



Acta Scientiarum. Education

ISSN: 2178-5198

ISSN: 2178-5201

Editora da Universidade Estadual de Maringá - EDUEM

Oliveira, Kaio Eduardo de Jesus; Porto, Cristiane de Magalhães; Alves, André Luiz

Memes de redes sociais digitais enquanto objetos de  
aprendizagem na Ciberultura: da viralização à educação

Acta Scientiarum. Education, vol. 41, e42469, 2019  
Editora da Universidade Estadual de Maringá - EDUEM

DOI: <https://doi.org/10.4025/actascieduc.v41i1.42469>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=303360435005>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em [redalyc.org](http://redalyc.org)

EDUEM  
[redalyc.org](http://redalyc.org)

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa  
acesso aberto

# Memos de redes sociais digitais enquanto objetos de aprendizagem na Cibercultura: da viralização à educação

Kaio Eduardo de Jesus Oliveira\*, Cristiane de Magalhães Porto e André Luiz Alves

Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Tiradentes, Av. Murilo Dantas, 300, 49032-490, Aracaju, Sergipe, Brasil. \*Autor para correspondência. E-mail: kaioeduardojo@gmail.com

**RESUMO.** Em dezembro de 2012, o vídeo *Gangnam Style* tornou-se o primeiro videoclipe do *YouTube* a ser visto mais de um bilhão de vezes. Muitos de seus espectadores reconfiguraram a produção, criando e publicando suas próprias variações do vídeo e replicando o conteúdo por meio de redes sociais digitais. Dessa forma, cada espectador demonstrou a sua potência criativa e a sua capacidade de autoria visual, articulada ao conteúdo original da música e do clipe. *Gangnam Style* e suas replicações em rede é um bom exemplo do que é um meme na Cibercultura. A partir disso, inúmeros outros vídeos e conteúdos digitais têm se popularizado e, ao mesmo tempo, sido reproduzidos em outros contextos. Estes dão aos memes de redes sociais digitais a capacidade de gerar sentidos e significados em cada indivíduo que se apropria de seu conteúdo e da sua experiência cultural, por meio da produção colaborativa e discursiva. Assim, por meio de uma pesquisa bibliográfica com caráter exploratório-descritivo nas redes sociais, este texto tem como objetivo discutir o potencial dos memes de redes sociais digitais enquanto objetos de aprendizagem, autoria visual e produção colaborativa na Cibercultura.

**Palavras-chave:** cultura digital; redes sociais digitais; educação; memes.

## Memos on digital social networks as learning objects of the cyberculture: from viralization to education

**ABSTRACT.** In december of 2012, the *Gangnam Style* video became the first youtube clip to reach over one billion views. Many of its viewers reconfigured the original production broadcasted on the website, creating and sharing their own takes on the video, replicating this material through social networks. This way, each viewer demonstrated their own creative ability and capacity to develop a new visual content, based on the music and video presented in *Gangnam Style*. This kind of replication it's a good example of what a meme in cyberculture looks like. From this, countless other videos and contents that surfaced online went viral. At the same time, they have been reproduced in a different social and cultural context of the original content. This peculiarity gave memes the capacity to modify the sense and meaning of the early content that each individual appropriated in their material, including their social experience, throughout, collaborative and discursive production. Therefore, through a bibliographic research this article seeks to discuss the memes, as objects of learning, authorship and collaborative production in cyberculture on social networks.

**Keywords:** digital culture; digital social networks; education; memes.

## Memos de redes sociales digitales como objetos de aprendizaje en la cibercultura: de la viralización a la educación

**RESUMEN.** En diciembre de 2012, el vídeo *Gangnam Style* se convirtió en el primer videoclip del *YouTube* visualizado más de mil millones de veces. Muchos de sus espectadores reconfiguraron la producción, creando y publicando sus propias variaciones del vídeo y replicando el contenido por medio de las redes sociales digitales. De esa forma, cada espectador demostró su potencial creativo y su capacidad de autoria visual, articulado al contenido original de la música y del videoclip. *Gangnam Style* Y su disposición de replicación es un buen ejemplo de un meme en la Cibercultura. A partir de eso, inúmeros otros vídeos y contenidos digitales se ha popularizado en la red y, al mismo tiempo, reproducidos en otros contextos. Estos confieren a los memes de las redes sociales la capacidad de generar sentidos y significados en cada individuo que se apropia de su contenido y de su experiencia cultural, por medio de la producción colaborativa y discursiva. Así, por medio de una pesquisa bibliográfica este texto tiene como objetivo

discutir el potencial de los memes de redes sociales digitales como objetos de aprendizaje, autoría y producción colaborativa.

**Palabras-clave:** cultura digital; redes sociales digitales; educación; memes.

Received on April 19, 2018.

Accepted on June 14, 2018.

## Introdução: Problematicando o que é um meme

O universo dos memes de internet ainda é pouco discutido de modo mais sério e aprofundado em contexto acadêmico, muito embora as pessoas façam uso das redes sociais digitais e convivam intensamente com estes dispositivos em suas experiências culturais e sociais cotidianas. Mesmo que este uso seja frequente e demasiado intenso, os trabalhos que discutem o potencial dos memes enquanto objetos de aprendizagem ainda são poucos.

