


## Da memética aos memes de internet: uma revisão da literatura

Viktor Chagas<sup>1</sup> 

### Introdução

Meme é um termo cunhado em 1976, pelo biólogo Richard Dawkins, em seu livro *O gene egoísta*. Esta sentença abre a seção que revisa o conceito na maior parte dos materiais dedicados a discutir a origem dos memes de internet. Da Wikipédia aos jornais impressos de grande circulação, ao menos uma referência contextual, mesmo que absolutamente lateral, ao “criador” do conceito é normalmente encarada como necessária. Mesmo que, na sequência, não haja nenhuma discussão sobre o quanto essa remissão é inócua, quando não danosa à compreensão do fenômeno. Os memes de internet, afinal, são ou não são memes? Ou, posto de outra maneira, o que têm de memes os memes de internet? Afinal, qual a origem do conceito e como se desenvolveu o campo de estudos que lhe é concernente? Essas são algumas das questões que norteiam este artigo. Mas não somente. Uma vez que o conceito de meme é anterior ao próprio surgimento da internet, estamos interessados em compreender se e como é possível reconhecer alguma mudança no modo como o conceito é estudado face

à popularização das redes sociais *online*. Este artigo pretende varrer as últimas décadas de pesquisa sobre memes em busca de respostas a essas questões. Baseado em uma revisão sistemática da literatura dedicada ao tema, nosso principal objetivo é compreender se podemos ou não tratar como um campo de pesquisa os estudos sobre memes.

A presente revisão divide-se em três seções distintas. Na primeira delas, discute-se a origem do conceito de meme a partir de uma trajetória genealógica, que parte da biologia, passa pela filosofia e pela psicologia cognitiva, até alcançar, mais recentemente, os estudos de comunicação e ciências sociais. Em seguida, tem-se um segundo movimento, em que o conceito original é, aos poucos, delimitado com mais clareza e apropriado, primeiro de forma nativa e, logo depois, também academicamente, para designar um fenômeno emergente nas práticas de comunicação mediada por computador. Por fim, o artigo revisa um conjunto recente de estudos vocacionados à construção teórica de um campo a partir de seu objeto e dedicado a investigar o papel desempenhado pelos memes de internet em processos de interação social.

---

<sup>1</sup>Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense – Niterói (RJ), Brasil.

E-mail: viktor@midia.uff.br

Recebido em: 11/02/2020. Aprovado em: 05/11/2020

A compreensão assumida pelo conceito nos últimos anos contribuiu para que o meme de internet fosse reconhecido como uma linguagem nativa do ambiente digital. O conceito original, entretanto, refere-se a um conjunto de fenômenos de ordem mais ampla e foi modelado de modo controverso, sobretudo nos campos da biologia e da filosofia, a partir de uma leitura do chamado “darwinismo universal”. Nas páginas a seguir, traça-se um paralelo entre esse paradigma e outras perspectivas advindas do próprio campo das ciências sociais na virada do século XIX para o século XX e além. O principal objetivo empreendido por esta revisão sistemática é o de demonstrar a emergência recente de um rico campo de estudos com abordagem transdisciplinar e que vem sendo relativamente negligenciado pelas ciências sociais no Brasil, sob o pretexto de se tratar de um objeto próprio do campo da comunicação e dos estudos de mídia. Como se vê, contudo, essa separação é não apenas artificial como limitadora, uma vez que a literatura revisada a seguir apresenta um conjunto substancial de atravessamentos e conexões entre as áreas disciplinares e suas perspectivas, e as ciências sociais têm um papel fundamental na própria constituição do conceito de meme.

### **O surgimento do conceito**

A memética é assim referida como “a disciplina que estuda os memes e as suas conexões com os humanos e seus outros potenciais hospedeiros” (Hofstadter, 1985, p. 65), ou “a ciência teórica e empírica que estuda a replicação, a disseminação e a evolução dos memes” (Heylighen; Chielens, 2009, p. 1) e, ainda, de modo mais simples, mas não menos certo, “a ciência que estuda como os memes se propagam” (Leal-Toledo, 2017,

p. 13). Há, nessas três definições, elementos marcantes sobre como o campo se constituiu ao longo das décadas, desde que Dawkins (1976) deu origem ao termo. A memética, conforme Douglas Hofstadter registra na antologia *Metamagical Themas* (1985) — que trazia artigos de sua autoria originalmente publicados na primeira metade da década de 1980 na revista de divulgação científica *Scientific American* —, é proposta por Arel Lucas, uma arquivista, que assina com Keith Henson uma série de textos, no começo dos anos 1980, sobre a relação entre memes e religiões. Traçando um paralelo com a genética e os geneticistas, Lucas sugere o uso da expressão “memética” para definir o campo de estudos dos memes. Entretanto, a memética se manteve, por definição, atrelada à concepção de Dawkins (1976), quando muito adaptando-se à de alguns de seus críticos. Tome-se como exemplo o periódico científico dedicado ao campo, o *Journal of Memetics*, que foi publicado *online* entre 1997 e 2005. Poucos ou nenhum de seus trabalhos se volta ao meme particularmente como categoria que traduza o fenômeno da criação e do compartilhamento de conteúdos no âmbito das mídias sociais online. Na realidade, eles estão preocupados com outro tipo de meme e, antes ainda, com outros processos acerca dos memes.

A compreensão de Dawkins (1976) sobre os memes parte de chaves analíticas que carregam emprestadas analogias com os genes. Em última instância, é como se os memes fossem os genes da cultura. Na definição de Dawkins (1976, p. 197), os memes são ideias, bordões, modos de se vestir, de cozinhar ou de construir. Para o etólogo sul-africano, no entanto, o conceito de meme, tomado a partir da raiz *mimeme*, do grego μίμημα [*mí:mē:ma*], é uma nota de pé de página para o debate que pretende travar

acerca do darwinismo universal, uma abordagem da teoria darwiniana que sustenta que é possível aplicar o mesmo princípio algorítmico da seleção natural a outros cenários que extravasam o campo estrito da biologia. O meme, portanto, assim como o gene, constitui-se como um replicador, uma unidade de transmissão, que carrega informações (biológicas, no caso dos genes; culturais, no caso dos memes) de um lado a outro e se espalha entre as pessoas como se as contaminasse. Esse processo, na realidade, espelha uma batalha pela sobrevivência do mais adaptado, à moda do que a seleção natural apregoa aos caracteres herdados biologicamente — os memes então são ideias ou modos de pensar e fazer que competem entre si para se afirmar no caldo cultural humano.

Exatamente como outros replicadores, os memes são selecionados naturalmente, de forma que as crenças mais bem aceitas, as ideias mais razoáveis, ou simplesmente aquelas que têm maior apelo entre as pessoas, são as que se disseminam com maior eficácia. A teoria dos memes, nesse sentido, pode ser perfeitamente compreendida como uma teoria dos rumores, isto é, a abordagem não está centrada na condição de verdade que esses memes carregam, mas no modo como se propagam. É por isso que a definição de Dawkins (1976) enfatiza três diferentes propriedades pelas quais o meme se caracteriza: a fidelidade — ou seja, a capacidade de se replicar de forma idêntica; a fecundidade — a capacidade de gerar múltiplas réplicas de si mesmo; e a longevidade — a capacidade de perdurar no tempo. Essas propriedades ontológicas do meme definem seu potencial de replicabilidade e variação, isto é, como as ideias repercutem entre as pessoas. Grosso modo, elas indicam *como* a mensagem se propaga, mas não *que* mensagem é aquela, ou *por que* razão ela é propagada. Essas duas

outras abordagens são razoavelmente negligenciadas pela memética, não porque não sejam vocações importantes, mas, sobretudo, porque a memética (tal como a genética, no estudo das relações entre os caracteres herdados e os indivíduos; ou mesmo a cibernética, no estudo das interações entre os indivíduos e o meio) é uma ciência essencialmente relacional.

Se Dawkins (1976), no entanto, é lido como o criador do conceito, é Daniel C. Dennett (1991; 1996) quem consolida o modelo, ao fundamentar sua abordagem evolucionista na competição entre os memes. Segundo o filósofo, uma vez que o substrato é finito e os memes, como qualquer outro replicador, dependem dele para serem passados adiante, não resta alternativa se não a disputa entre si, como força motriz da evolução. Deixando de lado, portanto, a proposta de Dawkins (1976) de conciliar um certo determinismo genético com a perspectiva do darwinismo universal, Dennett assume a memética como um paradigma teórico, incorporando seus problemas à filosofia da mente. Na visão de Dennett, os memes competem entre si pelos recursos de nossas mentes. Uma vez que esses recursos — isto é, nossa capacidade de armazenar e acionar essas ideias — são limitados e que há um conjunto limitado de mentes em disputa, essa competição se torna feroz.

