

# MUITO ALÉM DA IMAGEM ILUSTRATIVA: uma análise da utilização de memes em jornais digitais

*MUCH BEYOND THE ILLUSTRATIVE IMAGE: an analysis of the use of memes in digital newspapers*

LEÃO BORBA LINS, Juliana; Mestranda; Universidade de Brasília

julianajorp@gmail.com

KALUME MARANHÃO, Ana Carolina; Doutora; Universidade de Brasília

ckalume@gmail.com

## Resumo

Memes são mais do que um texto sobreposto a uma imagem com uma mensagem em tom divertido. Memes são replicações de ideias, entidades capazes de disseminarem-se entre mentes. Os memes de internet são um tipo de meme e devem ser pensados além do seu estereótipo. Muitos carregam forte cunho de crítica social e política, com representatividade similar às charges e aos cartuns. Eles também possuem formatos variados como sobreposições de imagens, imagens e texto ou, ainda, vídeos. O presente trabalho tem como objetivo a construção de uma análise voltada ao entendimento sobre a utilização dos memes de internet, nas páginas dos jornais brasileiros entre os anos de 2008 e 2016 e o ano de 2023, nos quais são analisados o uso de tais artefatos dentro das páginas de dois dos maiores veículos on-line de notícias brasileiros: Estadão e G1, como forma de compreensão sobre os memes nesses espaços.

**Palavras-Chave:** memes; charges; jornalismo on-line.

## Abstract

*Memes are more than just text overlaid on an image with a humorous message. Memes are replications of ideas, entities capable of spreading between minds. Internet memes are a type of meme and should be considered beyond their stereotype. Many carry strong elements of social and political critique, with representational similarities to political cartoons. They also come in various formats such as image overlays, images with text, or even videos. This work aims to construct an analysis focused on understanding the use of internet memes in the pages of Brazilian newspapers between the years 2008 and 2016 and the year 2023, analyzing the use of such artifacts within the pages of two of the largest online news outlets in Brazil: Estadão and G1, as a way of understanding memes in these spaces.*

**Keywords:** memes; political cartoon; online journalism.

## 1 Introdução

Os tetos da caverna de Lascaux, localizada na França, possuem pinturas rupestres datadas de aproximadamente 15.000 a.C. a 10.000 a.C., essa é a prova que a imagem enquanto representação está presente na história milenar da humanidade. Muito antes da escrita completa, que segundo Fischer (2009), surgiu por volta de 3700 a.C., com o incremento do foneticismo sistêmico, na Suméria. Mas como nos contam Briggs e Burke (2004, p.17), “ao se introduzirem novas mídias, as mais antigas não são abandonadas, mas ambas coexistem e interagem”. É sobre um novíssimo artefato, considerando a história dos meios, que este artigo busca debruçar-se: os memes de internet, que na maioria das vezes, utilizam justamente do casamento das duas antigas e básicas formas de comunicação: a imagem e a escrita.

Sobre a imagem nos memes, a configuração é característica, pelo menos na maioria deles: edições malfeitas, figuras sobrepostas, aparente desleixo (no que na verdade, podemos dizer proposital desleixo), esta representação compõe inclusive a memória popular, mas podemos encontrar memes com técnicas de produção apurada, apesar de serem exceções, afinal a maioria apresenta a espontaneidade como marco. Quando a legenda vem juntar-se a estrutura, a utilização de fontes grosseiras em caixa alta, como a *Impact*, é usual. A unidade não aparenta planejamento, mais pressa. Podemos notar nos artefatos que contém um maior alcance, a aplicação de categorias conceituais da Gestalt do objeto (estudo das formas), entre elas, constante a simplicidade, minimidade e clareza. Os memes para “viralizar” precisam expelir uma rápida leitura aos seus usuários da internet, para quem o tempo de consumo é acelerado.

Para a análise em estudo, iremos verificar a evolução do quantitativo de notícias com inserções de memes nos jornais digitais do Estadão<sup>1</sup> e G1<sup>2</sup>, entre os anos de 2008 a 2016 e o ano de 2023. Ainda dentro da metodologia da pesquisa em desenvolvimento, os memes do inventário serão divididos em categorias de acordo com seu uso. A escolha pelo G1 se deu pelo fato de ser um veículo criado já no seu primeiro momento para o digital, tendo surgido em 2006. Já o Estadão, realiza um contraponto, por ter esta sua história inicial na mídia tradicional, a impressa, tendo sido fundado em 1875 e on-line desde 1995.

Para avançarmos na nossa investigação, é preciso definir o que seriam memes e para isso, trazemos aqui a definição do criador do termo, o biólogo Richard Dawkins, para quem os memes seriam como os genes, sendo os substratos dos memes a cultura e o local que eles habitam, o nosso cérebro, assim, “memes são melodias, ideias, slogans, as modas no vestuário, as maneiras de fazer potes ou de construir arcos” (Dawkins, 2007, p.330). Memes são replicações de ideias, são os aprendizados repassados, são a cultura compartilhada. Os memes são entidades capazes de se disseminar de mente em mente.

Para o presente trabalho analisaremos artefatos pertencentes a um tipo de subgrupo de memes: os memes de internet, cuja principal característica volta-se à replicação por meio digital. Algo que exista por uma única vez no tempo e no espaço, não é um meme. A definição de um meme de internet não é tarefa simples. A conceituação varia, a depender do pesquisador, para Börzsei (2020, p.512), “o meme de internet é uma forma de entretenimento visual que pode se manifestar sob diferentes formatos, tais como uma imagem estática (como, por exemplo, um *image macro*), um GIF de animação ou, ainda, um vídeo”.

Desta forma, o presente trabalho tem como objetivo a construção de uma análise voltada

<sup>1</sup>Estadão. Conteúdo disponível em: [www.estadao.com.br](http://www.estadao.com.br). Acesso em: jun. 2024.

