

Comunicação e memes: Uma análise do discurso sócio-virtual do Willy Wonka Irônico¹

Heloisa de Leiros Marques²

Claudio Cardoso de Paiva³

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

RESUMO:

Com o advento das redes sociais na Internet, muitos conteúdos são espalhados a todo tempo, inclusive os memes. Este artigo mostra uma pesquisa e estudo específico de um meme da internet, o Willy Wonka Irônico, e entender os debates que acontecem em torno das publicações da página da rede social Facebook, com o mesmo nome do meme, acrescentando as relações de interatividade e o discurso presente dentro das publicações com o personagem.

PALAVRAS-CHAVE: Meme, Interatividade, Discurso.

ABSTRACT:

With the advent of social networks on the Internet, many content are spread all the time, including the memes. This article shows a survey and study of a specific internet meme, Ironic Willy Wonka, and understand the debates that take place around the publications of the Facebook page of the same name meme, adding interactivity and relationships within this discourse of publications with the personage.

KEYWORDS: Meme, Interactivity, Discourse.

Introdução

Este artigo tem relatos e recortes da pesquisa desenvolvida no meu Trabalho de Conclusão de Curso de mesmo título, defendido no período 2012.2, que foi desenvolvido no campo da *cibercultura*. A escolha deste campo específico deu-se por acreditar que existe um vasto leque de objetos de estudo nessa área da comunicação, cuja relevância é proporcional ao

¹ Artigo desenvolvido para o Intercom Nordeste 2013, que será realizado de 12 a 14 de junho em Mossoró/RN.

² Estudante do curso de Comunicação Social da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: heloisaleiros@gmail.com.

³ Professor do curso de Comunicação Social e orientador do artigo. E-mail: claudiocpaiva@yahoo.com.br.

crescimento de redes sociais espalhadas pela Internet. A partir disso resolvemos fazer a análise de um conteúdo que se tornou popular dentro das redes, os chamados *memes*. E um dos motivos para a realização desta pesquisa foi perceber que ainda não existem tantas pesquisas relacionadas a esses conteúdos da internet que estão se espalhando através das opções de compartilhamento das redes sociais.

No desenvolvimento da pesquisa, procuramos saber os conceitos em torno dos memes, suas relações com a interatividade e o(s) discurso(s) inserido(s) dentro deles. A partir da seleção, foi feita a análise detalhada das publicações do meme escolhido para a pesquisa do trabalho. A pesquisa foi feita sobre o Willy Wonka Irônico⁴, meme inspirado no personagem Willy Wonka da primeira versão do filme *A fantástica fábrica de chocolate*, do ano de 1971, interpretado pelo ator Gene Wilder⁵.

As publicações estudadas na pesquisa foram extraídas da *fanpage* relacionada ao meme na rede social Facebook.

Figura 1: Página dedicada ao meme Willy Wonka Irônico, que ser viu como base para a pesquisa do trabalho de conclusão.



Fonte: <<https://www.facebook.com/WillyWonkaIronico?fref=ts>>. Acesso em 25 de abril de 2013.

⁴ Segundo informações do site Youpix (2012), o meme Willy Wonka Irônico, antes de ter grande circulação dentro do Brasil no ano de 2012, (ano das publicações analisadas no trabalho) ele já fazia grande sucesso fora do Brasil desde o início do ano de 2011. Disponível em <<http://youpix.com.br/memepedia/a-origem-e-o-melhor-do-willy-wonka-ironico/>>. Acesso em 26 de abril de 2013.

⁵ Disponível em <<http://www.adorocinema.com/filmes/filme-52931/>>. Acesso em 26 de abril de 2013.

Sobre memes

Iniciando-se a pesquisa teórica do trabalho, procuramos saber os conceitos relacionados ao memese a sua presença dentro das redes sociais “definida como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais)”. (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999 apud RECUERO, 2009, p. 24). A participação de pessoas conectadas com outras nessas redes, tem-se o recurso que devemos destacar: o repasse de conteúdos midiáticos, através do compartilhamento de arquivos para amigos das redes sociais, comportamento explicado por Lemos (2009, p. 39) que “trata-se de crescente troca e processos de compartilhamento de diversos elementos da cultura a partir das possibilidades abertas pelas tecnologias eletrônico-digitais e pelas redes telemáticas contemporâneas”.