Para compreender o comportamento intrínseco aos memes nessa disputa, e entender que memes têm mais chance de sobreviver à batalha pela atenção dos indivíduos, Blackmore (1999) assume a memética como uma perspectiva orientada não pelo humano, mas pelos próprios memes. Se a mente humana é o recurso disputado, ela é o ambiente ao qual os memes devem procurar se adaptar. Em outras palavras, nós somos pura e simplesmente hospedeiros (ou “máquinas”)

dos memes. Essa mudança de perspectiva atende, em parte, às preocupações de que Blackmore (1999) já estava imbuída quando tomou conhecimento do campo científico que Dennett e outros colegas procuravam desenvolver. Com formação em psicologia, Blackmore (1999) trazia intensa curiosidade acerca de fenômenos parapsíquicos, como a percepção extrassensorial, a hipótese segundo a qual existiriam formas de comunicação que prescindem dos sentidos humanos conhecidos. Entender *como* as ideias são disseminadas entre os indivíduos, portanto, exigiria adotar uma perspectiva inerente aos próprios memes, tornando-os sujeitos da memética (Leal-Toledo, 2017, p. 83) e consubstanciando um modelo segundo o qual a agência humana está subordinada aos memes, que, por sua vez, constituindo-se como ideias ou comportamentos, carecem de um suporte para se difundir.

A leitura de Blackmore (1999) permite à memética avançar por novos territórios. Na medida em que trata o substrato como um suporte hospedeiro de memes, ela sugere que é importante compreender as condições adaptativas a que os memes estão legados e, mais do que isso, chama a atenção para o fato de que os memes não apenas se difundem *nesse* ambiente, mas também *por meio* dele. Estão lançadas aí as bases para uma aproximação entre os estudos sobre memes e o campo da comunicação e das ciências sociais.

Shifman (2014, p. 37-38) argumenta que a memética se desenvolveu a partir de três correntes distintas. A memética *orientada por um viés mentalista*, diz a pesquisadora, diferencia os memes de seus veículos. Ela é herdeira direta da definição original ambígua de Dawkins (1976), para quem os memes podem ser ideias (representações, projetos), textos (piadas, lendas) ou práticas (rituais,

manifestações populares). Compreendidos de forma razoavelmente abstrata, os memes podem assumir, segundo essa perspectiva, diferentes veículos. Tal como a ideia de Deus pode ser expressa na forma humana ou como um monstro de espaguete voador, a partir de um ícone de madeira ou simplesmente entendido como uma expressão da natureza, os memes independem de suas manifestações para existir, já que se configuram como instâncias virtuais.

Na *memética orientada por um viés comportamentalista* (ou behaviorista), mais do que ideias, os memes são entendidos como ações, comportamentos ou artefatos. Desse modo, a maneira como se difundem importa, pois eles e os seus veículos são indistinguíveis entre si. Isso significa dizer que as mensagens assumem um caráter distinto a depender do meio de que se utilizam para circular ou a forma que assumem. Mais do que isso, os memes dependem do meio para existir. E os comportamentos são passados adiante socialmente por meio desses veículos, que são veículos de memes, mas são também os memes em si mesmos. Um reisado, por exemplo, não é apenas uma ideia abstrata sobre uma determinada manifestação folclórica em comemoração ao Dia de Reis, mas todo um conjunto de práticas e rituais que, em última instância, são performados pela comunidade. E cada comunidade ou cada apresentação de reisado em uma mesma comunidade é única por si só, na medida em que atravessada por contextos sociais, históricos, culturais diferentes. Ou seja, a interação com o meio é parte absolutamente relevante do processo de seleção (Hull, 2000, p. 54).

Segundo Shifman (2014), há ainda uma terceira corrente, denominada por ela de *memética inclusiva*, que alterna suas posições entre a abordagem idealista e a abordagem

comportamentalista, admitindo os memes como qualquer peça informacional copiada por processos imitativos. Tamanho grau de inclusividade, contudo, compromete a precisão epistemológica do objeto e cria, em determinadas situações, oximoros contra-producentes.

De um modo ou de outro, as três correntes genealógicas descritas por Shifman (2014) (*cf.* Quadro 1) nos ajudam a situar o desenvolvimento anterior da memética. Outros autores (*cf.* Leal-Toledo, 2009) argumentam de maneira semelhante, ao distinguir a perspectiva *internalista* (idealista) da perspectiva *externalista* (comportamentalista). A controvérsia, em grande medida, deve-se às oscilações presentes na obra do próprio Dawkins (1976), que, muito embora tenha originalmente delineado uma perspectiva *internalista* em *O gene egoísta* (1976), aproxima-se de uma concepção *externalista* em seu livro *O fenótipo estendido* (1982). De forma geral, no entanto, todas essas perspectivas padecem de críticas similares, umas em relação às outras. Mais uma vez, Shifman (2014, p. 11) é quem enumera duas das mais decisivas: a questão concernente à agência humana diante dos memes e a incorporação de analogias provenientes do campo da biologia para explicar fenômenos humanos e sociais. Para Leal-Toledo (2017, p. 81-82), as críticas vão além e dizem respeito, entre outras questões,

também à natureza dos memes, já que não há consenso acerca do que eles se constituem ou de qual é a sua unidade básica — “Uma música”, argumenta, “seria só um meme ou um conjunto de memes?” (Leal-Toledo, 2017, p. 81). Também há questões envolvendo a maneira como os memes são passados adiante: se somente por imitação ou por outros modos de aprendizado social; e sobre se é possível distinguir cópias deliberadas de traços culturais semelhantes.

Todas essas questões contribuíram para que o campo, muito embora tenha tido um desenvolvimento promissor ao longo das décadas de 1980 e 1990, hoje, seja relegado a um certo ostracismo, vítima da carência, em um primeiro momento, de estudos empíricos, mas sobretudo das lacunas e imprecisões que, no fim das contas, foram decisivas para que seu discurso cientificista fosse incorporado, a título de piada interna, por usuários da internet, iniciando um longo e complexo reposicionamento epistemológico da categoria. Esse reposicionamento levou o conceito original de meme a se transformar em um mero apêndice ilustrativo ao conceito contemporâneo, que, por sua vez, é devedor de um significado atribuído por via nativa, por meio do uso hodierno do termo.

Embora Dawkins (1976) seja invariavelmente creditado como autor do conceito, categorias semelhantes vinham sendo testa-

**Quadro 1. Abordagens da memética.**

<b>Principais correntes teóricas</b>	<b>Definições</b>
<i>Memética orientada por um viés mentalista</i>	O meme é uma ideia difundida de um indivíduo para outro
<i>Memética orientada por um viés comportamentalista</i>	O meme é uma ação ou um comportamento imitado socialmente
<i>Memética inclusiva</i>	O meme é uma peça de informação copiada por processos imitativos

Fonte: primária, com base em Shifman (2014).

das e exploradas pela sociologia novecentista. Em que pesem os diferentes objetivos de pesquisa e as evidentes divergências epistêmicas, é possível traçar paralelos entre o que Dawkins (1976) propunha no campo da biologia com o que Gabriel Tarde (1899) e Gustave Le Bon (1896) já haviam feito na sociologia. Naturalmente, outras definições de objetos sociológicos guardam semelhanças com a definição frouxa que Dawkins (1976) constrói em princípio para o meme. Entretanto, o paralelo entre a obra de Tarde (1899) e a de Dawkins (1976), por exemplo, não se trata de mera extrapolação assistemática, já que o interesse de ambos conflui para a compreensão do fenômeno social a partir da metáfora biológica do contágio. Tarde, que durante muitos anos foi rival das ideias de Durkheim, e chegou mesmo a ser mais conhecido do que este, faleceu em 1904, deixando uma obra extensa e que buscava responder como é construída a opinião pública. Com uma perspectiva teórica que buscava, antes de tudo, entender os fluxos de opinião e o que ele próprio denominava, apropriando-se de uma categoria biológica, de contágio social, Tarde foi por muitos anos eclipsado nas ciências humanas e sociais, até que autores como Deleuze e Latour, décadas depois, retomaram algumas de suas convicções para construir suas próprias concepções de rizoma e rede. Segundo Tarde (1899; 2011), são três as leis que nos possibilitam apreender os comportamentos humanos baseados em processos de imitação: as leis da repetição, que dão conta de iterações sociais; as leis da oposição, que regulam a concorrência e a inovação a partir da diferenciação; e as leis da adaptação, que apontam para a produção de variações e aptidões individuais. Muito antes de Dawkins (1976), o sociólogo foi também buscar na biologia, notadamente na epidemiologia, princípios

a partir dos quais pudesse erigir sua ciência social (Marsden, 1998).

Além de Tarde, vários outros pensadores e ensaístas voltaram seus olhos para as comparações entre o mundo dos animais e das plantas e os comportamentos humanos, um campo que, mais adiante, se tornaria conhecido como a sociobiologia. Muitos desses autores buscavam não apenas analogias nas ciências naturais, mas procuravam reconhecer padrões que justificassem comportamentos cooperativos ou lúdicos (Massumi, 2017; Bateson, 1955). Dawkins, autor que hoje pode ser reconhecidamente mais atuante na divulgação científica do que propriamente no campo científico, é um dos expoentes da sociobiologia nos anos 1970.

Mas o conceito criado por Dawkins em 1976 encontra paralelos também em outros autores. Chama a atenção, sobretudo, o emprego, em 1904, de termos semelhantes na obra do zoologista Richard Semon. No tratado denominado de *Die Mneme als erhaltendes Prinzip in Wechsel des organischen Geschehens*, Semon (1904) discute o conceito de *mneme* — criado em 1870 pelo sociólogo austríaco Ewald Hering (Shifman, 2014, p. 10) — e o explica como uma espécie de “traço mnemônico” revivido por um indivíduo sob a forma de um estímulo exterior. Semon influencia Aby Warburg, o historiador da arte que cria o projeto *Atlas Mnemosyne*, uma biblioteca de imagens iniciada em 1924 e deixada inconclusa após sua morte, em 1929, e que apresentava em painéis associações de obras iconográficas da Grécia Alexandrina à Alemanha de Weimar (The Warburg Institute, 2013). As imagens associadas revelam um universo cosmográfico que apresenta mudanças históricas e culturais da arte com o passar dos tempos.

