



Memes das Eleições 2014: Uma Análise Dos Memes Como Produto Discursivo No Facebook¹

Luana Mayara Gomes Bastos²

Luciana de Castro Cunha²

Rafael Rodrigues da Costa³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar como ocorre a caracterização formal e funcional do discurso presente em memes oriundos de debates dos presidencialistas na Tv e divulgados no Facebook através da página “Eleições da Zueira”. O corpus é composto por três memes criados a partir de debates e divulgados pela página. A observação identificou a forte presença do humor nos discursos presentes e a necessidade de um conhecimento prévio dos usuários da rede para compreender o conteúdo exposto.

Palavras-chave: Memes; Discurso; Facebook

INTRODUÇÃO

O ano eleitoral no Brasil modifica a programação da televisão. As emissoras de Tv utilizam um dia da grade de programação para apresentar um debate entre os candidatos aos principais cargos disputados, neste ano, o de Presidente do Brasil, objeto de análise do artigo.

Em 2014 o *Facebook* foi espaço de interação intensa durante o período eleitoral, usuários produzindo conteúdo, interagindo e possibilitando muitas observações. Além disso, os debates foram apropriados e ressignificados de um modo criativo por quem os assistiu, gerando como resultado a criação de memes.

O termo meme surge com Richard Dawkins, através de seu livro “O Gene Egoísta”. Na obra publicada em 1976, o autor “[...] compara a evolução cultural com a evolução genética, onde o meme é o ‘gene’ da cultura, que se perpetua através de seus replicadores, as pessoas.” (RECUERO, 2009, p. 122).

“É interessante, contudo, observar que na cibercultura os usuários começaram a utilizar a palavra ‘meme’ para se referir a tudo que se propaga, ou mesmo se espalha

¹ Trabalho apresentado IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Estudantes do 7o. Semestre do Curso de Jornalismo da UFC, email: imbastos23@gmail.com ; ludecc@gmail.com

³ Orientador da pesquisa, bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre e doutorando em Linguística pela UFC. Professor do curso de jornalismo da UFC, email: rafaelrg@gmail.com



aleatoriamente na Grande Rede – em especial – fragmentos com algum conteúdo humorístico.” (SOUZA, 2013, p. 129). Esse fenômeno vem sendo amplamente utilizado pelos internautas que criam e divulgam memes, inspirados nas mais diversas situações.

Para Raquel Recuero (2009), compreender a difusão de informação está conectado, relacionado ao estudo dos memes, uma vez que assim também seria possível entender qual ideia permanece e continua a ser transmitida de pessoa a pessoa.

A repercussão dos memes dos debates nas redes sociais da internet⁴, principalmente no *Facebook*, torna a temática relevante evidenciando seu potencial de análise. Cada meme eleitoral carrega em si um discurso, esse por sua vez envolve a linguagem, o enunciador, o receptor, o conteúdo transmitido e o cenário criado.

Segundo Adam, citado por Charaudeau (2004), o discurso é a inclusão de um texto, não necessariamente escrito, em um contexto.

“O discurso é interativo. A manifestação mais evidente desta interatividade é a conversação, na qual os dois locutores coordenam suas enunciações, enunciam em função da atitude do outro e percebem imediatamente o efeito que suas palavras têm sobre o outro. (...) Toda enunciação, mesmo produzida sem a presença de um destinatário, é de fato assumida em uma interatividade constitutiva, ela é um troca, explícita ou implícita, com outros locutores, virtuais ou reais, ela supõe sempre a presença de uma outra instância de enunciação à qual o locutor se dirige e em relação à qual ele constrói seu próprio discurso.” (Charaudeau, 2004, p. 171)

Estudar essa conjuntura, formada pelos memes e o discurso inserido neles, possibilita compreender o impacto nos internautas desses mesmos memes escolhidos, pois o consumo dos memes implica reflexão e causa questionamentos pelas suas múltiplas apropriações.

