

A linguagem dos memes: aspectos estéticos e semióticos dos conteúdos digitais

The language of memes: aesthetic and semiotic aspects of digital content

VIKTOR CHAGAS - ORCID 0000-0002-1806-6062

LUIZA DE MELLO STEFANO - ORCID 0000-0002-3250-8437

(pág 143 - pág 154)

RESUMEN. Este artículo busca presentar un marco teórico que comprenda los memes de internet como un lenguaje. Apoyados en las principales investigaciones sobre el tema, sostenemos que los memes comparten, en diferentes grados, características intrínsecas a su lenguaje. Enumeramos ocho factores comunes a estos contenidos digitales que configuran lo que llamamos el lenguaje de los memes: amateurismo, intertextualidad, replicabilidad, síntesis representacional, humor, identidades y pertenencia, longevidad y multimodalidad. Finalmente, construimos una comprensión acerca de qué conflictos y desafíos potenciales surgen de esta intersección y la importancia de dominar estos atributos, para minimizarlos.

Palabras clave: cultura digital, estética, lenguaje, lenguaje de memes, memes.

ABSTRACT. This article seeks to present a theoretical framework that understands internet memes as a language. Supported by the main research on the topic, we argue that memes share, to different degrees, characteristics intrinsic to their language. We identify eight common factors in these digital contents that constitute what we refer to as the language of memes: amateurism, intertextuality, replicability, representational synthesis, humor, identities and belonging, longevity and multimodality. Finally, we develop an understanding of potential conflicts and challenges that arise from this intersection and the importance of master these attributes to minimize them.

Keywords: digital culture, aesthetics, language, meme language, memes.

LUIZA STEFANO é doutoranda em Comunicação pelo PPGCOM/UFF, pesquisadora do #MUSEUdeMEMES e pesquisadora associada ao Laboratório de Pesquisa em Comunicação, Culturas Políticas e Economia da Colaboração (coLAB-UFF) e ao TeleVisões (UFF). E-mail: luizamellost@gmail.com.

VIKTOR CHAGAS é professor do Departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense. Doutor em História, Política e Bens Culturais pela Fundação Getúlio Vargas e coordenador do projeto #MUSEUdeMEMES. E-mail: viktor@midia.uff.br.

FECHA DE PRESENTACIÓN: 21/04/2023 **FECHA DE APROBACIÓN:** 18/07/2023

1. INTRODUÇÃO

Desde a origem do termo, os memes têm sido descritos como uma ideia transmitida de pessoa para pessoa, através do tempo (Dawkins, 1976), um comportamento adquirido por meio de imitação social (Blackmore, 1999), um discurso (Knobel & Lankshear, 2005) ou uma forma generativa da cultura popular (Burgess, 2007), ou ainda um tipo específico de conteúdo digital (Shifman, 2014). Pouco se discute, contudo, como os memes constituem uma linguagem.

O objetivo primordial deste artigo é o de apresentar uma matriz teórica sobre o que pode ser compreendido como uma linguagem dos memes, e simultaneamente construir um entendimento sobre que vetores a distinguem de outras linguagens comunicacionais. Para tal, este estudo se ampara nas principais pesquisas atuais sobre o tema e extrai, a partir delas, oito vetores que compõem tal linguagem. Trata-se de uma categorização não-exaustiva sobre o tema e que, portanto, não se pretende prevalecer sobre outras propostas.

Davison (2012) estabelece que a linguagem dos memes se ancora em três aspectos – o ideal, o comportamento e a manifestação. Ao passo que Shifman (2014) trabalha com as dimensões de forma, conteúdo ou postura (*stance*). Na prática, essas leituras implicam no reconhecimento do meme como uma produção gerada por usuários no ambiente digital. Mas elas dizem muito pouco a respeito do caráter linguageiro dos memes e do sistema compartilhado por indivíduos que criam e circulam esses conteúdos, e, através dessas ações, comunicam suas ideias e sentimentos. Que elementos estéticos e recursos estilísticos os memes introduzem? O que há de comum e de particular entre o que se poderia descrever como uma linguagem dos memes e outras linguagens? Estas são algumas das questões que nos lançam a essa empreitada.