Imagens legendadas com figuras famosas da cultura popular, como o herói Chapolin Colorado, Willy Wonka – personagem do filme *A Fantástica Fábrica de Chocolate* com sua expressão facial irônica – entre outros personagens populares, fotos de gatos e outros animais, tirinhas com piadas satíricas sobrepostas às imagens, personagens mal desenhados e linguagem intencionalmente repleta de erros ortográficos e gramaticais; são alguns dos exemplos possíveis para a presença deste tipo de conteúdo comum na cultura contemporânea. Entre os diferentes tipos, há, ainda, memes mais engajados politicamente e socialmente que retratam fatos e acontecimentos do cenário nacional e internacional.

Memes estão decisivamente em evidência. Nós abrimos nossas redes sociais digitais e recebemos uma mensagem com eles, acessamos a timeline e nos deparamos com uma imagem legendada ou uma frase em repercussão. Embora o termo meme seja um neologismo e as pesquisas a respeito sejam recentes, a expressão não se limita apenas à cultura do compartilhamento contemporâneo em rede. Segundo Chagas (2016):

O conceito de meme e o campo da memética se originam, nas mais diferentes cronologias, a partir de uma discussão controversa da sociobiologia na década de 1970. O termo é empregado pela primeira vez de forma absolutamente desprezível e praticamente de relance, como um desvio colateral do argumento a que se propunha o renomado etólogo Richard Dawkins. Em seu livro *The Selfish Gene*, Dawkins propunha um termo para dar conta dos processos de replicação e evolução cultural que lhe chamaram a atenção quando ele iniciou sua defesa à tese do determinismo genético. Para o pesquisador, assim como os genes eram os principais responsáveis por replicarem o conteúdo geracional na evolução biológica dos organismos vivos, talvez houvesse, ele reconheceu, uma outra unidade de replicação, diferente dos genes, responsável pela seleção e transmissão de conteúdos inscritos em nossa cultura.

Para Chagas (2016) na definição original de Dawkins, memes são ideias que se propagam pela sociedade e por meio de nossas redes sociais digitais e sustentam determinados ritos ou padrões culturais. Somente a partir do final da década de 1990 e início da década de 2000, mais especialmente com o desenvolvimento das redes sociais digitais, é que os memes, como hoje os conhecemos se difundiram, principalmente se manifestando como expressões comunicacionais que ganham espaço por intermédio de uma forma própria de propagação em rede.

Aos poucos, os memes passaram a representar e discutir, de modo mais objetivo e específico, os elementos da cultura popular e da política em ambientes digitais. Hoje, memes são um fenômeno típico da internet e podem se apresentar em diferentes formatos. Apesar disso, são geralmente compreendidos como conteúdos efêmeros e encarados como ‘irrelevantes’, já que são frutos de sua popularização por meio da linguagem do humor.

Embora possua o mesmo nome e se origine dessa concepção de memes apresentada, os memes da cultura digital se distinguem para além da possibilidade de evolução e transmissão própria, nesse caso por meio da internet, sobretudo por outra característica própria: sua possibilidade de replicação enquanto gênero digital da Ciberultura. Replicação esta, em vários formatos e em diferentes contextos, implicados em discussões públicas que criam subjetividades e sentidos em quem se apropria de seu discurso.

Apesar de surgirem e se difundirem por meio da ambiência humorística pós-massiva, hoje é explícita sua repercussão também na mídia de massa, em grandes portais, por apropriações em programas de TV e, por campanhas publicitárias. Isso por que os memes trabalham também no plano subjetivo do inconsciente e

das ideias, relacionado a elementos culturais. Deste modo, neste artigo defendemos o argumento de que os memes desempenham forte potencial educativo, por meio da intertextualidade, autoria visual online, e da produção colaborativa e discursiva em redes sociais digitais. Além disso, sustentamos a necessidade de ampliar os estudos sobre memes de redes sociais digitais na cultura contemporânea, uma vez que, é muito provável que as redes sociais digitais prossigam ainda mais como um espaço de múltiplas vivências, que continuará alterando e criando novos espaços de interação, sentidos, significados e subjetividades nos sujeitos e seus processos de aprendizagem.

Assim, os memes podem até ser divertidos, mas neste artigo nos concentramos em fazer com que eles sejam levados a sério. Visto que, há muito a ser estudado sobre memes em redes sociais digitais, muito a ser percebido e muito a ser trabalhado, principalmente em processos educativos. Para evidenciar isso, por meio de uma pesquisa qualitativa com caráter descritivo, neste texto, inicialmente, problematizamos a concepção de memes de redes sociais digitais. Em seguida, evidenciamos as características dos memes na cultura digital, distinguindo tipologias e peculiaridades, por fim, discutimos o potencial educativo dos memes, enquanto objetos de aprendizagem na cultura digital, enfatizando alguns exemplos populares da rede.