A opção pelo uso do Facebook foi motivada pela presença maior de interação de construção, que visam construir laços entre quem divulga/compartilha o meme e quem comenta. Outros sites de redes sociais na internet, não proporcionam interações na mesma escala. Por exemplo o Twitter; onde as interações tem mais característica de manutenção, com o objetivo de manter os laços. As ações são mais reativas, o usuário basicamente favorita e retweeta, a conversação é prejudicada, limitada. No Facebook o

⁴ Sites e portais jornalísticos repercutiram os memes criados a partir dos debates para presidente do Brasil. Informação disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/noticia/2014/10/3-debate-dos-presidenciaveis-inspira-memes-e-piadas-nas-redes-sociais.html>> <<http://noticias.r7.com/eleicoes-2014/fotos/debate-inspira-internautas-a-criar-memes-engracados-20102014#!/foto/1>> <<http://noticias.bol.uol.com.br/fotos/entretenimento/2014/08/29/humor-nas-eleicoes-confira-os-melhores-memes-da-corrida-eleitoral.htm?fotoNav=109#fotoNav=103>> Acesso em 16/11/2014.



meme ganha interpretações pessoais, é possível perceber as diferentes aplicações e contextos em que o meme é empregado nos comentários das postagens.

Para a elaboração do artigo foi realizada uma pesquisa bibliográfica documental netnográfica, onde sua construção será pautada pela leitura do tema, a escolha do objeto no Facebook e, partindo do objeto de análise (3 memes), será realizada uma do discurso presentes.

A análise do discurso (AD) trabalha com a apropriação da linguagem por um emissor que constitui um sujeito de ação social. (Manhães, 2011). “A AD trabalha o ponto de articulação da língua com a ideologia e procura explicitar o modo como se produzem as ilusões do sujeito e dos sentidos.” (Capelle, 2011)

A interpretação do conteúdo feita pela AD será qualitativa, procurando compreender os sentidos manifestado através do discurso. (Caregnato, 2006.)

O discurso não acontece de forma isolada, ele não está imune ao processo social, ele é contextualizado, influencia e é influenciado pelo momento. Para Orlandi (1995), a história ajuda a construir o sentido do discurso.

“Não se trata assim de trabalhar a historicidade (refletida) no texto, mas a historicidade do texto, isto é, trata-se de compreender como a matéria textual produz sentidos. São, pois, os meandros do texto, o seu acontecimento como discurso, a sua *mise-en-œuvre*, como dizem os franceses, ou como podemos dizer, o trabalho dos sentidos nele, que chamamos historicidade.” (Orlandi, 1995, p. 113)

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Jenkins (2008), vivemos na era da convergência midiática. As mídias mudaram, surgiram novas plataformas, mas nem por isso as anteriores sucumbiram conforme as previsões mais apocalípticas de que com o surgimento da TV seria o fim do rádio, ou que com a popularização da internet a TV não teria mais importância.

De acordo com o autor, o que de fato mudou foi a forma de relação com as mídias. “A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros.” (Jenkins, 2008, p. 28)

As interações são a chave das relações através dos sites de redes sociais. Essas plataformas permitem que as interações se dêem de forma mais rápida e com um alcance muito maior do que se fossem feitas somente presencialmente ou mediadas por plataformas mais limitadas, como por exemplo, ligações telefônicas.



MEMES

Dawkins inaugura o conceito de meme comparando-o aos fatores biológicos e apresenta o conceito base como replicante, o que pode ser propagável, reproduzido, imitado e mutável. Aspectos comuns a todos os memes.

"(...) os memes devem ser considerados como estruturas vivas, não apenas metafórica mas tecnicamente. Quando você planta um meme fértil em minha mente, você literalmente parasita meu cérebro, transformando-o num veículo para a propagação do meme." (Humphrey *apud* Dawkins 1976, p.113)

As características básicas de um meme são: longevidade, fecundidade e fidelidade. A primeira é a capacidade de permanência em destaque e Dawkins (1976) afirma que ela é relativamente pouco importante. Já para o autor a fecundidade, a capacidade de gerar cópias, é denominada a característica mais importante, onde "(...) alguns memes, como alguns genes, conseguem um sucesso brilhante a curto prazo ao espalharem-se rapidamente (...)" (Dawkins, 1976, p. 114), mesmo sem permanecer muito tempo em evidência. A terceira característica, a fidelidade, é definida como capacidade de gerar cópias com maior semelhança ao meme original. Dawkins reforça o poder de mutação do meme.