Nosso argumento é de que os memes compartilham, em diferentes graus, características intrínsecas à sua linguagem, como o amadorismo, a intertextualidade, o humor, a longevidade, entre outras, e por isso são reconhecidos como materialidades comunicacionais próprias do ambiente de sociabilidade digital. E o fato de que os memes constituem uma linguagem está expresso na incorporação destes elementos de materialidade por outros gêneros. Para apresentar esta discussão, este artigo se estrutura a partir de quatro seções, além desta introdução. Iniciamos o debate chamando à atenção para algumas das interpretações que procuram associar o meme ao seu caráter linguageiro. Em seguida, apresentamos algumas das características constituintes dessa linguagem para, então, comentarmos alguns dos desafios e agendas que a pesquisa com memes no ambiente digital tem pela frente.

2. CONCEITOS E DISCUSSÕES-CHAVES

Santaella (1983) sustenta que todo fenômeno cultural só funciona porque é também um fenômeno comunicacional, e que, portanto, se estrutura como linguagem. A autora se ampara em três grandes matrizes – a linguagem verbal, a visual e a sonora, das quais “[se] originam todos os tipos de linguagens e processos sígnicos que os seres humanos, ao longo de toda a sua história, foram capazes de produzir” (Santaella, 2013: 246). A linguagem é caracterizada por um sistema amplo e complexo que reflete aquilo que a sociedade constrói culturalmente, organizado de símbolos, códigos e regras, que possibilita a transmissão de

sentidos, favorece a interação entre os seres humanos e influencia nas práticas sociais e no comportamento dos sujeitos. Dessa forma, “todo e qualquer fato cultural, toda e qualquer atividade ou prática social constituem-se como práticas significantes, isto é, práticas de produção de linguagem e de sentido” (Santaella, 1983: 2).

Com a cultura dos memes, não é diferente. Romero e Vélez Herrera (2020) trazem uma visão crítica das variações que o termo “meme” apresenta ao longo das últimas décadas a partir de uma referência teórica próxima à semiótica, criando uma analogia entre o signo e os memes de internet, denominados por eles como “*imemes*”. E Herrera (2015) denomina de “*rimemes*” as peças individuais que compõem uma imeme, isto é, cada foto de gato fofo que está associada à família de memes *LOLcats*. Marino (2018), entretanto, é mais cética ao recuperar a relação entre meme e semiótica defendendo que a noção do termo cunhado por Dawkins foi herdada da Biosemiótica, um ramo “que estuda a produção e interpretação de signos no domínio biológico” (Marino, 2018: 11). Para a autora, o conceito de meme estaria sendo erroneamente atrelado à noção de signo que ignora a natureza triádica do campo – com o objeto e o intérprete. Marino prefere atribuir um olhar da sociossemiótica considerando os memes como um tipo específico de texto que circula pelo discurso social.

O que usualmente designamos por memes, portanto, são a expressão material mais bem acabada desta cultura. Ou seja, os memes se espalham pelos mais diferentes canais e plataformas e se materializam em vídeos, imagens, áudios, palavras ou expressões, constituindo um fenômeno social compartilhado (Shifman, 2014). Desde a concepção proposta por Dawkins na década de 1970 até os dias atuais, os memes têm sido descritos como uma variedade de significados. Nesse conjunto de definições pouco se discute, porém, o meme como uma linguagem. Embora seja comum nos depararmos com esse termo, é raro ele vir acompanhado de explicações aprofundadas.

Davison (2012) é talvez um dos primeiros autores a reconhecer uma “linguagem dos memes”. Ele estabelece que tal linguagem se ancora em três aspectos, sendo a manifestação o evento externo e observável, o registro da existência do meme; o comportamento a ação tomada por um indivíduo e, por fim; o ideal o conceito, mensagem ou ideia passada adiante. Para o autor, os memes atuam como uma forma de produção cultural e frequentemente criam sentidos partilhados.

