

Memos na Cultura
Digital: um olhar
sociológico sobre os
memos enquanto
práticas culturais

Luigi Piantavinha

Memes na Cultura Digital: um olhar sociológico sobre os memes enquanto práticas culturais

Luigi Piantavinha

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Email: szochoralewicz@hotmail.com

Memos na Cultura Digital: um olhar sociológico sobre os memes enquanto práticas culturais

Resumo

A cultura digital é um campo cultural consolidado na pós-modernidade. Apesar da falta de uma materialização desta cultura, o impacto significativo nas esferas da vida em sociedade faz-se sentir, pois desenvolvem-se novas formas de comunicação, de interação e símbolos entre indivíduos que compartilham, neste espaço online, uma sensação de desterritorialização. Estas especificidades advindas com um desenvolvimento social da Internet e dos seus usos trouxe diversas características culturais fundamentadas na realidade online. Os memes, replicadores da cultura e da informação e unidade básica da cultura, copiados, difundidos e transmitidos são performances da cultura da Internet. Podem ser definidos em imagens, gifs ou vídeos, sem presença forte de autor; sendo criados, recriados e espalhados por toda as plataformas da Internet, desenvolvendo um processo inclusivo da experiência cultural. Exposto isto, a maior pertinência da análise temática reside na complexidade inerente das apropriações de significado de uma ideia do meme, caracterizado uma parte significativa da cultura digital. Lançar um olhar sociológico articulado com estudos já realizados sob o tema poderá traçar diferentes perspectivas acerca dessa prática cultural, tão presente no funcionamento comunicativo dos dias de hoje. Neste presente artigo discutiremos os memes enquanto uma prática cultural dentro da cultura digital.

Palavras-chave: memes, cultura digital, práticas culturais

Abstract

Digital culture is a consolidated cultural field in post-modernity. Despite the lack of materialization of this culture, the significant impact on the spheres of life in society is felt, as new forms of communication, interaction and symbols are developed between individuals who share, in this online space, a sense of deterritorialization. These specificities arising from the social development of the Internet and its uses brought several cultural characteristics based on the online reality. Memes, replicators of culture and information and the basic unit of culture, copied, disseminated and transmitted are performances of Internet culture. They can be defined in images, gifs or videos, without a strong presence of the author; being created, recreated and spread across all Internet platforms, developing an inclusive process of cultural experience. Having said that, the greater relevance of thematic analysis resides in the inherent complexity of the appropriations of meaning of a meme idea, which characterizes a significant part of digital culture. Launching a sociological look articulated with studies already carried out on the subject can draw different perspectives about this cultural practice, so present in today's communicative functioning. In this article we will discuss memes as a cultural practice within digital culture.

Keywords: memes, digital culture, cultural practices

Introdução

É possível fazer inúmeras abordagens sobre o papel das redes sociais na sociedade contemporânea. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) e as suas subjacentes plataformas comunicativas são uma das ferramentas fundamentais para compreendermos parte dos rumos da sociedade contemporânea. Contudo, é de se salientar a importância de um questionamento ativo sobre os desdobramentos sociais deste influente meio de comunicação. Ao falarmos especificamente da cultura digital produzida, abre-se um leque infinito de temas e propostas analíticas, sobretudo no caso dos memes. Tais ferramentas comunicativas podem impactar culturalmente a vida cotidiana e as camadas do social. Podemos pensar em grandes movimentos de contestação política, por exemplo, nas Eleições presidenciais norte-americanas de 2016; a invasão do capitólio em 2021; o movimento #Blacklivesmatter; os Coletes Amarelos, que nasceram na Internet. O acentuado discurso de ódio atualmente é, em muito dos casos, propagado pelos memes. Ainda assim, esse é um pequeno exemplo de uma esfera simbólica mais complexa.

Nesse presente texto, proponho uma olhada mais cautelosa para os memes enquanto uma expressão e uma prática cultural da cultura digital. Em um primeiro momento, definirei os memes e seus impactos sociais, para em seguida explorar a cultura digital e as subsequentes práticas culturais.

1. Meme enquanto símbolo digital

A Era Digital transforma consigo as complexas camadas do social de maneiras tão imprevisíveis e inesperadas quanto surpreendentes. Nesse contexto, a construção do conhecimento científico pode delinear previsões sobre cenários futuros e os desdobramentos das ações sociais. No caso da ausência de poderes além-humanos, contentemo-nos com o rigor de um olhar científico para a atual conjuntura e suas consequências atuais. Neste sentido, Jonathan Zittrain (2008), por exemplo, em seu livro *The Future of Internet - and how to stop it*, ao falar da Internet, escreve as características do que ele chama de redes generativas. Estas redes, segundo o autor, incentivam e permitem a produção criativa e, como sistema, possui alavancagem, adaptabilidade, facilidade de domínio, acessibilidade e transferibilidade. Em uma certa medida, o autor ao conceber uma particularidade do mundo digital, conseguiu perceber como funcionam seus meios de transmissão de conhecimento e, em última instância, da cultura. Afinal, a cultura pode ser assim entendida como o conjunto das

formas simbólicas *publicamente disponíveis* através das quais os indivíduos, selecionando instrumentos diversos a fim de construírem a sua linha de ação, traduzem e exprimem significados (Keesing, 1974 apud Crespi, 1997). Um pouco como o *tool kit* ou repertório, contendo símbolos, narrações, rituais e concepções do mundo. Onde os indivíduos, selecionando instrumentos diversos para a construção da sua linha de ação, das suas estratégias de ação e comunicação, possam utilizar em configurações específicas, que variam no tempo (Hannez, 1969; Swidler, 1986 apud Crespi, 1997). Essas variações no tempo abrem espaço para um novo meio significante de práticas culturais, quais sejam, a criação e uso dos memes.

