idea of “meme” – unity of cultural information that is replicated from person to person – in analogy to genes. Another theoretical perspective considered in the investigation are the conceptions of Susan Blackmore (1999) on the role of “memes” as a powerful force shaping our cultural evolution through ideas copied from individual to individual by imitation. The work closes with discussions on the implications of the role played by memetic components in virtual environments as an ideological representation of voices of characters from the real world that post comments in social networks, thus fostering discussions that cooperate to the dissemination of “memes”.*

Key words: Memes. Social networks. Critical discourse analysis. Ideology.

* Professor de língua inglesa licenciado em Letras - Português/Inglês pela Universidade Salgado de Oliveira - Universo, Campos dos Goytacazes/RJ – Brasil. Especialista em Metodologia do Ensino de Língua Inglesa pela Faculdade de Tecnologia e Ciências - FTC, Salvador-BA. Atualmente, atuo como professor de inglês na Escola Municipal Domingos Fernandes da Costa, São João da Barra/RJ - Brasil e no CIEP 058 M. Oscar Cordeiro, Macaé/RJ - Brasil.

Considerações preliminares

[...]

As vozes que ouço
multiplicam-se aos poucos
e podem ser ouvidas,
não só por mim.

[...]

São vozes livres, pois podem falar.

As vozes que ouço

Cintia Barreto

As interações comunicativas que surgem entre indivíduos da Geração Digital, a partir do uso massivo da Internet, em especial, têm propiciado inúmeros trabalhos de investigação acadêmico-científica.

Sabe-se que as redes sociais têm ganhado espaço considerável no que tange à socialização múltipla entre pares diversos, divulgação de informações e compartilhamento de dados informativos, fato que está intimamente ligado à principal vantagem da Web 2.0¹, a saber: maior facilidade de criação de conteúdos *online* e a partilha destes. Essas práticas requerem, sobretudo, conceder aos usuários certa autonomia quanto à divulgação e recebimento de materiais no ciberespaço. Ressalta-se que, nesse contexto de interação, torna-se evidente a presença constante de personagens do mundo real proferindo discursos no ambiente virtual – é o ressoar de “vozes” no ciberespaço. As opiniões expressas, os traços ideológicos, as crenças estão cada vez mais engendradas nas falas dos indivíduos que interagem cotidianamente em *sites* de relacionamento como o *Facebook*, o *Twitter* e em comentários a vídeos publicados no *YouTube*, através de postagens próprias, ou de replicação de conteúdos recebidos. É o jogo da adesão, ou mesmo adoção de ideias – na qual a dinâmica do “curtir” e do “compartilhar” ganha cada vez mais espaço. É uma subcultura dentro da cibercultura que cresce no ciberespaço em proporções tão aceleradas quanto a velocidade de transmissão de informações na internet. É a evolução dos “memes”, cuja propagação dos mesmos na Grande Rede vem se tornando um fenômeno cada vez mais avassalador.

É sabido que o termo “meme” apareceu pela primeira vez em 1976 com Richards Dawkins em seu livro *The Selfish Gene (O Gene Egoísta)*. Embora Dawkins tenha definido o “meme” como “uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação” (DAWKINS, 2007, p.330), alguns estudiosos em *Memética* (termo que se refere ao estudo formal dos memes) têm variado quanto às definições desse vocábulo. Seguindo a linha de Dawkins, para Susan Blackmore (2000, p.65), “os memes são histórias, canções, hábitos, habilidades, invenções e maneiras de fazer coisas que copiamos de

¹ O termo Web 2.0 – criado em 2004 pela empresa americana O'Reilly Media – é utilizado para designar uma segunda geração de comunidades e serviços, tendo como conceito a “Web como plataforma”. As ferramentas proporcionadas pela Web 2.0 permitem maior interação e participação dos usuários em ambientes virtuais pelo compartilhamento de dados, ou pela criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos.

uma pessoa para outra através da imitação.”. Ainda segundo esta autora, “os memes têm sido (e são) uma força poderosa que molda nossa evolução cultural – e biológica” (tradução nossa, BLACKMORE, loc. cit.).

É interessante, contudo, observar que na cibercultura os usuários começaram a utilizar a palavra “meme” para se referir a tudo que se propaga, ou mesmo se espalha aleatoriamente na Grande Rede – em especial – fragmentos com algum conteúdo humorístico. Pontua-se, porém, que “os memes são bem mais complicados e importantes do que apenas imagens engraçadas de gatos na internet (embora estas também sejam memes)” (tradução nossa, GUNDERS; BROWN, 2010, p.2). Além disso, sabe-se que nem todos os “memes” se espalham como um vírus, contaminando uma quantidade significativa de pessoas, ou mesmo conseguem se propagar – o que requer uma análise mais aprofundada do caráter de longevidade de componentes mêmicos. “A longevidade é associada por Dawkins (2001), Blackmore (1999) e Heylighen (1994) com a existência no tempo. Isso porque, quanto mais tempo o meme sobreviver, maior sua chance de replicar-se” (RECUERO, 2007, p.25).

Partindo do conceito de “meme” (DAWKINS, 2007; BLACKMORE, 1999, 2000; GUNDERS; BROWN, 2010), este trabalho debruça-se sobre os discursos proferidos em ambiente virtual sob a forma de textos mêmicos – sendo estes concebidos como fragmentos textuais propagados através de redes sociais, particularmente o *Facebook* e o *YouTube*, visando apresentar uma análise das falas de personagens do mundo real ancorada na Análise de Discurso Crítica (ADC), cujo propósito é investigar a linguagem enquanto prática social e ideológica. Entende-se nesta pesquisa como fragmentos textuais, toda e qualquer manifestação discursiva escrita ou falada, sendo os textos (fragmentos textuais) a materialidade linguística do discurso, “elementos de eventos sociais tendo efeitos causais – ou seja, eles provocam mudanças” (tradução nossa, FAIRCLOUGH, 2003, p.8). Assim, o discurso revela-se como a linguagem em uso, a prática social que se manifesta sob a forma de textos.

De acordo com Fairclough (2001b, p.118), “as ideologias estão nos textos”. Para tanto, serão utilizados também enquanto aportes teóricos as concepções de Fiorin (1998) acerca de formações ideológicas e formações discursivas – as quais Fairclough (2001a, 2001b; 2003) chama de “práticas discursivas”, visto que as falas que serão investigadas constituem importantes representações ideológicas de vozes do mundo real, embora proferidas no ciberespaço. Nessa perspectiva, Fiorin (1998, p.32) pontua que uma formação ideológica deve ser compreendida como “a visão de mundo de uma determinada classe social, isto é, um conjunto de representações, de idéias, que revelam a compreensão que uma dada classe tem do mundo”.

Em contrapartida, é Fairclough (2003) que estabelece uma relação mais íntima entre ideologia e o aspecto social ao salientar que “ideologias são, em princípio, representações, mas podem ser legitimadas em maneiras de ação social e inculcadas nas identidades de agentes sociais”.

Diante dessa questão, tem-se que o trabalho com a linguagem pode ser feito

tomando-se múltiplos pontos de vista, já que ela é um fenômeno extremamente complexo pertencente a diferentes domínios. Dessa maneira, as representações ideológicas tomadas enquanto textos revelam-nos que as relações de linguagem são relações de sujeitos e de sentidos, e seus efeitos são múltiplos e variados. A análise, por ser empreendida, leva em conta, assim, a materialização do discurso sob a forma de textos, pois estes podem ser investigados enquanto linguagem em curso – o discurso como efeito de sentidos entre locutores (ORLANDI, 1998, p.21).