## Memes e Cultura Digital

Henry Jenkins (2009) foi um dos primeiros acadêmicos a reconhecer os memes a partir de uma dinâmica cultural e popular na internet. A cultura do ‘espalhável’ (*spreadable*) das mídias pós-massivas é discutida, apontando uma oposição à cultura do ‘grudento’ (*sticky*), própria dos meios de comunicação de massa. Assim, potencializa a importância dos memes dentro do que ele próprio denominou como ‘cultura da convergência/cultura da conexão’, evidentemente, por sua capacidade de difundir e replicar discursos na rede e entre os usuários dela.

Mas o que faz de um meme, um meme na cultura digital? Os memes, comumente, nos chamam a atenção para disputas na rede ou discussões públicas e sociais, questões de gênero, discursos sobre preconceito, entre outros assuntos que se tornam populares e são lançados à opinião pública por meio do humor do conteúdo produzido e compartilhado. Embora isso seja notório em nossas práticas cotidianas nas redes sociais o que faz de um meme, um meme na cultura digital, é especialmente seu potencial de construção compartilhada de sentidos e significados, que abre possibilidades para a consolidação de novas experiências de memória coletiva dos indivíduos por meio da replicação e difusão de informação e conteúdo a outros sujeitos em conexão.

Assim, um meme se caracteriza como um fenômeno popular ambientado na cultura digital com formatos variados, que são elaborados sem preocupação com padrões de qualidade estética e imagética e fundamentados em uma retórica propositalmente inculta, mas que se concentram na veiculação de uma mensagem permeada pelo humor. Essas produções são conteúdos que recombina elementos que carregam uma potência subjetiva que possibilitam também novas experiências de aprendizagem em quem se apropria do seu conteúdo, uma vez que, são sempre decifrados por intermédio da interpretação e tradução do seu significado que se dá mediante a aproximação e associação a outros contextos.

Mesmo aqueles que estão habituados a pensar os memes fora de sua visão popular e o veem como gênero digital e como uma produção típica da Cibercultura, em diversas vezes, caracterizam estas produções eminentemente a partir de seu formato; imagens, *hashtags*, vídeos, *emotions*, *gifs* etc. O resultado é quase sempre uma leitura que costuma entender os memes como fenômenos que não produzem efeito na cultura digital. Deste modo, evidenciamos aqui a relevância dos memes enquanto objetos de aprendizagem na cultura digital por meio do contexto comunicacional e de suas possibilidades de produções e reproduções discursivas na internet. Entendemos, assim, objetos de aprendizagem como qualquer entidade digital que pode ser utilizada, reutilizada ou referenciada durante o aprendizado mediado por tecnologias digitais em rede.

Limor Shifman (2014) reafirma a necessidade de avaliarmos os memes não como unidades de conteúdo isoladamente apreensíveis, mas como conjunto semântico, replicados de outros, sem o que não é possível alcançar seu significado isoladamente. Depois, é preciso entender que o estudo dos memes obedece às dificuldades impostas por qualquer análise de conjuntura. Embora, eles se apresentem como peças fluidas, que circulam em grande velocidade pela rede.

O olhar de quem o avalia e se apropria de um meme se dá sempre em retrospecto, porque é assim que o meme e seu conteúdo ganham força e sentido na rede, a partir da replicação dos conteúdos. Deste modo, é

simplesmente impossível caracterizar os memes em tempo real na Ciberultura. Não obstante, o que faz de um meme, um meme é justamente a sua capacidade de construção compartilhada de sentidos, de significado e de subjetividades e, conseqüentemente, também de aprendizagens.

À vista disso, se os memes produzem aprendizagens, quando replicados e situados à diferentes contextos, ganham mais força e amplitude em rede e na rede. Assim, é importante saber distingui-los e separar suas tipologias visto que, nem todo meme tem o mesmo objetivo ou fim. A seguir, apresentaremos as principais tipologias ou como os memes podem ser entendidos dentro de cada característica em comum e seus objetivos na cultura digital e como podem influenciar na produção de discursos em cada contexto.

## Memos e suas tipologias

Limor Shifman (2014) discutindo a cultura popular na internet apresenta os memes a partir de uma tipologia que reconhece, inicialmente, três dimensões distintas: memes persuasivos, memes de ação popular e memes de discussão pública. Entendemos ser a tipologia mais abrangente, embora haja controvérsias em alguns trabalhos, no campo da comunicação.

Os memes persuasivos incorporam um discurso de convencimento e operam com uma forma de circulação de conteúdo que caracteriza este tipo de meme. São aqueles estrategicamente construídos para serem disseminados com a pretensão de articular apoio a um determinado conteúdo, causa, fato ou evento, ou uma crítica a alguma situação, por meio de *hashtags*, frases, vídeos e imagens.

A página do Facebook Chapolin Sincero pode ser um exemplo de concentração de memes persuasivos na rede social, já que é formada por uma composição de discursos éticos e morais nos memes que produzem e replicam discursos de convencimento e crítica na rede. Estes geralmente são imagens sobrepostas com a mesma expressão do herói do seriado mexicano com um tipo especial de mensagem em sua composição (Figura 1).