"À primeira vista parece que os memes não são, de forma alguma, replicadores de alta fidelidade. Cada vez que um cientista ouve uma idéia e transmite-a a outra pessoa ele provavelmente muda-a bastante. (...) Parece que a transmissão dos memes está sujeita à mutação contínua e também à mistura." (Dawkins, 1976, p. 114)

Recuero (2010) acrescenta o alcance às características dos memes, são aqueles que alcançam nós distantes dentro da rede. Esses memes são associados aos laços fracos porque não possuem ligação direta ou interação entre os atores e os locais restritos a uma determinada vizinhança relacionados aos laços fortes, pois, geralmente surgem a partir da interação social.

Nem todos os memes desenvolvem bem todas as características. "[...] sabe-se que nem todos os "memes" se espalham como um vírus, contaminando uma quantidade significativa de pessoas, ou mesmo conseguem se propagar – o que requer uma análise mais aprofundada do caráter de longevidade de componentes mêmicos." (Souza, 2013, p. 129)



Os memes competem por espaços, disputando nossa atenção e o espaço de armazenamento no cérebro. A capacidade de mutação e evolução podem ser encaradas como a busca pela longevidade e pela atenção.

WEB 2.0

A Web 2.0 se caracteriza por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços de interação entre os participantes, onde os processos de comunicação são mediados pelo computador. “(...) mais do que o aperfeiçoamento da ‘usabilidade’, o autor enfatiza o desenvolvimento do que chama de ‘arquitetura de participação’: o sistema informático incorpora recursos de interconexão e compartilhamento.” (O’Reilly *apud* Primo, 200, p. 2)

As características do período⁵ denominado como Web 2.0 são fundamentais para o surgimento dos sites de redes sociais. “A Web 2.0 tem repercussões sociais importantes, que potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pela informática.” (Primo, 2007, p.5)

Nessa fase, a internet incentiva o desenvolvimento da chamada “arquitetura de participação” (O’Reilly, 2005), a web passa a ser plataforma de interconexões entre usuários que compartilham informações e arquivos, muitas vezes empregando trabalho e valor pessoal na produção desse conteúdo.

O’Reilly (2005), acrescenta como característica desse período da web o aspecto de tirar partido da inteligência coletiva para o compartilhamento dessas informações, estimulando a participação dos usuários em agrupamentos.

REDES SOCIAIS

Os modos de sociabilidade sofreram mutações com a internet. As distâncias geográficas foram reduzidas com a facilidade maior de contato, com a ampliação na capacidade de criar e reformular laços sociais. A velocidade e o fluxo fácil de informações entre pessoas proporcionou o surgimento de espaços para encontros e trocas. No mundo virtual, o *Facebook* é um bom exemplo desse tipo de espaço.

⁵ A Web 2.0 refere-se não apenas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços Web, linguagem Ajax, Web syndication, etc.), mas também a um determinado período tecnológico(...). (Primo, 2007, p.2)



Recuero (2010) apresenta dois elementos fundamentais de uma rede social; atores (pessoas, instituições ou grupos) e suas conexões (interações). O Facebook é um site de redes sociais na internet (RSI) que conta com essas características. Criado em 2004, atualmente concentra 1,23 bilhões de usuários ativos por mês.⁶

“As redes sociais mudaram radicalmente os modos de interação no cotidiano, mas é preciso entender esta experiência como uma instância “sociotécnica”, respeitando os vetores afetivos, estéticos, psicossociais e cognitivos que estão na base do acontecimento tecnológico.”(Paiva e Oliveira, 2012, p. 3)

Os sites de RSI têm aspectos em comum e, segundo Recuero (2014) podem ser compreendidos como aqueles que permitem: que atores criem perfis individuais, onde constroem uma representação de si; que suas redes sociais sejam publicizadas pelo site; e que esses atores possam utilizar o site como plataforma de interação e conversação entre outros atores.