Fiorin (1998) ainda nos alerta sobre o fato de que não devemos considerar a linguagem algo totalmente desvinculado da vida social. Nesse aspecto, a Teoria Social do Discurso enquanto abordagem de ADC desenvolvida por Norman Fairclough – que se baseia em uma percepção da linguagem como parte irreduzível da vida social dialeticamente interconectada a outros elementos sociais (FAIRCLOUGH, 2003) tende a dar-nos suporte teórico-metodológico suficiente em nossas análises ao longo deste trabalho. Ainda no que se refere à teoria desenvolvida por Fairclough, segundo Resende e Ramalho (2012),

trata-se de uma proposta que, com amplo escopo de aplicação, constitui modelo teórico-metodológico aberto ao tratamento de diversas práticas na vida social, capaz de mapear relações entre os recursos linguísticos utilizados por atores sociais e grupos de atores sociais e aspectos da rede de práticas em que a interação discursiva se insere. Os conceitos centrais da disciplina são os de *discurso* e *prática social* (RESENDE; RAMALHO, op. cit., p.12).

Entendemos, então, como atores sociais em nossa investigação os internautas que postam comentários nas redes sociais em análise. O mapeamento das relações que se dão entre os recursos linguísticos utilizados por estes atores e/ou grupo de atores sociais é feito levando-se em consideração a apreensão das vozes incutidas nos “memes”, sendo estes as falas dos participantes das interações de trocas comunicativas no ciberespaço. Acreditamos ser este um lugar propício para que formações ideológicas sejam construídas, reordenadas e, por vezes, transformadas – dando vida a novos “memes”.

Desse modo, tem-se que as formações ideológicas só se concretizam nas formações discursivas. “Assim como uma formação ideológica impõe o que pensar, uma formação discursiva determina o que dizer. Há, numa formação social, tantas formações discursivas quantas forem as formações ideológicas” (FIORIN, 1998, p.32).

Para o desenvolvimento da investigação em si, levantou-se um *corpus* para análise composto por um fragmento textual veiculado como “meme” em redes sociais, o qual foi extraído da fala de Carlos Nascimento, âncora do Jornal do SBT, exibido na reportagem de abertura do principal telejornal da emissora no dia 19 de janeiro de 2012. Nesse o jornalista dá sua opinião sobre os assuntos mais comentados pelas mídias na respectiva semana. O vídeo ganhou destaque em redes sociais, deixando o comentário de Carlos

Nascimento entre os assuntos mais comentados no *Facebook* e no *Twitter* em território nacional após um trecho significativo de sua fala ter sido compartilhado por diversos usuários seguidos de comentários a favor e contra. Ressalta-se que a reportagem aqui referenciada foi extraída de um vídeo postado no *Youtube* (*Luiza já voltou do Canadá. E nós já fomos mais inteligentes. E o estupro de BBB*, enviado em 20/01/2012) um dia após a exibição televisiva do noticiário. Em seguida, optou-se por transcrever o texto apresentado em formato audiovisual. É necessário lembrar que muitos outros vídeos semelhantes podem ser também encontrados no mesmo espaço virtual. Ainda compõem o *corpus* em questão as falas de usuários digitais que postaram comentários no *Facebook* e no espaço de postagens de comentários do próprio vídeo no *YouTube* corroborando as opiniões expressas pelo apresentador ou refutando-as.

Por fim, busca-se mostrar, com este trabalho, que o uso de componentes mêmicos em redes sociais propicia relações sociais democráticas na Internet, revelando formas de interação e construção de sentidos que são permeadas por práticas sociais que dão voz às representações ideológicas de personagens do mundo real fomentando diversas discussões no ciberespaço.

Os “memes”

[...] a misteriosa habilidade dos seres humanos para imitar, e assim transmitir memes, é o que nos torna distintos de outras espécies [...]².

Ao digitarmos o termo “meme” no espaço de busca do Google, são encontrados milhares de resultados³. Porém, poucos são os trabalhos acadêmicos voltados para essa temática. A grande verdade é que qualquer nativo digital, ou, ainda, um aplicado aprendiz de navegante em ondas virtuais, na maioria das vezes, diria ter ouvido falar dos “memes” ou ter lido algum comentário sobre eles. Caso fossem interpelados a explicar o que são “memes”, fatalmente diriam: “aquelas carinhas que aparecem no *Facebook*”. Ou ainda, “aqueles vídeos que são compartilhados na Internet”. Brevemente, podemos dizer que no ciberespaço os “memes” têm a ver principalmente com comentários, postagens de fotos, vídeos, paródias que são comumente relacionados a notícias do cotidiano provenientes em grande parte de outros canais midiáticos, sendo estes a televisão, os jornais impressos e o rádio.

A origem do termo e a Memética

O termo “meme” é um neologismo cunhado pelo zoólogo Richard Dawkins em seu livro *The Selfish Gene* (1976). Desde então, esse livro tem servido como fonte

² (tradução nossa, grifo nosso, BLACKMORE, 2000, p. 65).

³ Consulta feita em 14 de julho de 2012 através do buscador do Google.

básica de pesquisa, tendo sido citado em algumas produções de cunho acadêmico-científico no que tange a estudos relacionados à *Memética*. Essa palavra, por sua vez, é utilizada para se referir ao estudo formal dos “memes” – ciência que, de acordo com Castelfranchi (2001, p.21), precisa de um modelo cognitivo, visto que “para se compreender a evolução cultural é necessário identificar os princípios cognitivos do sucesso ou seleção dos memes dentro das mentes” [tradução nossa]. Com o intuito de melhor compreendermos o conceito de “meme” empregado ao longo deste trabalho, observemos as proposições a seguir:

Exemplos de memes são melodias, ideias, *slogans*, as modas no vestuário, as maneiras de fazer potes ou de construir arcos. Tal como os genes se propagam no *pool* gênico saltando de corpo para corpo através dos espermatozoides ou dos óvulos, os memes também se propagam no *pool* de memes saltando de cérebro para cérebro (grifo do autor, DAWKINS, 2007, p.330).

Um meme é uma ideia, comportamento, estilo ou uso que se espalha de pessoa para pessoa dentro de uma cultura (tradução nossa, BLACKMORE, 2000, p.65).

Um meme é uma expressão cultural que é passada adiante de uma pessoa ou grupo para outra pessoa ou grupo (tradução nossa, GUNDERS; BROWN, 2010, p.4).

Após analisar as explicitações acima, verifica-se que o cerne conceitual de “meme” recai sobre a “transmissão”. A maneira como os “memes” são transmitidos, segundo Dawkins, pode ser chamada de imitação. Em sentido amplo, “é o processo pelo qual os memes *podem* se replicar” (grifo do autor, Ibidem, p.332). Vale ressaltar que a palavra “meme” foi cunhada a partir da raiz Grega “Mimeme” que significa algo que pode ser copiado. Dawkins resolveu reduzi-la para “meme”, pois ele afirmava estar em busca de uma palavra mais curta que soasse mais ou menos como “gene”, visto que o “meme” é o “gene da cultura”. Longe de ser um livro sobre aspecto cultural, pode-se dizer que *O Gene Egoísta* (1976) foi uma tentativa de explicar a evolução genética para um público geral.