A memética, portanto, afirma Hull (2000, p. 51), este, sim, em uma extrapola-

lação histórica, embora deva a Dawkins (1976) sua concepção contemporânea, remonta aos esforços de muitos outros pesquisadores. Citando os estudos de W. D. Hamilton e G. C. Williams, na década de 1960, o filósofo lembra que a relação entre o evolucionismo e o comportamento social vinha sendo investigada intensamente anos antes da solução apresentada por Dawkins (1976) com o conceito de meme. Esses mesmos estudos fundamentam investigações baseadas na observação do comportamento de primatas, uma investida típica da sociobiologia, como a que empreende Bateson (1955), nas ciências sociais, ao construir o conceito de enquadre. Anos depois, Goffman (1986) remete ao mesmo exemplo de Bateson (1955), que havia descrito as reações de um grupo de macacos que brincavam de luta, para desenvolver o conceito de enquadramento a partir do princípio metacomunicativo, isto é, uma mensagem que explica ou estende o contexto primário de outra.

Segundo Lissack (2004), o conceito de enquadramento procura responder questões semelhantes às contidas no conceito de meme, mas o desenvolvimento ulterior da memética a levou a explorar mais o processo de replicação dos memes do que propriamente sua natureza ontológica — tornando-a relativamente próxima dos chamados estudos de difusão, uma linha de investigação teórica interdisciplinar que se atém à disseminação de informação. O fato de que as abordagens sobre o conceito de meme se concentraram em tentar compreender como a informação era passada adiante, somado ao modo como o termo teve ampla aceitação nos meios de divulgação científica desde a sua origem, ajuda a explicar as razões por que, anos depois, entusiastas das tecnologias digitais se apropriaram dessa mesma categoria para designar os conteúdos materiais que compartilhavam

entre si no ambiente de comunidades e fóruns *online*. Essa apropriação vernacular do conceito foi, em grande medida, responsável não apenas por popularizar o fenômeno, mas também por refundar o conceito, que passa, a partir de então, a ser objeto crescente de interesse de cientistas sociais e estudiosos da comunicação.

## O meme de internet

Embora seja difícil precisar com rigor o momento em que conteúdos que circulam na internet passam a ser reconhecidos como memes, é sabido que a terminologia passou por um longo processo de reapropriação até que assumisse a interpretação atual. Sabe-se que, em algum momento dos anos 1990, tornou-se corriqueiro traduzir como memes piadas, trocadilhos e outras formas de virais que ganhavam rapidamente alcance nos fóruns de discussão *online* e *newsgroups*. Além disso, um grupo interdisciplinar e bastante organizado de pesquisadores se articulava em torno da constituição mais formal de um campo de investigação.

Em 1993, foi criado um *newsgroup* na Usenet específico para a discussão de temas relacionados à memética, o *alt.memetics*. Os tópicos variavam de questões como “pode a memética se tornar uma ciência?” (junho de 1995) ao uso subliminar de memes (julho de 1994) e à discussão sobre em que, afinal de contas, consiste o meme do nazismo (dezembro de 1994). Não há registros, porém, de debates sobre memes de internet no espaço.

A adoção do vocabulário por entusiastas da tecnologia é normalmente referenciada tendo o artigo de Mike Godwin para a revista *Wired*, em 10 de janeiro de 1994, como seu primeiro expoente. Godwin é famoso pela Lei de Godwin de Analogias Nazistas

— uma anedota criada pelo próprio autor que estabelece que “conforme uma discussão na internet se estende, a probabilidade de uma comparação entre uma pessoa e Hitler ou de surgir uma outra referência ao nazismo aumenta exponencialmente”. O articulista, então, narra à *Wired* seu experimento, que buscou difundir a Lei Godwin, como uma espécie de contrameme de internet, em oposição ao “meme do nazismo”. O “meme do nazismo”, como ele chamou, era justamente a tendência de a simbologia nazista ser vulgarizada no ambiente libertário dos *news-groups* sempre que alguma situação tendia ao autoritarismo ou assim era percebida pelos seus membros.

Ainda que o artigo de Godwin (1994) seja tido como uma, se não a primeira, referência aos memes no ambiente *online*, a verdade é que uma semana antes, em 3 de janeiro, o ensaísta e ativista John Perry Barlow, fundador da Electronic Frontier Foundation — uma organização sem fins lucrativos dedicada à *advocacy* sobre direitos humanos digitais — havia escrito outra coluna para comentar a “economia das ideias” na Era Digital e citava o conceito de meme para discutir as mudanças no ambiente informacional a partir da internet. É bem verdade que Barlow (1994) não faz uma alusão direta a um meme de internet em particular, mas a temporalidade e a sincronicidade dos dois artigos opinativos nos fazem perceber que o conceito vinha passando por uma paulatina apropriação vernacular.

Essa adoção vernacular do conceito trouxe popularidade aos memes de internet, mas alterou significativamente a compreensão original. Em 1997, como afirmam Michele Knobel e Colin Lankshear (2020), a ideia de que os memes constituíam uma forma de texto ou um comportamento iterado, assumido de modo contagioso por meio de redes, já ganhava corpo.

Knobel e Lankshear (2020) contam que, já em 2000, ministravam conferências sobre memes como uma nova forma de letramento social e utilizavam o conceito para discutir concretamente experiências *online*, como, por exemplo, trocas de mensagens, compartilhamento de imagens e afins. É também nesse momento que os estudos de mídia começam a se aproximar do tema, inicialmente com uma abordagem próxima ao campo da publicidade e do *marketing*, que fazia perceber os memes como recursos estratégicos de propaganda, um “vírus da mídia”, como descreve Rushkoff (1996), em alusão às palavras de Dawkins (1993), que dizia que os memes eram como um “vírus da mente”.

No campo da educação e dos estudos de *media literacy*, Knobel e Lankshear (2020, p. 91) preferem descrever o meme como uma “ideia particular, apresentada como um texto escrito, imagem, ‘movimento’ de linguagem, ou alguma outra unidade de ‘material’ cultural”. Com a ressalva de que, quando empregada para dar conta de fenômenos no ambiente digital, a categoria pode contribuir para um cenário de imprecisão conceitual, os pesquisadores reconhecem que os memes de internet formulam discursos e constituem espaços de afinidade a partir de experiências trocadas *online*.

Burgess (2020) atualiza a discussão a respeito dos memes de internet propondo uma diferenciação entre o conceito de meme e o de viral. Ancorada na sua própria definição de criatividade vernacular (Burgess, 2007), a pesquisadora argumenta que o que importa é a qualidade “generativa” dos memes, entendidos aqui como práticas culturais. A distinção entre memes e virais é similar à que Jenkins *et al.* (2009) e Jenkins, Green e Ford (2014) propõem, quando se referem a uma mídia espalhável (*spreadable media*) e a uma mídia grudenta (*sticky*



*media*), termos cunhados deliberadamente para contornar as metáforas biológicas, como argumentam, chamando a atenção para o fato de que tanto memes quanto virais são analogias provenientes das ciências naturais. Para os pesquisadores, a mídia grudenta é aquela caracterizada pela circulação direta e unívoca de uma mensagem, que retém o internauta, isto é, um processo de propagação da informação. Em oposição, a mídia espalhável se caracteriza por um processo de resignificação, que permite que os internautas criem seus próprios usos para a informação de que são munidos.

Logo a seguir, Patrick Davison (2020) discute as peculiaridades da linguagem dos memes de internet e oferece sua própria interpretação sobre o gênero, descrevendo o meme como “um recorte da cultura, tipicamente uma piada, que ganha influência através de sua transmissão online” (Davison, 2020, p. 144). Davison (2020) está particularmente interessado em debater a condição da autoria nos memes digitais e oferece um modelo analítico que interpreta o significado estético dos memes a partir de três dimensões: o *ideal*, ou ideia passada adiante; o *comportamento*, a ação tomada pelo indivíduo; e a *manifestação*, o fenômeno observável, tal como se apresenta no mundo objetivo.

A divisão do meme por Davison (2020) nesses três componentes e a proposta de Burgess de distinguir memes de virais florescem mais adiante no trabalho desenvolvido por Shifman (2012; 2014), em que a autora propõe compreender os conteúdos gerados por usuários a partir de três características fundamentais — sua *forma*, seu *conteúdo* e sua *postura comunicativa* — e define meme como “(a) um grupo de itens digitais, que compartilha características comuns de conteúdo, forma e/ou postura, os quais (b) foram criados com ciência uns dos outros, e (c) postos

em circulação, imitados e/ou transformados por meio da internet por muitos usuários” (Shifman, 2014, p. 41).