<sup>2</sup>G1. Conteúdo disponível em: [www.g1.globo.com](http://www.g1.globo.com). Acesso em: jun. 2024.

ao entendimento sobre a utilização dos memes, mas especificamente, dos memes de internet, nas páginas dos jornais brasileiros entre os anos de 2008 a 2016 e o ano de 2023, como forma de compreensão sobre os usos de tais artefatos dentro da construção narrativa jornalística. A investigação visa verificar quando este artefato se tornou usual dentro das páginas dos jornais digitais e qual papel eles exercem nesses espaços. Para este trabalho, trataremos sobre os memes de internet, a imagem sátira na imprensa, memes como humor crítico, inventário e classificação dos dados coletados e também análise de mensagens visuais específicas.

## 2 Memes, os Replicadores Culturais

Memes vem de *mimeme*, palavra com raiz grega e que significa imitação. De *mimeme* para meme para rimar com gene, é isso que nos explica Richard Dawkins no seu livro lançado em 1976: "O gene Egoísta". E por que a necessidade de meme soar parecido com gene? Porque a lógica de definição por trás das duas palavras é a mesma. Gene como replicador biológico, enquanto meme seria um replicador cultural. A imitação seria a forma de reprodução por excelência. "A imitação, num sentido amplo, é o processo pelo qual os memes *podem* se replicar" (Dawkins, 2007, p. 332, grifo próprio).

As propriedades que determinam a sobrevivência dos memes, são as mesmas definidas por Dawkins para perpetuação dos genes: longevidade, fecundidade e fidelidade da cópia. A longevidade é o perdurar no tempo, a fecundidade é o perpetuar e a fidelidade é a integridade da cópia. Dawkins coloca a fecundidade como a qualidade primeira e no caso dos memes, ele faz um alerta sobre a fidelidade, que pode não parecer aplicável, afinal, como uma imitação de ideias, melodias e outras existências culturais podem ser repassadas integralmente no processo de imitação? Mas para Dawkins, a ausência de fidelidade da cópia dos memes é apenas aparente.

Pois o que importa não é integridade na imitação, mas a ideia base. O meme seria, então, um compartilhamento da essência da ideia e não do seu todo. Para compreender o conceito de meme em Dawkins, é preciso antes entender a metáfora que ele faz com os genes em sua obra: como dotados de intenção, mas apenas a fim de simplificar os exemplos e facilitar o entendimento da seleção genética. "Da mesma forma como achamos conveniente pensar nos genes como entidades ativas, trabalhando com o objetivo de assegurar a própria sobrevivência, talvez também seja conveniente pensar nos memes assim" (Dawkins, 2007, p.336). Em ambos os casos, a ideia de memes e genes com intenção é metafórica.

O autor exemplifica em um traço cultural se propagando por vontade própria, ou seja, independente do querer do dono do cérebro que o carrega. Mais tarde, em seu livro "*River out of Eden: a Darwinian view of life*", Dawkins (1995) explica a cultura humana como uma "bomba de replicação genuinamente nova", a cultura como um novo tipo de replicador, assim como o gene.

Como os genes, os memes atuam junto a outros memes no chamado *pool* de memes, que são complexos de memes co-adaptados, que atuem de forma estável no conjunto para melhor adaptação da sua máquina de sobrevivência ao ambiente. No caso, a máquina de sobrevivência dos memes é o cérebro, enquanto, em comparação, uma das máquinas de sobrevivência dos genes é o corpo humano. Assim, a seleção natural no ambiente cultural favorece os memes que melhor trabalhem com outros memes (*pool* de memes) para melhor adaptarem a sua máquina de sobrevivência. Os memes trabalham para que a mente melhor se adapte à cultura e as ideias existentes. Quanto mais um meme contribui com uma característica que melhor adapte a sua máquina de sobrevivência, maior a chance deste meme ser fecundo, longínquo e fiel.

Os memes têm na replicação seu princípio fundamental, assim, como os genes. Por isso, Dawkins realiza esta ponte entre meme e gene; cultura e meio ambiente; mente e corpo humano. A imitação estaria para a função dos espermatozoides e óvulos, que é reproduzir, passar adiante.

## 2.1 Memes de Internet e a Replicação no Meio Digital

Agora, adentrando no que chamamos aqui de subgrupo dos memes, ou meme de internet. As definições são várias e muitas vezes se completam. Vejamos algumas. Fontanella (2009), define como ideias e comportamentos que se propagam, mantendo uma interseção básica durante o processo de “viralização”.

Coloquialmente os memes são entendidos como ideias, brincadeiras, jogos, piadas ou comportamentos que se espalham através de sua replicação de forma viral, e caracterizados pela repetição de um modelo formal básico a partir do qual as pessoas podem produzir diferentes versões da mesma meme (Fontanella, 2009, p.9).

Börzsei (2020), aponta o remix como uma característica em voga do meme de internet. Já no site do projeto #MUSEUdeMEMES, há destaque para a linguagem intertextual dos memes. O #MUSEUdeMEMES que está ligado ao Laboratório de Pesquisa em Comunicação, Culturas Políticas e Economia da Colaboração (coLAB) que tem como sede a Universidade Federal Fluminense, traz a seguinte definição:

De modo bem objetivo, compreendemos atualmente os memes como uma linguagem ou um gênero comunicativo próprio do ambiente digital, e que costuma ser materializado na forma de uma imagem legendada, um vídeo viral, um bordão engraçado, ou uma animação extravagante. Além disso, grande parte da riqueza dos memes está expressa em sua característica intertextual (#MUSEUdeMEMES).

Para aprofundar este estudo, vamos investigar a diferença entre virais e memes e trabalhar juntamente os três conceitos chaves de Dawkins: fidelidade, fecundidade e longevidade; fazendo aplicação destas qualidades aos memes de internet. Lembrando que a fidelidade é a integridade da cópia; a fecundidade é a reprodução e a longevidade é o perdurar no tempo, aqui não de uma cópia particular, mas da existência da cópia em si.