Um dos primeiros conceitos de meme que se tem conhecimento surgiu através em estudos na área da *genética*, na qual Dawkins (1976, p. 122) definia meme como um “substantivo que transmite a ideia de uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação. (...) Pode-se, alternativamente, pensar que a palavra está relacionada à ‘memória’”. Trazendo-o para o campo da internet, de um modo geral, o meme é uma figura ou frase utilizada de forma *repetida*.

Os memes, sob o olhar da comunicação via web, pode ser considerada uma evolução dos chamados *emoticons*, “nome dado a uma sequência de caracteres tipográficos ou umas imagens simbólicas, que representam o rosto humano e expressam as emoções dos participantes no processo de comunicação” (JABLONKA, 2012, p. 111).

Muitos se utilizam destas publicações para transmitir para os demais amigos que tem adicionados, mensagens que consideram importantes, memes com conteúdo humorístico e marca seus amigos no intuito de visualizar e comece a ter publicações de comentários em torno da figura memética e até outros compartilhamentos feitos por quem recebeu uma marcação em alguma publicação ou não ou mesmo uma forma de mandar um recado para alguém de forma indireta:

A presença de memes é relacionada ao capital social, na medida em que a motivação dos usuários para espalhá-las é, direta ou indiretamente, associada a um valor de grupo. Por exemplo, as pessoas que espalham os recados com imagens acreditam estar fazendo algo positivo, que deixará aquele que recebeu a mensagem contente. (RECUERO, op. cit., p. 130).

E esses compartilhamentos dos memes e as trocas de informações que possam existir nessas publicações foram estudados no item seguinte da fundamentação teórica da pesquisa.

A interatividade e o discurso inseridos nos memes

Os outros pontos trabalhados na pesquisa do trabalho sobre os memes foram os conceitos de interatividade e discurso. A partir dos estudos relacionados à interatividade, entender os processos comunicacionais inseridos nas redes sociais e os efeitos das trocas informacionais entre perfis pessoais, especificamente nas *fanpages* dedicadas aos memes da internet.

De início, “o termo ‘interatividade’ em geral ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação. (...) De fato, seria trivial mostrar que um receptor de informação, a menos que esteja morto, nunca é passivo”. (LÉVY, 1999, pág. 79). Baseando-se nesta citação, a interatividade é a ferramenta chave que retrata a troca de informações e ideias.

A prática da interatividade está cada vez mais possível, seguindo o raciocínio de Lévy, graças ao crescente número de aparelhos eletrônicos e o crescente acesso à internet, que “cumpram um papel fundamental na vida das pessoas, pois disponibiliza um espaço novo para *interações* sociais, situando a chamada cibercultura, na qual as novas tecnologias de comunicação e informação estruturam a relação destas tecnologias com o social” (BAPTISTA e BERTOLLI FILHO, 2012, p.2, grifo nosso).

Outro termo que frisamos na pesquisa que está ligado diretamente à interatividade é o da *interação*. A diferença é que a interação está ligada ao meio *social* e a interatividade trata-se das interações existentes *dentro das mídias digitais*, mostrando que a segunda tem relação com a primeira. (LEMOS, 2002).

A comunicação feita por computadores está acessível além do espaço físico que o próprio computador ocupa como, por exemplo, em casas e *lan houses*, as interações mediadas por computador estão inseridas também nos aparelhos portáteis que permitem o acesso as mídias sociais e digitais e assim formem as interações:

O desenvolvimento da comunicação assistida por computador e das redes digitais planetárias aparece como a realização de um projeto mais ou menos bem formulado, o da constituição deliberada de novas formas de inteligência coletiva, mais flexíveis, mais democráticas, fundadas sobre a reciprocidade e o respeito das singularidades. (LÉVY, 1996, pág. 96).

Essas interatividades que acontecem dentro das redes sociais revelam novos formatos de pensar e servem de suporte para acontecer trocas informacionais, debaterem sobre assuntos de interesse e ter a constante troca de opiniões:

A noção de opinião pública (se insistirmos em manter esse termo) qualificará em prioridade mais as comunidades linguísticas e de afinidades diversas do que egressas de um Estado. Além disso, a maioria das comunicações está no ciberespaço, adquirindo um caráter “público” e global. (...) A blogosfera é um imenso troca-troca de comentários e links. (LEMOS e LÉVY, 2010, p.86).

