

## SIMPÓSIO LEITURA E PRODUÇÃO TEXTUAL: MÍDIA, TECNOLOGIA E ENSINO - AT017

### VAMOS COMPARTILHAR? O USO DOS MEMES NA PÁGINA DO InFoRmaNdo NO FACEBOOK

MEDEIROS, Kéfora Janaína de  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte  
kefora.janaína@ifrn.edu.br

COSTA, Elis Betânia Guedes da  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte  
elis.guedes@ifrn.edu.br

MONTE, Sheila da Silva  
Prefeitura Municipal de Parnamirim/RN  
sheilamontebr@gmail.com

**Resumo:** o projeto de extensão InFoRmaNdo, executado no Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, campus São Paulo do Potengi, objetiva unir a prática de produção textual no ambiente escolar a uma aplicação às situações reais de interação em que a linguagem desempenha papel principal, fazendo com que os discentes participantes do projeto aprimorem suas práticas de produção de textos orais e escritos através da linguagem jornalística, atentando para a sua importância numa sociedade de informatividade. Para tanto, refletem o papel do produtor de textos na atualidade e os variados meios de divulgação de informação, além de conhecerem os gêneros que circulam na esfera jornalística para que os textos produzidos atendam às necessidades comunicativas e informativas que o público precisa. Ademais, intentamos informar a comunidade externa do *campus*, interligando nosso fazer aos sujeitos que nos circundam, produzindo informação e entretenimento através das redes sociais (*Facebook* e *Instagram*). Esse estudo apresenta a utilização do meme (BLACKMORE, 2000; DAWKINS, 1976, 2007; FONTANELLA, 2009) como um instrumento de interatividade na página do InFoRmaNdo no *Facebook*. Para compreender como os memes ampliam a interatividade, selecionamos uma postagem que gerou grande envolvimento em nossa página. Partiremos de um conceito de meme enquanto gênero discursivo (BAKHTIN, 2010) para analisarmos suas particularidades “relativamente estáveis”. A partir da análise de suas características, observamos como os memes são textos que comunicam e entretêm os usuários, gerando maior participação na rede social. Esperamos fortalecer as práticas linguísticas orais e escritas numa ação efetiva de produção de textos, além de atuarmos na comunicação com os sujeitos internos e externos ao nosso *campus*.

**Palavras-chave:** InFoRmaNdo; extensão; memes; *Facebook*; internet.

**Abstract:** the InFoRmaNdo extension project, carried out at the Rio Grande do Norte Institute of Education, Science and Technology, Campus São Paulo do Potengi, aims to combine the practice of textual production in the school environment with an application to the real situations of interaction in which language plays a main role, making the students participating in the project improve their practices of producing oral and written texts through the journalistic language, paying attention to their importance in an information society. To do so, they reflect the role of the producer of texts in the present time and the varied means of dissemination of information, besides knowing the genres that circulate in the journalistic sphere so that the texts produced meet the communicative and informative needs that the public needs. In addition, we try to inform the external community of the campus, interconnecting our doing to the subjects that surround us, producing information and entertainment through social networks (Facebook and Instagram). This paper presents the use of meme (Blackmore, 2000; Dawkins, 1976, FONTANELLA, 2009) as an instrument of interactivity in the Facebook page. To understand how memes extend interactivity, we've selected a post that has generated a lot of engagement on our page. We will start from a concept of meme as a discursive genre (BAKHTIN, 2010) to analyze its "relatively stable" particularities. From the analysis of its characteristics, we observed how memes are texts that communicate and entertain users, generating greater participation in the social network. We hope to strengthen oral and written language practices in an effective text-producing action, as well as to communicate with the internal and external subjects of our campus.