A ideia de “meme” proposta por Dawkins é análoga ao gene. Segundo Dawkins (2007):

A maior parte daquilo que o homem tem de pouco usual pode ser resumida numa palavra: “cultura”. A transmissão cultural é análoga à transmissão genética, no sentido de que, apesar de ser essencialmente conservadora, pode dar origem a uma forma de evolução (DAWKINS, 2007, p.325).

Sendo assim, é possível afirmar que os “memes” nos utilizam para evoluírem e sobreviverem. Dessa maneira, nós nos tornamos meros hospedeiros das ideias que saltam de cérebro para cérebro as quais estão em constante processo de recombinação e transformação na tentativa de sobrevivência.

Embora Dawkins tenha utilizado o termo imitação para se referir ao modo como os componentes mêmicos são transmitidos, foi com Susan Blackmore, em *The Meme Machine* (1999), que o termo ganhou um tom explicativo mais apropriado. De acordo com Blackmore (1999),

quando você imita alguma outra pessoa, algo é passado adiante. Este ‘algo’ pode então ser passado adiante novamente, e de novo, e assim ganhar vida própria. Podemos chamar esta coisa uma ideia, uma instrução, um comportamento, uma informação... mas se nós vamos estudá-la precisamos dar a ela um nome. Felizmente, há um nome. É o ‘meme’ (tradução nossa; aspas do autor, BLACKMORE, 1999, p.4).

Ainda no que concerne ao uso do termo imitação proposto por Dawkins (2007), Susan Blackmore (tradução nossa, 1999, p.6) desenvolve o seguinte raciocínio:

Dawkins disse que os memes saltam de ‘cérebro para cérebro via um processo que, em sentido amplo, pode ser chamado imitação’ (1976, p.192). Eu também usarei o termo ‘imitação’ em sentido amplo. Então se, por exemplo, um amigo conta a você uma história e você se lembra da essência e a passa adiante para alguém então isso conta como imitação. Você não imitou todo o gesto e toda palavra de seu amigo, mas alguma coisa (a ideia geral da história) foi copiada dele para você e então para mais alguém (tradução nossa; aspas do autor).

Percebe-se claramente que as considerações de Susan Blackmore vão ao encontro das concepções postuladas por Dawkins (2007). Quanto ao papel desempenhado pelos seres humanos junto aos “memes”, Blackmore (2000) afirma que,

pensar memeticamente ocasiona uma nova visão de mundo, uma que, quando você a “aprende”, transforma tudo. Do ponto de vista do meme, todo ser humano é uma máquina para fazer mais memes – um veículo para propagação, uma oportunidade para replicação e um recurso para competir por. Nós nem somos escravos de nossos genes nem agentes racionais livres criadores de cultura, arte, ciência e tecnologia para nossa própria felicidade. Em vez disso, nós somos parte de um vasto processo evolucionário no qual os memes são os replicadores evoluindo e nós somos as máquinas de memes (tradução nossa; aspas do autor, BLACKMORE, 2000, p.66).

É neste ponto que faz sentido o título do livro *The Meme Machine*. Assim, pode-se pontuar que os “memes” desempenham importante papel enquanto força poderosa que molda nossa evolução cultural através de ideias copiadas de indivíduo para indivíduo pela imitação. Por outro lado, o homem, na figura do cérebro humano, atua apenas como hospedeiro – máquina de “memes” na medida em que eles se utilizam de nossos

cérebros enquanto ambiente depositório favorável à evolução destes.

No que tange ao conceito de “replicador”, podemos dizer que os “memes”, durante a transmissão, estão sujeitos “à mutação e à mistura contínuas” (DAWKINS, 2007, p.334). Diante dessa perspectiva, Blackmore (2000) afirma que os “memes” são verdadeiros replicadores, pois apresentam todas as três principais propriedades para tal – replicação, variação, seleção. Vale lembrar que a evolução dos “memes” não ocorre segundo os interesses dos indivíduos que os carregam (máquinas de “memes”), mas apenas de acordo com o exclusivo interesse dos próprios replicadores. Por essa razão, assim como os genes, os “memes” são descritos como “egoístas”. São egoístas no sentido de que nos utilizarão para que possam ser copiados, sem que haja interesse sobre que efeitos terão sobre seus hospedeiros – só serão transmitidos se possível e conveniente for.

Os textos mêmicos e a Internet

A maioria dos componentes mêmicos veiculados na Internet apresenta-se sob a forma de fragmentos textuais, cabendo neste trabalho referenciá-los como textos mêmicos. Enquanto textos, estes atuam como meio de comunicação e transmissão de conhecimento. Ao serem mêmicos, evidencia-se o caráter replicador destes componentes que são passados de indivíduo para indivíduo em ambiente virtual por questões de filiação e adesão aos sentidos expressos pelo conteúdo dos “memes” – ou seja, as formações ideológicas presentes nas formações discursivas destes fragmentos. Fato é que a Internet possibilita a cooperação mútua, a construção coletiva de conhecimento, fomentando os debates e ampliando, assim, o campo de evolução dos “memes”. Os textos mêmicos carregam em si mensagens que são decodificadas pelos cérebros receptores, analisadas, interpretadas, adotadas e, por vezes, replicadas, tal que, ao se familiarizarem com a linguagem contida no componente a ser replicado, estarão dialogando de certa maneira com o criador do “meme”, ou mesmo com os partícipes das mesmas interações de transmissão de ideias. É a linguagem enquanto fenômeno social, como prática de atuação interativa. Assim, cabe-nos considerar o texto não apenas como um “dado” linguístico (com suas marcas, organização etc.), mas como “fato” discursivo (ORLANDI, 1998, p.69).

Verifica-se, assim, uma socialização das crenças, das concepções ideológicas através da interação proporcionada pela conexão que se estabelece na Grande Rede. Como bem salienta Irandé Antunes (2009, p.49), “usar a linguagem é uma forma de agir socialmente, de interagir com os outros, e o de que essas coisas somente acontecem em textos”.

E quanto ao papel da Internet na replicação dos “memes”? Por que razão o termo “meme” se tornou tão popular no ambiente virtual? Ora, a tecnologia pode também ser usada para criar “memes”. A Internet pode ajudá-los a moverem-se mais rapidamente

e até mesmo criar novos “memes” com mais velocidade. Nessa perspectiva, o cérebro humano se torna o ambiente ideal necessário aos processos de adoção e replicação através da mediação de ferramentas digitais. Por outro lado, a Internet, os livros, revistas etc. seriam as próprias ferramentas, os veículos intermediários utilizados pelos “memes” com o intuito de estabelecer uma comunicação com o mundo, tal que sejam capazes de produzir cópias de si mesmos em outros cérebros.

Pode-se dizer que a Internet tem revolucionado o modo como os indivíduos interagem, aprendem e se adaptam. Em outras palavras, a Internet tem modificado ainda mais a forma rápida como os “memes” se recombinaem, transformam-se e se espalham. Como afirma Lévy (1999, p.81), “a possibilidade de reapropriação e de recombinação material da mensagem por seu receptor é um parâmetro fundamental para avaliar o grau de interatividade do produto.”. Sendo assim, quanto maiores as chances de interatividade, maiores serão as transformações sofridas pelos “memes” replicados, o que nos remete a uma das três propriedades de componentes mêmicos mencionadas anteriormente, qual seja: variação.