“Sabe-se que as redes sociais têm ganhado espaço considerável no que tange à socialização múltipla entre pares diversos, divulgação de informações e compartilhamento de dados informativos, fato que está intimamente ligado à principal vantagem da Web 2.0, a saber: maior facilidade de criação de conteúdos online e a partilha destes” (Souza, p. 128)

A interatividade é característica indispensável para a rede. Lévy (1999) aponta a participação ativa dos usuários em transação de informações e o funcionamento de um canal de comunicação nos dois sentidos como aspectos da interação.

MEMES COMO DISCURSO

A grande quantidade de gêneros discursivos se justifica pelo fato de serem “inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana” (Bakhtin *apud* Carvalho, 2012, p.2) e cada atividade humana integra vários gêneros discursivos, “sendo estes maleáveis e dinâmicos, ou seja, este número de textos cresce e se diferencia à medida que se desenvolve e torna-se mais complexo uma determinada esfera social.” (Carvalho, 2012, p.2)

Tomando as RSI como mais um ambiente de atividade e interação humana, podemos considerar a utilização dos memes como um gênero discursivo. Já que eles surgem das interações entre membros da rede e no caso das redes sociais, com um novo aspecto a partir das relações fora da rede.

⁶ Informação disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/02/facebook-faz-dez-anos-veja-numeros-e-video-dos-seus-melhores-momentos.html>> Acesso em 31/08/2014.



“Assim, ao considerarmos as formações discursivas proferidas em ambiente virtual, no entanto, advindos de indivíduos do mundo real, devemos, pois, levar em conta os atores sociais responsáveis pela produção destes, o contexto no qual estes foram produzidos e as implicaturas das ideologias veiculadas por esses discursos.” (Souza, 2013, p. 138)

A pragmática se refere ao contexto, os parâmetros espaciais e temporais dos eventos de fala, conhecimentos e intenções dos participantes nesses eventos. (Levinson *apud* Marquilhas, 2005, p. 2).

Para que o meme tenha sentido, seja interpretado adequadamente e surta efeito em quem recebe a mensagem é necessário que os atores da interação compartilhem do mesmo repertório, do mesmo contexto, e assim seja possível que as características do meme se desenvolvam.

Para Jenkis (2008), “cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana.”

O autor cita ainda o uso das potencialidades dessa interação. “Estamos aprendendo a usar esse poder em nossas interações diárias dentro da cultura da convergência. Neste momento, estamos usando esse poder coletivo principalmente para fins recreativos, mas em breve estaremos aplicando essas habilidades a propósitos mais ‘sérios’”(Jenkis, 2008, p.28), caso do corpus analisado na pesquisa.

ANÁLISE DE DADOS

Os memes analisados foram coletados da página Eleições da Zueira⁷, foram escolhidos os três mais curtidos e compartilhados da página, além de observar o impacto deles nos internautas por meio dos comentários. A escolha priorizou os memes que envolvem candidatos à presidência e criados a partir de cenas de debates eleitorais transmitidos pela TV. Logo o mediador mesmo sendo parte integrante do cenário, caso apareça, não será considerado pela análise. A seqüência de análise parte do menos curtido para o que tem mais curtidas.

É importante salientar que memes de eleições têm uma circulação rápida e após o período eleitoral perdem a força existente no contexto, ficando notória a fragilidade da característica de longevidade nesses memes.

⁷ Página criada no Facebook dia 31 de maio de 2014. Voltada às eleições do mesmo ano têm como foco os candidatos à presidência do Brasil. Disponível em <<https://www.facebook.com/eicoeszueira>> Acesso em 15/11/2014

Eles são imagéticos, textuais e se aproveitam das cenas em que foram retirados e de situações vivenciadas pelos integrantes, ou que fazem referência a eles. O conteúdo, originalmente político, pode acabar migrando para outra esfera, as adaptações são feitas tanto por quem cria o meme quanto por quem faz uso dele em situações cotidianas.