**Keywords:** InFoRmaNdo; extension; memes; Facebook; Internet.

### **Introdução: vamos ser amigos virtuais?**

O InFoRmaNdo, criado em julho de 2015, surgiu da necessidade de divulgação do evento institucional, Semadec<sup>1</sup>, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN), *campus* São Paulo do Potengi (SPP). Duas docentes de língua portuguesa e um jornalista compunham a comissão de Comunicação e Divulgação e com o auxílio de nove discentes divulgaram e realizaram a cobertura jornalística do evento. A experiência foi exitosa e o grupo começou a reunir-se para estudar o papel da mídia, da responsabilidade enunciativa e a importância da escrita na comunicação. Em 2016, com a participação de mais discentes, o InFoRmaNdo tornou-se projeto de extensão e ampliou suas ações. Além de realizar a cobertura jornalística dos eventos institucionais locais, também realizava o

---

<sup>1</sup> Semadec é a Semana de Arte e Cultura. Evento institucional que ocorre bianualmente no IFRN *campus* São Paulo do Potengi.

cerimonial nas colações de grau e abertura de ações do *campus*, produzia e distribuía jornais impressos com informações sobre os eventos e inaugurou a InForma Rádio, uma rádio escolar experimental que funcionava nas festividades.

Mas havia um importante espaço que o InFoRmaNdo precisava atuar: a internet. A internet é o meio de navegação/interação muito utilizado e a partir dele as pessoas mantêm e/ou criam relações interpessoais e constroem novas formas de se comunicarem e de se relacionarem no mundo. Essa nova forma de comunicação comunga com o objetivo do projeto de extensão InFoRmaNdo: comunicar, entreter, informar a comunidade interna e externa ao *campus* sobre as ações que ali acontecem. Por essa aproximação de objetivos, o projeto adentrou na virtualidade e criou, em maio de 2017, uma página na rede social Facebook<sup>2</sup> e, posteriormente, em 2018, no Instagram<sup>3</sup>.

As publicações do grupo divulgam ações do *campus* (eventos, editais, comunicados etc.), numa perspectiva de fato informativa, mas também entretêm os visitantes da página, pois criamos vídeos e memes que, com humor, estabelecem e fortalecem um maior contato com aqueles que fazem o *campus*, servidores e alunos. Neste trabalho, vamos analisar como a publicação dos memes podem ampliar as visualizações e o envolvimento da página do InFoRmaNdo no *Facebook*. Para isso, vamos identificar as principais características dos memes e relacionar suas técnicas de criação com nossa experiência no projeto.

## 1. Metodologia: segue a ideia

A metodologia utilizada nesta pesquisa foi qualitativo-interpretativista. Fizemos um levantamento da postagem com mais interatividade na página do InFoRmaNdo no *Facebook* até outubro de 2018. Vimos que as duas postagens com grande número de compartilhamentos e comentários eram memes, um

---

<sup>2</sup> Link da página do InFoRmaNdo no Facebook: @informando.ifrn

<sup>3</sup> Link da página do InFoRmaNdo no Instagram: instagram.com/informando.ifrn

produzido pela equipe do InFoRmaNdo e a outra foi um repost<sup>4</sup>. Em seguida, realizamos um levantamento das principais características do gênero discursivo (BAKHTIN, 2010) meme. Por fim, realizamos a análise dos dados da publicação.

O método de coleta consistiu na seleção de postagens com maior interatividade (número de visualizações, curtidas<sup>5</sup> e compartilhamentos) dos seguidores da página do projeto. Ao longo de um recorte foi possível perceber que as publicações com maior participação do público foram memes, em especial, o produzido pela equipe do InFoRmaNdo, como veremos abaixo:



Imagem 1- Meme da copa  
Fonte: Página do InFoRmaNdo no Facebook (2018).

Para o segundo passo, fez-se um levantamento das principais características presentes no gênero discursivo meme. Primariamente observamos que os temas apresentam elementos textuais, geralmente com

<sup>4</sup> *Repost* (repostar) é replicar uma postagem realizada por outro usuário da rede social. Normalmente, a fonte é divulgada. Uma forma de repostar, no Facebook, é pelo compartilhamento da postagem.