Shifman (2014), por sua vez, adota três dimensões diferentes. Ela descreve que o *conteúdo* dos memes diz respeito às ideias que veicula, enquanto sua *forma* inclui a maneira como os sujeitos percebem a mensagem com base em seus sentidos, incluindo aspectos visuais e sonoros de determinados textos. A terceira dimensão, a postura (*stance*), está associada aos processos de ressignificação nos quais os indivíduos se posicionam em relação a um conteúdo, incluindo suas próprias referências e códigos.

Embora empreguem categorias distintas, tanto Shifman quanto Davison ressaltam que os memes materializam uma semântica pragmaticamente elaborada, isto é, eles manifestam ou conferem uma forma a um conteúdo ou ideal que reflete uma determinada postura ou comportamento. Estas dimensões, contudo, referem-se ao meme enquanto materialidade discursiva. Elas não aprofundam aspectos funcionais do meme e ignoram as relações que um meme estabelece com outros textos e eventualmente com outros memes. Este caráter relacional do meme é o que efetivamente confere contornos à sua estrutura, pois é a partir dele que o meme estabelece uma relação simultaneamente de aproximação e diferenciação em relação a outros memes.

Wiggins e Bowers (2014) avaliam que os memes possuem uma dinâmica entre a agência e a estrutura. As regras são componentes da estrutura, que, por sua vez, possibilita a agência, ou seja, as dinâmicas concernentes à produção e circulação dos memes. A agência modifica continuamente a estrutura. Este movimento dialético entre a agência e a estrutura é o fundamento de qualquer linguagem, que se modifica de acordo com a apropriação que dela é feita.

Como toda linguagem, os memes apresentam regularidade em sua estrutura que proporciona unicidade e replicabilidade, mas não se restringe aos formatos. Isso quer dizer que os modelos amplamente conhecidos e replicáveis podem se repetir ou sofrer mutações, originando outros tantos sub-formatos dentro desses. Assim, a linguagem dos memes é repleta de idiomas e idioletos. Um exemplo claro desta divisão filológica dos memes pode ser observado no desenvolvimento de formatos como o *image macro* – um dos primeiros a se popularizar no ambiente digital, ainda na década de 1990. Sua onipresença se deve, em grande medida, à uma economia fomentada pelos chamados geradores de memes, que diminuem os custos de produção desse tipo de conteúdo (Nissenbaum & Shifman, 2018). O *macro* possui um estilo e uma estética altamente regulados. Trata-se de uma imagem à qual se sobrepõe uma legenda, invariavelmente em tipografia Impact, cor branca e contorno preto. Este formato originou outros inúmeros sub-memes, ou famílias de memes, como os *LOLcats*, os pôsteres demotivacionais e a série de *bad advices*. Em todos esses sub-gêneros, há elementos que se apresentam como constantes: a imagem servindo de pano de fundo, sempre em formato quadrado, as legendas posicionadas centralizadas, e geralmente distribuídas em duas frases, uma em cima, e outra embaixo. Por outro lado, há também elementos que geralmente sofrem variações, como a legenda e a imagem em si.

Se o formato dos memes comporta variações, a sua apropriação e a dinâmica de espalhamento são também, de certo modo, idiossincráticos. Dessa forma, a linguagem dos memes é composta por uma série de características que esses artefatos digitais compartilham entre si, apesar das inúmeras variações a que estão sujeitos, e que nos permitem reconhecê-los como memes.

3. ELEMENTOS QUE FORMAM A LINGUAGEM DOS MEMES

Compreender os memes como uma linguagem implica em reconhecer que há elementos que esses materiais discursivos compartilham entre si. Via de regra, uma linguagem requer o emprego de alguns preceitos, de modo que tais princípios são simultaneamente um fator distintivo e incaracterístico das linguagens.