A conceituação de Shifman (2014) muda drasticamente o entendimento a respeito do fenômeno, já que contrapõe a definição herdada de Dawkins (1976) em, pelo menos, três aspectos. Em primeiro lugar, Shifman (2014) entende os memes como “itens digitais”, isto é, textos ou materiais. Isso equivale a dizer que sua atenção é voltada ao veículo do meme, e não ao meme em si, conforme a acepção original. O veículo do meme é o modo como ele se apresenta, sua materialidade. Por essa razão, o meme de Shifman (2014) não é uma ideia ou um comportamento, mas uma mídia. Em segundo lugar, ela adota a expressão “grupo” para propor que os memes não são propriamente uma “unidade” de transmissão, como advogavam os memeticistas, mas um coletivo de conteúdos. Isso significa que só é possível reconhecer um meme a partir de sua inserção em um conjunto de materiais similares, ou seja, em um contexto. É bem verdade que Dawkins (1976) falava em complexos de memes, uma expressão que Hans-Ces Spiel (1999) abreviou para memplexos. Mas a ideia de memplexos é distinta da visão dos memes como grupos de conteúdos, à medida que o que está em jogo nessa segunda perspectiva é uma condição semântica. Por fim, mas não menos importante, a pesquisadora admite que os memes são “postos em circulação” e, dessa forma, reconhece a agência humana, abraçando uma perspectiva culturalista, em contraposição à controvérsia a respeito do papel do sujeito na memética. Com essa guinada, Shifman e seus colaboradores assumem um protagonismo importante na produção científica a respeito dos memes, mas recusam grande parte das formulações originais a respeito do conceito,

mesmo que assumam um tom conciliatório em suas análises. A maior parte de suas pesquisas se concentra em compreender os usos do humor no ambiente digital (Shifman e Thelwall, 2009; Boxman-Shabtai; Shifman, 2015; Nissenbaum; Shifman, 2018), tema que prevalece em sua produção desde o doutorado (Shifman, 2008; Shifman; Katz, 2005; Shifman; Coleman; Ward, 2007).

Se Shifman se inscreve em uma segunda geração de pesquisadores (cf. Quadro 2), dedicada a reinterpretar epistemologicamente os memes, uma nova geração de pesquisadores tem aprofundado debates específicos e orientado suas análises ao universo mais aplicado dos memes de internet. Essa terceira onda de estudos é praticamente concomitante à anterior, mas marcada menos pela expectativa de se desenvolver o conceito e mais por um conjunto de observações empíricas a respeito do papel social desempenhado por esse gênero discursivo.

### Os estudos sobre memes na internet

Em maio de 2012, a ROFLCon, uma convenção bianual sediada no Massachusetts Institute of Technology (MIT), resolveu organizar um painel com três especialistas em memes. Eram jovens pesquisadoras

que estavam terminando seus mestrados ou iniciando o doutoramento: Whitney Phillips, então pela Universidade de Oregon; Kater Miltner, que acabara de defender seu mestrado na London School of Economics; e Jordan Lefler, mestre pela Universidade da Louisiana. As três pesquisadoras debateram o tema junto a outros convidados, incluindo gestores de plataformas como Reddit, BuzzFeed e KnowYourMeme, bem como pessoas que haviam protagonizado memes, fossem webcelebridades ou criadores de personagens, como o Nyan Cat. Lefler (2011) apresentou resultados de sua dissertação de mestrado em linguística, em que faz uma análise do idioleto *LOLspeak*, uma corruptela do inglês, empregada em legendas de memes da família *LOLcat* (fotos de gatos com dizeres engraçados). Miltner (2011) também trouxe resultados de sua dissertação, comentando sobre os grupos focais que empreendeu com pessoas que criam memes do tipo *LOLcat*. A ideia era discutir o formato e compreender melhor as razões e motivações dessas pessoas ao criar e compartilhar essas imagens. Já Phillips discutiu a cultura *troll*, com base em uma etnografia que realizou (Phillips, 2011; 2020), como parte de sua tese de doutorado (Phillips, 2015), com grupos de *trolls* que atacavam páginas memoriais no Facebook.

Quadro 2. Definições de meme de internet.

Principais definições	Fonte
<i>O meme de internet é uma ideia particular apresentada como texto escrito, imagem, linguagem animada ou alguma outra unidade cultural</i>	Knobel e Lankshear (2020)
<i>O meme de internet é uma peça ou conteúdo cultural, tipicamente uma piada, que ganha influência a partir de sua transmissão online</i>	Davison (2020)
<i>O meme de internet é um grupo de itens digitais que compartilham características comuns em sua forma, conteúdo, e postura, que foram criados com ciência um do outro, e foram postos em circulação, imitados e/ou transformados através da internet por diferentes usuários</i>	Shifman (2014)

As três seguem produzindo a respeito do tema. Miltner conclui seu doutorado na School of Communication and Journalism da University of Southern California Annenberg e tem farta produção em parceria com outros nomes importantes (Miltner; Highfield, 2017; Miltner; Baym, 2015; Banet-Weiser; Miltner, 2016), além de artigos próprios (Miltner, 2018; 2020). Ela tem orientado suas pesquisas recentemente para a discussão de *hashtags* feministas e o fenômeno da misoginia *online* (Banet-Weiser; Miltner, 2016). O tema tem encontrado bastante repercussão no meio acadêmico (Jane, 2014; 2016; Mantilla, 2013; Bore; Graefer; Kilby, 2017) e recebeu tratamento diferenciado por Carrie Rentschler e Samantha Thrift (2020), que discutem essas campanhas digitais como eventos memeais feministas (*feminist meme events*).

Phillips, por sua vez, iniciou uma profícua parceria com outro jovem pesquisador, Ryan Milner, que, em 2013, defendeu sua tese, publicada em 2015 com o título *The world made meme* (“O mundo transformado em memes”, em uma tradução livre). O livro de Milner (2016) aborda os memes que circularam em movimentos recentes de ocupação, como Occupy Wall Street, em 2011, e, a partir de uma análise do discurso, aponta para um debate sobre como os memes se constituem como plataforma para discursos contra-hegemônicos, próprios de movimentos sociais conectados. Milner (2020) já esposava essa tese em artigos anteriores e, em 2017, assina, em parceria, um novo livro sobre o antagonismo em comunidades online (Phillips; Milner, 2017).

Fora do eixo Estados Unidos e Europa Ocidental, os estudos sobre memes também floresceram, ganhando intensidade a partir dos anos 2010. Na Hungria, Linda Börzsei (2013) apresentou sua dissertação de mestrado,

discutindo a ideia de nacionalidade na web e a cultura política húngara a partir dos memes de Facebook. Ela já havia publicado um artigo anterior (Börzsei, 2020) no qual propunha uma história dos memes de internet. Na Nova Zelândia, Geniesa Tay (2012) discutiu a linguagem de humor dos memes na política. Na China, a ativista e artista visual An Xiao Mina (2013) já vinha discutindo, em palestras e ensaios publicados em sites e revistas de divulgação científica, a censura governamental à internet a partir dos memes. Em 2019, ela lança seu primeiro livro, *Memes to Movements*, em que discute o valor dos memes na promoção de causas sociais (Mina, 2019). O debate chamou a atenção também de Ethan Zuckerman (2020), que discute a economia política da internet e a censura a plataformas de mídias sociais a partir da formulação da sua “teoria dos gatos fofos”.

Com o tema ganhando cada vez mais proeminência, o importante *Journal of Visual Culture* publicou, em 2014, um dossiê especial, intitulado *Internet Memes*. A edição contou com uma apresentação de Laine Nooney e Laura Portwood-Stacer (2014). A edição especial chamou a atenção dos estudiosos sobre o campo e conseguiu articular um debate em torno das questões estéticas envolvendo a linguagem dos memes.

No mesmo ano, Bradley E. Wiggins e Bret Bowers (2014) publicam um artigo no renomado *New Media & Society* para discutir o meme como gênero comunicacional, introduzindo a noção de meme emergente, uma espécie de ponto de inflexão na trajetória dos conteúdos digitais que ganham repercussão. Segundo Wiggins e Bowers (2014), o meme emergente é o momento preciso em que um viral se converte em meme.

No ano seguinte, Victoria Esteves e Graham Meikle (2015) publicam um capí-

tulo no *Routledge Companion to Alternative and Community Media*, em que discutem os memes e a cultura *remix*. De certo modo, todas essas análises retroalimentam os estudos da segunda geração de pesquisas sobre memes de internet. Não à toa, são referenciados em vários dos trabalhos recentes de Shifman e seus colaboradores.

Mas é na interface entre os estudos sobre memes e a política e o ativismo digital que um vasto conjunto de novas pesquisas se debruça. Por exemplo, Petra Saskia Bayerl e Lachezar Stoynov (2014) discutem a “vingança pelo Photoshop”, levada a cabo diante de situações de injustiça social e violência policial. Os pesquisadores sugerem que os memes de internet oferecem uma oportunidade a movimentos ativistas para reconfigurar e subverter retoricamente alguns episódios de opressão pelas forças do Estado. Na mesma linha, Heidi E. Huntington (2013; 2016) utiliza a retórica visual dos memes para discutir como eles se configuram como um discurso subversivo. E Gabriella Coleman (2012) comentara sobre o espetáculo da transgressão e a estética *troll*.