Já os memes de discussão pública são aqueles que estamos mais habituados a ver nas redes sociais. Eles se caracterizam por conterem piadas de humor e muitas referências intertextuais dentro da própria composição do meme, construindo uma crítica a determinados comportamentos ou ações, especialmente de indivíduos conhecidos, e veiculados em larga escala. Geralmente, esses memes se popularizam por eventos específicos da cultura popular e que ganham repercussão por uma expressão, frase ou comportamento próprio que reverbera. São aqueles criados para funcionar como comentários despropositados a uma situação ou reação específica, expressão polivocal (Milner, 2013), geralmente identificados como piadas.

Como exemplo de memes de discussão pública podemos evidenciar as produções articuladas ao encontro do Papa Francisco com o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump (Figura 2) em maio de 2017. Aparentemente, o encontro entre os dois líderes e figuras públicas, era supostamente apenas mais um evento diplomático, mas a capacidade de autoria visual imagética e a replicação de conteúdo que permeiam os memes permitiu a construção de uma torrente de memes sobre o encontro.



Figura 1. Memos persuasivos: Chapolin Sincero.

Fonte: Chapolin Sincero (2018).

Produções que interrogam as posições ideológicas dos dois personagens, separando-os entre ‘bem ou mal’, entre posturas éticas e discussões públicas, que fizeram com que este evento se tornasse uma fonte profícua de produção memética da atual fase da cultura digital, principalmente a partir da crítica pelo humor.

Já os memes de ação popular, se caracterizam por um comportamento coletivo: pessoas que tiram fotos na mesma pose ou que replicam outras fotos e as ações de outras pessoas ou figuras públicas em contexto simultâneo e amplo. Grupos que se apropriam de um mesmo meme em uma ação coletiva na rede, seja na política ou em qualquer processo de engajamento coletivo nas redes sociais, via imagens, vídeos, frases, *hashtags* ou mensagens. Memes deste tipo possuem melhor entendimento quando associados a seu conjunto, como uma dinâmica de ação realizada coletivamente e não isolada, e com um objetivo comum. Este tipo de meme se caracteriza por uma construção coletiva de sentido, mobilizando o usuário comum na construção de um comportamento coletivo em rede.

Como exemplo de meme de ação popular, apresentamos o ‘Vomitação’. Aparentemente mais uma produção humorística no gênero digital meme. Entretanto, o contexto deste meme, o torna, essencialmente, importante nas ações coletivas de redes sociais na internet em eventos de mobilização política e empoderamento social.

O ‘Vomitação’ surge como meme de ação coletiva, em 2016, com o impeachment da presidente Dilma Rousseff e a posse do vice-presidente Michel Temer. O engajamento coletivo de militantes contrários ao processo desencadeou uma ação de uso grupal do *emoticon* que simboliza um vômito verde, em todas as postagens oficiais do novo Presidente e de páginas do seu partido político, o Movimento Democrático Brasileiro – MDB no Facebook, protestando e repudiando com o *emoticon*, que supostamente representa nojo, aversão. A partir disso, a produção de memes e a replicação de conteúdos não se restringiu ao uso do *emoticon*, como mostra a Figura 3.

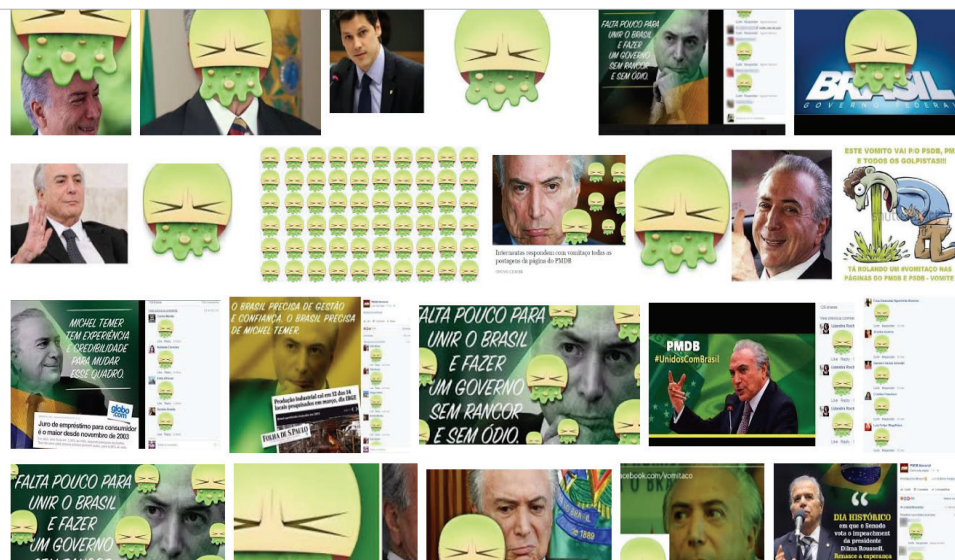
Diante da tipologia apresentada e proposta por Shifman (2014), Chagas (2016) propõe sua ampliação por meio da proposta de discutir a existência de memes de ação popular que se desenvolvem a partir de quatro ações distintas: ações coletivas, operando por meio de redes pensadas por organizações; ações conectivas híbridas agindo por meio de redes catalisadas por organizações e movimentos sociais; de ações conectivas *stricto sensu*, atuando a partir de redes autoorganizadas e autogestadas; ações conectivas de engajamento relativo, cujo principal traço é a dificuldade em identificar efetivo engajamento político na ação empreendida.