O potencial dos memes para comunicação e mobilização são tópicos relativamente novos nos estudos acadêmicos, sobretudo quando analisados como ferramenta política. Estes são unidades de virais de comunicação digital que incentivam em seu usuário ajustes e replicações (Desinova, 2019). Neste sentido, quando usados estrategicamente, podem ser ferramentas de campanhas políticas, ou textos simbólicos que condensam ideias e amplas conotações, que ajudam a atrair atenção a interpretações diversas. Mas afinal, o que são os memes? Para seguirmos a discussão e antes de explorarmos sua importância e seu potencial em níveis simbólicos e sociais, faz-se necessário explicitar suas definições e evolução ao longo dos anos. A gênese do conceito meme vem de Richard Dawkins em *The Selfish Gene* (1979), onde a maior parte argumentativa do livro está voltado à genética, segundo Dawkins (1979, pp. 234):

“memes are tunes, ideas, catch-phrases, clothes fashions, ways of making pots or of building arches. Just as genes propagate themselves in the gene pool by leaping from body to body via sperms or eggs, so memes propagate themselves in the meme pool by leaping from brain to brain via a process which, in the broad sense, can be called imitation.” (Dawkins, 1979)

Isto é, o meme é uma unidade da herança cultural, é qualquer coisa que seja copiada, imitada, qualquer coisa que se espalhe como um vírus. Assim, o autor define meme como uma unidade de informação cultural que passa de uma pessoa para a outra. É uma forma de imitação, uma mimetização onde seu efeito e causa são culturais. Portanto, nesse sentido, os memes existem tanto nas pinturas rupestres na Cantábria, quanto no processo civilizatório explorado por Elias (1994 [1939]), pois são pedaços de informação cultural que quando espalhados são replicados, mimetizados, e consolidados enquanto práticas culturais. Na sua análise, a influência dos termos e concepções dos estudos de genética é evidente, pois, para Dawkins, o meme é um gene; é um pedaço de informação que se replica entre as pessoas. Os memes têm semelhanças com doenças infecciosas, pois ambos viajam através de laços sociais de uma pessoa para a outra (Daley & Kendall, 1964; Goffman & Newill, 1964).

A teoria dawkinsiana dos memes foi duramente criticada. Levantaram-se sobre a analogia feita com os genes e a vaga definição das características e funções dos memes. As diferenças nos processos de cópia e na taxa de fidelidade entre genes e memes desafiam a legitimidade de sua comparação (Blackmore, 1999; Sperber, 2000). Para além disso, foi questionada a necessidade da introdução de um novo termo, uma vez que já havia em outros conceitos semelhanças à noção de padrões. Por exemplo, Brown (2014) descarta a noção dawkinsiana de memes, argumentando que eles possuíam as mesmas características que *ideias*, e qualquer transmissão de informação cultural

envolvia recreação e modificação. Não obstante, a aparente ambiguidade da definição de um meme pode continuar sendo uma das principais desvantagens da noção de estudos interdisciplinares, o que veremos na conclusão deste presente texto. Knobel e Lankshear (2007) geralmente apoiam o estudo dos memes academicamente, mas afirmam que os memes se assemelham a outras designações de produção cultural, quais sejam: padrão, sintonia, conjunto, estrutura e ideia. Admitem ainda que “*pinning down precise criteria for something counting as a meme is close to impossible*” (Knobel & Lankshear, p. 205). Em suma, no enquadramento original de Dawkins, os memes descrevem qualquer ideia ou comportamento cultural. Hoje, porém, o termo atual de meme é empregado no contexto da cultura digital.

“The *manifestation* of a meme is its observable, external phenomena. It is the set of objects created by the meme, the records of its existence. It indicates any arrangement of physical particles in time and space that are the direct result of the reality of the meme. The *behavior* of a meme is the action taken by an individual in service of the meme. The behavior of the meme creates the manifestation. For instance, if the behavior is photographing a cat and manipulating that photograph with software, the manifestation this creates is the ordered progression of pixels subsequently uploaded to the Internet. The *ideal* of a meme is the concept or idea conveyed. The ideal dictates the behavior, which in turn creates the manifestation. If the manifestation is a funny image of a cat and the behavior is using software to make it, then the ideal is something like

Até 1994 o termo meme na Internet não era conhecido, como mostra Godwin (1994). Os memes tornam-se uma peça central da comunicação digital anos mais tarde, com a Web 2.0. A ampla adoção de redes sociais online não apenas tornou possível os memes da Internet, mas também forneceu dados valiosos sobre a disseminação de memes e os comportamentos dos usuários como referido por Vespignani (2009) e Lazer et al. (2009). É verdade, pois, que os memes são de alguma maneira a expressão daquilo que as pessoas pensam mas não falam. Ao nível de conteúdo, o meme da Internet pode ser entendido como uma peça cômica de informação, expressões de artistas digitais, mas ela é essencialmente muito mais poderosa e multifacetada do que isto. Estes são compreendidos na literatura como “*multimodal artefacts remixed by countless participants, employing popular culture for public commentary*” (Milner, 2013, p. 2357), enquanto que Börzsei (2013) entende que a maioria dos memes na Internet hoje em dia são manifestações da cultura visual: um meme pode consistir em uma imagem estática, uma imagem com uma frase, um gif ou um vídeo; pode conter uma piada (citações de aforismos, bordões de filmes ou quaisquer *slogans* espirituosos) ou fazer uma declaração sem texto adicionado (Blank, 2014). Adicionalmente, Shifman (2014) entende os memes da Internet como (a) um grupo de itens digitais que compartilham características comuns de conteúdo, forma e/ou postura; (b) que foram criados com consciência um do outro; e (c) foram divulgados, imitados e/ou transformados via Internet por muitos usuários. Para o autor, essa definição é útil para analisar os memes da Internet como discursos públicos socialmente construídos, nos quais diferentes variantes meméticas representam diversas vozes e perspectivas.

O meme, neste sentido da cultura digital, é replicável, maleável e transmite ideias que não são só pertencentes ao mundo do *real*, mas como também - e principalmente - do mundo *digital*.

Davidson (2012) propõe, a partir disso, o meme como separável em três componentes: a manifestação, o comportamento e o ideal¹. Tais componentes são explicadas a seguir:

Para o autor, ao rastrear a propagação de um meme em particular, é útil identificar quais desses três aspetos estão sendo replicados e quais adaptados isso porque a identificação e a replicação dos memes é subjetiva. Às vezes, essa identificação é fácil: uma pessoa age e outra copia exatamente a anterior. Outras vezes, o processo de replicação é menos exato. É por isso que separar a manifestação, o comportamento e o ideal é útil. Enquanto um dos três componentes é transmitido, o meme está se replicando, mesmo se mutando e se adaptando (Davidson, 2012).

