

Memes na Comunicação: a utilização de memes na Publicidade¹

Diogo Matheus Dias da Silva²

Manoella Neves³

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

Resumo

Este artigo tem como objeto o uso de memes na publicidade do cemitério Jardim da Ressurreição. Para esse estudo, foi feita uma análise do que é publicidade e o que são memes de acordo com alguns escritores, e como eles funcionam na sociedade. Em seguida analisaremos as redes sociais do cemitério e suas publicações. Também foi feita uma pesquisa com o público para saber seu conhecimento sobre o que é meme, sua efetividade na divulgação e sua opinião sobre o uso do humor em propagandas funerárias. Por fim buscamos mostrar se o cemitério conseguiu obter resultados positivos usando esse método distinto dos tradicionais para uma agencia funerária.

Palavra-Chave: Memes; Publicidade; Comunicação; Cemitério; Redes Sociais.

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo, de caráter teórico, realiza uma pesquisa a fim de mostrar qual o impacto causado pelo uso de memes na publicidade, em específico o caso do cemitério Parque Jardim da Ressurreição. E compreender o porquê desses memes se tornarem virais.

Analisando o fato de que estamos diariamente consumindo conteúdos com memes na internet, a pesquisa tem como objetivo apresentar uma breve análise do termo “meme” e seu principal meio de propagação, a internet.

Com a grande quantidade de usuários de redes sociais como Facebook, Instragram e Twitter, os memes espalham-se rapidamente e com diversas variações, porém todas partindo do mesmo princípio e com um objetivo central: o humor. Contudo, os profissionais de comunicação, como publicitários, marketeiros e até mesmo relações-públicas, perceberam que o uso de humor em campanhas acaba gerando afinidade e engajamento, assim começaram a usar essa nova forma de transmitir sua ideia, buscando lucros ou apoiadores.

¹ Trabalho apresentado na DT 2 – Publicidade e Propaganda do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Graduando do 3º período em Relações Públicas, pela Universidade Federal de Alagoas (Ufal), e-mail: diogomatheussilva@hotmail.com

³ Professora Orientadora, Professora Adjunta dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas na Universidade Federal de Alagoas, e-mail: manoellaneves@hotmail.com

O bom uso dessa forma de comunicação pode agir de maneira inesperada, principalmente quando algo fúnebre mistura-se com o humor. E foi dessa maneira que o cemitério Parque Jardim da Ressurreição⁴ se tornou conhecido nacionalmente. E desde 2015, o cemitério faz o uso de memes em suas redes sociais como forma de chamar a atenção do cliente.

Entretanto, esse meio humorístico se apresentou viável em tal situação? E esse método trouxe lucros para o cemitério? Ao decorrer do artigo iremos nos aprofundar nessas questões e buscar responde-las.

2 REFERENCIAL TEÓRICO E METODOLÓGICO

O referencial teórico para esta pesquisa será constituído com base no artigo de Dielisson Gomes de Lima e nos livros de José Benedito Pinho, Luís Mauro Sá Martino e Richard Dawkins. Assim estudaremos que o que é publicidade, o que são memes e seu uso na publicidade. Através de uma pesquisa quantitativa saberemos se o público abordado tem conhecimento do que é meme nos dias atuais e como enxergam o seu uso no meio midiático, assim como sua viabilidade na hora de transmitir uma ideia ou sensação para o receptor da mensagem.

Para José Benedito (2001, p. 171) no livro *Comunicação em Marketing*, a publicidade é a disciplina de promoção cuja força provém da sua grande capacidade persuadir, informar e de vender produtos. O mesmo afirma que a internet é um meio de comunicação que tem grande influência na publicidade e alcance ao cliente devido a três fatores: interação com consumidor, respostas mensuráveis e um alto nível de segmentação e personalização.

