



Luis Miguel Costa Jesus

Produção, reprodução e reflexividade

O caso dos *Advice Animals*

Dissertação de Mestrado em Sociologia

Apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra para obtenção do grau de Mestre

Agosto, 2013



UNIVERSIDADE DE COIMBRA



FEUC FACULDADE DE ECONOMIA
UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Luís Miguel Costa Jesus

Produção, reprodução e reflexividade

O caso dos *Advice Animals*

Dissertação de Mestrado em Sociologia, apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra para obtenção do grau de Mestre

Orientador: Prof. Doutora Sílvia Ferreira

Coimbra, 2013

Índice

1. Introdução.....	1
2. Estado da Arte.....	3
2.1. A ideia de meme: entre a biologia e a sociologia.....	3
2.2. Competir ou cooperar?	5
2.3. Redes Sociais e Memes da Internet	9
2.4. Dos Memes para os Memes da Internet	12
2.5. A Cultura	15
2.5.1. Imagem e codificação	17
2.6. Teorias aplicadas aos memes da Internet	21
2.7. Categorizações e teorização sobre Internet Memes.....	23
3. Modelo de análise.....	27
3.1. Enquadramento teórico, objetivos e hipóteses	27
3.2. Metodologia	31
4. Sistema de Produção e Reprodução de <i>Advice Animals</i>	41
4.1 A anatomia dos <i>Advice Animals</i> : Um boletim geral	41
4.2. O sistema de produção.....	41
4.2.1. A rede colaborativa e os papéis do sistema de reprodução.....	41
4.2.2. A seleção: A origem de um sistema	44
4.2.3. Os casos no sistema de produção	46
4.2.4. A construção de células culturais.....	49
4.2.3. As oficinas dos <i>Advice Animals</i>	55
4.3. O sistema de reprodução	57
4.3.1. A variação: Entre a infecção e a resistência	57
4.3.2. Os casos no sistema de reprodução	62
4.4. O Sistema reflexivo.....	63
4.4.1. A retenção: Penso logo replico	63
4.4.2. A reflexividade dos memes da Internet	69
4.4.3. Os casos no sistema reflexivo	73
5. Conclusão.....	75

Referências Bibliográficas 78

Anexos

Anexo I - Lista de todos os *Advice Animals* da amostra

Anexo II - Grelha de significados, símbolos e referentes dos *Advice Animals*

Resumo

Esta dissertação de mestrado tem como objeto de estudo os memes da internet, fenómeno cujo conceito principal, “meme”, advém da biologia, e que carrega elementos culturais e sociais que podem ser estudados pela sociologia. Deste modo, e articulado diferentes áreas (sociologia, biologia, antropologia e semiótica), esta dissertação tem como objeto de estudo, os *Advice Animals* presentes no *website Know Your Meme*. Esta análise tem como guia os debates sobre as perspetivas evolucionistas, incidindo sobre a origem, construção e divulgação dos memes da internet, e o olhar sociológico sobre a sua reflexividade.

Referente à construção dos *Advice Animals*, esta tem como principal característica a codificação, processo este que capacita os memes da internet, ligando a fase da seleção à da variação. Referente à sua divulgação, é na variação que se encontra a competição e colaboração pela visibilidade na Internet.

Por último encontra-se a análise à sua reflexividade. Esta, que corresponde à hipótese principal desta dissertação, apresenta o objeto de estudo como auto consciente, tanto na aplicação por parte da comunidade que compõe a sua rede, como na estrutura como são apresentados os memes da internet no *website Know Your Meme*, bem como na reflexividade encontrada em alguns *Advice Animals* que refletem sobre outros memes da Internet.

Para este estudo foram adaptadas técnicas de análise de conteúdo e análise documental à internet para a recolha de dados e posterior análise destes memes da Internet, bem como análise de *websites* para o mapeamento e análise dos diversos *websites* que compõe a sua rede.

Palavras-Chave: Memes da Internet; Cultura; Codificação; Colaboração; Reflexividade; Biologia;

Summary

This dissertation focus on the study of internet memes, a phenomenon whose main concept, “meme”, stems from biology, but carries social and cultural elements that can be studied by sociology. Thus, by articulating different fields (sociology, biology, anthropology and semiotic), this dissertation object of study are the *Advice Animals* in the website *Know your Meme*. This analysis is guided by the debates on evolutionary perspectives and focus the origins, construction and propagation of internet memes, and the sociological view on their reflexivity.