<sup>5</sup> No *Facebook*, curtir uma postagem é demonstrar a reação que aquela publicação lhe transmite. Através de ícones de legal, coração, riso, espanto, tristeza e raiva, demonstramos nossas emoções, o que configura nosso envolvimento.

humor, que atuam na transmissão de conhecimento sobre determinado assunto ou numa situação específica para atores sociais, como o exemplo do meme da copa apresentado na imagem acima.

Por fim, foi necessário analisar os dados da coleta de postagens da página do InFoRmaNdo, e realizar um levantamento bibliográfico de pesquisadores sobre o tema.

## 2. Resultados e discussões: vamos compartilhar ideias!

O termo "meme" teve origem na biologia. Foi explicado pela primeira vez pelo zoólogo Richard Dawkins, no livro *O Gene Egoísta* (1976/2007), como uma unidade de transmissão cultural entre os humanos. O termo origina-se da palavra grega *Mimese* que significa imitação. A "memética" proposta por Dawkins deriva das teorias Darwinistas sobre a evolução dos genes, pois, para Dawkins, o "meme" seria uma seção da evolução cultural humana. Em suas pesquisas, ele admite que seres humanos evoluíram, culturalmente e geneticamente, de maneira diferenciada de outros seres do planeta.

Posteriormente, Susan Blackmore deu maior englobamento ao pensamento, no livro *The Meme Machine* (2000), ao assegurar que "um meme é uma ideia, comportamento, estilo ou uso que se espalha de pessoa para pessoa dentro de uma cultura" (BLACKMORE, 2000, p. 65). Desta maneira, é possível salientar que os memes são, de fato, o que nós, consciente ou inconscientemente, aprendemos por meio da imitação. Pois assim, ainda de acordo com Blackmore,

[...] quando você imita alguma outra pessoa, algo é passado adiante. Este 'algo' pode então ser passado adiante novamente, e de novo, e assim ganhar vida própria. Podemos chamar esta coisa uma ideia, uma instrução, um comportamento, uma informação... porém se nós vamos estudá-la precisamos dar a ela um nome. Felizmente, há um nome. É o 'meme' (BLACKMORE, 2000, p.4 – grifos da autora).

Memes, para Blackmore (2000) e Dawkins (2007), são espalhadores de ideias e usam desta peculiaridade para evoluir de acordo com a cultura. Contudo, Dawkins afere aos “memes” uma característica de replicação individual com forte influência humana. Conforme ele, os memes se disseminam entre cérebros – levando consigo o fator evolutivo cultural – assim como os genes se replicam de um corpo a outro, levando características físicas.

Para a pesquisadora Fontanella (2009), enquanto ideia, um “meme” de internet envolve o ator social, que entra na total integração do conteúdo com a capacidade de compartilhar o “meme” com outros usuários, remodelando-o ou não. Além de sua caracterização sociocultural, o meme também é compreendido linguisticamente como um gênero discursivo, pois entendemos que tratamos de um enunciado construído com base em três elementos fortemente relacionados: o conteúdo temático, o estilo e a construção composicional (BAKHTIN, 2010). Assim, ao acolhermos o meme como parte integrante de um processo de comunicação na internet, é possível observar que ele cumpre o papel de comunicar e não de meramente informar.

A disseminação dos memes na internet está relacionada com “questões de filiação e adesão aos sentidos expressos pelo conteúdo dos ‘memes’, ou seja, as formações ideológicas presentes nas formações discursivas destes fragmentos”. (SOUZA, 2013, p. 134). Encontra-se uma criação de sentido entre o “meme” e quem o recebe: a ideia chega ao receptor e cria uma espécie de laço ideológico, que faz sentido para aquele ator social, mas não somente a ele. Além disso, sobre o sentido do meme, acerca da mensagem que esta narrativa quer passar na grande rede, Souza destaca que,

Os textos mêmicos carregam em si mensagens que são decodificadas pelos cérebros receptores, analisadas, interpretadas, adotadas e, por vezes, replicadas, tal que, ao se familiarizarem com a linguagem contida no componente a ser replicado, estarão dialogando de certa maneira com o criador

do “meme”, ou mesmo com os partícipes das mesmas interações de transmissão de ideias. É a linguagem enquanto fenômeno social, como prática de atuação interativa (SOUZA, 2013, p.134).