Segundo Gunders & Brown (tradução nossa, aspas dos autores, 2011, p.21), “a maior mudança desde que Dawkins cunhou o termo “meme” tem sido o crescimento da Internet”. Ainda segundo os autores em questão, a Internet dá condições para que os “memes” sejam passados adiante mais rapidamente do que qualquer outro veículo seria capaz de fazê-lo virtualmente antes da existência da Grande Rede. Em resumo, a Internet permite distribuir informações a múltiplos pares, tem uma variedade de formatos de entrega de mensagens (texto, vídeo e áudio), possibilita que o transmissor de um “meme” mantenha-se virtualmente anônimo ou torne-se famoso da noite para o dia, e, finalmente, assegura a sobrevivência dos “memes” mais fortes⁴.

O jogo do curtir e do compartilhar: a replicação dos “memes”

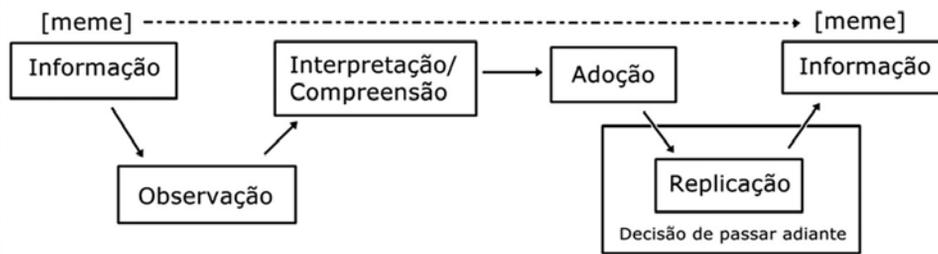
Nas redes sociais há duas maneiras distintas, porém bastante comuns, de se manter a interação entre os usuários que navegam no ciberespaço. Estas se apresentam sob a forma dos botões *like* (“curtir”) e *share* (“compartilhar”). Esses botões permitem aprovar e fazer o compartilhamento de conteúdo entre os participantes de interações virtuais na Grande Rede, respectivamente. Embora sejam práticas bastante comuns entre os nativos digitais, ainda há dúvidas quanto à diferença existente entre essas ferramentas. Ao utilizar o “curtir”, o usuário publicará em seu mural apenas informando que gostou de um determinado conteúdo (foto, vídeo, poema etc.) ou quaisquer outras informações disponíveis na *Web*. O ato de “curtir” remete a *status*. Sendo assim, caso um *site* tenha um número considerável de aprovação no contador este passará mais

⁴ Os “memes” mais fortes são aqueles cuja longevidade e a fecundidade são maiores. Sabe-se que quanto mais tempo o “meme” sobreviver, maiores serão suas chances de replicar-se. No que concerne à fecundidade, identifica-se como sendo a capacidade de espalhamento (propagação) de componentes mêmicos.

credibilidade aos usuários. Em contrapartida, o botão “compartilhar” permite ao usuário enviar conteúdo para outros usuários. Essa ferramenta é bastante seletiva, podendo ser usada para compartilhar conteúdos com todos os amigos virtuais, publicar no mural de um seletivo grupo de amigos ou ainda enviar material por *e-mail*. Vale ressaltar que ao fazermos uso dessa ferramenta, seja a partir de um botão no *site* de origem seja dentro do próprio *Facebook*, o ambiente virtual oferece um espaço para adicionar algum comentário pessoal, exibindo a fonte de origem e ganhando, assim, maior destaque nas atualizações dos parceiros de atividades em rede. Nessa perspectiva, ao clicar no ícone “curtir”, o interlocutor encontra na voz do outro um ponto em comum, pois é na fala do outro que a construção dos sentidos de sua própria fala faz sentido. É o dizer do outro que dá sentido ao seu próprio dizer, caracterizando, assim, um atravessamento de discursos.

O jogo que se estabelece a partir do uso dessas ferramentas demonstra que os usuários, em interação em rede, adotam uma prática discursiva que vai ao encontro das concepções ideológicas de cada participante dessas relações interativas. Contudo, para que uma informação concretize-se enquanto um “meme”, é preciso que sejam seguidos os passos representados no processo de replicação de “memes”, como mostra a figura 1:

Figura 1: Representação do processo de replicação de um “meme”



Fonte: Adaptado do modelo básico de replicação em agentes cognitivos por Castelfranchi (2001, p. 4)

Quando um usuário faz uso do botão “curtir”, este, primeiramente, observa o fragmento textual em análise, interpreta-o/compreende-o e, então, estabelece seus próprios motivos e razões para transmitir tal informação. Isso requer adotar uma filosofia e passá-la adiante – é o momento em que o “meme” está se instalando em um novo cérebro para em seguida ser transmitido a outro (Fig. 1). Nota-se que, no que concerne ao “adotar” (adesão a uma dada formação ideológica), o usuário (emissor) pode optar por transmitir uma cópia com certo grau de fidelidade ao conteúdo inicial, ou replicar um conteúdo informativo com variação acidental ou adaptada. No caso das postagens nas quais os internautas podem inserir comentários, automaticamente, dar-se-á uma contribuição a mais para a compreensão da mensagem transmitida. É como quando se recebe um *e-mail* com uma imagem qualquer seguida de linguagem verbal contendo a

seguinte frase: *Preserve a natureza!* O receptor do *e-mail* em questão pode simplesmente analisar o texto recebido e decidir compartilhá-lo com seus amigos sem fazer qualquer comentário acerca da mensagem que lhe foi enviada – apenas encaminhá-lo, ou digitar na caixa de texto de *e-mail* algumas linhas sobre suas impressões ao ter lido a mensagem. Muitas vezes essa prática tende a nortear o processo de interpretação e compreensão da informação inicial, acarretando uma variação quanto ao conteúdo recebido em primeira instância. Caso esse hábito repita-se com os receptores seguintes, as chances de variação serão altas, porém com uma reduzida fidelidade ao original. Nesse caso, pode ser evidenciado o surgimento de “memes” *metamórficos* ou *miméticos*.

Segundo Recuero (2007, p.24-25), os *metamórficos* pertencem a uma categoria que “compreende memes que são totalmente alterados e reinterpretados enquanto passados adiante. São, assim, memes com alto poder de *mutação* e *recombinação*” (grifo do autor, HEYLIGHEN, 1994 apud RECUERO, 2007, p.24). Por outro lado, os *miméticos* “possuem características ainda diferenciadas. Apesar de sofrerem mutações e recombinações, sua estrutura permanece a mesma e são facilmente referenciáveis como *imitações*” (grifo do autor, id. loc. cit.).

Analizando formações discursivas materializadas sob a forma de textos mêmicos no ciberespaço

[...] a voz de cada um de nós é, na verdade, *um coro de vozes*.
[...] Vozes que pressupõem papéis sociais de quem as emite; que expressam visões, concepções, crenças, verdades e ideologias. Vozes, portanto, que, partindo das pessoas em interação, significam expressão de suas visões de mundo e, ao mesmo tempo, criação dessas mesmas visões (grifo do autor, ANTUNES, op. cit., p. 23).