Em suma, os memes são um fenômeno da cultura digital e é um artefacto comunicativo dos nossos tempos. São notavelmente versáteis para criar significado, compartilhar emoções e chamar a atenção no ambiente supersaturado da Internet. Os usuários os exploram para comentar ou discutir todos os problemas possíveis, do pessoal ao social. É, ao final, texto ou imagem imitável, apropriado e ajustável as pessoas no contexto digital. O meme pode ser um *hashtag*, uma imagem expressiva com um slogan, um *tweet* cativante, um comentário interessante, um vídeo do YouTube - qualquer unidade digital de expressão. Desde que transmita certo significado ou emoção e incentive outros a adicionar algo ao conteúdo ou forma, faz um protótipo de meme (Desinova, 2019).

1.1. Evolução dos memes da Internet

A evolução dos memes, no entanto, está intimamente ligada aos conceitos explicitados anteriormente, dos genes de Dawkins (1979) à digitalização de Davidson (2012). Ao nos atarmos à linha do tempo vemos que os primeiros memes começam de maneira crua. Em 1982, Scott E. Fahlman propôs uma solução para um problema que ele e outros usuários estavam enfrentando ao se comunicarem pela Internet. As discussões eram normalmente ocasionadas pela ambiguidade e interpretação diferenciada da intenção da mensagem original, ou seja, divergência comunicativa. A solução que ele achou para este problema foi adicionar um marcador específico ao final da mensagem, esse marcador era :-). Presumindo que o leitor saiba o que significa, seja pelo seu contato prévio com o símbolo, seja pelo uso do mesmo, sabe-se que dois pontos com um hífen e um parêntesis significa um sorriso. Essa prática de contextualizar a intenção, o sentimento, da mensagem escrita com *emoticon* generalizou-se pela Internet, sobretudo em seus anos iniciais. Os emoticons são, sem dúvidas, um meme. Com o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação, os emoticons diferenciar-se-iam do que conhecemos hoje como meme.

No início dos anos 2000, começou uma onda de memes em viés cômico, como por exemplo o Grumpy Cat (Figura 1) e o Advice Dog (Figura 2), entre muitos outros. Em teoria, era simples criar e recriar um meme, a base de dados da Internet fornecia aos usuários meios possíveis da replicação e viralização destas mensagens. A maior parte desses memes foram feitos e ganharam popularidade no 4chan, uma rede social que pela sua arquitetura com baixo espaço de servidor, fez com que

¹ Segundo o autor o uso "ideal" aqui especificamente para referir a um ideal platônico. A compreensão histórica de um ideal platônico é, em última análise, centralizada. Um único ideal teórico dita as características até as manifestações individuais. Os ideais dos memes operam ao contrário. O ideal de um meme é o agregado de todas as manifestações desse meme. Esta é uma organização de baixo para cima, e não de cima para baixo (Davidson, 2012).

imagens rápidas e fáceis fossem facilmente consumidas e espalhadas. Com o passar do tempo, houve uma evolução significativa na maneira em como se produziam e se percebiam os memes, tornaram-se mais complexos, menos intuitivos e mais voltados para um contexto digital. É dizer, os significados e significantes atuam dentro de uma relação simbólica dialética e hermenêutica. Por isso, atualmente nem toda mensagem-meme é acessível a todo público inserido na cultura digital pelas suas especificidades que são compreendidas mediante os signos disponíveis na esfera a qual pertence o indivíduo. Isto é, apesar dos memes estarem disponíveis para circulação, seu significado pode ser restrito àqueles que pertencem ao grupo que compartilha seus significados em comum. Um exemplo disso são os memes de grupos políticos muito segmentados, como os da extrema-direita.

Figura 1. Grumpy Cat



Fonte: Google Imagens.

Figura 2. Advice Dog



Fonte: Google Imagens.

1.2. Dos desdobramentos sociais dos memes: memes ofensivos e impacto político

Os memes da Internet têm muitas vezes um carácter irónico, mas na maioria dos casos as piadas são autodepreciativas, uma forma de fazer com que riamos de nós mesmos e de nossos amigos. É também uma forma de relaxar e entreter. Os memes têm também um papel socializador, criando um forte senso de pertencimento a uma comunidade. Segundo Jesus (2020) os memes inserem o indivíduo em uma comunidade maior que partilha da mesma história e dos mesmos artefactos culturais. Eles reúnem pessoas sobre tópicos, não importa o quão triviais sejam, como veremos mais adiante. No entanto, pode haver um lado mais complexo das nossas relações com os memes, aqui desenvolverei brevemente os desdobramentos sociais dos memes em dois níveis, em um nível individual e coletivo.

Ao nível individual, John Suler (2004) afirma que as pessoas agem de maneira diferente *online* quando comparadas com seus comportamentos *offline*, é o que ele chama de Efeito da Desinibição

Online. O autor vai delinear esses comportamentos que, associados, criam o efeito em seis contributos chave: o anonimato dissociativo; invisibilidade; assincronicidade; introjeção solipsística; imaginação dissociativa e minimização de autoridade. Segundo Suler (2004), “*personality variables also will influence the extent of this disinhibition. Rather than thinking of disinhibition as the revealing of an underlying ‘true self’, we can conceptualize it as a shift to a constellation within self-structure.*” (2004, p.321). Entretanto, creio que quatro desses conceitos são precisamente essenciais para entendermos o fator dos desdobramentos dos memes da Internet. O primeiro enquadra-se no anonimato dissociativo, isto é, a habilidade de esconder sua identidade online permite que o individuo veja-se afastado das consequências e responsabilidades de suas ações. Adicionalmente, temos o fator invisibilidade, e é exatamente a ausência de contato físico com outros usuários da Internet que permite, eventualmente, comportamentos dissociativos ou desumanos para com outros usuários online, justamente por não ter contato com a reação imediata das pessoas. Há um vão empático, facilitando o uso e encorajamento de memes ofensivos e violentos via introjeção solipsística, que é quando uma pessoa sente que a sua mente se funde com a mente do companheiro online, quando compartilham um mesmo tipo de sentimento e pensamento. E finalmente a minimização de autoridade, retroalimentando a produção e reprodução de memes ofensivos. Todos esses pontos do Efeito de Desinibição Online levantam questões sobre as criações controversas e os limites da liberdade de expressão e comportamentos socialmente disruptivos.