A transgressão em comunidades *online* e grupos articulados, como o Anonymous, é o centro da análise de Angela Nagle (2017), que aponta traços de um apelo reacionário no comportamento de *trolls online*, remetendo a algumas das questões a que Phillips (2015) e outros, como Carl Chen (2012), anteriormente aludiam. Cole Stryker (2011) também já discutiu o Anonymous, grupo *hacker* que emerge do 4chan. Deslocando o campo de investigação do 4chan ao Reddit, Adrienne Massanari (2015) conduz uma consistente etnografia em diferentes *subreddits* e discute a circulação de memes e a experiência lúdica, mas, ao mesmo tempo, populista e misógina nesses ambientes. Tanto o Reddit quanto o 4chan são dois dos principais celeiros de memes na atualidade.

As campanhas políticas com o uso de memes no Twitter foram objeto de Xabier Martínez-Rolán e Teresa Piñeiro-Otero (2016; 2017). Joel Penney (2017) coloca em questão o papel do cidadão nas campanhas digitais ao discutir o engajamento do que ele denomina de cidadão-marqueteiro (*citizen marketer*), o sujeito que não apenas defende uma determinada causa, mas participa ativamente de sua promoção, difunde *hashtags* e compartilha memes *online*.

D. Travers Scott (2014) analisa a trajetória de Chris Crocker, famoso pelo bordão *Leave Britney Alone*, como a de um ativista LGBT por meio de um “meme empático”. E Heidi A. Campbell (2013) tem delineado uma interessante agenda de pesquisa a respeito dos memes religiosos na constituição do que classifica como uma religião civil, que estabelece princípios morais para a vida pública.

Mais recentemente, diversos estudos têm procurado constituir uma via interdisciplinar, na tentativa de desenvolver modelos matemáticos ou computacionais para a difusão de memes (He; Zheng; Zeng, 2016; Xu *et al.*, 2016; Zhang; Xu; Zhao, 2017; Weng *et al.*, 2012). Por outro lado, com abordagem mais qualitativa, tem crescentemente se expandido uma literatura que incorpora um cariz transnacional ao fenômeno. Na Turquia (Yilmaz, 2017), na Rússia, (Zinovieva, 2015) e na Finlândia (Vainik, 2016) têm sido desenvolvidas agendas nesse sentido. O periódico alemão *Kommunikation @ Gesellschaft*, a exemplo do *Journal of Visual Culture*, publicou um dossiê especial sobre “Originalidade e Viralidade dos Memes de Internet”, com apresentação de Georg Fischer e Lorenz Grünewald-Schukalla (2018).

Um esforço louvável tem sido desempenhado na América Latina por um grupo de pesquisadores do México, espalhado por diferentes instituições, e com uma aborda-

gem voltada à semiótica e aos estudos de linguagem. José Ivanhoe Vélez Herrera (2007; 2013) se destaca com uma produção que envolve sua tese de doutoramento e outros trabalhos. Ignacio Gómez García (2014; 2015) é ainda outro que tem publicado com alguma regularidade sobre o tema. Esses pesquisadores têm procurado desenvolver chaves analíticas próprias, como a noção de imeme, em substituição ao uso do conceito de meme para designar veículos de memes que circulam no ambiente da internet. Desse modo, o conceito original é distanciado do uso hodierno que caracteriza o conceito contemporâneo.

No Brasil, os memes de internet são objeto de pesquisa há quase duas décadas. Os primeiros estudos surgem na área da comunicação, com o livro de Monica Rebecca Ferrari Nunes (2001), costurando uma relação entre memética, memória e afeto; e os artigos de Raquel Recuero (2006; 2007), a respeito dos memes em *weblogs* e redes sociais *online*. Recuero (2006; 2007) procura desenvolver, a partir da memética, uma noção de capital social e propõe uma adaptação dos aspectos relacionados por Dawkins (1976) à natureza dos memes, acrescentando o *alcance* às três características anteriores — *fidelidade*, *fecundidade* e *longevidade*. Depois dos trabalhos de Nunes e Recuero, foi na filosofia que a memética voltou à tona no debate nacional, a partir da tese de doutorado Gustavo Leal-Toledo (2009; 2017). Ainda que suas produções sejam absolutamente relevantes para a consolidação do tema, esses autores estão mais preocupados com o debate travado no âmbito na primeira geração de estudos relacionados aos memes. Notadamente no caso de Leal-Toledo, a afiliação às ideias de Dennett o torna um dos principais, se não o principal, nome no país a trabalhar com o campo disciplinar da memética.

A ideia de criatividade vernacular de Burgess e o humor e a intertextualidade dos memes de internet foram adaptados ao contexto nacional por Fernando Fontanel-la (2009; 2011). Em seguida, vimos outros autores se apropriarem do universo de questões concernentes aos memes de internet para relacionar às suas próprias discussões. Assim, Erick Felinto (2008; 2013) constrói um debate em torno das materialidades da comunicação e da cultura do *spoof*. E Simone Pereira de Sá (2014) discute os vídeos musicais no YouTube. Marcos Nicolau e colaboradores (Nicolau, 2012; Paiva; Nicolau, 2013; Inocêncio; Nicolau, 2014) associam o meme à perspectiva teórica da midiaticização e do consumo, enquanto Maria Clara Aquino Bittencourt e Christian Gonzatti (2017) procuraram analisar o ciclo de vida dos memes e aproximá-los da noção de ciberacontecimento. Mais recentemente, Dalmonte, Souza e Queiroz (2016) também empregam os memes como objeto para analisar dinâmicas de espalhamento midiático. Adriana Amaral e Camila Kehl (2015) trabalharam com o humor na cultura digital. Rafael Grohman (2018) observou os memes de redublagem como dispositivos educacionais. Luis Mauro Sá Martino (2014) tem também um capítulo de seu livro *Teoria das mídias digitais* voltado a uma breve revisão sobre os estudos sobre memes. E Ivana Bentes (2016) é ainda outra pesquisadora que tem demonstrado interesse no tema, com ensaios e colunas publicados, discutindo a conjuntura nacional.

De nossa parte, a agenda de pesquisa do grupo coLAB (Laboratório de Pesquisa em Comunicação, Culturas Políticas e Economia da Colaboração), na Universidade Federal Fluminense, tem gerado uma série de frutos, entre os quais está um conjunto extenso de artigos e capítulos de livros (Cha-

gas *et al.*, 2017; Chagas, 2017; 2018; 2019; Santos; Chagas, 2017; Sarmento; Chagas, 2017; Chagas; Toth, 2016; Rios, 2017; Tsai; Magalhães, 2018).

Destaca-se, ainda, uma geração mais jovem de pesquisadores, no Brasil, que vem trabalhando para consolidar o campo a partir de um tratamento empírico sobre o objeto. É o caso de uma série de dissertações de mestrado e teses de doutorado, concluídas ou em andamento, além de artigos publicados em periódicos científicos por um conjunto relevante de pesquisadores em formação<sup>1</sup>.

Se, em alguns casos, essas produções ainda carecem de maior consistência e amadurecimento, a fim de trazer efetivamente contribuições ao campo, por outro lado, é fácil notar que vários desses artigos, trabalhos monográficos e dissertações de mestrado não apenas arejam a produção acadêmica como incorporam questões promissoras de pesquisa para as investigações em curso. Os memes, afinal, tornaram-se *mainstream*.

### Considerações finais

Nos últimos anos, notadamente em função de um impulso do campo profissional da política, que tem crescentemente incorporado a linguagem dos memes em peças de campanha ou conteúdos que circulam a partir de militantes e apoiadores, temos acompanhado, em diversas partes do mundo, um movimento de legitimação do objeto que análises sobre aspectos intrínsecos à cultura dos memes não foram capazes de conferir. Nesse sentido, grande parte dos estudos sobre memes mais recentes tem procurado observar o fenômeno a partir da perspectiva afeita aos usos estra-

tégicos e à circulação desses conteúdos nas arenas de discussão política. Ainda assim, no Brasil, resistiu-se a encarar esse campo como profícuo. Embora um esforço crescente de pesquisa venha sendo desenvolvido, há maior concentração entre investigadores subscritos à comunicação e aos estudos de mídia. A revisão de literatura conduzida por este artigo parece apontar para a clara necessidade de as ciências sociais assumirem um protagonismo junto aos estudos sobre memes, a fim de compreender aspectos concernentes à cultura digital com maior propriedade.

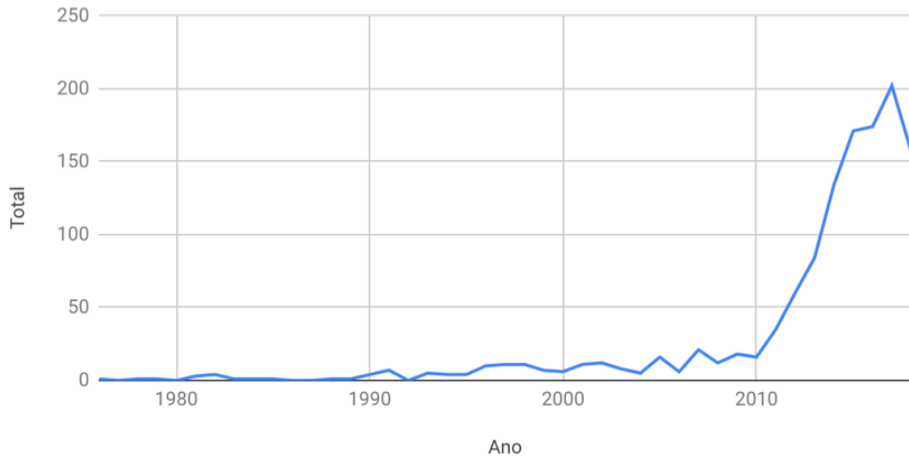
É bem verdade que o conceito tem carências e limitações. Em grande medida, sua principal dificuldade reside na frouxa delimitação epistêmica, fruto de alternâncias sucessivas na compreensão do fenômeno e de uma apropriação nativa da categoria que, de certa forma, redefiniu os rumos da pesquisa no campo. Mas aí está também uma de suas principais riquezas. Trata-se de um conceito errante, que se aplica a um conjunto de práticas e fenômenos sociais absolutamente relevantes. A linguagem dos memes tem sido incorporada pelas campanhas políticas e utilizada na televisão, em programas de auditório e sátira jornalística, e, em muitos aspectos, se amalgamou às subculturas juvenis. Nunca foi tão importante investigar e compreender esse fenômeno.