Os pressupostos teórico-metodológicos da Análise de Discurso Crítica (ADC) nos dão suporte necessário para investigar as vozes do mundo real proferidas em ambiente virtual materializadas em textos mêmicos. Nesse aspecto, devemos recorrer aos textos, visto que é a partir deste todo enunciativo que se concretiza o discurso, entendendo-se, neste trabalho, como texto, portanto, toda manifestação discursiva escrita ou falada veiculada sob a forma de “memes” em redes sociais.

Tomando-se a linguagem como prática social e ideológica, é possível fazer a identificação e o mapeamento de relações existentes entre os aspectos linguísticos, presentes nos textos, utilizados por atores sociais, e os aspectos da rede de práticas, na qual a interação discursiva está inserida (RESENDE; RAMALHO, 2011), o que corrobora a relevância de se apropriar dos textos para investigações em Análise do Discurso Crítica, visto que as “representações ideológicas podem ser identificadas nos textos” (FAIRCLOUGH, 2001b, p.118; 2003, p.9). Ainda segundo Fairclough (2001b, p.91), tem-se que

o discurso contribui para a construção de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o

restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhe são subjacentes. O discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo o mundo em significado.

Consciente de que “aquilo que o sujeito diz se inscreve em uma formação discursiva” (ORLANDI, 1998, p.43), cabem-nos ainda as considerações de Fiorin (1998, p.33), quando diz que “as ideias e, por conseguinte, os discursos são expressão da vida real. A realidade exprime-se pelos discursos.”. Assim, ao considerarmos as formações discursivas proferidas em ambiente virtual, no entanto, advindos de indivíduos do mundo real, devemos, pois, levar em conta os atores sociais responsáveis pela produção destes, o contexto no qual estes foram produzidos e as implicaturas das ideologias veiculadas por esses discursos.

Os aparatos teóricos supracitados serão utilizados a fim de investigar como se constituem as formações ideológicas manifestadas no discurso do jornalista Carlos Nascimento durante a reportagem de abertura do Jornal do SBT exibida em 19 de janeiro de 2012, e as implicações advindas da propagação desse fragmento textual enquanto “meme” em redes sociais, em especial *Facebook* e *YouTube*.

Sabe-se que qualquer informação pode vir a ganhar proporções incalculáveis quando divulgada na internet, pois através da Grande Rede “memes” se espalham e se modificam rapidamente. Assim, o âncora de telejornal, Carlos Nascimento, ao opinar acerca de dois dos assuntos mais comentados na mídia na semana na qual a respectiva reportagem foi ao ar, abriu precedente para ter seu nome também entre os tópicos mais comentados daquela semana – tornando-se também um componente mêmico. Fato é que o formato jornalístico no qual o apresentador de telejornal transgride a instância da objetividade em busca de uma subjetividade que tende a aproximá-lo do telespectador, convidando-o a participar do ato informativo, estabelece um diálogo estreito entre ambos, visto que se cria maior afinidade entre os partícipes desta interação. Nesse caso, não há um distanciamento entre o enunciador que passa a informação e o receptor desta. Ao opinar, o âncora se filia propriamente ao discurso proferido, e o resultado desta interação manifesta-se sob a forma de transação.

O objeto que aqui é foco de nossa atenção é proveniente de uma informação veiculada na mídia televisiva, e como tal apresenta características próprias. Cabe-nos, nessa análise, então, fazer uso de alguns apontamentos do professor Patrick Charaudeau, autor de vários livros em *Análise do Discurso* (de linha francesa) e diretor-fundador do Centro de Análise do Discurso (CAD). Charaudeau destrincha, em seu livro *Discurso das Mídias*, a complexa máquina midiática ao descrever e analisar as restrições, as especificidades de cada gênero, os modos de organização e as estratégias de encenação em funcionamento no discurso da informação. Como bem salienta esse autor (2012, p.41),

o ato de informar participa desse processo de transação, fazendo circular entre os parceiros um objeto de saber que, em princípio,

um possui e o outro não, estando um deles encarregado de transmitir e o outro de receber, compreender, interpretar, sofrendo ao mesmo tempo uma modificação com relação a seu estado inicial de conhecimento.

Tomando-se como referência o caráter memético, a modificação de que trata Charaudeau (2012) vai ao encontro do apontamento feito por Dawkins (2007, p.334) no que concerne à *mutação* quando da transmissão de um “meme”. Quando uma informação é passada adiante, há certa modificação – que se concretiza no cérebro humano (máquinas de “memes”) – em relação à mensagem inicial.

Faz-se relevante também considerar o alto grau de confiabilidade dada a qualquer informação noticiada por Carlos Nascimento, jornalista premiado, que se consagrou por ter trabalhado em coberturas jornalísticas marcantes, notadamente na década de 2000, quando comandou, ao vivo e para todo o país, a transmissão na TV Globo dos ataques terroristas de 11 de Setembro e da captura de Saddam Hussein, sendo reconhecidamente referenciado como um dos melhores âncoras da televisão brasileira. Dessa maneira, o enunciador em questão é um informador com notoriedade. Nesse aspecto, Charaudeau (grifo do autor, 2012, p.52) afirma que

o crédito que se pode dar a uma informação depende tanto da *posição social* do informador, do *papel* que ele desempenha na situação de troca, de sua *representatividade* para com o grupo de que é porta-voz, quanto do *grau de engajamento* que manifesta com relação à informação transmitida [...].

O texto mêmico a ser analisado faz referência a dois outros componentes mêmicos: “Luíza” e o caso do possível estupro ocorrido no BBB12. Porém, o último já vinha ganhando pouco destaque na mídia – destacando-se o baixo grau de sobrevivência deste que foi sucumbido pelo avassalador poder de replicação do “meme” *Luiza que está no Canadá*. Luíza Rabello, que teve seu nome nacionalmente conhecido depois que o comercial com seu pai (Gerardo Rabello) foi destaque na *Web*, virou uma celebridade instantânea na mídia virtual e televisiva. Na propaganda, o conhecido colunista social paraibano diz que sua família está toda reunida, menos “Luiza que está no Canadá”.

Observemos a transcrição da reportagem de abertura do Jornal do SBT de 19 de janeiro de 2012:

Carlos Nascimento (CN): Boa noite!

Cynthia Benini (CB): Boa noite!

CN: Olha, ou os problemas brasileiros estão todos resolvidos, ou nós nos tornamos perfeitos idiotas. Porque não é possível que dois assuntos tão fúteis possam chamar a atenção do país inteiro. Primeiro um programa de televisão em que se discute um estupro, que por si só já é um absurdo, negado pelos dois protagonistas. Segundo uma pessoa que ninguém conhece vira uma celebridade na mídia somente porque

o nome apareceu milhões de vezes na internet. Luíza já voltou do Canadá. E nós já fomos mais inteligentes!

CB: E falando nela, Luíza Rabello – a filha de um colonista social da Paraíba – ficou conhecida no Brasil inteiro depois que o pai acertou em um comercial de imóveis.

CN: Aos dezessete anos, o fato é que nem ela sabe explicar o porquê dessa fama repentina.

[narração] voz de Carlos Nascimento: O colonista Gerardo Rabello conhecido em João Pessoa foi convidado a fazer um comercial de apartamentos que custam até um milhão e duzentos mil reais. Para isso reuniu a família quase inteira.

trecho do comercial – Gerardo Rabello falando: [...] e é por isso que eu fiz questão de reunir toda minha família, menos Luíza que está no Canadá. [...]