Com relação ao discurso, baseando-se no fato de que o discurso é uma exposição de ideias, fundamentamos o discurso presente nas publicações analisadas “como lugar onde se produzem os sentidos” (FLORÊNCIO, et. al., 2009, p. 62). E “o *discurso*, capaz de migrar entre outros textos, torna-se não só a forma específica de um conjunto de valores e de temas, mas um espaço de interação por meio do qual se explica a eficácia social da comunicação e da significação” (VOLLI, 2007, p. 249), reforçando o que se buscou na pesquisa das publicações.

Metodologia

A metodologia utilizada na pesquisa do trabalho foi a análise de discurso (AD), que segundo Gill (2008, pág. 244) “é o nome dado a uma variedade de diferentes enfoques no estudo de textos, desenvolvida a partir de diferentes tradições teóricas e diversos tratamentos em diferentes disciplinas”. Uma leitura de um texto, artigo de jornal, comentários e publicidades servem de base para a aplicação da AD. A escolha da AD para a pesquisa deu-se por ter como um dos seus elementos o exercício da descrição de objetos de estudos dos campos da comunicação juntamente com o campo da linguística.

O outro elemento analisado e um dos mais importantes da pesquisa foram os conteúdos inseridos pela interação dos assinantes da página a ser pesquisada. “Diante do objeto discursivo tomado para a análise, é necessário sair da materialidade linguística para

compreendê-la em sua exterioridade, no social, espaço em que o linguístico, o histórico e o ideológico coexistem em uma relação de implicância”. (FERNANDES, 2007, p. 106).

Em resumo, a AD trabalha de forma minuciosa sobre todos os detalhes de alguma obra textual:

Uma análise de discurso é uma leitura cuidadosa, próxima, que caminha entre o texto e o contexto, para examinar o conteúdo, organização e funções do discurso. (...) Em uma análise final, a análise de discurso é uma *interpretação*, fundamentada em uma argumentação detalhada e uma atenção cuidadosa ao material que está sendo estudado. (GILL, op. cit. p. 266).

Com isso, fizemos a análise e descrição detalhada das dez publicações selecionadas para a pesquisa. Extraímos publicações da página criada com o nome do meme Willy Wonka Irônico relacionadas a temas do meio social. Na pesquisa, analisamos os *posts* sobre as novelas, capitalismo *versus* socialismo na figura do Che Guevara, publicação sobre a popularidade feminina, o anarquismo, problemas da vida social, o uso do computador, sobre símbolo de *status* diante da sociedade, a opinião feminina sobre os homens, a visão da sexta-feira e por último sobre o programa de TV Big Brother Brasil. Essa mesma ordem das publicações exposta no artigo corresponde à ordem do trabalho de conclusão.

Discussão dos resultados

A problemática a ser respondida durante a pesquisa no trabalho de conclusão foi a seguinte: Como são construídos os debates em torno das questões sociais expostas pelo meme Willy Wonka Irônico? Com a seleção de imagens do meme Willy Wonka Irônico diretamente da página do Facebook do meme, fizemos a análise tanto das imagens do próprio Willy Wonka como dos comentários dos assinantes (ou não) da página do meme.

Objetivamos de forma geral perceber as lógicas discursivas em torno das publicações, com o auxílio das suas imagens juntamente com a parte escrita do meme e o mais importante: os comentários dos perfis pessoais que curtem a página ou comentaram na publicação compartilhada por algum amigo da rede.

Durante a descrição e a explicação detalhada das 10 publicações para a pesquisa do trabalho de conclusão, percebemos alguns detalhes importantes para a resposta da nossa problemática. Os resultados expostos são os mesmos publicados no trabalho.

Com relação ao meme, poucas variações no modo dele aparecer, porém o jeito que o personagem aparece nas fotos das publicações reforça o que está contido na parte textual dos posts.

Sobre as frases e perguntas, o meme utiliza linguagem no singular (semelhante aos de textos radiofônicos), criando-se uma espécie de *elo* com quem vai visualizar a publicação e induzi-lo a fazer comentários e dependendo do assunto e das opiniões alheias, participa mais de uma vez do debate.

Em relação à participação dos assinantes/ perfis pessoais, eles desempenharam papéis importantes em torno das publicações do meme e os itens que os fizeram cruciais nas publicações foram as opções curtir/comentar/compartilhar.