E algo que é muito comum tanto na internet quanto nas propagandas é o uso de memes. Mas o que é meme? De acordo com Martino em seu livro *Teoria Das Mídias Digitais - Linguagens, Ambientes e Redes*:

A rigor, são imagens, textos ou vídeos divulgados via internet que são reproduzidos constantemente por outras pessoas em sites, redes sociais, e-mails e qualquer outro modo de divulgação online. Na linha de Granovetter, a existência de laços fracos garante que essas mensagens continuem sendo reproduzidas. Se elas ficassem restritas somente aos amigos de quem as criou, isto é, apenas aos seus laços

⁴ O cemitério Parque Jardim da Ressurreição, fundado em 1977 e localizado no Piauí.

fortes, a divulgação seria consideravelmente menor.’ (MARTINO, 2014, p. 34)

Podemos pensar em memes como um conteúdo atual, entretanto eles sempre existiram. Tudo aquilo que a sociedade via e reproduzia estava associado a memética⁵ onde o biólogo Richard Dawkins, em seu livro “O Gene Egoísta” afirma que memes são como organismos que tem capacidade de influenciar nosso comportamento.

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, exatamente como um vírus pode parasitar o mecanismo genético de uma célula hospedeira. E isto não é apenas uma maneira de falar – o meme, por exemplo, para "crença numa vida após a morte" é, de fato, realizado fisicamente, milhões de vezes, como uma estrutura nos sistemas nervosos dos homens, individualmente, por todo o mundo. (DAWKINS, 1976, p. 214).

Os memes na internet acabam tendo o objetivo de transmitir uma ideia de forma cômica, e que podem gerar algum tipo de identificação naqueles que recebem a mensagem, apresentando assim um conceito. Exemplo:

Figura 1: Meme do Fry, personagem da animação Futurama



Fonte: <https://vinteconto.com.br>

Quando há o efeito humor e o efeito identificação os memes se tornam virais, e vão se espalhando pela sociedade em massa através de redes sociais, podendo ser em forma de imagens, vídeos ou até mesmo GIFs⁶.

⁵ Estudo dos modelos evolutivos da transferência de informação.

⁶ *Graphics Interchange Format*, é um formato de imagem que compacta cenas e as exibem com movimentos.

Tendo em vista que a publicidade busca criar bordões que fixem na mente do público, é bastante comum ver empresas ou organizações usando de memes em seus anúncios. A aceitação do receptor é quase instantânea, pois o conteúdo já está na boca do povo e possui característica humorística.

Entretanto, para uma campanha fazer sucesso é necessária a noção de público-alvo e conhecimento por trás do meme. Como Predebon cita em seu livro Curso de Propaganda, do Anúncio à Comunicação Integrada:

(...) publicitários, homens e mulheres de marketing e comunicação são no fundo engenheiros de memética, ou memetizadores. E os memes são como vírus se propagando pelas mentes, utilizando vetores como a TV, o celular, a Internet e as escolas. (PREDEBON, 2004, p.117)

Sendo assim, o profissional de comunicação por trás da campanha deve estudar o impacto que aquilo irá transmitir para o público que deseja atingir.

3 Sobre o cemitério Jardim da Ressurreição

De acordo com sua página na web, no ano de 1977 foi fundado em Teresina-Piauí o cemitério Parque Jardim da Ressurreição, com o objetivo de prestar serviços póstumos, como velórios, sepultamentos e cremações.

Além disso, o cemitério tem ambientes que acomodam todos e agradam a população. Possuindo área de lazer para crianças brincarem, área de alimentação, palestras e diversos projetos sociais, como a homenagem no dia das mulheres, onde criaram um cemitério para vítimas de feminicídio, como podemos ver na imagem abaixo:

Figura 2: Campanha contra o feminicídio realizada pelo cemitério



Fonte: <https://www.facebook.com/jardimdaressurreicao>

No entanto, mesmo com essa vasta gama de serviços que o diferenciam de vários cemitérios, o que realmente transformou o Parque Jardim da Ressurreição em um

cemitério nacionalmente conhecido e o mais querido da internet fora sua campanha de marketing.

A maneira que o cemitério decidiu abordar o tema “morte” foi totalmente diferente de tudo que já fora visto em qualquer outro cemitério. Através do uso de frases como “Estou morto de fome”, “O FIM de semana ESTÁ CHEGANDO”, o cemitério quebrou o clichê de usar apenas frases motivacionais e partiu para o humor. Trazendo uma leveza para um tema que muitos tem um certo receio de conversar sobre, mesmo sendo a única certeza da vida.