É interessante observar que a pauta da reportagem de abertura do telejornal, enquanto critica a popularidade de componentes mêmicos, acaba contrariando os fatos narrados, já que o próprio telejornal está dedicando parte de seu noticiário para falar dos “memes”. Este aspecto relaciona-se ao momento vivido pelo jornalismo que sofre influências de fatos que surgem nas redes sociais e acabam virando notícia, pois “antecipar informações não é o único ponto no qual as redes sociais interferem na produção jornalística” (FARIA, 2012, p.8). Como bem salienta Gabriela Zago na reportagem da revista *Forum Outro Mundo em Debate, A explosão de vozes do jornalismo,*

redes sociais como o Twitter conseguem dar visibilidade a assuntos que passam a ter destaque quando chegam, por exemplo, aos Trending Topics (TTs) [*temas mais comentados do microblogue*], já que, para alguns temas chegarem aos TTs, é preciso muita mobilização e se exige um grande esforço (grifo do autor apud FARIA, 2012, p.8).

O fragmento que ganhou, de fato, destaque na Internet, sendo propagado nas redes sociais será detalhado posteriormente. Neste percebe-se claramente uma formação discursiva de postura crítico-reflexiva. Carlos Nascimento expressa opinião com tom de indignação e repúdio à importância dada pela mídia a fatos considerados banais, de acordo com sua fala. Para facilitar a análise, os períodos do fragmento foram divididos e marcados com as siglas [a], [b], [c], [d], [e] e [f], respectivamente.

Nota-se que o enunciador apela para o uso do pronome pessoal do caso reto *nós* – [a] e [f] – como forma de incluir o receptor da mensagem em sua voz, criando um laço de afinidade entre as partes, persuadindo sobre o poder de aceitação da mensagem junto ao telespectador. O mesmo recurso pode ser verificado no uso do sintagma *país inteiro* – [b] – e das construções verbais *tornamos* e *fomos* – [a] e [f]. Não só é expresso o grau de engajamento do informador, mas também o receptor é conclamado a comprometer-se com o valor de verdade da informação dada. Esta é uma maneira de persuadir sobre a formação ideológica dos interlocutores, contrariando o que postula Charaudeau (2012,

p.58) quando afirma que, “na verdade, somente o receptor está em posição de julgar o teor de uma informação, restando ao emissor tão somente fazer uma aposta sobre sua validade (e não sobre seu valor)”.

Observemos o trecho a seguir:

CN: [a] Olha, ou os problemas brasileiros estão todos resolvidos, ou nós nos tornamos perfeitos idiotas. [b] Porque não é possível que dois assuntos tão fúteis possam chamar a atenção do país inteiro. [c] Primeiro um programa de televisão em que se discute um estupro, que por si só já é um absurdo, negado pelos dois protagonistas. [d] Segundo uma pessoa que ninguém conhece vira uma celebridade na mídia somente porque o nome apareceu milhões de vezes na internet. [e] Luíza já voltou do Canadá. [f] E nós já fomos mais inteligentes!

Após analisar o trecho acima, ainda podemos pontuar como recursos de modalização o uso da expressão *não é possível* – [b] – cuja entonação concede um maior grau de validação ao caráter de indignação, e o sintagma *por si só* – [c] – que visa enfatizar o grau de importância dado ao episódio do estupro pela mídia quando na verdade o mesmo foi negado pelos principais envolvidos ao serem interpelados pelo caso, não sendo configurado, assim, o crime de abuso sexual.

No que diz respeito à propagação desse fragmento enquanto “meme”, evidenciou-se que a adoção da informação seguida de replicação, implicou inúmeras postagens em redes sociais seguidas de comentários concordando com os apontamentos de Carlos Nascimento, refutando-os e criticando o próprio apresentador, exaltando o poder de manipulação da mídia televisiva pela disputa hegemônica etc. Os comentários⁵ dos internautas [i], *a priori* espontâneos, visam a endossar a crítica incutida na informação:

[i1]: Um milhão de joinhas para o Carlos Nascimento!!!! ele sim e inteligente, sabe muito bem o q fala.

[i2]: O Carlos Nascimento, na minha opinião, falou uma grande verdade. Não é possível que o Brasil chegue ao ponto de endeusar uma adolescente por causa de uma propaganda feita pelo pai dela... Isso é um verdadeiro absurdo... Sem contar este caso de “estupro” [...].

[i3]: ele tá certíssimo e eu não sei o q tá se passando na cabeça dos brasileiros pra dar tanta audiência pra essas coisas...

[i4]: apoio o carlos nascimento nós realmente já fomos mais inteligentes!!!!

[i5]: Esses comentários medilcres de que a Luíza está no Canadá é uma falta do que fazer, falta de assunto, falta de raciocínio! Quanta hipocrisia da sociedade! Realmente Carlos Nascimento, nós já fomos mais inteligentes!

[i6]: É verdade já fomos mais inteligentes. Assino em baixo, infelizmente a futilidade impera em nosso país.

⁵ Os comentários extraídos do Facebook (20/01/2012) e de postagens no YouTube (20/01 a 15/06/2012) foram transcritos na íntegra, preservando, assim, a autenticidade das falas dos internautas que terão suas identidades também preservadas, sendo referenciados neste trabalho como [i1], [i2], [i3] etc.

As postagens acima mostram que os internautas adotaram a crítica de modo que não buscaram expandi-la a níveis de raciocínio mais elaborados, com utilização de senso crítico, a fim de ampliar a visão que estes têm das relações de poder e manipulação midiática engendradas no discurso de Carlos Nascimento. Fato é que o apresentador utiliza dois assuntos que estão diretamente ligados à disputa por audiência na televisão brasileira. No mesmo dia em que o Jornal do SBT apresentou esta pauta no noticiário do principal telejornal da casa, a rede Globo de Televisão, emissora na qual Carlos Nascimento ganhou fama, apresentou no Jornal Hoje uma reportagem sobre a Luíza Rabello que acabara de chegar do Canadá. A adolescente visitou os estúdios da Rede Globo, tirou fotos com celebridades da emissora e ainda apareceu no ar posando para fotos ao lado do âncora do JH, Evaristo Costa. Além disso, o caso do estupro foi motivo de críticas à Rede Globo de Televisão, acusada na época de ter permitido que um dos participantes aparecesse no ar (canal fechado – *pay per view*) abusando sexualmente de uma das participantes do BBB12. A expressão “um programa de televisão” – [c] – faz alusão à TV Globo. Nesse aspecto, salientamos o *poder velado* que, de acordo com Fairclough (2001a, p.41), está intrinsecamente representado no discurso das mídias de massa cuja natureza das relações de poder nem sempre são claras. Desse modo, podemos inferir que Carlos Nascimento atua como veículo de um organismo especializado – estando a serviço da emissora da qual ele faz parte, o que requer dar voz às práticas ideológicas que vão ao encontro dos interesses da empresa. Assim, “trata-se de um organismo que se define também através de uma lógica comercial [...] em situação de concorrência com relação a outras empresas com a mesma finalidade. Por essa lógica, cada uma delas procura “captar” uma grande parte, se não a maior parte, do público” (aspas do autor, CHARAUDEAU, 2012, p.58-59).