Primeira opção frequentemente a ser clicada, a opção “curtir” permite o acesso a estas dimensões e é uma forma de diversão nas redes sociais (Ammann, 2011). Nas publicações do meme Willy Wonka Irônico, pudemos perceber que o curtir tiveram duas funções para a formação dos discursos: primeiramente, quando os cliques no curtir eram feitas diretamente nos posts, os perfis pessoais puderam expressar que gostaram e/ou se identificaram com determinada publicação e provavelmente fizeram as outras ações de comentar e/ou compartilhar; a segunda se refere ao curtir comentários específicos. Pode representar que além de um assinante ter gostado da opinião de outro perfil, pôde também utiliza-lo como forma de concordar com a visão de outro perfil.

Os compartilhamentos podem ser considerados a ferramenta fundamental para o meme ser meme durante o período escolhido para estas análises. E o compartilhar também pôde atrair outros perfis para participarem dos debates:

A necessidade de informação é imanente ao indivíduo e às organizações. (...) O compartilhamento da informação e do conhecimento em rede requer a adoção de uma postura de cooperação, em que os atores utilizem múltiplos recursos, valorizando tanto o contato pessoal quanto *o uso da tecnologia como ferramenta de comunicação*. (Tomaél, et. al. apud BERGAMASHI, et. al., 2012, p. 128, grifo nosso).

Entre risos, ofensas, xingamentos e opiniões com argumentações compõem a parte fundamental dos debates: os comentários, “um ato comunicativo (...) com características de

um diálogo circunstancial” (DOS SANTOS, 2012, p. 77). Eles podem ser considerados os reflexos das publicações do meme, descartando os comentários de mensagens de corrente e de possíveis vírus (apesar de ter um exemplo de comentário referindo-se a estes comentários).

Quanto à recepção das mensagens do meme, baseando-se nos próprios estudos da AD, não se busca procurar interpretações únicas num texto, mas a diversidade de conteúdo, textual e de interpretação que formam o conjunto discursivo em torno das publicações da página do meme.

As variedades de interpretações podem ser explicadas pela principal característica do meme: a ironia. A utilização desta figura de linguagem nas suas comunicações foi um dos pontos determinantes para que o meme obtivesse grandes e pequenos volumes de comentários em torno de assuntos da vida social, formando debates em torno das questões expostas pelo meme e expandindo-as para outros assuntos entre os próprios assinantes, fazendo jogo de frases e perguntas relacionadas às contradições do ambiente social, concordando ou não com a expressão do Willy Wonka Irônico. Segundo Esteves apud Acselrad [2006, grifo nosso], a ironia é o “exercício de uma racionalidade *multiforme*, que se multiplica em associações e relações”. Ainda de acordo com Acselrad, “a ironia também tem um componente imprescindível à sua inteligibilidade: o contexto. (...) uma vez que, se mal interpretada, pode levar o interlocutor a ter uma impressão rigorosamente oposta a que se queria dar”.

Na relação entre emissor-receptor das mensagens, o Willy Wonka participou apenas em três das dez publicações escolhidas, mas nas três participações, teve um peso significativo na continuação dos debates entre os perfis pessoais.

Mas durante as análises, percebemos que as criações do meme não são exclusivas de quem controla a página. Através de programas de criações na internet, quem fez papel de comentarista, também contribuiu com as publicações e conseqüentemente aos debates do personagem, deixando de existir papéis exatos de um ou mais emissor(es).

Debates construídos, conteúdos espalhados e compartilhados, possíveis emissores e/ou receptores curtem, compartilham e comentam, formando discursos dentro da vida virtual e o espalha para outros perfis, atraindo a atenção de pessoas que muitas vezes nem sequer sabiam da existência da página, como foi mostrado na análise dos comentários do último post.

Estas novas formas de debates misturadas com a interatividade são possíveis graças a um novo formato de leitor explicado por Santaella como o *leitor imersivo*:

A grande marca identificatória do leitor imersivo está, sem dúvida, na interatividade. Não é por casualidade que esse tema vem sendo tratado com tanta intensidade nos últimos anos. Um tipo de interatividade inaugural que colocou em questão os conceitos centrais dos processos comunicativos, o de emissor e o de receptor, assim como o de mensagem. Onde se situam as mensagens no ciberespaço? No ponto de emissão ou de recepção? Nem em um, nem em outro, pois elas mais parecem estar no espaço de comutação, que permite conectar o infonauta com seus interlocutores e onde não há lugar para emissores e receptores definidos, apenas trânsito informacional. (SANTAELLA, 2004, p. 181).