**Figura 2.** Memes de discussão pública (encontro entre o Papa Francisco e Donald Trump).

**Fonte:** [goo.gl/1JzzUv](http://goo.gl/1JzzUv), acessado em 20/02/2018.





**Figura 3.** Memes de ação popular (Vomitação).

Fonte: [goo.gl/qfaoMS](http://goo.gl/qfaoMS), acessado em 20/02/2018.

Logo, para este estudo entendemos que a tipologia proposta por Shifman (2014) seja ampla suficiente para comprovar o argumento de que os memes de redes sociais digitais configuram uma ideia que se espalha de forma ampla e replicada nas redes sociais por seu objetivo próprio. Se caracteriza também pela combinação de permanência de um elemento replicador original e pela sua transformação em outras ambiências, fruto de seu aproveitamento por diferentes usuários para a criação de novas versões de memes.

Isto posto, quando pensamos nos memes enquanto um conteúdo que se materializa via internet, devemos olhar com maior atenção também para os discursos que eles produzem e reproduzem e que não se restringem apenas ao humor inerente. Assim, a apropriação destes discursos podem também se constituir como uma ‘prática de aprendizagem’ no contexto da Cibercultura. Visto que, o meme pode se manifestar por intermédio da reprodução positiva ou negativa dos nossos hábitos, crenças, das nossas conexões e reproduções. Ou seja, eles podem atuar como um modelo representativo, que tenta caricaturar as noções de comportamento a partir de um referencial ou um estereótipo.

Por conseguinte, sendo um produto cultural, os memes enquanto elementos da Cibercultura, que é a cultura contemporânea mediada pelas tecnologias digitais em rede, refletem e influenciam também nos processos de aprendizagem, já que se constroem por meio de sua intertextualidade nas redes sociais digitais e estão paulatinamente inseridos nos discursos políticos, culturais, sociais e na linguagem digital dos usuários por meio do humor e sarcasmo. Deste modo, a seguir problematizaremos como os memes implicam e possibilitam outras formas de aprendizagem na cultura digital.

## Quando os memes se tornam objetos de aprendizagem

Os memes representam um artefato discursivo, ideológico e semiótico complexo. Sua importância, apesar de percebida, ainda é um desafio para as pesquisas na Cibercultura e, principalmente, em Educação. Isso ocorre por que situá-los no contexto cultural e educativo, exige um olhar crítico permanente, aprofundado e implicado a acompanhar o que vem sendo discutido e compartilhado pelos usuários das redes sociais digitais; além do significado de cada meme que repercute em rede.

Os memes são construídos a partir de sobreposição de signos diferentes, que nem sempre estão articulados em si diretamente, mas que é função de quem se apropria conseguir decifrar cada um deles. Isso exige que cada sujeito que se apropria de um meme seja capaz de interpretá-lo e, por consequência, situá-lo em um conjunto próprio por meio do exercício de leitura, tradução e interpretação. Essa tarefa por si só já se configura como uma atividade de aprendizagem, já que cada meme em seu contexto, replicado em larga escala, ou não, possui uma carga ideológica e discursiva que permite amplas leituras e visões diferentes que podem refletir em significados nas relações sociais dos sujeitos.

Basarab Nicolescu (1999) afirma que aprender a conhecer significa ser capaz de estabelecer ponte, entre os diversos saberes, entre esses saberes e seus significados para a nossa vida cotidiana, entre esses saberes e

significados e nossas capacidades interiores. Com essa reflexão, é importante que as propostas educacionais pensadas para os encontros educativos, na cultura digital, possam construir caminhos para novas visões de mundo e promover um contato criativo com outras culturas.

Então, associado aos contextos e as competências de aprendizagem, os memes se configuram como um conjunto de experimentos que os usuários de redes sociais digitais vivenciam em experiências culturais do cotidiano. Essa associação contribui para que se compreenda seu significado, como também, é preciso que sejam lidos socialmente e culturalmente atrelados e situados em outros contextos públicos e específicos.

Desta maneira, os memes apresentam em si oportunidades de novos letramentos dos indivíduos. Pois a inserção em novos debates, participação e engajamento em diferentes tipos de discursos públicos vão muito além do saber ler e escrever e do compartilhamento de conteúdo satírico na rede, que se configuram como um forte artefato educativo pela leitura da representação de sua carga ideológica, discursiva e intertextual.

Estas práticas de aprendizagem por meio de conteúdos que são compartilhados de modo aleatório em rede, dão possibilidade de reprodução e autoria em novos contextos pelos memes que não estão associados a um objetivo pedagógico, mas se caracterizam como uma experiência de aprendizagem ubíqua. A aprendizagem ubíqua está atrelada à comunicação ubíqua, em qualquer espaço-tempo possível, e não necessariamente está incorporada a expectativas de um planejamento educacional. A aprendizagem ubíqua é espontânea, contingente, caótica e fragmentária e totalmente informal (Santaella, 2013).