Apreende-se, portanto, que a ideologia é, por natureza, hegemônica, no sentido de que ela necessariamente serve para estabelecer e sustentar relações de dominação e, por isso, serve para reproduzir a ordem social que favorece indivíduos e grupos dominantes (RESENDE; RAMALHO, 2012, p.49).

Os *posts* de comentários seguintes evidenciam o fato de que o discurso do apresentador vincula-se à competição existente entre as redes de televisão (SBT e GLOBO) pela disputa de poder, materializado na obtenção de números consideráveis de audiência:

[i7]: *Meme de internet incomodando o SBT... Cara, vão se ocupar de outra notícia. Fica aí essa briguinha Globo X SBT incomodando... Deixa a Luíza em paz, coitada. [...]*

[i8]: *Isso aê é a dorzinha de não estar mais na Globo, chama-se “despeito”.*

Em contrapartida, há comentários que demonstram o senso crítico dos receptores que tentam levar a discussão para um nível de debate mais político e ideológico, como mostram as postagens abaixo:

[i9]: *É vida inteligente no ar, CARLOS NASCIMENTO vc é 10. Em um país com tanta gente desalojada por chuvas, corrupção, e ficam jogando na cara do povo essa besteira. Entretanto “é o que é” e querem que continue assim é muito comôdo “administrar” o país, pois esses assuntos predominam, qual é o nome do último ministro que roubou, desculpa, desviou milhões e depois “pediu” para se retirar do cargo e só. Todo mundo esqueceu menos o rombo no cofre público que está lá em BRASILIA.*

[i10]: *Carlos Nascimento existem muitos brasileiros inteligentes. O problema é que eles, os inteligentes não é dado o mesmo espaço, por isto não aparecem com facilidade na mídia, desta forma os que controlam o sistema ficam mais tranquilos, pois o povo brasileiro não recebendo informações sérias, não tem condições de formar opinião própria e mais criticas a respeito das mazelas existentes no Brasil.*

As opiniões expressas em [i9] dialogam com o trecho “ou os problemas brasileiros estão todos resolvidos” – [a]. O internauta aponta problemas que deveriam ganhar espaço na mídia, ao contrário de assuntos que não contribuem para o crescimento do país. Nesse caso, a questão recai sobre o fato de que “a informação pode despertar suspeita: informar poderia corresponder a uma estratégia de despistamento (fazer crer na importância de uma notícia para não abordar certos temas de discussão)” (CHARAUDEAU, 2012, p.51). Já em [i10] encontramos argumentos que evidenciam o papel de manipulação exercido pela mídia, em especial quando diz: “desta forma os que controlam o sistema ficam mais tranquilos”. Percebe-se, assim, que os “memes” desempenham importante papel no que concerne a fomentar discussões e levar a reflexão a ambientes virtuais, pois como nos alerta Lévy (com grifo no original, 2010, p.131), “*as comunidades virtuais exploram novas formas de opinião pública*”.

É interessante notar que, do ponto de vista da coerência, a postura da pauta apresentada na reportagem é contraditória. Observemos a seguinte transcrição:

[continuação da narração] voz de CN: *Depois de explicar a ausência da filha Luíza na propaganda, a menina ganhou fama nacional. Várias celebridades entraram na brincadeira...*

trecho de um show – cantor Lenini falando: *Rapaz, tá todo mundo aqui, cara.*

alvoroço na plateia

Lenini continua: Só não tá Luíza que tá no Canadá, NÉ?!

[narração] voz de CN: *A família decidiu aproveitar. Luíza voltou antes do previsto do intercâmbio para gravar a segunda propaganda dos apartamentos. Os construtores agradecem. Oito já foram vendidos.*

Luíza: Eu sou péssima! Minha voz é horrível, eu não sirvo pra atriz, não sirvo pra apresentadora, eu não sirvo pra nada. Vou estudar pra trabalhar.

José Neumann: É... pois é... é um episódio espetacular esse protagonizado pela bela adolescente paraibana, Luíza Rabello. Como

é que uma pessoa sai do completo anonimato para o brilho das estrelas, assim num relance, por causa de uma frase dita ali meio em falso pelo pai num anúncio. Esta é a demonstração do primado da instantânea celebridade... da força existente do brilho, fato do virtual sobre a produção. E demonstra claramente uma carência, uma necessidade, de graça, de humor, de sensibilidade na sociedade de consumo contemporâneo. José Neumann Pinto – direto ao assunto.

CN: Como eu disse lá no começo do Jornal, nós já fomos mais inteligentes!

Tem-se que a crítica que se estabelece está vinculada à dicotomia: critica-se aderindo – adere-se criticando. Sendo assim, ao mesmo tempo em que Carlos Nascimento introduz a pauta da reportagem fazendo uma crítica aos “memes”, considerados “temas fúteis”, o telejornal dedica em seguida um espaço a noticiar o objeto de crítica, como evidenciado nas postagens que seguem:

[i11]: O pior é que o SBT tbem destinou 2:51 minutos repercutindo o assunto!!!

[i12]: Eles falam maaaal e depois passa a materia :S#VaiEntender -'

[i13]: E no fim, o próprio Carlos Nascimento teve que se render ao poder da mídia. Ele mesmo teve que narrar a história de Luiza, que voltou do Canadá. E se ele fosse mais inteligente teria se negado a comentar novamente sobre Luiza, mas doeria no bolso, não é? [...]

[i14]: Critica e depois exhibe uma reportagem sobre o assunto. Que falta de coerência!

[i15]: EM PARTE ELE ESTÁ CERTO MAS ELE MESMO PERDEU O TEMPO DELE FAZENDO A LUIZA SER MAIS NOTÍCIA!!!! ELE JÁ FOI MAIS INTELIGENTE!!!!!!!

[i16]: não entendi nada, 2 min do jornal foi gasto com a besteira que ele mesmo disse no início.

[i17]: [...] Outra coisa que eu não entendo, é porquê o telejornal ao mesmo tempo critica isso, faz uma reportagem de mais de um minuto falando sobre essa idiotice.

[i18]: Não entendi... O cara critica, fala em inteligência, diz que nos tornamos idiotas e na sequência dá 2 minutos de editorial do principal jornal da casa para falar de Luiza. E o pior... a pauta é exatamente igual a de todos os outros telejornais...

Ora, a falta de coerência é rompida se compreendermos que a reportagem é o próprio “meme” a serviço de si mesmo. É a dinâmica da evolução de que trata a *Memética*. Enquanto produção jornalística, o telejornal cumpre o papel de levar ao público os temas mais comentados da semana que nem sempre são considerados como os mais importantes, como ressaltado no *post* do [i19]:

[i19]: Bom, eu acho q telejornal dá informações das notícias do momento e a tal “Luiza q voltou ou foi pro Canadá” é o assunto do momento. A função do telejornal é informar e assim eles fizeram. [...]

Os apontamentos feitos pelos internautas mostram mais uma vez o poder de manipulação, o papel do informador – na pessoa do âncora – a serviço do órgão empregador e a adesão a temas que surgem em redes sociais.