O *Know Your Meme* (Börzsei, 2020), site popular sobre o fenômeno, traz uma distinção entre meme e viral, no qual o último seria compartilhado sem modificação. Segundo este entendimento, viral e memes de internet não seriam a mesma coisa. Mas, complexificando a questão, se pensarmos no conceito original de Dawkins, o viral seria um tipo perfeito de meme, com alta-fidelidade da cópia. Na prática e no uso cotidiano, memes e virais são muitas vezes referidos com o mesmo sentido, sendo o compartilhamento para e por várias pessoas de fatos e coisas, ou “o que está sendo comentado na internet”. Em teoria, aprofundando os sentidos em debate, a divisão entre viral e meme, não é tão clara.

Ora, se os virais são a definição de uma peça, de um evento, de um acontecimento que teve um rápido alcance entre as pessoas na internet, ou seja, que se disseminou em um curto intervalo de tempo, um meme específico poderá também “viralizar”. Mas e o meme, o que poderíamos considerar um meme de internet? Apenas uma peça única ou um conjunto de peças similares atuando como uma família de conteúdo, ou seja, um conjunto de artefatos que trabalham juntos para passar a mensagem? Bom, no conceito original de Dawkins, temos a fidelidade da cópia junto a fecundidade e longevidade como essenciais, mas Dawkins entendia que quando o assunto é cultura não podemos ver exatamente do mesmo ângulo da Biologia.



Enquanto no gene a integridade da cópia é esperada, quando falamos de memes, tal possibilidade se torna difícil de se conceber. Dawkins diferenciava a lógica da fidelidade dos memes das do gene, e propôs considerar não um todo repassado, mas apenas o conceito central, um núcleo essencial, como o ponto de referência para se considerar a fidelidade do meme. Dawkins entende que na propagação da cultura e de ideias, as mudanças em relação ao todo é algo esperado, mas, a base replicada deve ser a mesma, para termos diante de nós um meme.

Quanto à fecundidade, não resta dúvida que também aos memes de internet, a reprodutibilidade é uma qualidade imprescindível e a mais importante, assim como nos genes. Sobre a longevidade, que é a duração no tempo, não de uma cópia particular, mas das cópias, se pensarmos no artefato, ele fica arquivado por tempo indeterminado em diferentes espaços da “nuvem” (rede de servidores remotos). Mas se pensarmos no tempo buscado dentro da cibercultura, esta última característica tem tanto relevo? Na internet, a usabilidade habita os intervalos curtos. A instantaneidade é quem impera.

Considerando as colocações apresentadas e as propriedades gerais de memes: fidelidade, fecundidade e longevidade; podemos definir os memes de internet desde que haja a fidelidade da ideia núcleo, sendo fecundos ao serem compartilhados, e quanto a longevidade, eles ficam de fato guardados por tempo indefinido por meio de armazenamento nas diversas “nuvens”, mas o artefato perdurar no tempo, quando pensamos na lógica do ciberespaço, não parece ser uma propriedade relevante ao meme assim como é para o gene, pois na internet a valorização é do instante. Quanto ao fato de ser viral ou não, o meme será quando um artefato dentro de seu leque de atuação, espalhar-se em um pequeno intervalo de tempo e alcançar um amplo público.

Lembrando que para Dawkins, quando um meme atua intimamente com outro, ele pode ser considerado como numa mesma unidade. Assim, também aplicando este último conceito aos memes de internet, temos as unidades de memes que atuam na mesma direção, em um mesmo sentido, ou seja, inter-relacionam-se de tal forma que podem ser considerados um mesmo meme.

### 3 A Imagem como Sátira na Imprensa: das Charges aos Memes

Quando se fala em memes, logo vem na mente das pessoas uma figura com uma frase engraçada em cima. Na verdade, essa é a definição de um tipo de meme, o *image macro*: imagem com legenda em cima. Mas é inegável a figura representativa dos *image macro* como o formato dos memes de internet. " 'Meme' é agora amplamente associado a um casamento entre uma imagem estática e um texto sobreposto a ela" (Knobel; Lankshear, 2020, p. 120.).

Dos memes estudados nesta pesquisa dentro das páginas do Estadão e G1, é possível verificar uma variedade de função deste artefato, sendo o entretenimento apenas um dos seus direcionamentos, e tendo o papel crítico social e político por meio do humor um dos seus principais usos na atualidade, reforçando por meio da ironia a gravidade de um acontecimento. Mas o papel satírico das imagens no jornalismo não surge com a internet, vem de muito antes.

Em 1796, a invenção do processo litográfico permitiu o avanço das ilustrações impressas, mas as máquinas de impressão ainda não eram adequadas para reprodução de imagens e reportagens. Por exemplo, nos Estados Unidos, a primeira gravura usada para ilustrar uma notícia foi em 1835. Segundo Romualdo (2000), nas décadas de 1880, as ilustrações consolidam sua presença nos jornais americanos.

O humor gráfico por meio de charges e caricaturas desenvolveu-se em meados do século XIX no cenário brasileiro. O primeiro desenho de humor é de 1831, do jornal “O Corcundão”, do

Estado de Pernambuco (Vergueiro, 2017). Tanto a caricatura como a charge podem ser entendidas como arte de expressar por imagens e pelo humor. "Em sua acepção primeira, a caricatura é a representação da fisionomia humana com características grotescas, cômicas ou humorísticas" (Rabaça; Barbosa, 2018, p.72). Já a charge é um "cartum cujo objetivo é a crítica humorística imediata de um fato ou acontecimento específico, em geral de natureza política" (Rabaça; Barbosa, 2018, p.83).