Figura 1: Página Eleições da Zueira serviu como base para o artigo

O primeiro meme⁸ analisado (figura 2) conta com a presença de 5 candidatos a presidência. Na cena, Luciana Genro (PSOL), Pastor Everaldo (PSC), Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB) e Marina Silva (PSB) respondem a uma pergunta lançada pelo mediador Ricardo Boechat, jornalista da emissora Band. O mediador do debate questiona: “*Qual a opinião dos candidatos sobre a família?*” e cada resposta emitida corresponde a uma situação já vivenciada pelos candidatos, tornando assim suas falas como fruto de suas experiências políticas ou de opiniões já apresentadas anteriormente.

Aproveitando-se do contexto e do cenário, a caracterização dos protagonistas do meme foi fácil de ser adquirida: as feições do rosto e a posição das mãos denotam ênfase e seriedade na fala, contudo existe uma quebra e reformulação da informação quando o é texto inserido. Por exemplo: ao olhar para o candidato Pastor Everaldo, vestido de maneira formal (terno e gravata), com a fisionomia compenetrada, esperamos um tipo de fala (com teor sério), mas nos deparamos com o trecho da música Família, interpretada pela banda de rock Titãs, o conceito de Pragmática utilizado por Levinson exige que os atores dessa interação, tenham no repertório o entendimento da posição

⁸ Disponível em < <https://www.facebook.com/eleicoeszueira/photos/pb.1572074636352210.-2207520000.1416096585./1643102585916081/?type=3&theater> > Acesso em 16/11/2014

conservadora do candidato em relação à formação familiar, composta por um casal heterossexual e filhos fruto dessa relação.

Outra situação é quando observamos o candidato Aécio Neves, com a mesma postura séria, vinculado a uma fala que abalaria sua própria reputação, uma vez que mencionava algo que ele estava sendo acusado (a construção de um aeroporto nos terrenos de sua família)⁹.

O humor marca o primeiro exemplo e a ironia é evidente no segundo exemplo. Esses atributos acrescentam potencial aos memes e auxiliam na repercussão deles no Facebook. “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, podendo assim (...) a partir disso observar os níveis e as diversas formas de interações entre os internautas e as trocas informativas e informacionais” (Marques, 2013, p. 9).



Figura 2: Meme do 1º debate transmitido em 2014 pela emissora Band

O segundo meme¹⁰ (figura 3) retrata uma discussão entre Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB), onde a primeira questiona o segundo sobre planos de governo. O conteúdo trabalha com o humor tanto no que se refere as imagens escolhidas como nas falas inseridas em cada quadro.

⁹ Disponível em < <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2014/07/mp-vai-investigar-aeroporto-em-propriedade-da-familia-de-aecio.html> > Acesso em 18/11/2014

¹⁰ Disponível em: < <https://www.facebook.com/eleicoeszueira/photos/pb.1572074636352210.-2207520000.1416096271.1656029844623355/?type=3&theater> > Acesso em 16/11/2014

A repercussão do meme é constatado pela quantidade de curtidas 7.677 (atualizado), pela quantidade de compartilhamentos 16.957 (maior dentre os 3 memes analisados) e pelo teor do comentários (mesmo não sendo favoráveis ao conteúdo apresentado muitos usuários do Facebook ajudam a divulgar o meme, pelo compartilhamento e ao marcar amigos nos comentários). De acordo com Marques (2013) essa divulgação ocorre pois:

“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” (Marques, 2013, p. 3)



Figura 3: Meme com Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB)

A marca apresentada pelo número de compartilhamentos e curtidas representam apenas os usuários que de alguma forma interagiram com a publicação, mas o alcance, aspecto memético tratado por Recuro (2010) caracteriza-se maior por alcançar nós mais distantes da rede sem a exigência de interação com a postagem.