A nível colectivo, há dois aspetos que creio ser importante de serem salientados, especialmente no caso dos memes ofensivos. O primeiro é o fator *Schadenfreude*, uma palavra alemã que significa o sentimento de alegria perante o dano do outro – intrinsecamente humano. Estudos mostram que o uso da Internet e das redes impulsionam o sentimento tribalista nas pessoas, como explicado por Bartlett (2018). Corroborando para o argumento, um estudo mostra que se dois grupos extremos de pessoas debatem entre si no meio virtual, com muita frequência, a consequência direta é que terminem ao final com visões muito mais extremas do que quando começaram (Nyham & Reifler, 2010). Isto é, a natureza da comunicação digital raramente abre espaço para que um grupo convença ou debata com outros de forma respeitosa, e esse tipo de conversa e eventual desavença pode ter lugar a partir dos memes. Nesse sentido, grupos que partilham da mesma ideia fortalecem os laços online, como mostra Granovetter (1973). O segundo fator é a **exploração de organizações e empresas deste sentimento e mobilização para fins políticos**. Os memes são, por natureza, constantemente propostos, significados e resignificados.

Apesar de ser um fenómeno relativamente novo, os memes já têm sido utilizados por diversos atores “*to represent themselves or others in particular ways, to foment support for campaigns, and to share information*” (Hamilton, 2016, p.162 apud Romansky, 2020). Nesse sentido, no relatório do Senado dos Estados Unidos feito pela Universidade de Nebraska “*The Tactics and Tropes of the Internet Research Agency*” (2019) os autores argumentam que os memes são a propaganda da Era Digital (DiResta et al., 2019). Agora é incomum que eventos políticos progridam sem a criação de alguma variedade de memes na internet (Hamilton, 2016, p. 168 apud Romansky, 2020). Tais memes são arquitetados para deslegitimar os seus oponentes, e em última instância “*demonizá-los*” (Carter, 2016; Marlin-Bennett & Jackson, 2022; Defaure, 2020) a partir de comentários cómicos e humilhantes. Essa estratégia intrinsecamente vincula sua deslegitimação via humilhação e golpes críticos, concedendo aos memes o poder de influenciar identidades (Hamilton, 2016, pp. 177, 189). Um exemplo disso foi a corrida presidencial de Donald Trump em 2016 e de Jair Bolsonaro em 2018,

onde ambos usaram a ferramenta dos memes para promoção eleitoral e boicote das ideologias contrárias, via *Twitter* e *WhatsApp* (Assis & Rocha, 2022; Machado, 2018; Noam, 2017; Viscardi, 2020). Voltando ao exemplo do 4chan, o *website* evoluiu de um quadro de mensagens inocentes sobre anime para um mecanismo de criação casualmente racista, mas influente da cultura da Internet, e agora em um gerador de propaganda de extrema-direita, um lugar onde se originam perigosas teorias de conspiração e um amplificador de fanatismo *online*, como muito bem mostrado por Rob Artur (2020). Vemos inclusive memes saindo do plano virtual para o plano real em manifestações. Um meme surgido no 4chan pode muito bem, 10 anos depois, virar um símbolo de racismo e da extrema-direita, como aconteceu em 2016 com Pepe, o sapo, que apareceu em comícios da extrema-direita nacionalista norte-americana.

Figura 3. Pepe Nazista



Fonte: Google Imagens.

Podemos ver em inúmeros e incansáveis exemplos das consequências sociais diretas advindas dos memes online. A criação de memes é atualmente valiosa e virou um mercado altamente especial para empresas que precisam tanto vender uma ideologia ou ideais políticos quanto um produto de cabelo. Mas mais que isso, os memes hoje são utilizados como forma de linguagem é, como antes argumentado, um artefacto cultural e linguístico. É em suma uma prática cultural de extrema importância, o que será discutido nos capítulos próximos.

2. Memes e a Cultura Digital

Dentro do que foi exposto acerca dos memes, faz sentido levantarmos um ponto em concreto: a cultura digital. O objetivo é chamar a atenção dos investigadores do mundo digital sobre a importância de debruçarmo-nos sobre as questões da cultura digital. O meme, neste caso, é um exemplo microssociológico da estrutura cultural das redes virtuais. Neste capítulo desenvolverei uma abordagem aos memes em congruência com a cultura digital para abrir uma discussão sobre as práticas culturais.

Limor Shifman (2014) define memes da Internet como unidades da cultura popular que são circuladas, imitadas e transformadas por usuários individuais, criando uma experiência cultural

compartilhada no processo. Segundo o autor, os usuários da Internet parecem ter percebido - e Richard Dawkins não poderia ter imaginado em 1976 - é que o meme é o melhor conceito para encapsular alguns dos aspetos mais fundamentais da Internet em geral. Shifman aponta para três atributos principais atribuídos aos memes, particularmente relevantes para a análise da cultura digital contemporânea: o primeiro seria, uma **propagação** gradual dos indivíduos para a sociedade; seguida pela, a **reprodução** por meio de cópia e imitação; e, por fim, a **difusão** por meio de competição e seleção. Ou seja, como mostrado, os memes podem ser mais bem compreendidos como pedaços de informação cultural que passam de pessoa para pessoa, mas gradualmente se transformam em um fenômeno social compartilhado. Embora se espalhem em uma base micro, seu impacto pode ser a nível macro: os memes moldam as mentalidades, formas de comportamento e ações dos grupos sociais (Shifman, 2014). E essa é precisamente uma das características mais aparentes da cultura digital, marcada pelas plataformas de criação, onde o indivíduo é ao mesmo tempo produto e produtor. Nesse sentido, as redes sociais são vias expressas onde os memes são extensamente difundidos, bem como seus produtores.