Em 2015, a coordenação do cemitério decidiu contratar CJFlash⁷ para gerir suas redes sociais e cuidar de sua imagem. Foi então que os primeiros memes começaram a aparecer na página do Facebook. De acordo com uma entrevista que a CJFlash deu para a página ADNews, inicialmente houveram reações negativas sobre o uso de humor, como se fosse um desrespeito para os falecidos. Porém, quando questionados sobre isso, eles explicaram que é apenas uma forma de abordar o tema sem causar tristeza, medo ou desconforto. E desde então houve bastante aceitação, tanto que seu uso é recorrente até os dias atuais.

Figura 3: Primeiro meme publicado na página do cemitério



Fonte: <https://www.facebook.com/jardimdaressurreicao>

⁷ Agência de publicidade e marketing coordenada pelo casal Cyntia Freitas e Eudes Júnior.

4 PESQUISA DE OPINIÃO

Através de uma pesquisa quantitativa realizada para a produção desse artigo, veremos se os participantes têm conhecimento do que são memes e se consideram seu uso efetivo na publicidade.

Para isso foi criado um questionário de múltipla escolha para saber a opinião dos participantes. O questionário ficou disponível do período de 21 de março até 27 de março e obteve 103 respostas, sendo elas apenas por brasileiros com idade entre 14 e 50 anos.

Além disso, analisaremos as redes sociais do cemitério Jardim da Ressurreição para observar qual foi o resultado obtido após o uso do humor em suas publicações.

5 RESULTADOS

De acordo com a pesquisa, observamos que 100% dos participantes tem conhecimento do que são memes, mostrando que seu uso é bastante popular. Abaixo, podemos ver o gráfico do questionário (Gráfico 1):

Gráfico 1: Respostas para “Você conhece memes?”

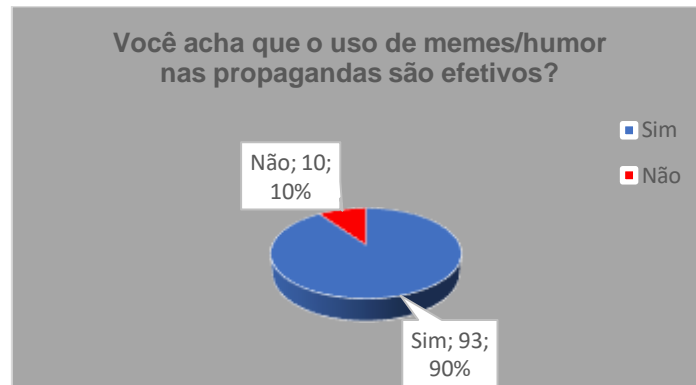


Fonte: Pesquisa realizada pelo autor

Já quando questionados sobre o que eles achavam sobre o uso de humor nas propagandas/publicidades, nem todos os participantes acharam efetivo o seu uso, quando abordadas essas pessoas afirmaram que o humor tirava o foco do que a mensagem queria passar. Contudo, 90% dos entrevistados acham o seu uso bastante

efetivo e que traz mais afinidade com o receptor da mensagem, sendo possível observar o gráfico abaixo (Gráfico 2):

Gráfico 2: Respostas para a pergunta “Você acha que o uso de memes/humor nas propagandas são efetivos?”



Fonte: Pesquisa realizada pelo autor

Por fim, os participantes opinaram sobre um meme postado nas redes do cemitério (Figura 4) e sobre a maneira como o Jardim da Ressurreição faz sua publicidade na internet.