The construction of this type of memes, the Advice Animals, has codification as its main feature, a process that enables the internet memes, linking the phase of selection to the phase of variation. Concerning their propagation, it is in variation that one finds competition and collaboration for visibility in the internet.

Finally, there is the analysis to their reflexivity, which corresponds to the main hypothesis of this dissertation. This presents the object of study as self-conscious, both in in the application by the community within its network, as in the structure of presentation of the internet memes in the website *Know Your Meme* as well as in the reflexivity found in some *Advice Animals* referring to other internet meme.

For this study were adapted techniques of content analysis and document analysis to the Internet for data collection and subsequent analysis of Internet memes, as well as website analytics for mapping and analysis of the various websites that make up your network.

Keywords: Internet Memes; Culture; Cultural Encoding; Collaboration; Reflexivity; Biology;

1. Introdução

A internet tornou-se, desde o início do século, uma das ferramentas mais marcantes na comunicação em todo o mundo. Atendendo aos seus usos, Fontanella (2011: 2) apresenta-a como algo domesticado por parte de certos grupos sociais.

Nessa domesticação criam-se novas realidades virtuais, novos rituais e novas formas de interagir. É nesse sentido que os memes da internet surgem, como um dos inúmeros fenómenos da internet, uma vez que estes são resultado de todo um processo criativo de uma rede, sendo, como resultado final, um objeto comunicativo ao ponto de criar uma identidade própria e estruturada na Internet, com a particularidade de recentemente ter chamado a atenção de alguns autores como objeto de estudo. O facto de se tratar de um objeto novo, pouco teorizado ainda, valoriza a sua escolha como objeto desta dissertação, tanto mais que é pertinente estudar as novas formas de comunicação dado o papel que elas assumem no dia-a-dia. Tal resulta de uma aliança entre o interesse pessoal na temática, a Internet e os seus memes em concreto, e o facto de estes terem sido encarados por Ushanova (2012: 348) como um fenómeno irreversível na internet, que precisa de estudos científicos mais detalhados.

Luiz (2012) indica que, desde 2011, através de uma análise pelo *Google Insight*, que as *rage comics* (bandas desenhadas online consideradas como memes da Internet) se tornaram mais procuradas que as tradicionais *comic stripes*, sendo que até essas próprias *comic stripes* começaram a incorporar elementos presentes nas *rage comics*.

Outro aspeto que contribuiu para a relevância desta dissertação está relacionado com a visão de Mancuzo e Boni (2012: 112-120) sobre a imagem e internet. Para estes autores, hoje em dia a imagem na internet é um mero objeto de consumo e não de reflexão, sobrepondo-se ao texto que se tornou cada vez menos atrativo. Para estes autores a imagem digital tornou-se numa necessidade de satisfazer desenfreadamente a ânsia do consumidor, sem preocupação de informar. Torna-se, assim, numa arma sobrevalorizada, banalizada, dada a infinidade de fotografias digitais (sem esquecer o papel que a fotografia digital amadora tem na internet) que remove todo o tempo de pensar dos seus leitores. Os memes da internet surgem neste seguimento como um fenómeno, sobretudo encontrado em imagens (também podem ser encontrados em vídeos, ou outros

ficheiros), que encontram um paradoxo com esta saturação e banalização dado que, como será desenvolvido, possuem um sistema próprio de produção, reprodução e reflexividade, onde se encontrarão também modelos de filtragem de imagens que distinguem os memes da internet de uma mera projeção de imagens numa página da internet.

O termo meme, original da biologia, abriu as portas a uma nova visão, principalmente um desafio, à sociologia, na medida em que obrigou, durante a pesquisa, a entrar num campo que geralmente a sociologia tende a resistir. Foi nestas condições que foi encontrada uma das maiores motivações e pretensões desta dissertação, uma vez que foram aliados conhecimentos de diferentes áreas.

Tendo como pergunta de partida “como é que num meio desregulado como é a internet surgem fenómenos que têm uma lógica de auto-organização?”, aliando interesses pessoais, curiosidade pelo tema e vontade de articular conhecimentos e consequentemente inovar, esta dissertação resultou em cinco capítulos distintos. Os dois capítulos seguintes farão o enquadramento teórico necessário e apresentarão a metodologia de investigação. Posteriormente os capítulos empírico-analíticos serão referentes ao caso dos *Advice Animals*, tipo de meme da internet selecionado para esta dissertação, e ao grande sistema composto por produção, reprodução e reflexão que foi encontrado. Termina-se com a conclusão que incluirá um resumo de todo o sistema e as reflexões finais, relacionadas com as hipóteses apresentadas.