Tomemos como exemplo a linguagem jornalística. Alguns dos elementos desta linguagem envolvem a pretensão de objetividade, a simplicidade da escrita, o gênero narrativo, e, em alguma medida, o apelo factual. Cabe, porém, observar que elementos da linguagem jornalística são subsequentemente explorados por outros gêneros comunicativos, como o humor. Assim, programas de televisão como *Caiga Quien Caiga* (CQC) – uma produção original argentina cujo formato foi exportado para países como Brasil, Chile, México, Portugal e Estados Unidos – investem em uma mistura de linguagens que incorpora a sátira política e o jornalismo. Neste caso, a linguagem jornalística é apropriada pelo entretenimento para compor um formato híbrido, que tensiona as fronteiras entre essas duas linguagens. Com a linguagem dos memes, algo semelhante ocorre.

A seguir, procuramos identificar alguns desses preceitos estéticos, recursos estilísticos e dinâmicas sociais que caracterizam os memes em seu aspecto linguageiro. Com isso, não estamos preocupados em interpretar o meme como texto, em seu formato individual e avulso, mas em reconhecê-lo como parte de uma estrutura relacional ou de uma coleção de textos.

3.1. AMADORISMO

A linguagem dos memes é majoritária e deliberadamente amadora. Esta estética, que Douglas (2014) denomina de “*internet ugly*”, se materializa de diferentes modos: desde montagens mal-feitas, com traços grosseiros e recursos gráficos em baixa resolução, a erros gramaticais ou ortográficos empregados de maneira proposital (Lefler, 2011). Há ainda usos que exageram na pretensão do efeito cômico, resultando em conteúdos paródicos toscos, geralmente associados à chamada cultura do *spoofing* (Felinto, 2008). Trata-se de uma cultura desconstrucionista que faz parte da essência da linguagem desse tipo de conteúdo digital. A *internet ugly* desafia os padrões hegemônicos e a imposição de uma estética perfeita e tem o objetivo de normalizar a imperfeição e sinalizar o abandono à preocupação estética. Seus elementos estão presentes em paródias, sátiras e principalmente como um “núcleo estético do conteúdo memético da internet” (Douglas, 2014: 315). Além disso, as características da *internet ugly* certificam certa coerência com a chamada cultura *trash* (Primo, 2007), que igualmente se utiliza da estética tosca, não profissional, com caráter lúdico e/ou marginal, direcionando para causar riso e diversão, muitas vezes através da ironia e da paródia.

De maneira similar, Felinto (2008) descreve o *spoof* como conteúdos criados por usuários na internet inspirados em outros. Trata-se de um jogo de proximidade e distância em que a paródia homenageia o conteúdo original ao mesmo tempo em que o desqualifica e o ironiza. A natureza amadora, jocosa e descartável do *spoof* “constitui uma amostra perfeita do princípio viral no domínio das tecnologias digitais de comunicação” (Felinto, 2008: 36) e da equiparidade entre consumidores e produtores. Mesmo que haja uma certa sofisticação em determinadas produções, os conteúdos invariavelmente estão investidos de um desprezo à técnica ou à arte, e se apresentam como legítimos desafiantes do regime de perfeição e da alta cultura. São, nesse sentido, materiais que se querem associados à ordem da cultura popular e da vida cotidiana.

3.2. INTERTEXTUALIDADE

A intertextualidade é nomeada por vários autores do campo da memética como a característica-chave dos memes de internet (Knobel & Lankshear, 2007; Shifman, 2014). A natureza intertextual diz respeito à referência cruzada de uma série de eventos, produtos midiáticos, práticas culturais, cotidianas e populares que convergem em um só conteúdo (Knobel & Lankshear, 2007).

No caso particular dos memes, essas referências estão ligadas a contextos e acontecimentos históricos, conjunturas específicas e, principalmente, a elementos da cultura *pop* e do entretenimento, como programas televisivos, novelas, filmes, músicas,

séries, personagens ou até mesmo outros memes. Burgess (2007) designa por “criatividade vernacular” esse caráter generativo dos memes, em que um caldo de referências comuns e do cotidiano é acionado para dar origem a uma nova manifestação cultural. Lunardi e Burgess (2020) abordam o uso de referências da cultura popular em memes nas aplicações do conceito de “zoeira” – um tipo de humor particular dos usuários brasileiros. Os indivíduos utilizam desses códigos para se expressarem e gerarem um sentimento instantâneo de pertencimento e identificação. Todo esse entrecruzamento de dois ou mais textos, produtos e imagens que se conectam, passa por processos de ressignificações e forma novos discursos.