No Brasil, a primeira revista de caricatura regular é de 1860, a "Semana Ilustrada" do alemão Henrique Fleiuss. Sobre Fleiuss, Vergueiro (2017, p.16), destaca que ele assim como outros artistas gráficos da época realizou uma "precoce participação do humor gráfico na discussão da realidade política e social brasileira".

No segundo Reinado (1840 a 1889), com D. Pedro II, houve a modernização da imprensa brasileira, entre as melhorias, foram obtidos maquinários mais avançados e expansão do uso do prelo nas províncias.

Consolidando o alargamento do uso dos prelos nas províncias, o posterior avanço da imprensa, no plano material, seria no sentido de uma primeira modernização no maquinário, que permitisse o jornal diário e maiores tiragens, bem como o uso de ilustrações- principalmente com o uso da litografia (na maior parte das vezes desenhando-se diretamente em pedras próprias para impressão) (Romancini; Lago, 2007, p. 53).

Os jornais satíricos ilustrados ganharam impulsionamento nas décadas de 1860 e 1870. O maior caricaturista do Brasil do século XIX, segundo Vergueiro (2017), é o italiano Ângelo Agostini. O artista é responsável pela criação da "Revista Ilustrada" em 1876 que se tornou "jornal satírico mais popular do século XIX, alcançando a tiragem de cinco mil exemplares semanais, distribuído inclusive nas províncias" (Romancini; Lago, 2007, p. 61).

Os jornais ilustrados deste período não traziam somente caricaturas, mas também representações de pessoas e acontecimentos. Eram utilizados para a reprodução das imagens a xilogravura (gravuras em metal) e a litografia (gravura em pedra). O surgimento da imprensa ilustrada no Brasil, faz surgir o hábito também de leitura das imagens impressas. No Segundo Reinado, artistas ajudaram a contar a história do país por meio do humor gráfico. "Trata-se, além disso, de uma epopeia de artistas combativos, cujas obras tiveram grande impacto social" (Vergueiro, 2017, p.16).

Durante o período da Primeira República (1889-1930), melhorias na impressão gráfica possibilitaram o uso da cor e da fotografia nos impressos jornalísticos.

A composição mecânica, sobretudo o sistema do linotipo, se impõe nesse período, no qual ocorre também uma série de aperfeiçoamento nos processos para o uso de ilustrações e fotografias nos impressos (litografia, similitografia, heliografia, fotografia, até o off-set) (Romancini; Lago, 2007, p. 69).

De acordo com Romancini e Lago (2007), o chargista e ilustrador J. Carlos é referência no século XX, com trabalhos de críticas ao costume e política. Com o advento das tecnologias de geração e reprodução de imagens, cada vez mais a leitura de gravuras e afins se tornaram corriqueiras no dia a dia, o que acarretaram mudanças na percepção visual. Atualmente, a quantidade de imagens aos quais somos expostos provocam uma forma de dislexia visual (Miranda, 2007). Desde a popularização da internet, somos ainda mais exigidos tanto no nível do sensorio, quanto no intelectual. E um dos artefatos que mais chegam aos nossos olhos na atualidade são os memes de internet.

### 3.1 Memes como Humor Crítico

Na década de 1990, o uso do termo meme na internet foi empreendido por meio dos fóruns de discussão e *newsgroups*. "Sabe-se que, em algum momento dos anos 1990, tornou-se corriqueiro traduzir como memes piadas, trocadilhos e outras formas de virais que ganharam rapidamente alcance nos fóruns de discussão on-line e *newsgroups*" (Chagas, 2020, p.32, grifo próprio).

Na pioneira rede social Usenet foi criado um *newsgroup* para discutir a memética, o *alt.memetics*. Aqui um adendo sobre memética, ou a Ciência dos memes. A memética estuda como os memes se replicam, ou seja, como as ideias são imitadas, como a cultura é repassada. "Mas o real problema é *como* esta cultura passa e *como* ela muda e é isto que a Memética tenta resolver através de um processo darwinista" (Leal-Toledo, 2017, p.24, grifo próprio).

Para a memética, os pensamentos são repassados de uma pessoa a outra. Se o indivíduo for suscetível à ideia ao qual é exposto, é provável que ela fique instalada e seja também repassada. Durante o processo de absorção, a ideia pode sofrer mutação e se tais mudanças a deixar mais atrativa para os próximos a ouvi-la, estaremos diante de uma evolução. A memética ser uma Ciência ainda não é um ponto fechado. Leal-Toledo (2017) a vê em sua conjectura atual apenas como uma área de pesquisa.

Continuando a história dos memes de internet, segundo Börzsei (2020), o *emoticon* foi um dos ou talvez o primeiro representante dessa história. A carinha sorridente feita de caracteres textuais foi criada 1982, dentro do espaço da Usenet, o seu criador, Scott Fahlman, tinha como intenção melhorar a comunicação dentro do ciberespaço, pois elementos visuais ajudavam melhor a repassar emoções dando mais sentido as expressões. Em 1996, temos um dos primeiros virais da internet: o "*Dancing Baby*".

A carinha sorridente rapidamente se disseminou e logo se tornou um meme. O *emoticon*, como passou a ser chamado, já exibia muitas das características inegáveis do meme de internet de uma forma bastante minimalista (Börzsei, 2020, p. 514, grifo próprio).

Para Knobel e Lankshear (2020), os memes saíram das "margens da prática social cotidiana, durante a última década", passando a ter um papel comunicativo de destaque. A última década referida pelos pesquisadores é por volta dos anos de 2008 em diante.

Os memes on-line passaram das margens da prática social cotidiana, durante a última década, para desempenhar um papel significativo na forma como interagimos uns com os outros, nos posicionamos em relação uns aos outros e no modo como lemos e escrevemos nossos mundos (Knobel; Lankshear, 2020, p. 122).