Todas essas observações confluem para uma interpretação inequívoca de que o campo dos estudos sobre memes se encontra em efervescência (*cf.* Gráfico 1). Mais do que isso, ele opera, neste momento, em um ponto de mutação, no qual, apropriando-se da abordagem original da memética, tem procurado se diferenciar a partir da natureza específica de seu objeto, os memes de internet.

---

1 Por limitações de espaço, neste artigo, optamos por não estender as citações a todas estas produções. Um quadro mais geral dos resultados destas investigações pode ser conferido no endereço <http://museudememes.com.br/> referências, em que procuramos mapear a bibliografia nacional e internacional a respeito do campo (*cf.* Gráfico 1).

**Gráfico 1. Produção científica sobre memes em livros, capítulos, artigos em periódicos, teses e dissertações (1976–2018).**



Não é difícil supor que, daqui a alguns anos mais, as mudanças por que atravessa constantemente o ecossistema midiático, novas implementações e funcionalidades em plataformas digitais, e também novos públicos, reconfigurem esse ambiente, possivelmente

classificando como memes algo que hoje não compreendemos sob essa denominação. Não nos cabe, contudo, um exercício de futurologia. Nosso objetivo com a presente revisão é tão somente o de acompanhar o movimento do campo.

## Referências

- AMARAL, A.; KEHL, C. O humor na cultura colaborativa: formatos digitais como instrumentos de sátira da novela “Amor à Vida” no *blog* “Morri de Sunga Branca”. **Prisma.com**, n. 27, p. 84-108, 2015.
- BANET-WEISER, S.; MILTNER, K. #MasculinitySoFragile: culture, structure, and networked misogyny. **Feminist Media Studies**, v. 16, n. 1, p. 171-174, 2016. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1120490>
- BARLOW, J. P. The economy of ideas. **Wired**, 3 jan. 1994. Disponível em: <https://www.wired.com/1994/03/economy-ideas/>. Acesso em: 30 jan. 2019.
- BATESON, G. A theory of play and fantasy. **Psychiatric Research Reports**, n. 2, p. 39-51, 1955.
- BAYERL, P. S.; STOYNOV, L. Revenge by Photoshop: memefying police acts in the public dialogue about injustice. **New Media & Society**, v. 18, n. 6, p. 1006-1026, 2014. <https://doi.org/10.1177%2F1461444814554747>
- BENTES, I. A memética e a era da pós-verdade. **Cult**, 31 out. 2016. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/a-memetica-e-a-era-da-pos-verdade/>. Acesso em: 30 jan. 2019.

- BITTENCOURT, M. C. A.; GONZATTI, C. O ciclo de vida de um meme: delineamentos para o espalhamento a partir do cibercontencimento em torno do caso da capivara-cachorro. **Lumina**, v. 11, n. 1, p. 1-20, 2017. <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2017.v11.21366>
- BLACKMORE, S. **The meme machine**. Oxford e Nova York: OUP, 1999.
- BORE, I. K.; GRAEFER, A.; KILBY, A. This pussy grabs back: humour, digital affects and women's protest. **Open Cultural Studies**, v. 1, p. 529-540, 2017. <https://doi.org/10.1515/culture-2017-0050>
- BÖRZSEI, L. K. Em vez disso faz um meme: uma história concisa dos memes de internet. In: CHAGAS, V. (org.). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: EdUFBA, 2020. p. 509-540.
- BÖRZSEI, L. K. **Political culture on the National Web: the role of political culture in online political activity and the case of Hungarian politics on Facebook**. Dissertação (Mestrado em New Media and Digital Culture) – Utrecht University, Utrecht, 2013.
- BOXMAN-SHABTAL, L.; SHIFMAN, L. When ethnic humor goes digital. **New Media & Society**, v. 17, n. 4, p. 520-539, 2015. <https://doi.org/10.1177%2F1461444813506972>
- BURGESS, J. “Toda sua chuva de chocolate está pertencida a nós?”: vídeos virais, YouTube e a dinâmica da cultura participativa. In: CHAGAS, V. (org.). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: EdUFBA, 2020. p. 127-138.
- BURGESS, J. **Vernacular creativity and new media**. Tese (Doutorado em Philosophy) – Queensland University of Technology, Brisbane, 2007.
- CAMPBELL, H. A. Religion and the internet: a microcosm for studying internet trends and implications. **New Media & Society**, v. 15, n. 5, p. 680-694, 2013. <https://doi.org/10.1177%2F1461444812462848>
- CHAGAS, V. A febre dos memes de política. **Revista Famecos**, v. 25, n. 1, p. 1-26, 2018. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2018.1.27025>
- CHAGAS, V. Digerindo o indigesto: a escatologia política do Vômito. **Galáxia**, n. 40, p. 41-56, 2019. <https://doi.org/10.1590/1982-25542019137545>
- CHAGAS, V. “Não tenho nada a ver com isso”: cultura política, humor e intertextualidade nos memes das Eleições 2014. In: CERVI, E.; MASSUCHIN, M.; CARVALHO, F. (org.). **Internet e Eleições no Brasil**. Curitiba: CPOB, 2017. p. 86-116.
- CHAGAS, V. *et al.* A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014. **Intexto**, n. 38, p. 173-196, 2017. <https://doi.org/10.19132/1807-8583201738.173-196>
- CHAGAS, V.; TOTH, J. Monitorando memes em mídias sociais. In: SILVA, T.; STABILE, M. (org.). **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações**. São Paulo: Uva Limão, 2016. p. 211-234.
- CHEN, C. The creation and meaning of internet memes in 4Chan: popular internet culture in the Age of Online Digital Reproduction. **Habitus**, v. 3, 2012.
- COLEMAN, G. Phreaks, hackers and trolls: the politics of transgression and spectacle. In: MANDIBERG, M. (org.). **The social media reader**. Nova York: NYU Press, 2012. p. 99-119.
- DALMONTE, E. F.; SOUZA, P. C. F.; QUEIROZ, C. C. Espalhamento midiático e profanação: uma análise de memes sobre os debates eleitorais de 2014. **Comunicação & Sociedade**, v. 38, n. 3, p. 217-243, 2016. <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v38n3p217-243>



- DAVISON, P. A linguagem dos memes de internet (dez anos depois). *In*: CHAGAS, V. (org.). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: EdUFBA, 2020. p. 139-155.
- DAWKINS, R. **The selfish gene**. Oxford e Nova York: OUP, 1976.
- DAWKINS, R. Viruses of the mind. *In*: DAHLBOM, B. (org.). **Dennett and his critics: demystifying mind**. Hoboken: Wiley-Blackwell, 1993. p. 13-27.
- DENNETT, D. C. **Consciousness explained**. Boston: Little, Brown and Co., 1991.
- DENNETT, D. C. **Darwin's dangerous idea**. Nova York: Simon & Schuster, 1996.
- ESTEVES, V.; MEIKLE, G. "Look @ this fukken doge": internet memes and remix cultures. *In*: ATTON, C. (org.). **The Routledge Companion to Alternative and Community Media**. Londres: Routledge, 2015. p. 561-570.
- FELINTO, E. Grumpy Cat, grande mestre zen da geração digital: afetos e materialidades da imagem memética. **Academia**, 2013. Disponível em: [https://www.academia.edu/3879345/Grumpy\\_Cat\\_Grande\\_Mestre\\_Zen\\_da\\_Gera%C3%A7%C3%A3o\\_Digital\\_Afetos\\_e\\_Materialidades\\_da\\_Imagem\\_Mem%C3%A9tica](https://www.academia.edu/3879345/Grumpy_Cat_Grande_Mestre_Zen_da_Gera%C3%A7%C3%A3o_Digital_Afetos_e_Materialidades_da_Imagem_Mem%C3%A9tica). Acesso em: 30 jan. 2019.
- FELINTO, E. Videotrash: o YouTube e a cultura do "spoof" na internet. **Galáxia**, n. 16, p. 33-42, 2008.
- FISCHER, G.; GRÜNEWALD-SCHUKALLA, L. Originalität und Viralität von (Internet) Memes [Originalidade e viralidade dos memes (de internet)]. **Kommunikation @ Gesellschaft**, v. 19, n. 2, 2018. <https://doi.org/10.15460/kommges.2018.19.2.603>
- FONTANELLA, F. Bem-vindo à Internets: os subterrâneos da internet e a cibercultura vernacular. *In*: INTERCOM, 2011. **Anais [...]**. Recife: UCP, 2011.
- FONTANELLA, F. O que é um meme na internet? Proposta para uma problemática da memesfera. *In*: ABCIBER, 2009. **Anais [...]**. São Paulo: ESPM, 2009.
- GARCÍA, I. G. Del meme al imeme: trascendiendo la dimensión lúdica. **EntreTextos**, v. 5, n. 15, p. 1-9, 2014.
- GARCÍA, I. G. Los imemes como vehículos para la opinión pública. **Versión: Estudios de Comunicación y Política**, n. 38, p. 147-159, 2015.
- GODWIN, M. Meme, counter meme. **Wired**, 10 jan. 1994. Disponível em: <https://www.wired.com/1994/10/godwin-if-2/>. Acesso em: 30 jan. 2019.
- GOFFMAN, E. **Frame analysis: an essay on the organization of experience**. Chicago: Northeastern University Press, 1986.
- GROHMAN, R. Lip Sync for Your Theory: dublagem como dispositivo educacional no ensino de Teorias da Comunicação. *In*: COMPÓS, 2018. **Anais [...]**. Belo Horizonte: PUC-MG, 2018.
- HE, S.; ZHENG, X.; ZENG, D. A model-free scheme for meme ranking in social media. **Decision Support Systems**, v. 81, p. 1-11, 2016. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2015.10.002>
- HERRERA, J. I. V. **Evolución en la tecnología: de la inteligencia artificial al meme**. Colonia Florida: Palabra de Clío, 2007.
- HERRERA, J. I. V. **Memética como herramienta científica para el estudio de las memes de internet**. Tese (Doutorado em Estudos Humanísticos) – Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Monterrey, 2013.