Além disso, a contrariedade apresentada põe em questionamento o papel do telejornalismo do SBT como veículo de credibilidade e comprometimento, questões que interferem na qualidade do serviço prestado. A dura crítica apresentada por Carlos Nascimento, inclusive ao fazer uso de termos depreciativos, ou mesmo agressivos, como o par semântico “perfeitos idiotas” – [a] – e “já fomos mais inteligentes” – [f], deram margem a críticas (postados no *Facebook* e no próprio *YouTube* – onde o vídeo foi publicado) por parte dos receptores ao formato do telejornal do SBT e à emissora na qual o mesmo é exibido, como se vê nas seguintes postagens:

[i20]: *É verdade Carlos Nascimento, nós já fomos mais inteligentes. É por isso que o Ratinho ainda tem programa, e a Praça é Nossa continua no ar. Nome disso é INVEJA! Audiência do SBT ta caindo e nem vocês sabem o que fazer para ganhá-la de volta.*

[i21]: *Absurdo dizer que um assunto – até engraçado – se torne assunto nacional? Absurdo maior, eu acho, é ser chamado de “menos inteligente” em rede nacional, concordar e sair compartilhando. Bem, facebook é pra isso, pra cada um expor o que acha....*

[i22]: *Deve ser muito triste não ser capaz de rir de uma piada boba, como a da Luiza, classifica-la como lixo, e ao mesmo tempo ter que trabalhar na emissora que passa Ratinho e Chaves. E pior ainda, é tentar dar uma de intelectual e moralista, coordenando um jornal que explora o sensacionalismo barato em busca de audiência. [...]*

[i23]: *Se o Carlos Nascimento fosse mais inteligente não diria isso em uma rede de televisão, Chama as pessoas de Completos idiotas, só por causa de uma bobagem não é nada Legal!*

[i24]: *Nem comento esse vídeo do Carlos Nascimento... Eu apenas acho que ele errou a frase, acho que ele quis dizer “O nosso JONAL já foi mais inteligente”. Mas pra que NE, pra que noticiar, pra que dar informações úteis à população para que ela forme opinião?!!*

Ajudado pela força exercida pelas redes sociais, o trecho da reportagem analisado, ou mesmo o vídeo completo da reportagem, espalhou-se pela Internet rapidamente, ganhando status, sendo compartilhado e comentado. Segundo Gunders & Brown (tradução nossa, 2010, p.42), “o YouTube permite a transmissão de ideias quase que de modo instantâneo”. Além disso, os autores em questão pontuam que

o Youtube expande a transformação do meme por si só. Os vídeos no YouTube são ranqueados através de um sistema de cinco estrelas, mas os comentários dos usuários são postados abaixo do próprio vídeo. Quaisquer ideias expressas no vídeo são discutidas, debatidas, e em muitos casos, transformadas – assim como qualquer meme o é ao ser passado adiante de pessoa para pessoa (tradução nossa, GUNDERS; BROWN, 2010, p.42).

Na Figura 2, tem-se um exemplo da transformação sofrida por um “meme” ao longo do processo de replicação. Este também circulou pelas redes sociais. Nesse caso, podemos classificá-lo, segundo a taxonomia de Recuero (2007, p.25), como *mimético*. Os *miméticos* são “memes” que sofreram mutações e recombinações, mas a estrutura destes permanece a mesma, sendo facilmente referenciáveis como imitações.

Figura 2: Carlos Nascimento e Luiza no Canadá



Fonte: Marcelo Graphics (21/01/2012)

Contribuem para com a fundação de um juízo de valor acerca da mensagem expressa na figura 2 comentários como os dos internautas abaixo:

[i25]: Nascimento é tão inteligente que termina esse mesmo jornal dizendo: “Assistam agora ao Programa do Ratinho!!!!” Seria essa a inteligência de que ele fala? um ícone da cultura nacional... ? É brincadeira, Luiza ainda está no Canadá, é mais original do que esse Programa que sobrevive da desgraça dos outros.

[i26]: Nós já fomos mais inteligentes, né SBT? “Passarinho quer dançar, o rabinho balançar porque acaba de nascer, tchu tchu tchu tchu...”

Considerações Finais

A *Memética* abre espaço para um campo profícuo de análises e estudos acadêmicos diversos. Partindo da concepção de “memes”, buscou-se, com este artigo,

não só contribuir para com novos trabalhos de pesquisa sobre componentes mêmicos, mas também vincular esta temática ao ramo da Análise de Discurso Crítica (ADC) – cujos aparatos teórico-metodológicos propõem analisar a linguagem como prática social e ideológica. É através do discurso que as formações ideológicas podem ser investigadas e, para tanto, faz-se uso de textos – visto que estes são a materialização do evento discursivo. Assim, constituíram *corpus* deste trabalho um fragmento textual veiculado como “meme” em redes sociais e as falas de usuários do *Facebook* e do *YouTube* que expressam comentários acerca do fragmento.

Percebeu-se que os textos mêmicos, quando veiculados na Internet, desempenham importante papel no que tange a propiciar relações sociais democráticas na Internet, revelando formas de interação e construção de sentidos permeados por práticas discursivas que dão voz as representações ideológicas de personagens do mundo real, fomentando, assim, diversas discussões e debates em busca de um processo, por vezes, crítico-reflexivo.

Portanto, verificou-se que as vozes incutidas nos “memes” encontram, nas falas dos participantes das interações de trocas comunicativas no ciberespaço – materializados na figura dos internautas –, um lugar propício para que formações ideológicas sejam construídas, reordenadas e, por vezes, transformadas – dando vida a novos “memes”.

Referências

ANTUNES, I. *Língua, texto e ensino: outra escola possível*. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

BLACKMORE, S. *The Meme Machine*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

_____. The Power of Memes. *Scientific American*, New York, v. 283, p. 64-73, October, 2000.

CASTELFRANCHI, C. Towards a Cognitive Memetics: Socio-Cognitive Mechanisms for Memes Selection and Spreading. *Journal of Memetics – Evolutionary Models of Information Transmission*, v.5, p. 1-21, 2001. Disponível em: <http://cfpm.org/jom-emit/2001/vol5/castelfranchi_c.html>. Acesso em 21/01/2012>. Acesso em: 2012.

CHARAUDEAU, P. *Discurso das Mídias*. Tradução Angela S. M. Corrêa. 2. ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2012.

DAWKINS, R. *O Gene Egoísta*. Tradução de Rejane Rubino. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

FAIRCLOUGH, N. *Language and Power*. London: Longman, 2001a.

_____. *Discurso e mudança social*. Tradução de Izabel Magalhães. Brasília: Editora UnB, 2001b.

_____. *Analysing Discourse: textual analysis for social research*. London: Routledge, 2003.

FARIA, G. A explosão de vozes do jornalismo. *Forum Outro Mundo em Debate*, São Paulo, junho de 2012, p. 8-10. Comunicação.

FIORIN, J. L. *Linguagem e Ideologia*. São Paulo: Ática, 1998.

GUNDERS, J.; BROWN, D. *The Complete Idiot's Guide to Memes*. New York: Alpha, 2010.

HEYLIGHEN, F. Memetics. In: RECUERO, R. C. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. Conexões nas Redes Midiáticas. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n. 32, p. 23-31, abr. 2007.

LÉVY, P. *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

ORLANDI, E. P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 1998.

RECUERO, R. C. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. Conexões nas Redes Midiáticas. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n. 32, p. 23-31, abr. 2007.

RESENDE, V. M.; RAMALHO, V. *Análise de discurso crítica*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

Artigo recebido em: 23 jan. 2013
Aceito para publicação em: 17 maio 2013