Börzsei (2020), pontua que em 2012, o meme de internet é com certeza um tipo popular de comunicação on-line. "Em 2012, o meme de internet é, sem sombra de dúvida, uma das modalidades mais difundidas de comunicação on-line, e não estamos mais falando do *emoticon*" (Börzsei, 2020, p.535, grifo próprio).

Os memes de internet podem ser repassados de várias formas, por e-mails, fóruns de discussão, redes sociais diversas e tantas outras ferramentas e endereços do ciberespaço. E o caso que nos interessa para nossa análise: a importância e os usos dos memes dentro da página de um jornal on-line e quando este artefato se tornou usual dentro do jornalismo digital brasileiro.

## 4 Procedimentos Metodológicos

O presente trabalho parte de uma proposta composta por uma pesquisa qualitativa,

realizada por meio de análise de conteúdo, tomando como base o trabalho de Laurence Bardin (1977), onde foram investigados memes publicados nos jornais on-line Estadão e G1, durante o período de 2008 a 2016 e o ano de 2023, a partir de um olhar sobre a publicação de notícias com o uso da palavra meme, assim como a inserção do próprio meme na matéria jornalística.

Somado à análise de conteúdo, foi empreendida a leitura visual de alguns casos específicos, utilizando a metodologia empregada por Martine Joly (2012), que se baseia na aplicação da retórica da imagem que dá sustentáculo para avaliar os elementos discursivos e estilos; e da Semiótica, esta última devido ao seu aspecto abrangente, por ser uma teoria geral dos signos, possibilitando o encontro das significações das imagens, entendendo-as como signo, que possibilita o enquadre da imagem seja como ícone (semelhança), índice (traço) e/ou símbolo (convenção). Assim, para o processamento dos signos visuais, considerando o trabalho realizado por Joly, iremos seguir os passos: *i)* descrição e *ii)* os tipos de mensagens constitutivas do aparato: plástica e/ou icônica e/ou linguística. Considerando como linguagem plástica: cores, textura, formas e organização; icônica: a percepção por analogia; e linguística: textual.

No que diz respeito à análise de conteúdo proposta, o trabalho compreende duas etapas, nas quais foram realizados: *i)* o inventário e *ii)* a classificação. Estes dois passos foram fundamentais para elencar o escopo existente de memes nas páginas destes jornais on-line. Desta forma, as etapas foram compostas do seguinte modo: o inventário, para o qual rastreamos por meio de ferramenta de busca as notícias com o uso da palavra meme nos jornais em análise: Estadão e G1, e ainda, de forma manual, os links apresentados foram verificados, notícia por notícia, para a checagem da palavra e do artefato meme dentro da matéria jornalística, como forma de identificarmos a presença do meme, por ser justamente a pesquisa voltada para a investigação do uso deste formato dentro da página noticiosa.

Para identificar o artefato dentro das páginas de notícias, utilizamos os critérios de Knobel e Lankshear (2020), tomando como base, de acordo com o autor, critérios de memes bem-sucedidos. São eles: *i)* humor, *ii)* intertextualidade e *iii)* justaposição anômala. Com isso, chegamos à definição dos memes aos artefatos que contivessem ao menos duas das seguintes características entre os itens “a” e “c” e, necessariamente, “d”, como segue:

a) montagem ou combinação, sendo a montagem a sobreposição de imagens ou de imagens e textos feitas por ferramentas de edição. Na combinação, consideramos algo mais simples: a utilização por meio das ferramentas das postagens em redes sociais, de foto em anexo mais o texto inserido. Apenas um adendo, quando a página de jornal traz um artefato das redes sociais, consideramos o objeto inteiro recortado para análise;

b) intertextual: a compreensão está além das formas e do texto do primeiro plano;

c) humor ou sátira, aqui entra tanto o engraçado como a crítica, em muitos casos: inteligente e ácida;

d) o artefato necessariamente deve vir de fora dos mecanismos de produção da empresa jornalística e de agências de notícias.

Dessa forma, o primeiro passo presente nos procedimentos metodológicos, tal qual propõe Bardin (1977): o levantamento inicial incluído no inventário. Em seguida, partimos para uma segunda etapa da análise, na qual a classificação foi feita de maneira a agrupar os usos dos memes encontrados dentro das notícias, da seguinte forma:

a) atualidades: crítica social e ganchos de acontecimentos (vestibular, tempo, celebridades, futebol e outros fatos jornalísticos);



- b) atualidades: crítica política (políticos, partidos, eleições e afins);
- c) “viralizou”: brincadeiras e desafios;
- d) *mix* (apanhados de artefatos com temas diferentes);
- e) outros (memes sobre eles mesmos, uso na educação, ferramentas, relembrando a história do meme).

Assim, o *corpus* presente nesta pesquisa é constituído por matérias jornalísticas com a palavra meme e que contém o próprio artefato inserido. A Tabela 1, que segue abaixo, demonstra o levantamento realizado.

Tabela 1- quantitativo ao longo de 2008 a 2016 e em 2023 de memes inseridos e com o termo meme dentro da notícia

Ano	Estadão	G1
2008	00	01
2009	00	03
2010	01	00
2011	00	04
2012	00	10
2013	01	06
2014	03	20
2015	05	49
2016	23	60
2023	53	93

Fonte: das autoras (2024).

Os dados do nosso *corpus* dos anos de 2008 a 2016 e 2023 estão expostos na Tabela 1, com a apresentação dos números de notícias encontradas nos jornais digitais Estadão e G1 que compõem o inventário. Observamos uma tendência ao crescimento de matérias jornalísticas utilizando a palavra e o artefato meme, com exceção do período de 2012 a 2013 no G1, em que temos o decaimento de notícias selecionadas de 10 para seis.