No entanto, é preciso referir uma característica especial desta cultura antes de prosseguirmos com as práticas dentro desta cultura. A questão do digital tem sua importância fundamentalmente no processo das informações e dados. Uma das grandes características da sua arquitetura desmaterializada é a *cloud*. A nuvem (ou *cloud*) é a cultura digital, o surgimento de uma cultura de banco de dados como uma resposta ao um determinado conjunto de condições culturais e tecnologias que teve um impacto cultural significativo, não apenas em como organizamos e categorizamos o mundo ao nosso redor, mas também em termos de quem tem a capacidade para fazer a organização (Miller, 2014). A nuvem é a representação máxima da existência de informação em nenhum lugar físico, mas ao mesmo tempo em todo lugar. Essa característica é definitiva da cultura digital, é concomitantemente particular e pública. Podemos citar, por exemplo a criatividade vernacular², práticas inovadoras e artísticas cotidianas que podem ser realizadas por meio de produção simples. Muito embora a criatividade vernacular anteceda a cultura digital, Burgess e Green (2009) sugerem que os novos media a remodelaram, transformando práticas ocultas e mundanas (como cantar na frente do espelho) em cultura pública altamente visível (Burgess & Green, 2009). Nesse sentido, podemos citar o caso de muitos artistas do mainstream que surgiram por postar vídeos cantando na Internet, a exemplo de Justin Bieber. Assim sendo, pois, a viralização e, portanto, a *memetização* dessas informações que estão na nuvem levaram a concretização de uma cultura digital. E é nesse contexto que exploraremos as práticas culturais realizadas no âmbito do digital.

2.1. Discussão da Cultura Digital enquanto Práticas Culturais

Para a atual discussão creio ser necessário fazer a definição de práticas culturais para em seguida discutirmos a cultura digital, focando nos memes enquanto um ponto de partida analítico. As práticas culturais podem ser entendidas com performances de uma pessoa (ou grupo) que emite um sinal cultural (Manterys, 2018). Segundo Manterys, é impossível qualificar uma prática cultural

² Ver em Jean Elizabeth Burgess, "Vernacular Creativity and New Media" (Dissertação PhD., Queens land University of Technology, Australia, 2007).

sem consideramos o capital cultural geral de uma pessoa, que, por sua vez, deve ser enquadrado em termos dos padrões do entorno social de uma pessoa, o que será depois discutido a luz de Bourdieu (1979).

Dos contributos para as práticas culturais, podemos citar dois autores que dissecaram o tema de forma profícua. Por um lado, José Madureira Pinto (1994) desenvolve um esquema de classificação de práticas culturais em instâncias da relação do lazer com a cultura, no contexto de um princípio estratégico de políticas culturais. O autor constrói o esquema em base a dois critérios que remete para grandes vectores de estruturação das práticas culturais das sociedades contemporâneas. O primeiro critério refere-se a lugares ocupados na esfera cultural, a *modos de relação com os bens culturais* (Pinto, 1994). Nessa esfera, considera-se a i) **criação ou produção cultural**, que pode ser *com autor*, isto é, por agentes especializados e socialmente reconhecidos, ou *produção cultural sem autor*; ii) **expressão cultural**, muito próximas das exigências de interação e que por isso recorre a códigos culturais implícitos e com funções eminentemente culturais; iii) **participação**, mais ou menos direta, em processos de produção cultural de iniciativa alheia; iv) **recepção**, mais ou menos passiva, dos produtos culturais em circulação (Pinto, 1994). O segundo critério de classificação tem em conta a existência de *espaços sociais de afirmação cultural* dotados de graus diversos de institucionalização e que, em parte por isso, beneficiam de níveis de legitimidade cultural desiguais; é um critério que permite distinguir entre: i) **espaço doméstico** e ii) **o espaço coletivo** (público e reservado); iii) **o espaço organizado das sub-culturas dominadas e emergentes**; iv) **o espaço das indústrias culturais**, intimamente associado à produção, difusão e consumo da “cultura de massas” e v) **o espaço** (sobrelegitimado) da “cultura erudita” ou “cultivada” (Pinto, 1994).

A grelha deste autor complexifica o modelo sugerido por Lalive D’Epinay (1982), que cruza a posição do actor (dicotomicamente dividida em “emissor” e “receptor”) e o espaço das práticas, segmentado em “caseiras” e “exteriores” (cada um dos conjuntos com várias subdivisões).

Segundo Teixeira Lopes (1998), o esquema de Madureira Pinto permite ir mais longe na consideração das hierarquizações do campo cultural ao considerar, para além do “público” e “privado”, o espaço organizado e mais ou menos tutelado das subculturas dominadas e/ou emergentes, o espaço das indústrias culturais e o círculo da cultura cultivada (Lopes, 1998). Por outro lado, enquanto D’Epinay considera apenas três conjuntos de práticas – expressão, interacção, informação –, Madureira Pinto propõe criação, expressão (associada à interacção), participação e recepção/consumo, enriquecendo o leque de modos de apropriação da cultura (Lopes, 1998).

Adicionalmente, Teixeira Lopes (1998) ao dar um próximo passo ao modelo de Madureira Pinto, desenvolve, como mostrado na Tabela 1, suas tipologias acerca das práticas culturais divididas em cinco níveis de espaços. Quais sejam: i) **espaço doméstico**; ii) **espaço público**; iii) **espaço semi-público**; iv) **espaço associativo/semi-público organizado**; v) **espaço de cultura cultivada/sobrelegitimada**.

Os espaços de ação para as práticas culturais desenvolvido e discutido pelos dois autores é eficaz e esclarecedor no que se propõe. Contudo, tanto ao nível analítico de Madureira Pinto quanto ao de Teixeira Lopes, o espaço virtual não é considerado, justificado pela não existência desse espaço enquanto um local legitimado. Nesse sentido, complementar no modelo de Teixeira Lopes o **espaço virtual de práticas**. Seguindo a lógica do autor, o espaço virtual seria palco para i) **práticas criativas digitais**: fazer um meme, um vídeo, postar uma foto; ii) **práticas recetivas**:

trocar mensagens, ouvir música online, ver vídeos, consumir memes; iii) **práticas público-virtuais**: fazer transmissão online, ir a reuniões online via Zoom. Desta maneira podemos entender melhor os memes enquanto artifício pertencente às culturas digitais.