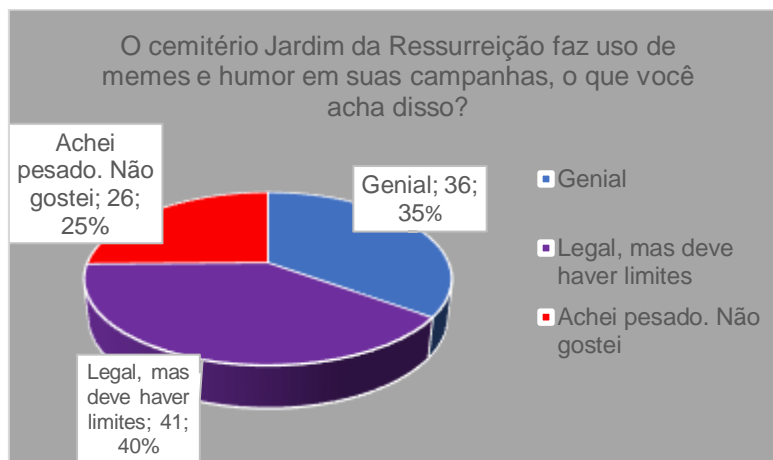
Figura 4: Meme utilizado pelo cemitério



Fonte: <https://www.facebook.com/jardimdaressurreicao>

No Facebook, essa postagem atingiu o alcance de 45 mil compartilhamentos e reações. Sendo a maioria delas positivas e apenas 143 negativas. Contudo, na pesquisa realizada para esse artigo contendo esta mesma imagem, trouxe reações bastante equilibrada entre os participantes. Como visto no gráfico a seguir (Gráfico 3):

Gráfico 3: Resposta para "O cemitério Jardim da Ressurreição faz uso de memes e humor em suas campanhas, o que você acha disso?"



Fonte: Pesquisa realizada pelo autor

Com isso, podemos ver que nem todos são a favor desse método, achando até mesmo ofensivo. Entretanto analisando as redes sociais, notamos a diferença extraordinária nas curtidas de postagens motivacionais ou de afeto (antes dos memes) e nas postagens de cunho humorístico. Exemplo: A mensagem que indica saudades de uma pessoa querida (Figura 5) postada no Facebook em março de 2015 tem apenas 5 curtidas e as publicações anteriores a essa tem em média o mesmo número de curtidas. Porém, com o uso de memes a página teve um acréscimo no engajamento e em alcance, com média de 10 mil reações positivas, compartilhamentos e comentários, como o meme incentivando a cremação (Figura 6).

Figura 5: Postagem do cemitério com a mensagem "Só me lembro do que é bom."



Fonte:

<https://www.facebook.com/jardimdaressurreicao>

Figura 6: Meme incentivando a cremação



Fonte:

<https://www.facebook.com/jardimdaressurreicao>

6 CONCLUSÃO

Com base neste estudo, conclui-se que o humor foi uma forma bastante eficaz na divulgação do cemitério, tendo em vista que seus lucros subiram⁸ em 40% nos últimos anos com o uso de memes. Mesmo havendo algumas críticas negativas por parte de quem não tem conhecimento dos serviços prestados pelo cemitério, suas postagens atingiram grande níveis de compartilhamentos e comentários positivos, tornando-o um dos poucos cemitérios conhecidos nacionalmente.

Entretanto, deve-se ter cuidado nas publicações postadas para não agredir ninguém, mas ao contrário, retratar com humor, na dose certa, um momento que não precisa ser tratado como um tabu. Por isso podemos afirmar que os memes não podem ser usados sem planejamento. Tendo que haver cuidado para usa-los no momento certo.

7 REFERÊNCIAS

ADNEWS. Disponível em: <<https://adnews.com.br/social-media/saiba-como-o-jardim-da-ressurreicao-se-transformou-no-cemi-mais-querido-das-redes-sociais/>> Acesso em 27 de mar. 2019.

DAWKINS, Richard. The Selfish Gene. New York: Oxford University Press, 1976, 2007.

FACEBOOK. Disponível em: <<https://www.facebook.com/jardimdaressurreicao>> Acesso em 27 de mar. 2019.

JARDIM DE RESSURREIÇÃO. Disponível em: <<http://jardimdaressurreicao.com.br/>> Acesso em 27 de mar. 2019.

LIMA, Dielisson Gomes. O USO DOS MEMES NA LINGUAGEM PUBLICITÁRIA E NAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL. Ijuí, 2016.

MARTINO, Luís Moura Sá. TEORIA DAS MÍDIAS DIGITAIS - LINGUAGENS, AMBIENTES E REDES. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

PINHO, José Benedito, Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. São Paulo: Papyrus, 2001.

PUBLICITARIOSS. Disponível em: <<https://medium.com/publicitarioss>> Acesso em 13 de mar. 2019.

VINTE CONTO. Disponível em: <<https://vinteconto.com.br>> Acesso em 13 de mar. 2019.

HOSTGATOR. Disponível em: <<https://www.hostgator.com.br/blog/o-que-sao-gifs-e-como-usar/>> Acesso em 17 de mar. 2019.

⁸ De acordo com a entrevista da agência de publicidade responsável pelo gerenciamento das redes sociais do Jardim da Ressurreição, que já foi citada neste artigo.