## 5 Análise dos Resultados: Os Memes e sua Representação nos Jornais On-line

É perceptível a maior participação dos memes, atualmente, nas páginas dos jornais on-line. Em 2023, temos a presença de 53 notícias no jornal Estadão fazendo referência ao termo e o uso do artefato meme dentro da página e 93 notícias no mesmo período no G1. Até o ano de 2013, não encontramos um número significativo de notícias com as características para nosso *corpus*.

É importante notar que o grupo Globo, no qual o G1 faz parte, tem uma página específica para esporte, o GE<sup>3</sup>, enquanto a busca no endereço do Estadão, já está inclusa a ampla cobertura esportiva. O G1 também possui notícias esportivas em seu escopo, mas não é o foco da página. Notamos a presença dos memes ligados ao noticiário esportivo no Estadão, no nosso *corpus*,

<sup>3</sup>GE. Conteúdo disponível em: [www.ge.globo.com](http://www.ge.globo.com). Acesso em: jun. de 2024.

apenas no ano de 2023, um total de 23 aparições. Nos outros anos, não encontramos matérias esportivas ligadas ao meme.

Em 2023, ao contrário do Estadão, no G1, não há notícias sobre esporte. Já em outros anos, algumas seleções com o tema esportivo, principalmente, temáticas especiais como o Campeonato Mundial de Futebol e os Jogos Olímpicos. No que concerne ao ano de 2023, vemos, então, que mesmo o Grupo Globo tendo o GE para cobrir especificamente esportes, o G1 apresenta mais notícias utilizando a palavra e o artefato em estudo.

No G1, no ano de 2008, encontramos apenas uma notícia para nosso *corpus* (que é a palavra meme mas o artefato meme inserido dentro da matéria jornalística) e no Estadão, a primeira seleção para nosso inventário, aparece no ano de 2010, tendo o Estadão neste referido ano, também apenas uma única matéria. Vamos debruçar aqui sobre cada uma destas primeiras notícias encontradas nos anos em investigação e também realizar a leitura das imagens.

Figura 1: *print* da notícia encontrada em 2008



Fonte: G1 (2008)

Na Figura 1, podemos ver um *print* da matéria intitulada “Conheça as dez 'modinhas' que mais bombaram na internet em 2008”. Ela contém 10 memes de sucessos, que repercutiram durante o ano de 2008 em diferentes contextos e formatos. Na notícia da Figura 1, temos um *mix* de memes, de acordo com nossos critérios de classificação, com artefatos variados desempenhando diferentes funções e diversidade de temas, desde a brincadeira como o “Garfield *minus* Garfield”, que tem como contexto as tirinhas do Garfield sem Garfield (Figura 2), até mesmo um de humor político: “Sapatada no Bush” (Figura 3).

Sobre o contexto da Figura 3, é essencial lembrar, que no dia 14 de dezembro de 2008, o jornalista iraquiano Muntazar Al- Zaidi atirou seus sapatos no então presidente dos Estados Unidos: George W. Bush. A cena repercutiu gerando vários memes sobre o acontecimento. Dos 10 memes em destaque na matéria em análise, este é o único com valor de crítica, no caso a sátira política, tão comum também dentro das charges. Os outros memes são brincadeiras ou situações que “viralizaram” e acabaram na página dos jornais devido à popularidade que ganharam e não ao fato em si, virando notícia no segundo momento, devido a sua popularização, ao se tornar um notável, ele acaba por entrar em um dos critérios de noticiabilidade, segundo Traquina (2005): a notabilidade.

Figura 2- “Garfield *minus* Garfield”



Fonte: G1 (2008)

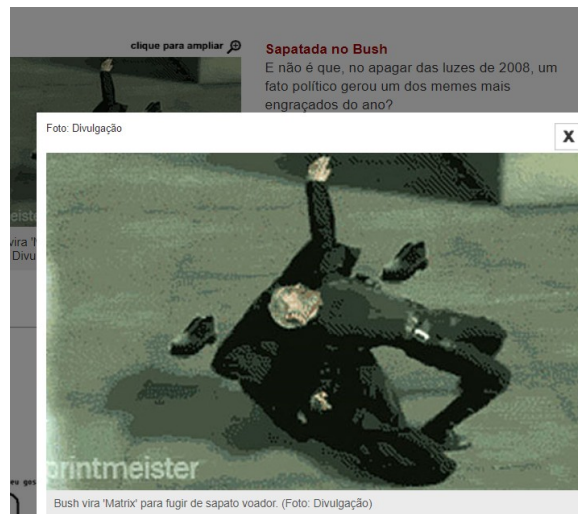
Realizando o estudo da mensagem dos memes aqui expostos, temos *i)* análise descritiva da Figura 2: nos primeiros três quadros da tirinha, Jon Arbuckle (o dono do Garfield) está sozinho sentado frente a uma mesa com um ar tristonho e cansado; nos três últimos quadros, Jon com uma xícara de café, aparentando ter recém-acordado com expressões de desânimo e cansaço. Na Figura 3: dois sapatos passam voando por cima de um personagem, que tem o rosto do George W. Bush mas o corpo e os movimentos realizam uma analogia ao personagem Neo do filme Matrix.

*ii)* Sobre os tipos de mensagens, tanto nas Figuras 2 e na 3, temos a iconicidade, que pode ser verificada na descrição dos motivos e também a plasticidade, que no que se refere as cores passam sensações e sentimentos nas pessoas que podem ser definidos socioculturalmente e também psicologicamente, pelas vivências de cada um. Para termos um referencial de pesquisa sobre cores, utilizamos a tabela de cores e percepções identificadas por Eva Heller (2013).