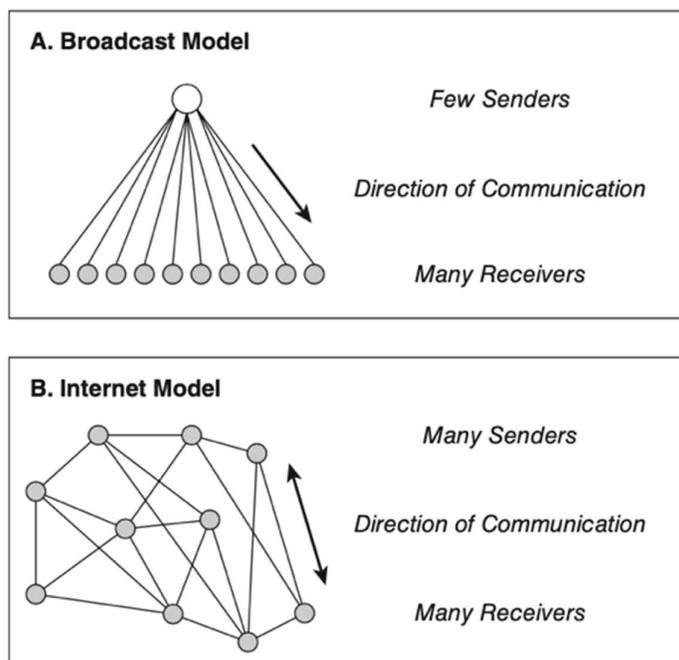
Tabela 1. Classificação das práticas culturais

<p><u>I. Espaço Doméstico</u></p> <p>1. Práticas domésticas criativas: fazer “bricolage”; artesanato; escrever um “diário”; cozinhar por divertimento.</p> <p>2. Práticas domésticas expressivas, de interação e sociabilidade: receber familiares em casa; receber amigos em casa; ir a casa de familiares; ir a casa de amigos.</p> <p>3. Práticas domésticas receptivas, de consumo e/ou fruição: ver televisão; ouvir rádio; ouvir música; ler livros sem ser de estudo ou profissionais; ler jornais; ler revistas; ver filmes vídeo em casa.</p> <p>4. Práticas domésticas de abandono: não fazer nada; dormir a sesta.</p>	<p><u>II. Espaço Público</u></p> <p>5. Práticas expressivas públicas: Frequentar festas de carácter popular; passear; fazer desporto; fazer “jogging”; fazer pequenas viagens; ir à pesca; ir à caça; ir à praia; passear em centros comerciais; ir a feiras.</p> <p>6. Práticas participativas públicas: assistir a jogos de futebol (ou outros espectáculos desportivos); assistir a touradas; ir ao circo; ir a concertos de música popular e moderna.</p>
<p><u>III. Espaço Semi-público</u></p> <p>7. Práticas expressivas semi-públicas: ir a cafés, cervejarias, pastelarias; ir à missa ou a cerimónias religiosas; ir a discotecas; ir a bares; almoçar ou jantar fora sem ser por necessidade; jogar em máquinas electrónicas (casas de jogos); ir às compras (roupa, discos, livros, etc.).</p> <p>8. Práticas receptivas semi-públicas: ir ao cinema.</p> <p>9. Práticas de rotina semi-públicas: comprar comida e mercearias.</p>	<p><u>IV. Espaço Associativo/espaço semi-público organizado</u></p> <p>10. Práticas associativas criativas: fazer teatro amador; dançar (dança contemporânea, ballet, jazz e folclore); tocar (num grupo musical, coro, rancho, etc.); cantar (num grupo musical, coro, rancho, etc.).</p> <p>11. Práticas associativas expressivas: ir a associações recreativas ou a colectividades locais; jogar xadrez; jogar às cartas, damas, bilhar, etc.; fazer campismo e caravanismo.</p>
<p><u>V. Espaço da cultura cultivada/sobrelegitimada</u></p> <p>12. Práticas eruditas criativas: escrever (poemas, contos, etc.); artes plásticas (pintar, desenhar, etc.); fazer fotografia (sem ser em festas ou em férias).</p> <p>13. Práticas receptivas e informativas de públicos cultivados: ir ao teatro; ir a concertos de música clássica; visitar museus, exposições, etc.</p>	

Fonte: (Lopes, 1998).

As culturas digitais estão embrionariamente ligadas à Internet e à Era Digital. Em sua contextualização, a cultura digital pode ser definida como produções culturais que se forma no cerne online, dentro da estrutura da Internet, como proposto na Figura 4 por Mark Poster (1995), um dos primeiros teóricos a fornecer uma discussão perspicaz sobre o que era, na época, a revolução emergente da comunicação dos “novos medias”.

Figura 4. Modelos de concepção de broadcast' versus 'internet'



Fonte: (Miller, 2014).

Esta cultura, por um lado, é resultado de uma conexão entre produções humanas e não-humanas –no caso dos algoritmos. Segundo Miller (2014), muito do que experimentamos como objetos de mídia na cultura digital é criado a partir de bancos de dados por máquinas, em vez de ser o resultado do esforço humano. Por causa disso, os algoritmos tornaram-se uma parte particularmente importante e influente da vida cotidiana na cultura digital (Miller, 2014). Os algoritmos criam, em certo sentido, o que é a cultura digital. São estes também, os que difundem com mais facilidade os memes. Contudo, embora processos sociais como memes não sejam estritamente novos ou exclusivos da cultura digital, eles demonstram uma prevalência na cultura digital que supera em muito as gerações anteriores de mídia (Miller, 2014). O networking permite que ideias, imagens e conceitos se espalhem de uma maneira antes impossível, e a interatividade permite que as pessoas espalhem o meme mais rápido por meio de processos sociais participativos de imitação e emulação (Miller, 2014).