A intertextualidade é também chave para a compreensão de repertórios memeais, já que ela permite que os sujeitos reconheçam referências partilhadas e construam identidades coletivas, enquanto adicionam elementos que se inscrevem em suas próprias trajetórias pessoais.

3.3. REPLICABILIDADE

A linguagem dos memes possui uma dimensão imitativa. Esta característica está presente desde a origem do conceito em Dawkins (1976) e é reforçada por Blackmore (2000), que a apresenta como um dos elementos distintivos dos comportamentos meméticos humanos. No que tange aos memes em ambiente digital, Shifman e Thelwall (2009) sustentam que os meios online apresentam uma capacidade de produzir cópias fiéis muito maior do que outros meios, mas aspectos culturais e linguísticos introduzem barreiras importantes à dinâmica de espalhamento global desses conteúdos.

Assim, ainda que o conceito de meme esteja intimamente associado à difusão viral de uma dada ideia ou comportamento, sobretudo no que concerne às mídias digitais, a variação é frequentemente mais importante do que a simples reprodução. Segev e colaboradores (2015) antepõem estrutura e singularidade, para argumentar que memes integram coleções ou famílias. As famílias de memes se caracterizam pela unicidade em relação à rede, isto é, às demais famílias de memes, e pela coesão em relação a cada um dos memes que as integram. Enquanto Wiggins e Bowers (2014) demonstram como a estrutura dos memes é composta por um conjunto de regras que permite e lastreia o processo de repetição. Desse modo, a unicidade presente no compilado de recursos que caracteriza determinada família de meme oferece as instâncias para que a participação, e consequentemente a repetição, seja possível.

A replicação, portanto, não está no material individual, mas na estrutura, e uma parte importante da experiência de consumo dos memes passa por essa condição de o indivíduo distinguir determinado conteúdo dentro de uma estrutura particular.

3.4. SÍNTESE REPRESENTACIONAL

Huntington (2013) sublinha o potencial do meme como uma forma representacional discursiva. Particularmente nos estudos que atuam na interface entre culturas políticas e cultura digital, o papel dos memes na construção ativa de representações socioculturais é com frequência ressaltado.

Matamoros-Fernández (2020), por exemplo, analisa um tipo de meme racista que circula em aplicativos de mensageria privada como o WhatsApp, denominando-o de *blackface* digital. Nesse e em outros casos, o modo como os conteúdos digitais fabricam imaginários e sintetizam, em um pequeno espaço enunciativo, uma série de referências representacionais, se apresenta como um dos componentes principais da linguagem dos memes.

Denisova (2019) reforça que os memes podem ser descritos como uma espécie de “gênero midiático *fast-food*”, dada a sua condição de mensagens facilmente digeríveis. Essa avaliação reforça que um elemento característico da linguagem dos memes é a sua capacidade de condensar sistemas representacionais e simultaneamente escapar a interpretações imediatistas.

3.5. HUMOR

O humor não é uma condição *sine qua non* para a linguagem dos memes. Autores como Shifman (2014) e Knobel e Lankshear (2007) já evidenciaram, em diferentes momentos, que memes sérios podem existir, embora normalmente a linguagem esteja muito associada ao humor. Davison (2012) é um dos pioneiros a tecer esta vinculação. Ao definir o meme, ele o classifica como “tipicamente uma piada”, de maneira que o efeito cômico é um componente, se não essencial, ao menos importante na constituição desta linguagem.