Na Figura 2, encontramos a plasticidade na sequência de quadrados da tirinha que passam a ideia de padrão e organização. Quanto as cores, na primeira sequência, temos o cinza na parede, o roxo na mesa e o azul-claro na roupa do personagem Jon. O cinza e o roxo no cenário podem ser associados a artificialidade, o que combina com a proposta de fundo do material, apenas um coadjuvante ilustrativo. O azul na camisa de Jon reforça a ideia de passividade, reforçando seu semblante triste e cansado. Na segunda sequência de quadros na tirinha, temos verde-claro na parede e marrom na mesa, a composição de cores diferentes nas duas sequências das tiras reforça o fundo como ornato. O amarelo na xícara e o vermelho na roupa se destacam no primeiro plano, podendo ser associados ao lúdico, o que cabe, pois é uma das funções da tirinha.

Ainda na Figura 2, temos mensagem do tipo linguística, com os balões presentes nas imagens. Com as frases “Eu sinto muito. Eu te derrubei”, do primeiro balão, e “Bom dia” do segundo balão. No primeiro caso, o texto reforça a ideia desconsolo, solidão e derrota, com Jon pedindo desculpas para ele mesmo. No segundo, o texto no balão nos situa no tempo, contando-nos que o personagem está sonolento, é de manhã e ele provavelmente acabou de acordar. Já na Figura 3, enquanto plasticidade, temos a textura: a imagem parece pontilhada e borrada, o que passa a sensação de amorosismo, não planejamento, feito às pressas. As cores do chão cinza e da roupa preta dominando a paleta podem nos trazer pensamentos sobre dureza e rispidez.

Figura 3- Sapatada no Bush



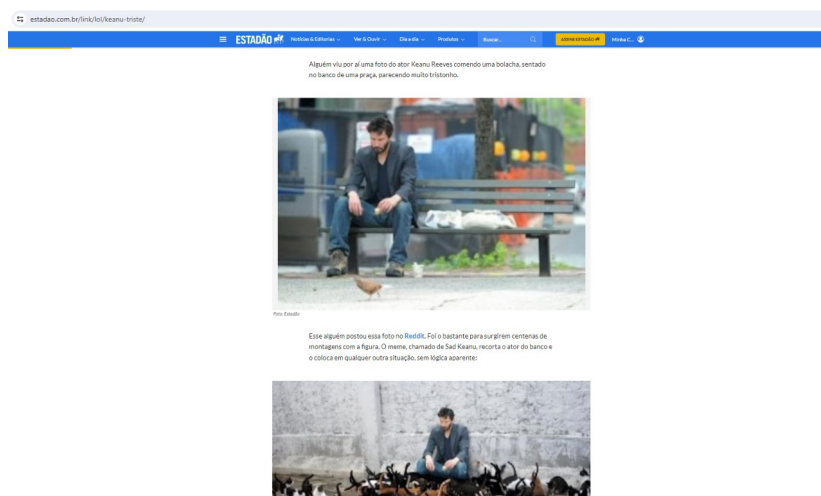
Fonte: G1 (2008)

Na matéria de 2008 em análise, temos uma definição no texto para memes, o que mostra que o termo ainda não era usual:

O fenômeno é batizado de "meme", uma analogia ao conceito criado pelo zoólogo Richard Dawkins para explicar a disseminação de pensamentos, idéias e produtos culturais. Segundo Dawkins, algumas informações são transmitidas da mesma forma que os genes, replicando-se automaticamente e tornando-se parte da cultura universal. A internet é o veículo ideal para a transmissão desses "memes" (G1, 2008).

No *corpus* de dados do Estadão, encontramos pela primeira vez a palavra meme e o artefato dentro da matéria no ano de 2010. Com o título "Keanu triste" (Figura 4), a notícia fala sobre uma foto que foi divulgada do ator no ciberespaço e acabou se tornando meme. A partir daí várias montagens com direcionamento cômico foram realizadas em cima da foto. Na Figura 4, temos a página com o meme "Sad Keanu".

Figura 4- "Sad Keanu"



Fonte: Estadão (2010)



Os memes do “Sad Keanu” dentro da notícia representam uma crítica social. O mundo das celebridades está dentro dos critérios de valor- notícia dos jornalistas (no caso, o critério de notoriedade), sendo assim, o meme não representa uma simples brincadeira que “viralizou”, mas amplia e traz vida a um acontecimento que já no seu primeiro momento é noticiável: um astro do cinema americano fotografado sozinho e triste (o inesperado), de forma geral, as pessoas se interessam por questões e ocorrências envolvendo os famosos. Aqui, nesta última análise, temos dois critérios de noticiabilidade do Traquina (2005): notoriedade e inesperado. Segue a Figura 5, com um dos memes “Sad Keanu”.

Figura 5- “Sad Keanu”



Fonte: Estadão (2010)

i) Realizando a descrição da Figura 5, vemos Reeves rodeado de gatos e lanchando, aparentando ter um pão ou algum outro tipo de massa na mão, tendo como cenário de fundo um muro cinza. Sua postura cabisbaixa transmitindo a sensação de tristeza. Todos os elementos reforçando a ideia sociocultural de solidão. ii) Sobre os tipos de linguagem, além da mensagem icônica que é elencada nos elementos que compõem a descrição, lendo os signos plásticos, observamos predominância do cinza na paleta de cor da configuração. O cinza no muro e paletó do artista passam a percepção de “apagado” no sentido de sem energia, sem vitalidade.

Sobre nossa pesquisa, é possível afirmar que, a partir da análise empreendida, o quantitativo de memes cresceram nos últimos anos analisados. Quando verificamos a consistência de notícias nos veículos estudados, vemos que no G1, em 2014, temos um quantitativo expressivo, passando a primeira dezena pela primeira vez, com o número de 20 notícias. Já no Estadão, temos um número considerável, a partir do ano de 2016, com 23 matérias em nosso *corpus*.

No último ano em análise, 2023, o Estadão possui 53 notícias com as características do nosso inventário, ao passo que o G1, 93. Dessa forma, o quantitativo de memes, atualmente, dentro de sites noticiosos, comparado com os poucos ou mesmo nenhum item selecionado para nosso catálogo nos anos iniciais de investigação, demonstra que os memes são um novo formato no jornalismo e em ascensão.