Ao pensarmos nos modelos e práticas culturais propostos por Bourdieu (1979) no contexto da cultura digital, percebe-se a pluralidade das práticas culturais. São cada vez mais diversas e ecléticas. Diferentemente das estruturas engessadas de cultura e classe pensada pelo autor francês, existem pessoas que gostam de obras e autores similares mesmo com proveniências de classe muito diferente. Pessoas são capazes de gostar de serem apaixonadas por música clássica e ao mesmo

tempo adorar ir ao karaokê de música rock comercial. A mistura das referências, produtos, de diferentes níveis de cultura mostram as complexidades existentes dentro das práticas culturais. Seguindo o argumento de Bourdieu (1979), o gosto é construído com base na família, escola e classe cultural. Contudo, com a Internet, e pela sua estrutura, há canais mais complexos de difusão de cultura. E nossos gostos tendem a se formar em outras instâncias para além das instituições sociais, como família e escola. A cultura digital pode exercer um poder socializador, sendo necessário mais pesquisas nesse tema.

Novas práticas culturais, portanto, emergem nesse contexto online. Destarte, faz todo o sentido sociológico em pensar memes enquanto signos que carregam consigo, através de uma relação simbólica com os indivíduos, maneiras de pensar, sentir e representar as suas expressões humanas. Saber que a cultura digital é um campo por onde não só os memes são criados, mas também são criadores, é assumir que estamos a viver em uma época de novas interações e práticas culturais, comunicativa e artísticas. Os memes, como todas as práticas culturais digitais, existem em camadas, o meme é uma linguagem da cultura e, portanto, da geração digital.

Conclusão

Ao percebermos os memes enquanto uma prática cultural dentro da cultura digital é possível delinear algumas conclusões em relação ao exposto e à Sociologia da Cultura. Ora, embora os memes e a cultura digital pareçam uma combinação perfeita, algumas questões podem ser colocadas. Primeiro, é necessário estudos sobre o meme enquanto prática cultural no âmbito sociológico. A literatura especializada define o que memes da Internet e a cultura digital, mas não aprofunda seus impactos culturais. É preciso fazer uma articulação empírica e teórica dos temas abordados com a sociologia da cultura. Isto é, como pode a sociologia nos ajudar a perceber de forma eficaz os desdobramentos para a sociedade desta cultura digital em concreto?

A Internet é um sistema repleto de uma quantidade incalculável de dados. A questão de onde encontrar uma media tornou-se tão relevante quanto a questão da produção de uma media. Apesar de muitas serem inofensivas, os memes são uma poderosa ferramenta nos dias de hoje, considerando ou não a cultura digital. As redes sociais e as estruturas da Internet moldam nossa realidade e nossas experiências sociais e políticas, pois, ela é o tecido das nossas vidas. A sociedade contemporânea é marcada por isso, pelos seus algoritmos. E nós, enquanto espectadores ou atores, estamos sujeitos a essa condição de vigilantes e vigiados, somos criadores e conteúdo. Desta forma, é fundamental o incentivo de estudos mais aprofundados e mais significantes para entendermos, de facto, o impacto das redes na sociedade.

Este artigo, no entanto, é apenas um passo em uma investigação mais ampla. Nesse sentido, muitos aspetos que conectam memes, cultura da internet e práticas culturais ficaram inexplorados. O ponto central está, portanto, a partir da literatura existente e da mobilização de conceitos sociológicos apresentar a potencialidade da abordagem do meme enquanto prática cultural na sociedade contemporânea.

Referencias bibliográficas

Artur, R. (2020). *The Man Who Helped Turn 4chan Into the Internet's Racist Engine*. Vice. <https://www.vice.com/en/article/m7aap8/the-man-who-helped-turn-4chan-into-the-internets-racist-engine>

Assis, L., & Rocha, V. (2022). Populismo digital, pós-verdade, desinformação e memes: análise de conteúdo do grupo do Facebook Bolsonaro presidente 2022 - Eu Apoio!. Simpósio Nacional da ABCIBER 2021, online, Brasil. Retrieved from <https://abciber.org.br/simposios/index.php/abciber/abciber14/paper/viewPaper/1715>

Bartlett, J. (2018). *The people vs tech* (1st ed.). Penguin Books.

Blackmore, S. (1999). *The Meme Machine*. Oxford University Press.

Blank, T. J. (2014). *Understanding folk culture in the digital age: An interview with Folklorist Trevor J. Blank*. Digital Preservation blog. <https://blogs.loc.gov/thesignal/2014/06/understanding-folk-culture-in-the-digital-age-an-interview-with-folklorist-trevor-j-blank-pt-1/>

Bourdieu, P. (1979). *La distinction – critique sociale du jugement*. Edition de Minuit.

Börzsei, L. (2013). *Makes a Meme Instead: A Concise History of Internet Memes*. Academia. https://www.academia.edu/3649116/Makes_a_Meme_Instead_A_Concise_History_of_Internet_Memes

Brown, A. (2014). *Serious objections to memes*. The Guardian Religion. <https://www.theguardian.com/commentisfree/andrewbrown/2009/jul/08/religion-atheism>

Burgess, J., & Green, J. (2009). *Youtube: Online video and Participatory Culture*. Polity.

Carter, J. (2016). *Enchanting Memes: Memetic Politics in the Face of Technocratic Control*. Communication Studies Theses, Dissertations, and Student Research. University of Nebraska-Lincoln.

Crespi, F. (1997). *Manual de sociologia da cultura*. Editorial Estampa.

Dafaure, M. (2020). The “Great Meme War:” the Alt-Right and its Multifarious Enemies. *Angles*, (10). <https://doi.org/10.4000/angles.369>

Davidson, P. (2012). The language of Internet Memes. In Mandiberg, M. (Ed.), *The social media reader* (p. 120-134). NYU Press.

Daley, D., & Kendall, D. (1964). Epidemics and Rumours. *Nature*, 204(4963), 1118-1118. doi: 10.1038/2041118a0

Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*. Oxford Univ. Press.