- HEYLIGHEN, F.; CHIELENS, K. Cultural evolution and memetics. *In*: MEYERS, R. A. (org.). **Encyclopedia of Complexity and System Science**. Nova York: Springer Reference, 2009. p. 1-27.
- HOFSTADTER, D. **Metamagical Themas**: questing for the essence of mind and pattern. Hachette: Basic Books, 1985.
- HULL, D. L. Taking memetics seriously: memetics will be what we make it. *In*: AUNGER, R. (org.). **Darwinizing culture**: the status of memetics as a science. Oxford e Nova York: OUP, 2000. p. 43-67.
- HUNTINGTON, H. E. Pepper Spray Cop and the American Dream: using synecdoche and metaphor to unlock Internet memes' visual political rhetoric. **Communication Studies**, v. 67, n. 1, p. 77-93, 2016. <https://doi.org/10.1080/10510974.2015.1087414>
- HUNTINGTON, H. E. Subversive memes: internet memes as a form of visual rhetoric. **Selected Papers of Internet Research**, v. 14, n. 0, 2013.
- INOCÊNCIO, L.; NICOLAU, M. GIFs meméticos, cultura *pop* e reapropriação da imagem: uma análise do Tumblr "Como Eu Me Sinto Quando". *In*: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 8., 2014, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: ESPM, 2014.
- JANE, E. A. "Back to the kitchen, cunt": speaking the unspeakable about online misogyny. **Continuum: Journal of Media & Cultural Studies**, v. 28, n. 4, p. 558-570, 2014. <https://doi.org/10.1080/10304312.2014.924479>
- JANE, E. A. Online misogyny and feminist digilantism. **Continuum: Journal of Media & Cultural Studies**, v. 30, n. 3, p. 284-297, 2016. <https://doi.org/10.1080/10304312.2016.1166560>
- JENKINS, H. *et al.* **If it doesn't spread, it's dead**. Cambridge: Convergence Culture Consortium e MIT, 2009. Disponível em: [http://convergenceculture.org/research/Spreadability\\_doublesidedprint\\_final\\_063009.pdf](http://convergenceculture.org/research/Spreadability_doublesidedprint_final_063009.pdf). Acesso em: 30 jan. 2019.
- JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.
- KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C. Memes *online*, afinidades e produção cultural (2007–2018). *In*: CHAGAS, V. (org.). **A cultura dos memes**: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital. Salvador: EdUFBA, 2020. p. 85-125.
- LEAL-TOLEDO, G. **Controvérsias meméticas: a ciência dos memes e o darwinismo universal em Dawkins, Dennett e Blackmore**. Tese (Doutorado em Filosofia) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.
- LEAL-TOLEDO, G. **Os memes e a memética**: o uso de modelos biológicos na cultura. São Paulo: FiloCzar, 2017.
- LE BON, G. **The crowd**: a study of the popular mind. Londres: Sparkling Books, 1896.
- LEFLER, J. **I can has thesis?: a linguistic analysis of LOLspeak**. Dissertação (Mestrado em Arts/Linguistics) – Louisiana State University, Baton Rouge, 2011.
- LISSACK, M. R. The redefinition of memes: ascribing meaning to an empty cliché. **Journal of Memetics**, v. 8, n. 1, 2004.
- MANTILLA, K. Gendertrolling: misogyny adapts to new media. **Feminist Studies**, v. 39, n. 2, p. 563-570, 2013.
- MARSDEN, P. Memetics and social contagion: two sides of the same coin? **Journal of Memetics**, v. 2, n. 2, p. 171-185, 1998.
- MARTÍNEZ-ROLÁN, X.; PIÑEIRO-OTERO, T. El uso de los memes en la conversación política 2.0: una aproximación a una movilización efímera. **Prisma Social**, n. 18, p. 55-84, 2017.

- MARTÍNEZ-ROLÁN, X.; PIÑEIRO-OTERO, T. Los memes en el discurso de los partidos políticos en Twitter: análisis del Debate sobre el Estado de la Nación de 2015. **Communication & Society**, v. 29, n. 1, p. 145-160, 2016. <https://doi.org/10.15581/003.29.1.sp.145-160>
- MARTINO, L. M. S. Memes e virais, replicações e cultura. *In*: MARTINO, L. M. S. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis: Vozes, 2014. p. 177-181.
- MASSANARI, A. L. **Participatory culture, community, and play**: learning from Reddit. Berna: Peter Lang, 2015.
- MASSUMI, B. **O que os animais nos ensinam sobre política**. São Paulo: n-1 Edições, 2017.
- MILNER, R. Polivocalidade pop: memes de internet, participação pública, e o movimento Occupy Wall Street. *In*: CHAGAS, V. (org.). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: EdUFBA, 2020. p. 179-219.
- MILNER, R. **The world made meme**: public conversations and participatory media. Cambridge: MIT Press, 2016.
- MILTNER, K. Memes. *In*: BURGESS, J.; MARWICK, A.; POELL, T. **The SAGE Handbook of Social Media**. Thousand Oaks: Sage, 2018.
- MILTNER, K. “Não há lugar para luz nos LOLcats”: o papel do gênero midiático, do gênero sexual, e da identidade de grupo na interpretação e no divertimento a partir de um meme de internet. *In*: CHAGAS, V. (org.). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: EdUFBA, 2020. p. 367-400.
- MILTNER, K. **SRSLY fenomenal**: an investigation into the appeal of LOLcats. Dissertação (Mestrado em Media and Communications) – London School of Economics, Londres, 2011.
- MILTNER, K; BAYM, N. K. The selfie of the Year of the Selfie: reflections on a media scandal. **International Journal of Communication**, v. 9, p. 1701-1715, 2015.
- MILTNER, K; HIGHFIELD, T. Never gonna GIF you up: analyzing the cultural significance of the animated GIF. **Social Media + Society**, v. 3, n. 3, 2017. <https://doi.org/10.1177%2F2056305117725223>
- MINA, A. X. Hashtag memes: breaking the single story through humour. **Al Jazeera**, 27 mar. 2013. Disponível em: <https://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2013/03/2013326132026281740.html>. Acesso em: 30 jan. 2019.
- MINA, A. X. **Memes to movements**. Londres: Penguin Random House, 2019.
- NAGLE, A. **Kill all norms**: online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and the Alt-right. Londres: Zero Books, 2017.
- NICOLAU, M. Menos Luiza que está no Canadá e o fator humanológico da midiaticização. **Culturas Midiáticas**, v. 5, n. 1, 2012.
- NISSENBAUM, A.; SHIFMAN, L. Meme Templates as Expressive Repertoires in a Globalizing World: A Cross-Linguistic Study. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 23, n. 5, p. 294-310, 2018. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy016>
- NOONEY, L.; PORTWOOD-STACER, L. One does not simply: an introduction to the special issue on internet memes. **Journal of Visual Culture**, v. 13, n. 3, p. 248-252, 2014. <https://doi.org/10.1177%2F1470412914551351>
- NUNES, M. R. F. **A memória na mídia**: a evolução dos memes de afeto. São Paulo: Annablume, 2001.
- PAIVA, F.; NICOLAU, M. “...E o Marco Feliciano não me representa”: as múltiplas formas de um meme no Instagram. *In*: INTERCOM, 2013. **Anais [...]**. Manaus: Unama, 2013.