O meme que estamos analisando, dentre as publicações que divulgamos, ganhou destaque por termos um número significativo de envolvimento: 1,1mil visualizações, 71 curtidas e 17 compartilhamentos. Com isso, notamos que o enunciado que produzimos atendeu às características do gênero discursivo meme, pois uniu linguagem verbal e não-verbal, tratou de um assunto atual (a copa do mundo de 2018) e foi irreverente por trazer a imagem do então diretor geral do *campus* IFRN SPP. Creditamos a isso a postagem ser muito replicada por nossos seguidores, obtendo um envolvimento que até então não havíamos alcançado em nossa página na rede social.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS: curtiu? Então compartilha!**

Com esse trabalho compreendemos como o uso dos memes podem amplificar as visualizações e interações na página do InFoRmaNdo no *Facebook*. É fundamental reconhecer a comunicação mediada por computadores, celulares e tablets como um novo meio de relação social, que requer novos modelos de socialização e de aprendizado, uma vez que o mundo virtual, com o aparecimento de meios e condutas específicas, se apresenta como uma coletânea de diferentes linguagens.

Uma dessas práticas das linguagens das redes sociais são os memes, que segundo o pesquisador Dawkins (1976), é de um fenômeno de transmissão cultural e de difusão da informação, fundamentado na imitação, cuja replicação no universo virtual ocorre através dos fenômenos de mutação, seleção natural e hereditariedade.

A postagem do meme produzido pela equipe do InFoRmaNdo foi feita em data específica do ano. A postagem foi na época da copa do mundo de 2018. As reações das pessoas antes da copa seguiam a ideia de “Tô nem aí para a copa! Estou mais preocupado com as eleições!”, mas com o início dos

jogos, o discurso de muitos mudou e passou a ser “A copa é nossa! Somos o país do futebol!”. No *campus* SPP não foi diferente. Ninguém parecia muito empolgado com o campeonato mundial de futebol, porém, ao começar os jogos da copa na Rússia, deparamo-nos com a cantina toda decorada com a bandeiras do Brasil e nosso então diretor geral com a camisa da copa (de 2014, com o nome do Kaká, que nem é mais jogador da seleção). Esse fato inusitado e engraçado, registrado fotograficamente por um dos componentes do InFoRmaNdo, está totalmente relacionado com a ideia de que o meme só se tem sentido quando o público-alvo recebe, cria um laço ideológico, que faz sentido para aquele ator social. Atribuimos o número expressivo de envolvimento por percebermos que nosso público (alunos e servidores do *campus*, especialmente) se identificou com a publicação, atribuiu a ela um sentido único, singular.

Podemos então perceber que os memes são grandes aliados na conquista da interatividade (principalmente tendo os jovens como público-alvo), fazendo parte tanto da comunicação social quanto das interações sociais, sendo também considerados como unidades de construção do conhecimento e de práticas de aprendizagem, especialmente para a equipe do InFoRmaNdo.

### Referências

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Tradução de Paulo Bezerra. 5. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

BLACKMORE, S. **The meme machine**. Oxford: Oxford University Press, 2000.

DAWKINS, R. **The Selfish Gene**. Oxford University Press. 1976.

\_\_\_\_\_. **O Gene Egoísta**. Tradução de Rejane Rubino. São Paulo. Companhia das Letras. 2007

FONTANELLA, F. O que é um meme?: proposta para uma problemática da memesfera. In: **SIMPÓSIO NACIONAL ABCIBER**, 3, ESPM, São Paulo, 16-18 de novembro de 2009. Anais. São Paulo: ESPM, 2009.

SOUZA, C. F. de. Memes: formações discursivas que ecoam no ciberespaço. **VÉRTICES**, Campos dos Goytacazes, volume 15, nº 1, p. 127-148, janeiro a abril de 2013.