Por intermédio da ubiquidade os memes criam a possibilidade de inserção e participação do usuário da rede social em novos contextos imagéticos ou intelectuais que nem sempre são comuns ou populares em suas experiências culturais, mas que ganham notoriedade. Exemplificamos por meio de duas páginas de grande repercussão na produção e replicação de memes no Facebook: Memes históricos e Artes da depressão (Figura 4).

Dois exemplos de páginas que agrupam e replicam conteúdos em formatos de memes que inserem fatos e personagens históricos e artísticos mediante a linguagem digital dos memes de redes sociais digitais, ao contexto público popular. Estes memes são comuns, por replicar expressões ou frases contemporâneas, mas que remetem a contextos diferenciados e originais na intertextualidade dos discursos e da produção imagética, com o objetivo de reproduzir uma mensagem de convencimento, crítica ou apenas o humor mais ácido pela associação dos elementos.

Nos dois memes apresentados, replicados na rede pelas páginas do Facebook 'Memes históricos' e 'Artes da depressão', a produção dos discursos e da intertextualidade se concentra e remete a personagens da história da humanidade. Isso com alusão a expressões que precisam estar situadas a um contexto próprio, que aparentemente não é possível ser compreendido sem um esforço intertextual do usuário para situá-lo.



**Figura 4.** Memes históricos / Artes da depressão.

Fonte: [www.facebook.com.br/ArtesDepressao](http://www.facebook.com.br/ArtesDepressao), acessado em 20/02/2018.



A primeira imagem sobreposta com a imagem do filósofo e sociólogo Karl Marx remete indiretamente ao seu conceito de ‘mais valia’ proposto pelo alemão, em outra conjuntura específica de suas publicações no século XIX. Esse aspecto, na Cibercultura pode simplesmente significar a rejeição pelo conteúdo de determinada postagem na rede, mas também implica a articulação com a concepção de acumulação de lucro e valor para o alemão.

Já a segunda imagem, é sobreposta por parte da letra de uma música dos anos 2000, da banda brasileira ‘Tchakabum’, comum da cultura popular, sobre a imagem do aeronauta brasileiro, Santos Dumont, suposto inventor do avião. A ideia de se combinar a letra com a imagem do brasileiro, aparentemente pode ser visto pelo humor da música, mas pode remeter a disputa com os Irmãos Wright, referindo-se à reivindicação histórica sobre quem teria voado de avião pela primeira vez. Este exercício de tradução pode possibilitar aos indivíduos que se apropriam do meme, tanto com o engajamento no conteúdo da letra da música, quanto ao contexto histórico da imagem pelos personagens.

Estes dois exemplos mostram como os memes, independentes de formatos, sejam eles imagens, vídeos, sons e expressões ou frases, não são expressões culturais aleatórias. Carregam em si as potencialidades de produzir discursos e despertar o interesse em participação e engajamento de novos públicos em eventos, acontecimentos, fatos que não são próprios de seus contextos, mas que tornaram possíveis de ser entendidos pelas potencialidades educativas e culturais dos memes no exercício de interpretação e leitura dos signos imagéticos e discursivos; além de sua capacidade de atrair novos públicos e despertar a possibilidade de novos letramentos em processos educativos na cultura digital.

## Novos letramentos

Entendemos neste artigo o letramento não apenas como possibilidade de leitura da palavra escrita e formalizada, mas a capacidade de adquirir competências que possibilitem a leitura crítica e interpretação em diferentes suportes e formatos sejam vídeos, sons e imagens etc. Portanto, interpretar e compreender artefatos discursivos como novas linguagens que mediam os processos comunicativos e educativos na cultura digital, também se constitui como uma prática de letramento. Adotamos, assim, a perspectiva do ‘letramento’ (ou *literacy*, no original em inglês), quando problematizamos o uso dos memes em processos educacionais.

Memes carregam em si novos letramentos que possibilitam à sua audiência, construir novas experiências de aprendizagem ao situá-los em um contexto próprio de acordo com sua visão de mundo na tarefa de interpretação. Deste modo, competências e habilidades como intertextualidade, autoria visual online, oriundo das produções meméticas na cultura digital aliados a capacidade de produzir argumentos, discursos e novos conteúdos, estão presentes em diferentes memes das redes sociais digitais.

A intertextualidade pode ser percebida em um meme, mediante a criação de um texto a partir de outro pré-existente, ou da possibilidade de se articular a produção textual e discursiva mediante um contexto original, mais amplo em uma relações de sentidos. É evidente que é a influência de um texto sobre outro que o toma como modelo ou ponto de partida, é que gera a atualização do texto referência. Portanto, associados às novas formas de ensinar e aprender na cultura digital, podem contribuir para desenvolver as habilidades de leitura e escrita, por meio da produção textual e da análise do que representa cada meme em seu contexto situado.

Com isso, podemos pensar na manifestação do meme como gênero textual, mediante a construção de significados, de sentidos e de representações da linguagem digital na cultura contemporânea. Nesse contexto, retratam mais do que conteúdos da cultura digital, são atitudes, falas, padrões de comportamentos, que passam por um contínuo de surgimento, compreensão e reprodução. Em meio à diversidade de gêneros produzidos e sustentados em ambientes digitais, memes efetivamente trabalham com sentidos linguístico, tecnológico e, evidentemente, social e cultural na promoção e consolidação de aprendizagens por novas linguagens e gêneros não textuais e informais.