Já o terceiro meme¹¹ (figura 4) tem como participantes Levy Fidelix (PRTB) e Eduardo Jorge (PV). Na cena Levy afirma que Eduardo “...*encoraja os jovens a fumar maconha*”. A resposta de Eduardo é curta, direta e com toque de humor. Ela é proveniente do repertório do próprio candidato durante o debate (quem acompanhou o debate conseguiu acompanhar com facilidade o raciocínio exposto).

O meme segue a mesma tendência dos anteriores, no que tange à construção da cena, caracterização dos protagonistas e existência de um primeiro momento de seriedade e repertório do público, com a quebra para o cômico e consequentemente interpretação da mensagem.

A simplicidade e objetividade configuram os 4 quadros e texto curto que compõe a imagem não diminui o alcance, uma vez que o meme foi o mais curtido dentre os analisados, com 10.174 likes. Sobre a funcionalidade do botão curtir e sua relação com o meme, Souza (2013) afirma que

“Quando um usuário faz uso do botão “curtir”, este, primeiramente, observa o fragmento textual em análise, interpreta-o/compreende-o e, então, estabelece seus próprios motivos e razões para transmitir tal informação. Isso requer adotar uma filosofia e passá-la adiante – é o momento em que o “meme” está se instalando em um novo cérebro para em seguida ser transmitido a outro” (Souza, 2013, p. 136)



Figura 4: Meme com Levy Fidelix(PRTB) e Eduardo Jorge (PV) durante debate da emissora Band

¹¹ Disponível em: < <https://www.facebook.com/eleicoeszueira/photos/pb.1572074636352210.-2207520000.1416152324./1644399649119708/?type=3&theater> > Acesso em 16/11/2014

Ao compararmos os 3 memes presentes no artigo e suas formações discursivas no ambiente analisado, o *Facebook*, algumas observações são importantes. Inicialmente é necessário que os usuários da rede social tenham conhecimento prévio sobre o histórico dos candidatos fora e dentro dos debates para assim acompanharem e compreenderem as piadas expostas nos memes, aplicação da pragmática.

O discurso de cada meme é objetivo e se constrói a partir dos próprios personagens, não se mescla com outro contexto, dessa forma podemos descrever os memes como um produto discursivo, por duas perspectivas: a formal e a funcional.

A primeira está relacionado a forma, estrutura, cenário, composição imagética e textual. A segunda tem o foco voltado à utilidade, objetivos de divulgação de ideia e alcance de público, as intenções que lhes permeiam, podendo ser do fazer rir, do refletir ou os dois.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivos principais observar os memes, analisar a construção discursiva e a repercussão enquanto conteúdo replicado. Para isso, toda a conjuntura estabelecida em rede precisou ser averiguada com intuito de compreender o meme e quem o consumiu como produto discursivo. Essa relação, no Facebook pode ser percebida através do uso do botões curtir e compartilhar (de forma quantitativa) e da ferramenta comentar (de forma qualitativa).

Durante a análise “Podemos considerar esse um fenômeno não apenas midiático, mas social, visto que alteram-se as formas de linguagem e de pensamento com base na linguagem da diversão, amplamente utilizada em nosso cotidiano.” (Caracciolo e Penner, 2011, p. 9). E ao falar de linguagem, a que se apresentou nos memes analisados, possui uma mescla de humor e ironia constituindo um discurso que pode fazer rir, mas não perde o tom questionador. Esse mesmo discurso surgiu de um contexto específico e para ser compreendido necessita de um repertório, de um conhecimento prévio. Ainda

“(...) verificou-se que as vozes incutidas nos ‘memes’ encontram, nas falas dos participantes das interações de trocas comunicativas no ciberespaço – materializados na figura dos internautas –, um lugar propício para que formações ideológicas sejam construídas, reordenadas e, por vezes, transformadas – dando vida a novos ‘memes’.”(Souza, 2013, p. 147)



BIBLIOGRAFIA

CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves; MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; GONÇALVES, Carlos Alberto. **Análise de conteúdo e análise de discurso nas ciências sociais**. Organizações Rurais & Agroindustriais, v. 5, n. 1, 2011.