- PENNEY, J. **Citizen marketer**: promoting political opinion in the Social Media Age. Oxford e Nova York: OUP, 2017.
- PHILLIPS, W. A casa que a Fox construiu: Anonymous, espetáculo, e ciclos de amplificação. *In*: CHAGAS, V. (org.). **A cultura dos memes**: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital. Salvador: EdUFBA, 2020. p. 401-423.
- PHILLIPS, W. LOLing at tragedy: Facebook trolls memorial pages and resistance to grief online. **First Monday**, v. 16, n. 12, 2011.
- PHILLIPS, W. **This is why we can't have nice things**. Cambridge: MIT Press, 2015.
- PHILLIPS, W.; MILNER, R. **The ambivalent internet**: mischief, oddity, and antagonism online. Cambridge: Polity, 2017.
- RECUERO, R. Memes e dinâmicas sociais em *weblogs*: informação, capital social e interação em redes sociais na internet. **Intexto**, v. 2, n. 15, p. 1-16, 2006.
- RECUERO, R. Memes em *weblogs*: proposta de uma taxonomia. **Revista Famecos**, v. 14, n. 32, p. 23-31, 2007. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2007.32.3411>
- RENTSCHELER, C.; THRIFT, S. Praticando feminismo na rede: o riso em rede e o meme Binders Full of Women. *In*: CHAGAS, V. (org.). **A cultura dos memes**: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital. Salvador: EdUFBA, 2020. p. 323-365.
- RIOS, D. It's a beautiful day to ruin lives: a representação de Shonda Rhimes através de memes criados por fãs de Grey's Anatomy. *In*: INTERCOM, 2017. **Anais [...]**. Curitiba: Universidade Positivo, 2017.
- RUSHKOFF, D. **Media virus**: hidden agendas in popular culture. Nova York: Ballantine Books, 1996.
- SÁ, S. P. The Numa Numa Dance e Gangnam Style: vídeos musicais no YouTube em múltiplas mediações. **Galáxia**, v. 14, n. 28, 2014. <https://doi.org/10.1590/1982-25542014219772>
- SANTOS, J. G. B.; CHAGAS, V. A revolução será memetizada: engajamento e ação coletiva nos memes dos debates eleitorais em 2014. **e-Compós**, v. 20, n. 1, p. 1-22, 2017. <https://doi.org/10.30962/ec.1252>
- SARMENTO, R.; CHAGAS, V. Bela, recatada e do bar: memes de internet, política e gênero. *In*: COMPOLÍTICA, 2017. **Anais [...]**. Porto Alegre: UFRGS, 2017.
- SCOTT, D. T. The empathetic meme: situating Chris Crocker within the media history of LGBT equality struggles. **Journal of Communication Inquiry**, v. 38, n. 4, p. 308-324, 2014. <https://doi.org/10.1177%2F0196859914550690>
- SEMON, R. W. **The Mneme**. Nova York: The MacMillan Company, 1904.
- SHIFMAN, L. An anatomy of a YouTube meme. **New Media & Society**, v. 14, n. 2, p. 187-203, 2012. <https://doi.org/10.1177%2F1461444811412160>
- SHIFMAN, L. **Memes in digital culture**. Cambridge: MIT Press, 2014.
- SHIFMAN, L. **Televised humor and social cleavages in Israel, 1968-2000**. Jerusalém: Hebrew University Magnes Press, 2008.
- SHIFMAN, L.; COLEMAN, S.; WARD, S. Only joking? Online humour in the 2005 UK general election. **Information, Communication & Society**, v. 10, n. 4, p. 465-487, 2007. <https://doi.org/10.1080/13691180701559947>
- SHIFMAN, L.; KATZ, E. "Just call me Adonai": a case study of ethnic humor and immigrant assimilation. **American Sociological Review**, v. 70, n. 5, p. 843-859, 2005. <https://doi.org/10.1177%2F000312240507000506>

- SHIFMAN, L.; THELWALL, M. Assessing global diffusion with web memetics: the spread and evolution of a popular joke. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 60, n. 12, p. 2567-2576, 2009. <https://doi.org/10.1002/asi.21185>
- SPEEL, H. Memetics: on a conceptual framework for cultural evolution. *In*: HEYLIGHEN, F.; BOLLEN, J.; RIEGLER, A. (org.). **The evolution of complexity**. Kluwer Academic Publishers e VUB University Press, 1999. p. 1-17.
- STRYKER, C. **Epic Win for Anonymous**: how 4chan's army conquered the web. Nova York: Overlook, 2011.
- TARDE, G. **As leis sociais**: um esboço de sociologia. Niterói: Eduff, 2011.
- TARDE, G. **The laws of imitation**. Nova York: Henry Holt and Company, 1899.
- TAY, G. **Embracing LOLitics**: popular culture online, political humor, and play. Dissertação (Mestrado em Media and Communication) – University of Canterbury, Christchurch, 2012.
- THE WARBURG INSTITUTE. Mnemosyne: meanderings through Aby Warburg's Atlas. **Mnemosyne**, 2013. Disponível em: <https://warburg.library.cornell.edu/>. Acesso em: 30 jan. 2019.
- TSAI, Y. J.; MAGALHÃES, D. “Marielle, Presente!”: O combate às *fake news* quando a verdade está ausente. *In*: INTERCOM, 2018, Joinville. **Anais [...]**. Joinville: Univille, 2018.
- VAINIK, E. Yliopisto avaimia nettimeemien tulkintaan: meemit transnationaalina [Chaves para interpretar memes: os memes como um fenômeno midiático transnacional]. **Lähikuv**, v. 29, n. 3, 2016. <https://doi.org/10.23994/lk.59500>
- WENG, L. *et al.* Competition among memes in a world with limited attention. **Scientific Reports**, v. 2, n. 335, 2012. <https://doi.org/10.1038/srep00335>
- WIGGINS, B. E.; BOWERS, G. B. Memes as genre: a structural analysis of the memescape. **New Media & Society**, v. 17, n. 11, p. 1886-1906, 2014. <https://doi.org/10.1177%2F1461444814535194>
- XU, W. W. *et al.* Networked cultural diffusion and creation on YouTube: an analysis of YouTube memes. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, v. 60, n. 1, p. 104-122, 2016. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1127241>
- YILMAZ, Ç. İnternet-Ortamlı Mem Çalışmaları: Uluslararası Alanyazına Bir Bakış ve Türkiye'deki Olanaklar [Estudos sobre memes de internet: uma visão geral da literatura internacional e dos avanços na Turquia]. **Global Media Journal TR Edition**, v. 8, n. 15, p. 182-207, 2017.
- ZHANG, L.; XU, K.; ZHAO, J. Sleeping beauties in meme diffusion. **arXiv**, 2017. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1604.07532>. Acesso em: 30 jan. 2019.
- ZINOVIEVA, N. A. Функции интернет-мемов в обществе. социологический взгляд [Funções dos memes da internet na sociedade: uma visão sociológica]. *In*: Объединенная научная конференция «Интернет и современное общество» [CONFERÊNCIA CIENTÍFICA A INTERNET E A SOCIEDADE MODERNA]. **Anais [...]**. São Petersburgo: Universidade Estadual de São Petersburgo, 2015.
- ZUCKERMAN, E. Gatos fofos ao resgate? Mídia participative e expressão política. *In*: CHAGAS, V. (org.). **A cultura dos memes**: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital. Salvador: EdUFBA, 2020. p. 221-251.

## Resumo

*Da memética aos memes de internet: uma revisão da literatura*

O artigo se propõe a empreender uma revisão de literatura sobre o campo da memética e as evoluções no conceito de meme, desde a sua fundamentação, ainda na década de 1970, até o emprego contemporâneo, para qualificar fenômenos concernentes ao ambiente digital. Embora o termo meme seja vulgarmente utilizado hoje para designar um conteúdo ou linguagem midiática, sua origem e o campo de investigações a que esteve atrelado procuram responder questões que são, há muito, objeto das ciências sociais. A presente pesquisa se ancora em uma percepção de que os estudos sobre memes podem ser classificados sobre três gerações, de acordo com suas preocupações latentes: um debate ontológico, um debate epistemológico e uma série de estudos aplicados.

**Palavras-chave:** Memes; Memética; Imitação social; Cultura digital; Estudos de mídia.

## Abstract

*From memetics to Internet memes: a literature review*

The aim of this paper is to perform a literature review on the field of memetics and to discuss the evolution of the concept of meme, from its foundation, back in the 1970s, to its contemporary use related to a vernacular phenomenon in the digital environment. Although the term “meme” is commonly used nowadays to define a specific media content or language, its origin and the field of research it has been linked to try to answer questions that have long been the object of the social sciences. The present research is anchored in a perception that meme studies can be sorted in three generations, according to their latent concerns: ontological and epistemological debates, and a series of more recent applied studies.

**Keywords:** Memes; Memetics; Social imitation; Digital culture; Media studies.

## Résumé

*De la mémétique aux mèmes internet : une revue de la littérature*

Cet article propose d’entreprendre une revue de la littérature sur le domaine de la mémétique et l’évolution du concept de mème, de sa fondation, toujours dans les années 1970, à l’emploi contemporain, pour désigner les phénomènes concernant l’environnement numérique. Si le terme « mème » est couramment utilisé aujourd’hui pour désigner un contenu ou un langage médiatique, son origine et le champ de recherche auquel il est lié cherchent à répondre à des questions qui ont longtemps fait l’objet des sciences sociales. La présente recherche est ancrée dans la perception que les études sur les mèmes peuvent être classées en trois générations, selon leurs préoccupations latentes: un débat ontologique, un débat épistémologique et une série d’études appliquées.

**Mots-clés :** Mèmes ; Mémétique ; Imitation sociale ; Culture numérique ; Etudes médiatiques.