É importante que os usos intencionalmente pedagógicos promovam uma consciência linguística e discursiva para a construção e análise da intertextualidade dos memes. Desapegar da noção de texto-verbal exclusivamente na prática do letramento é um pré-requisito para perceber como memes contribuem para a propagação de expressões, frases, gírias e novos elementos da linguagem digital que se inserem ao uso social e cultural. Além disso, os textos contemporâneos, por fazerem uso de imagens, sons e discursos multimodais não os tornam mais informais como se pensa em algumas circunstâncias.

Vale ressaltar que a linguagem digital dos memes está presente cotidianamente nas produções dos sujeitos em aplicativos, redes sociais digitais e em outros espaços de aprendizagens da Ciberultura. Isto implica não apenas em uma experiência absolutamente técnica, como enfatiza Jenkins (2009), mas, sobretudo, em uma expertise cultural que favorece o reconhecimento de novas referências e de novas formas de aprender.

Neste sentido, a prática de apropriação, a tradução dos signos da composição e a sua interpretação se compõem como processo de aprendizagem, já que a ação de ler um meme é uma tarefa de compreensão situada a múltiplos eventos implicados no cotidiano das redes sociais. Para isso, basta compreender que seu sentido está sempre associado a outros discursos ideológicos e culturais. Essas traduções são fundamentais para a construção de pontes interculturais, já que até mesmo pela piada pronta os memes podem ter sentido compreensível de modo desigual em diferentes culturas e variados contextos.

Com estes argumentos, defendemos que os memes passam a influenciar nossa forma de ressignificar o mundo e a própria cultura digital, por meio de comportamentos, relações sociais, comunicacionais e outras formas de associações que se popularizam por meio da linguagem digital em rede. Implica assim, na tarefa de fragmentação de um conteúdo reprodutivo que é reconstruído a partir de uma nova realidade e um novo contexto social e cultural que possibilitam novas leituras. Trata-se de uma recombinação de vozes sociais, linguagens, sentidos, subjetividades, identidades e culturas que criam novas experiências de aprendizagem dentro e principalmente fora dos espaços formais de ensino.

### **Considerações finais ou quando #azueranuncaacaba**

Com este texto defendemos a hipótese de que os memes de redes sociais digitais carregam uma potência discursiva muito mais visual do que verbal e por meio do entretenimento compartilhado pelos sujeitos na rede, com fruições estéticas e produções de sentido que lhes são próprias; favorecendo novos processos de aprendizagem. Produzem deste modo, novas experiências formativas permeadas pelo digital em rede, tornando-a muito mais imagética, do que verbalizada, onde o consumo do humor é muito mais efetivo com a produção de sentidos e significados em sujeitos pela linguagem visual replicada.

Assim, concluímos que os memes não são fenômenos culturais aleatórios: são coletivamente articulados a outras esferas da vida social, cultural e política. Nesse contexto, é possível evidenciar uma disputa pela atenção dos usuários e uma frequente interpretação pessoal e própria, por parte de cada sujeito na tarefa de tradução e interpretação de seus significados individuais ou coletivos.

Existem duas premissas que devem ser lembradas quando buscamos discutir o potencial dos memes enquanto objetos de aprendizagem na Ciberultura. Em primeiro lugar, se distanciar da concepção que atrela o meme à lógica de uma unidade de reprodução única e isolada, como descreveria Dawkins (2001), em seu contexto biológico apenas; e segundo, que os memes são produções apenas relacionadas ao humor e ao entretenimento dos conteúdos pelos usuários em rede. Posto que os memes se caracterizam efetivamente pela sua capacidade de replicação das produções dos usuários em novos contextos.

Podemos, portanto pensar a difusão e apropriação de memes na cultura digital como uma espécie de 'folclore' da cultura popular contemporânea na internet, já que são artefatos culturais, elaborados por interagentes que ressignificam assuntos cotidianos, conteúdos midiáticos e discursos sociopolíticos por meio do humor, mas não exclusivamente para este fim, como evidenciamos neste estudo. Ao mostrar como esse processo se realiza, este texto se concentrou em explicitar o intenso fluxo da cultura imagética, guiada pela reapropriação memética, que os interagentes produzem e fazem circular como modo de entretenimento, articulando novas formas de replicação e apropriação no contexto cultural.

De tal maneira, constatamos aqui que os memes enquanto unidades de conteúdo digital com características comuns, criadas com consciência mútua propagável, imitadas e transformadas na internet pelos usuários, dão possibilidades de criar também novas experiências de ensino, aprendizagem e formação; mesmo que de modo informal e sem espaço-tempo definido. Isso por meio da intertextualidade, da produção de discursos, da autoria visual online e do uso da linguagem digital.

Além disso, concluímos que a ressignificação da imagem e a subversão de seu sentido sob a ótica da cultura participativa podem ser consideradas como formas de produção discursiva em busca de reputação e popularidade dos atores sociais e interagentes na rede. Portanto, o gênero meme, aqui estudado deixa de ser apenas resultado de um evento tecnológico e passa a ser compreendido como expressão cultural que carrega

naturalmente novas potencialidades de letramentos e novas possibilidades de ensinar e aprender pela linguagem digital das redes sociais.