E esses foram os resultados obtidos e expostos na pesquisa do trabalho de conclusão.

Considerações finais

Pudemos perceber durante as pesquisas que o conceito de meme não é tão recente, mas as novas formas de comunicação juntamente com o crescimento das redes sociais, fez esse termo ganhar notoriedade;

Falando estritamente dentro da web e das redes sociais, através de sites e programas de criação, os memes servem como suportes para a transmissão e prolongação de ideias, pensamentos, notícias, filmes e fatos exibidos em outros meios de comunicação como a TV;

Com a mesma velocidade que eles aparecem, os memes da internet também podem desaparecer na mesma proporção, dependendo do que tiver inserido no seu contexto e a recepção de quem tem acesso a esses conteúdos;

Os temas e os discursos inseridos em alguns memes da internet podem ser fatores determinantes para o seu período de permanência na rede e do seu sucesso na web, e a partir disso observar os níveis e as diversas formas de interações entre os internautas e as trocas informativas e informacionais;

Assim como algo, alguém, características ou acontecimentos que acontecem no mundo considerado real podem virar memes da internet, estes mesmos memes podem retorná-lo para a vida social de alguns, como formas de identificação;

O crescimento das mídias sociais e digitais está presente e conseqüentemente os novos formatos de conteúdo aparecem com maiores frequências e não pode deixar de lado essas novas formas de leitura, através de publicação de memes, e as trocas informacionais e

interativas através destes conteúdos da internet podem ser considerados uma forma *complementar* de adquirir conhecimentos.

Referências

- ACSELRAD, Marcio. **Ironia e comunicação**. [2006]. Disponível em <<http://www.fa7.edu.br/recursos/imagens/File/publicidade/ic/2006/artigo-com-04.pdf>>. Acesso em 08 de abril de 2013.
- AMMANN, Matthias. **Facebook, eu curto**: uma análise mimética das redes sociais digitais. 2011. Disponível em <<http://hdl.handle.net/10482/10172>>. Acesso em 07 de abril de 2013.
- BAPTISTA, Juliana. BERTOLLI FILHO, Cláudio. **Cultura, identidade e o zeitgeist digital**. 2012. Publicado em Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-2246-1.pdf>>. Acesso em 02 de abril de 2013.
- BERGAMASCHI, Sidnei. et al. **Redes sociais na Internet**: uma investigação sobre práticas de compartilhamento de arquivos no Facebook. GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas, n. 4, 2012.
- DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. 1976. Disponível em <http://www.filesavr.com/storage/freeuploads/7/8/C/O_Gene_Egoi%CC%81sta.pdf>. Acesso em 20 de fevereiro de 2013.
- DOS SANTOS, Roberta Kerr. **Análise do discurso e interação na web através da rede social Facebook**: comentários utilizados para fins de conversação. Maio/Setembro-2012.
- FERNANDES, Claudemar Alves. **Análise do discurso**: Reflexões introdutórias. 2ª ed. São Carlos: Claraluz, 2007.
- FLORÊNCIO, Ana Maria Gama. Et. al. **Análise de discurso**: Fundamentos e práticas. Maceió: EDUFAL, 2009.
- GILL, Rosalind. Análise de discurso. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: Um manual prático. Tradução de Pedrinho A. Gareschi. 7. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. p. 244-270.
- JABLONKA, Edyta. **Do emoticon ao meme** – Evolução dos símbolos na comunicação virtual. 2012. Disponível em <<http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/actas/article/view/15558>>. Acesso em 31 de março de 2013.
- LEMONS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo**: sobre interatividade e interfaces digitais. 2002. Disponível em <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>>. Acesso em 05 de abril de 2013.

_____. Cibercultura como território recombicante. In.: TRIVINHO, Eugênio; CAZELOTO, Edilson (orgs.). **A cibercultura e seu espelho**: Campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa. São Paulo: ABCiber. Vol. 1, 2009. p. 38-46.

_____. LÉVY, Pierre. **O futuro da internet**: Em direção a uma ciberdemocracia. São Paulo: 2ª ed., 2010.

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

_____. **O que é virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: ed. 34, 1996.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

VOLLI, Ugo. **Manual de semiótica**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.