Há duas formas de uso do humor na linguagem memética. A primeira tem como objetivo a criação de um conteúdo cômico que vai gerar o riso e criar identificação através da “piada entendida”. Por outro lado, o humor é usado como recurso para abordar questões sociais e políticas, democratizar informações antes invisibilizadas ou restritas a determinados grupos. Nesse caso, o humor satírico, com alguma dose de cinismo, em conteúdos com forte crítica ou em comentários relacionados ou não a acontecimentos notáveis do mundo atual, torna-se uma poderosa arma social. Na política, ele é explorado em movimentos que buscam fomentar o engajamento em questões sociais e eventos políticos (Milner, 2014) e potencializar campanhas ativistas contra práticas racistas e misóginas (Rentschler & Thrift, 2015). Em última instância, o humor dos memes também pode ser usado para reforçar preconceitos (Matamoros-Fernández, 2020) ou ganhar força à custa da ofensa do outro, sempre sob a “desculpa” da brincadeira (Phillips & Milner, 2017).

3.6. IDENTIDADES E PERTENCIMENTO

A inserção de materiais amplamente conhecidos toca em um espaço de afinidade, evidenciando o potencial dos memes na construção de identidades coletivas. O entrelacamento de culturas complexas e da constante geração de um sistema de referencialidade mútua, consolida o sentimento de pertencimento e identificação de grupo, sob a lógica de que quanto mais referências específicas e de nicho determinado meme possuir, maior a barreira de entrada para sua interpretação e, com isso, mais ele se torna “exclusivo” de uma comunidade (Milner, 2014). Ao mesmo tempo em que a intertextualidade ajuda a construir uma identidade coletiva, ela promove um movimento excludente, no qual a mensagem não pode ser reconhecida por um indivíduo fora de determinado grupo e

que não reconhece as referências postas em evidência. Além disso, muitas das referências mobilizadas apelam a estereótipos raciais e de gênero, que reforçam a ideia de que esses conteúdos também podem servir a um humor excludente (Phillips, 2019).

A relação entre pertencimento e exclusão também pode ser lida sob uma perspectiva tribal. Os padrões estéticos e languageiros de alguns memes são preservados pelas comunidades que os produzem e circulam, a tal ponto que fomentam, em alguns casos, um sentimento de propriedade. Quando há exploração de um determinado meme por um sujeito que não pertence àquela comunidade específica, há críticas por parte dos usuários não somente pela exploração do meme fora da comunidade, mas do fracasso em entender as regras estéticas a que o conteúdo se subordinava. Essas lutas internas mostram que os praticantes vêm o uso desses recursos como um privilégio conquistado e aqueles que se apropriam como intrusos.

3.7. LONGEVIDADE

Embora Dawkins (1976) se refira à longevidade como um dos aspectos fundamentais dos memes, há um conjunto de questões sobre as quais a literatura vem procurando refletir a respeito desta característica, que nos leva diretamente a uma nova compreensão do fenômeno. No que concerne ao meme de internet, Knobel & Lankshear (2007: 213) sustentam que, ainda que a forma e a apresentação de um dado meme varie com muita intensidade, levando a uma impressão de que se tratam de conteúdos novos ou recentes, “todos se abastecem de referências da cultura popular de internet”, ou seja, mobilizam elementos próprios de um certo imaginário ou de representações socioculturais de longa-duração.

Ainda assim, é comum o argumento, no âmbito do senso comum, de que memes de internet correspondem a um tipo de conteúdo efêmero e de consumo imediato, que tende a desaparecer ou esvaicer com o tempo. Martino e Grohmann (2016) se posicionam em direção contrária. Eles analisam as imagens mais populares de quatro sites geradores de memes e observam que, em grande medida, os padrões utilizados como fundo para vários *image macros* são, na realidade, imagens relativamente antigas, o que os leva a concluir que os memes imagéticos devem ser avaliados sob uma lógica de longa-duração, já que sua dinâmica se assemelha grandemente à dos bordões radiofônicos e televisivos.

A relação entre a linguagem dos memes e as temporalidades não é simples e requer um olhar aprofundado, pois ao mesmo tempo em que se apresentam como conteúdos banais, da ordem do cotidiano, eles introduzem remissões a contextos e personagens históricos, acontecimentos, e representações culturais que perduram, inclusive através deles. Determinadas referências podem sobreviver por anos até que sejam novamente exploradas em contextos distintos embora com mesmo afínco.