Contudo, a Ciberultura não deve ser entendida como a única cultura em vigor ou como cultura isolada, mas como uma cultura de convergência, conexões e reconfigurações. Já que ela se funde e se difunde das demais culturas e passa a inferir sobre elas como uma cultura recombinate, tanto quanto recebe suas inferências no contexto social. A produção e replicação de memes comprovam isso, quando agrupa em um mesmo elemento, características e linguagens de épocas e eventos distintos, mas que se materializam como um artefato cultural da contemporaneidade.

Logo, em nosso artigo, foi possível concluir que os memes de redes sociais digitais e sua capacidade de inserção e replicação em diferentes contextos, formam em potência o que Santos (2014) chama de rede educativa. Ou seja, um espaço multirreferencial de aprendizagem, espaço plural, no qual seres humanos e objetos técnicos reinventam seus cotidianos. Uma vez que a construção do conhecimento é tecida em rede, a partir da apropriação de diversos conteúdos e artefatos culturais, interações sociais, entre outras.

Por isso é que, perceber os memes apenas pela ótica do humor, já não é pertinente. Foi justamente este um dos argumentos que nos concentramos em defender neste texto. Assim, chegamos à conclusão de que a Ciberultura é cultura por que se configura pela apropriação de artefatos e práticas tecnológicas e culturais na construção de todo um conjunto complexo de ideias, comportamentos, aprendizados e características mediante um espaço-tempo em rede, que possibilitam a configuração de novas experiências sociais, culturais e educativas.

## Referências

- Chagas, V. (2016). Memes, engajamento político e ação coletiva, ou Por que o ‘vomitação’ importa? *#MuseudeMemes*. Recuperado de: <http://www.museudememes.com.br/memes-engajamento-politico-e-acao-coletiva-vomitaco-1/>
- Chapolin Sincero. (2018). Recuperado de [www.facebook.com/pg/ChapolinSincero](http://www.facebook.com/pg/ChapolinSincero)
- Dawkins, R. (2001). *O gene egoísta* (9a reimpr.). Belo Horizonte, MG: Itatiaia.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência* (2a ed., S. Alexandria, trad.). São Paulo, SP: Aleph.
- Milner, R. (2013). Pop polyvocality: internet memes, public participation, and occupy wall street movement. *International Journal of Communication*, 7, 2357-2390. Disponível em <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1949>
- Nicolescu, B. (1999). *O manifesto da transdisciplinaridade* (L. P. de Souza, trad.). São Paulo, SP: Trion.
- Santaella, L. (2013). *Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação*. São Paulo, SP: Paulus.
- Santos, E. (2014). *Pesquisa-formação na Ciberultura*. Santo Tirso, PT: Whitebooks.
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Massachusetts, MA: MIT Press.

## INFORMACIÓN SOBRE LOS AUTORES

**Kaio Eduardo de Jesus Oliveira:** Doutorando em Educação – Universidade Tiradentes (PPED-Bolsista PROSUP/CAPES). Mestre em Educação (PPED-UNIT). Graduado em Geografia (UNIT). Vice-líder do Grupo de Pesquisa em Educação, Tecnologias da Informação e Ciberultura (GETIC/CNPq). Linha de pesquisa: Educação e comunicação. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5390-0593>  
E-mail: [kaioeduardojo@gmail.com](mailto:kaioeduardojo@gmail.com)

**Cristiane de Magalhães Porto:** Doutora Multidisciplinar em Cultura e Sociedade – UFBA. Mestrado em Letras e Linguística – UFBA. Pesquisadora do Instituto de Tecnologia e Pesquisa – ITP. Bolsista em Produtividade em Pesquisa do CNPq – Nível 2. Pós-doutorado em Educação – UERJ. É professora do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação da Universidade Tiradentes – Unit. Líder do Grupo de Pesquisa Educação, Tecnologia da Informação e Ciberultura (GETIC/UNIT/CNPq). Autora de livros e artigos diversos em sua área de especialização e afins. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5622-030X>  
E-mail: [crismporto@gmail.com](mailto:crismporto@gmail.com)

**André Luiz Alves:** Doutorando em Educação – Universidade Tiradentes (PPED-UNIT-Bolsista FAPITEC-SE). Mestre em Educação (PPED-UNIT). Graduado em Publicidade e Propaganda (UNIT). Pesquisador do Grupo de Pesquisa em Educação, Tecnologias da Informação e Ciberultura (GETIC/UNIT/CNPq). Autor de capítulos de livro e artigos diversos em sua área de especialização e afins.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8139-945X>

E-mail: [anndrealves@hotmail.com](mailto:anndrealves@hotmail.com)

**NOTA:** Os autores Kaio Eduardo de Jesus Oliveira, Cristiane de Magalhães Porto e André Luiz Alves foram responsáveis pela concepção, análise e interpretação dos dados; redação e revisão crítica do conteúdo do manuscrito e, ainda, aprovação da versão final a ser publicada.