Dawkins, R. (1999). Foreword. In Blackmore, S. (ed.), *The Meme Machine* (vii-xvii). Oxford University Press.

Denisova, A. (2019). *Internet Memes and Society: Social, Cultural, and Political Contexts*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429469404>

D'Epinay, C. L., Bassand, M., Etienne, C. & Dominique, G. (1982). *Temps libre - Culture de Masse et Culture de Classe Aujourd' Hui*. Favre.

DiResta, R., Shaffer, K., Ruppel, B., Sullivan, D., Matney, R., & Fox, R. et al. (2019). *The tactics and tropes of the Internet Research Agency*. Arks.princeton.edu. Retrieved from <http://arks.princeton.edu/ark:/88435/dsp01fb494c31z>

Elias, N. (1994 [1939]). *O processo civilizador*. Zahar.

Goffman, W., & Newill, V. (1964). Generalization of Epidemic Theory: An Application to the Transmission of Ideas. *Nature*, 204(4955), 225-228. doi: 10.1038/204225a0

Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(1), 1360-1380.

Hamilton, C. (2016). *The everyday artefacts of world politics: why graphic novels, textiles and internet memes matter in world politics*. PhD diss. University of New South Wales.

Hannez, U. (1969). *Soulside: Inquires into Ghetto Culture and Community*. Columbia University Press.

Jesus, A. (2020). *Manda memes: a memética e a cultura como discurso*. elemmental. Retrieved from <https://elemmental.com/2020/01/21/manda-memes-a-memetica-e-a-cultura-como-discurso/>.

Keesing, R. (1974). Theories of Culture. *Annual Review Of Anthropology*, 3(1), 73-97. doi: 10.1146/annurev.an.03.100174.000445

Knobel, M., & Lankshear, C. (2007). Online memes, affinities, and cultural production. In M. Knobel & C. Lankshear (Eds.), *A new literacies sampler* (pp. 199-227). Peter Lang Publishing.

Lazer, D., Pentland, A., Adamic, L., Aral, S., Barabási, A., & Brewer, D. et al. (2009). Computational Social Science. *Science*, 323(5915), 721-723. doi: 10.1126/science.1167742

Lopes, J. (1998). *A Cidade e a Cultura: um estudo sobre as práticas culturais urbanas*. Dissertação de doutoramento. Universidade do Porto.

Machado, C. (2018). *WhatsApp's Influence in the Brazilian Election and How It Helped Jair Bolsonaro Win*. Council on Foreign Relations. Retrieved from <https://www.cfr.org/blog/whatsapps-influence-brazilian-election-and-how-it-helped-jair-bolsonaro-win>

Manterys, A. (2018). Cultural Practices and Social Relations. In: B. Mach, A. Manterys and I. Sadowski, ed., *Individuals and Their Social Contexts*. Institute of Political Studies, the Polish Academy of Sciences, 113-150.

Marlin-Bennett, R., & Jackson, S. (2022). DIY Cruelty: The Global Political Micro-Practices of Hateful Memes. *Global Studies Quarterly*, 2(2). <https://doi.org/10.1093/isagsq/ksac002>

Miller, V. (2014). Understanding digital culture. MTM.

Milner, R. (2013). Pop Polyvocality: Internet Memes, Public Participation, and the Occupy Wall Street Movement. *International Journal Of Communication*, 7, 34. Retrieved from <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1949/1015>

Noam, E. (2017). How Internet got Donald Trump elected. *InterMEDIA*, 44(4), 22-25. Retrieved from <https://www.icom.org/wp-content/uploads/22-25-election-1.pdf>

Nyham, B., & Reifler, J. (2010). When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303-330. doi: 10.1007/s11109-010-9112-2

Pinto, J. (1994). Uma reflexão sobre políticas culturais. In: AAVV. *Dinamicas culturais, cidadania e desenvolvimento local. Actas do Encontro de Vila do Conde*. Associação Portuguesa de Sociologia, 767-792.

Romansky, S. (2020). *On Memes and Men: How Gendered Memes Influenced Trump's 2016 Election Legitimacy*. E-International Relations. Retrieved from <https://www.e-ir.info/2020/08/26/on-memes-and-men-how-gendered-memes-influenced-trumps-2016-election-legitimacy>

Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. The MIT Press.

Sperber, D. (2000). An objection to the memetic approach to culture. In Aunger, R. (ed.) *Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science* (p. 163-173). Oxford University Press.

Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *Cyberpsychology & Behavior*, 7(3), 321-326. doi: 10.1089/1094931041291295

Swidler, A. (1986). Culture in Action: Symbols and Strategies. *American Sociological Review*, 51(2), 273-286. doi: 10.2307/2095521

Vespignani, A. (2009). Predicting the behavior of techno-social systems. *Science*, 325(5939), 425-428. doi: 10.1126/science.1171990

Viscardi, J. (2020). Fake news, verdade e mentira sob a ótica de Jair Bolsonaro no Twitter. *Trabalhos Em Linguística Aplicada*, 59(2), 1134-1157. <https://doi.org/10.1590/01031813715891620200520>

Zittrain, J. (2008). *Future of the internet - and how to stop it*. Yale University.

WORKING PAPERS

4ª Série

Editora/Editor: Sara Melo

Comissão Científica/ Scientific Committee: Inês Maia, João Aguiar, Rute Lemos

Uma publicação seriada online do

Instituto de Sociologia da Universidade do Porto

Unidade de I&D 727 da Fundação para a Ciência e a Tecnologia

Working Papers IS-UP are an online sequential publication of the

Institute of Sociology of the University of Porto

R&D Unit 727 of the Foundation for Science and Technology

Disponível em/Available on:

<https://sociologia.up.pt/working-papers>

ISSN: 1647-9424

WORKING PAPERS IS-UP n°92

Título/Title

"Memes na Cultura Digital: um olhar sociológico sobre os memes enquanto práticas culturais"

Autor/Author

Luigi Piantavinha

O autor, titular dos direitos desta obra, publica-a nos termos da licença Creative Commons

"Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha" nos Mesmos Termos 2.5 Portugal (cf. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pt/>).