3.8. MULTIMODALIDADE

Por fim, mas não menos importante, um dos elementos mais notáveis da linguagem dos memes está presente na capacidade deles incorporarem e combinarem outras linguagens. A literatura destaca que a composição, por exemplo no caso dos memes

imagéticos, entre imagem e texto, não se trata apenas de uma justaposição, mas de uma nova e terceira forma, que emprega as duas primeiras de modo integrado e complementar. Não se trata apenas de evidenciar o caráter multimídia, mas a maneira como a linguagem dos memes é composta simultaneamente da linguagem verbal e visual.

Mas é importante lembrar também, embora frequentemente os estudos sobre memes negligenciem, que esse tipo de conteúdo apresenta importantes variações em função das plataformas e dos ambientes em que se dão sua circulação. Como Denisova (2019) e outros autores abordam, os memes atendem a formatos diferentes a depender das *affordances* das plataformas e comunidades em que circulam. Por conta disso, eventualmente os mesmos memes assumem feições completamente diferentes em ambientes que impõem um conjunto de restrições à sua forma. E é justamente essa adaptabilidade que enfatiza o traço multimodal dos memes. Assim, as culturas de memes estão de alguma forma subordinadas às culturas de plataformas.

4. DESAFIOS E AGENDAS

Embora vários dos elementos que procuramos relacionar não sejam exclusivos do que se pode compreender como uma linguagem dos memes, quando percebidos em conjunto, esses princípios conferem um panorama rico sobre como operam os memes em sua pluralidade e como eles se constituem como uma forma de comunicação e expressão na contemporaneidade.

A linguagem dos memes tem, cada vez mais, se misturado com outros tipos de linguagens, originando lacunas e questões a serem estudadas. Tomando-se como exemplo a linguagem televisiva, é possível observar um crescente movimento de incorporação da estética e do universo de referências próprio dos memes em diferentes quadros da programação da televisão aberta. Estes cruzamentos e interseções apresentam também novos desafios para a compreensão e o significado de uma linguagem dos memes. Por exemplo, como a característica amadora da linguagem dos memes pode interpenetrar um veículo que habitualmente preza pela qualidade técnica e artística mesmo em produtos populares, como aqueles encontrados na televisão? Como trabalhar o humor junto a temas sérios e reflexões sobre problemas de ordem social? Como lidar com as questões concernentes à propriedade intelectual e ao direito autoral, típicos de conteúdos gerados por usuários? Essas são algumas das questões que, colocadas ao lado de outras de suas congêneres, a linguagem dos memes evoca.