Além dos números, a nossa classificação conseguiu agrupar os memes em nosso inventário em cinco grupos, o que possibilitou compreender a utilização dos memes dentro da página de jornais, como: a) atualidades: crítica social e ganchos de acontecimentos; b) atualidades: crítica política; c) “viralizou”: brincadeiras e desafios; d) mix (apanhados de artefatos com temas diferentes); e) outros (memes sobre eles mesmos, uso na educação, ferramentas, lembrando a história do meme). Temos na amostra artefatos de imagem, imagens sobrepostas, imagem e

texto, imagens sobrepostas e texto, apenas texto e vídeos que podem chegar a cerca de 30s. A maioria dos memes do nosso inventário provém das redes sociais, como o Twitter e YouTube.

## 6 Considerações Finais

Os memes de internet estão expostos em diferentes plataformas e aplicativos. Não há dúvidas de que este mecanismo informativo é uma das formas de comunicação na contemporaneidade. Agora, sua aplicabilidade, isso varia. Para este trabalho, investigamos a presença e o uso dos memes nos jornais on-line brasileiro, para isso, fizemos o recorte, analisando os jornais Estadão e G1 durante os anos de 2008 a 2016 e 2023.

Os números de notícias com a palavra meme empregada nas páginas desses jornais assim como a inserção do próprio meme mostram que sim, que este formato de comunicação possui tendência ao crescimento e hoje podemos falar em uma presença consolidada, pois os números de matérias jornalísticas selecionadas (Tabela 1) em nosso *corpus* nos últimos anos da pesquisa, 2016 e 2023, são significativos em ambos os veículos trabalhados. Ou seja, os memes se tornaram parte do jornalismo.

Os memes de internet dentro destas páginas são constituídos por vídeos, *gifs* e até mesmo apenas o texto, mas em sua maioria são figuras estáticas, seja montagem entre imagens ou ainda imagem e texto. Muitos dos artefatos apresentados nas matérias jornalísticas provem de redes sociais como Twitter (atual X), Instagram, Facebook e YouTuber.

Um outro ponto importante são os diferentes tipos de papel que este meme desempenha dentro das notícias, podendo ser uma matéria jornalística da “viralização” de uma brincadeira e, nesse caso, o meme se torna noticiável apenas no segundo momento, quando se torna notável e não pelo acontecimento em si. Mas o meme pode desempenhar também uma função como as charges ou caricaturas, complementando e contextualizando um fato noticioso. Contudo, independente da situação, no que cabe a sua presença nas páginas dos jornais, os memes não são apenas uma simples ilustração.

## 7 Referências Bibliográficas

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa, PT: Edições 70, 1977.

BÖRZSEI, L. Em vez disso, faz um meme: uma história concisa dos memes de internet. In: CHAGAS, V. (org.). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de fenômeno do mundo digital**. Salvador: EDUFBA, 2020. p. 509-540.

BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

CHAGAS, V. Da memética aos estudos sobre memes: uma revisão da literatura concernente ao campo nas últimas cinco décadas (1976- 2019). In: CHAGAS, V. (org.). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de fenômeno do mundo digital**. Salvador: EDUFBA, 2020. p. 23-78.

DAWKINS, R. **O gene egoísta**. 1.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DAWKINS, R. **River out of Eden: A Darwinian view of life**. New York, NY: Basic Books, 1995. E-book Kindle.

FISCHER, S. R. História da escrita. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

FONTANELLA, F. O que é um meme na internet? Proposta para uma problemática da memesfera. **III Simpósio Nacional ABCiber**, São Paulo, nov. 2009.

GODOY, L. Conheça as dez 'modinhas' que mais bombaram na internet em 2008. **G1**, São Paulo, 20 dez. 2008. Disponível em: <<https://g1.globo.com/Sites/Especiais/Noticias/0,,MUL930089-16307,00-CONHECA+AS+DEZ+MODINHAS+QUE+MAIS+BOMBARAM+NA+INTERNET+EM.html>>. Acesso em: 12 de jun. 2024.

GOMES, J. **Gestalt do objeto**: sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras Editora, 2000.

HELLER, E. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. 1ª ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. 14ª ed. Campinas, SP: Papyrus, 2012.

Keanu triste. **Estadão**, 29 jun. 2010. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/link/lol/keanu-triste/>>. Acesso em: 12 de jun. 2024.

KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C. Memes on-line, afinidades e produção cultural (2007-2018). In: CHAGAS, V. (org.). **A cultura dos memes**: aspectos sociológicos e dimensões políticas de fenômeno do mundo digital. Salvador: EDUFBA, 2020. p. 85-126.

Know Your Meme. Disponível em: <[knowyourmeme.com](https://knowyourmeme.com)>. Acesso em: 26 de jun. 2024.

LEAL-TOLEDO, G. **Os memes e a memética**: o uso de modelos biológicos na cultura. São Paulo, SP: FiloCzar, 2017.

MIRANDA, L. L. A cultura da imagem e uma nova produção subjetiva. **Psic. Clin.**, Rio de Janeiro, V. 19, n. 1, p. 25-39, 2007.

NELSON, T. **Teorias do jornalismo**. Volume II. A tribo jornalística- uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

O que são memes. **#MUSEUdeMEMES**. Disponível em: <<https://museudememes.com.br/o-que-sao-memes>>. Acesso em: 12 de jun. 2024.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. G. **Dicionário essencial de comunicação**. 1.ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2018. E-book Kindle.

ROMANCINI, R.; LAGO, C. **História do jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.

ROMUALDO, E. C. **Charge jornalística**: intertextualidade e polifonia: um estudo de charges da Folha de São Paulo. Maringá: Eduem, 2000.

WALDOMIRO, V. **Panorama das histórias em quadrinhos no Brasil**. São Paulo: Peirópolis, 2017.