CARACCILO, P. M. G. ; PENNER, T. A. . **Dos bordões aos memes**: Uma análise sobre o papel da mídia na construção e apropriação de novas formas de linguagem. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife. Disponível em < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-0726-1.pdf> > Acesso em 15/11/2014

CAREGNATO, Rita Catalina Aquino; MUTTI, Regina. **Pesquisa qualitativa**: análise de discurso versus análise de conteúdo. Texto Contexto Enferm, v. 15, n. 4, p. 679-84, 2006.

CARVALHO, A. G. ; MIRANDA, A. M. ; ASSIS, D. L. Memes do Facebook: Uma análise das máximas conversacionais. In: XXVI Jornada Nacional do Grupo de Estudos Linguísticos do Nordeste - GELNE, 2012, Natal - RN. Anais da Jornada do Grupo de Estudos Linguísticos do Nordeste, 04 a 07 de setembro de 2012. Natal: RN/BSE-CCHLA, 2012. Disponível em < http://www.gelne.org.br/Site/arquivostrab/655-MEMES_DO_FACEBOOK.pdf > Acesso dia 13/11/2014.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta**. (1976). Disponível em < <http://www.projetovemser.com.br/blog/wp-includes/downloads/Richard%20Dawkins%20-%20O%20Gene%20Ego%EDsta.pdf> > Acesso dia 13/11/2014.

FERREIRA, Renato Luiz Atanazio. **Teoria dos Atos de Fala**: Aspectos Semânticos, Pragmáticos e Normativos. 2011. Iniciação Científica. (Graduando em Filosofia) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Orientador: Ludovic Soutif. Disponível em < http://www.puc-rio.br/pibic/relatorio_resumo2011/Relatorios/CTCH/FIL/FIL-Renato%20Luiz%20Atanazio%20Ferreira.pdf > Acesso em 14/11/2014

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MARQUES, Heloísa L. **Comunicação e memes**: Uma análise do discurso sócio-virtual do Willy Wonka Irônico. In: XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2013
Disponível em < <http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0969-1.pdf> > Acesso em 15/11/2014



MARQUILHAS, Rita. "**Conceito de Pragmática Linguística na Mise-en-Page do Texto Escrito.**" *Cultura Letrada no Brasil: objetos e práticas*. Campinas: Mercado das Letras (2005).

O'REILLY, Tim. **O que é Web 2.0:** padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software, 2005. Disponível in <http://www.cipedya.com/doc/102010>
Acesso em 18/11/2014

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Texto e discurso**. *Organon*, v. 9, n. 23, 1995.

PAIVA, C. C. ; OLIVEIRA, S. R. . **A conversação em rede no Facebook**. Três conceitos de interação social. In: SIMSOCIAL - Simpósio em Tecnologias Digitais e Sociabilidade, 2012, Salvador. Sociabilidade, novas tecnologias e práticas interacionais. Salvador: EdUFBA, 2012. v. 1. p. 1.

PRIMO Alex. "**O aspecto relacional das interações na Web 2.0.**" *E-Compós* (Brasília) 9 (2007): 1-21. Disponível em < <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/153/154> > Acesso em 13/11/2014

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2010. Disponível em <<http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>> Acesso dia 15/11/2014.

RECUERO, Raquel. **Curtir, compartilhar, comentar:** trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook - *Revista Verso e Reverso* (Online), v.28, n. 68, 2014/2.

SILVA, Gustavo Adolfo da. **Teoria dos atos de fala**. *Cadernos do CNLF (CiFEFil)*, v. I, p. 259-263, 2005. Disponível em < <http://www.filologia.org.br/viiiifelin/41.htm> > Acesso dia 15/11/2014.

SOUZA, Carlos Fabiano de. **Memes:** formações discursivas que ecoam no ciberespaço. *VÉRTICES*, Campos dos Goytacazes/ RJ, v.15, n. 1, p. 127-148, 2013. Disponível em <<http://essentiaeditora.iff.edu.br/index.php/vertices/article/view/1809-2667.20130011>> Acesso dia 15/11/2014.