Compreender a linguagem dos memes, portanto, não é possível sem se levar em conta que ela é uma linguagem relacional, que contrasta e ao mesmo tempo se coaduna com outras. Apesar disso, é fundamental reconhecermos as especificidades linguageiras dos memes. Como um conteúdo nativo digital, o meme pode assumir múltiplos formatos e tem ocupado as mais diversas paisagens midiáticas. Ainda assim, é possível identificar, como procuramos fazer ao longo deste artigo, um conjunto de dimensões que, quando acionadas em conjunto, descontinham uma experiência nova de letramento midiático. Dessa forma, para minimizar os conflitos que emergem do cruzamento de linguagens, é preciso dominar as propriedades inerentes à linguagem dos memes. Os aspectos que elencamos aqui buscam auxiliar na compreensão desta apropriação feita pela mídia tradicional, pela publicidade, pela política ou pela arte de modo geral, para que suas mensagens surtam o efeito desejado e sejam consumidas por aqueles que dominam os princípios da linguagem dos memes sem maiores contratemplos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BLACKMORE, S. (2000). The power of memes. *Scientific American*, 283(4).
- BURGESS, J. (2007). *Vernacular creativity and new media* [Tese de Doutorado, Queensland University of Technology].
- DAVISON, P. (2012). The language of internet memes. Em M. Mandiberg (Ed.), *The Social Media Reader*. New York University Press.
- DAWKINS, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford University Press.
- DENISOVA, A. (2019). *Internet Memes and Society*: Social, Cultural, and Political Contexts. Routledge.
- DOUGLAS, N. (2014). It's Supposed to Look Like Shit: The Internet Ugly Aesthetic. *Journal Of Visual Culture*, 13(3).
- FELINTO, E. (2008). Videotrash: o YouTube e a cultura do “spoof” na internet. *Revista Galáxia*, São Paulo, 16, 33-42.
- HERRERA VÉLEZ, J. (2015). Influencing the cyberspace humorously: imemes and other phenomena. *Estudios de Comunicación y Política*, 35, 130-146.
- HUNTINGTON, H. (2013). Subversive memes: internet memes as a form of visual rhetoric. *Selected Papers of Internet Research*, 14 (0).
- KNOBEL, M. Y LANKSHEAR, C. (2007). Online memes, affinities, and cultural production. Em A *New Literacies Sampler* (pp. 199-227). Peter Lang.
- LEFLER, J. (2011). *I can has thesis?* A linguistic analysis of lolspeak. Dissertação de Mestrado em Artes. Louisiana State University.
- LUNARDI, G. Y BURGESS, J. (2020). “É zoeira”: as dinâmicas culturais do humor brasileiro na internet. Em V. Chagas (Coord.), *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital* (pp. 427-458). EDUFBA.
- MARINO, G. (2018). Qual semiótica da propagabilidade: uma abordagem sistemática de memes e vírais de Internet. *Revista Ícone*, 16(1), 9-41.
- MARTINO, L. Y GROHMAN, R. (2016). A longa duração dos memes no ambiente digital: um estudo a partir de quatro geradores de imagens online. *Fronteiras – estudos midiáticos*, 19(1), 94-101.
- MATAMOROS-FERNÁNDEZ, A. (2020). ‘El Negro de WhatsApp’ meme, digital blackface, and racism on social media. *First Monday*, 25(12).
- MILNER, R. (2014). “There’s no place for lulz on LOLcats”: the role of genre, gender and group identity in the interpretation and enjoyment of na internet meme. *First Monday*, 19(8).
- NISSENBAUM, A. Y SHIFMAN, L. (2018). Meme templates as expressive repertoires in a globalizing world: a cross-linguistic study. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(5), 294-310.
- PHILLIPS, W. Y MILNER, R. (2017). *The ambivalent internet: mischief, oddity, and antagonism online*. Polity.
- PHILLIPS, W. (2019). It Wasn’t Just the Trolls: Early Internet Culture, “Fun,” and the Fires of Exclusionary Laughter. *Social Media + Society*, 5(3). <https://doi.org/10.1177/2056305119849493>
- PRIMO, A. (2007). Digital trash e lixo midiático: A cauda longa da micromídia digital. Em V. Pereira (Coord.), *Cultura Digital/Trash: Linguagens, Comportamentos, Entretenimento e Consumo* (pp. 77-93). e-Papers.
- RENTSCHLER, C. Y THRIFT, S. (2015). Doing feminism in the network: networked laughter and the “Binders Full of Women” meme. *Feminist Theory*, 16(3).
- ROMERO, X. Y VÉLEZ HERRERA, J. (2020). Do meme teórico ao meme prático. Em V. Chagas (Coord.), *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital*. EDUFBA.
- Santaella, L. (1983). *O que é semiótica*. Brasiliense.
- (2013). *Comunicação ubíqua: repercuções na cultura e na educação*. Paulus.
- SEGEV, E., NISSENBAUM, A., STOLERO, N. Y SHIFMAN, L. (2015). Families and Networks of Internet Memes: The Relationship Between Cohesiveness, Uniqueness, and Quiddity Concreteness. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(4), 417-433.

SHIFMAN, L. Y THELWALL, M. (2009). Assessing global diffusion with Web memetics: The spread and evolution of a popular joke. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(12), 2567-2576.

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

WIGGINS, B. Y BOWERS, G. (2014). Memes as genre: A structurational analysis of the memescape. *New Media & Society*, 17(11), 1886-1906.