2. Estado da Arte¹

2.1. A ideia de meme: entre a biologia e a sociologia

Não deixa de ser interessante perceber o que é um meme, se tivermos em conta que o fenómeno dos memes da internet são desse modo tratados, e, ainda mais importante, se autodescrevem como memes. Na sua obra “O gene egoísta” (1976), Dawkins, biólogo evolutivo, cunhou o conceito. Meme é, biologicamente, o gene da cultura, uma entidade capaz de ser transmitida de cérebro para cérebro, criando uma compreensão coletiva entre mentes através do seu carácter de partilha.

Precisamos de um nome para o novo replicador, um substantivo que transmita a ideia de uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação. "Mimeme" provém de uma raiz grega adequada, mas quero um monossílabo que soe um pouco como "gene". Espero que meus amigos helenistas me perdoem se eu abreviar mimeme para meme. Se servir como consolo, pode-se, alternativamente, pensar que a palavra está relacionada a "memória", ou à palavra francesa mème. Dawkins (1976: 122-123)

A evidência demonstrada pelo autor tem por base um estudo feito por Jenkins (Dawkins, 1976: 121) no qual se entendeu que os cantos das aves não evoluíram por meios genéticos, mas sim através da repetição de notas e combinação de trechos de cantos já existentes, mostrando que os novos cânticos não eram um acontecimento repentino, mas baseado num processo estável que ocorria durante anos, percebendo-se assim que os memes são os “novos replicadores” (característica essencial) (Dawkins, 1976: 121). Para Bjarneskas, Gronnevik e Sandberg (2005) a replicação é a capacidade e necessidade de um meme influenciar o comportamento dos indivíduos com vista a gerar cópias.

É interessante perceber que para Dawkins (1976: 123) os memes (melodias, ideias, slogans, modas, maneiras de fazer potes ou construir arcos) são considerados estruturas vivas. Comportam-se como parasitas que infetam mentes, tornando-as num veículo de propagação dos próprios memes, como uma espécie de vírus que se hospeda numa célula. Esta infeção não ocorre de forma biológica mas por um processo de imitação. Ou seja, moldam ações coletivas e formas de pensar.

¹ Todas as citações em língua estrangeiras foram traduzidas.

Os memes são populares porque existe neles uma grande coesão na própria ideia, são fáceis de ser reconhecidos, e tem uma grande capacidade de reprodução (bem distinta de uma mera cópia, uma vez que envolve mutação através da criatividade presente na ação individual (Althusser, 1971). Uma das formas de reprodução é através da replicação, onde a “replicadora” não precisa necessariamente ter sido a molécula maior ou a mais complexa existente, mas possuir a propriedade extraordinária de ser capaz de criar cópias de si mesma.

Para Heylighen (1998) a replicação (com sucesso) de um meme corresponde a quatro fases consecutivas. A assimilação, como primeira fase, é aquela que reside na capacidade de um meme conseguir infetar a memória dos indivíduos, uma vez que um bom meme será aquele que o conseguirá fazer. Aqui o meme precisa de ser visto, compreendido e aceite pelo indivíduo. Logo de seguida temos a segunda fase denominada retenção, que corresponde à própria retenção de um meme na memória do indivíduo, pois caso estes não fiquem na sua memória não podem ser considerados memes. Logo, a capacidade de permanecer na memória assume-se aqui como um fator essencial para a sobrevivência de um meme. Na terceira fase encontramos a expressão, que corresponde essencialmente ao processo de comunicação referente ao meme. Este encontra na linguagem oral o seu meio principal de expressão, não descartando também outras formas como a escrita, as imagens ou comportamentos. Sendo importante ter em conta que neste processo não é necessária qualquer forma de intencionalidade na expressão de um meme. Por último, a transmissão, é a fase onde os memes se vinculam a determinados veículos que permitem a sua melhor transmissão, como por exemplo, através de livros, álbuns de música ou fotografias.

Esta reprodução está dependente, segundo Dawkins (1976), de: a) longevidade (capacidade de um meme permanecer no tempo); b) fecundidade (capacidade de gerar cópias) que se apresenta como essencial, pois nem todos os memes que se espalham rapidamente acabam por ter grande longevidade; c) fidelidade (grau de semelhança entre as cópias e seu original). A imitação é, aliás, uma forma de reprodução: “é por imitação, em um sentido amplo, que os memes podem replicar-se” (Dawkins, 1979: 124), não se descartando também a possibilidade de insucesso neste processo, uma vez que “como

nem todos os genes que podem se replicar têm sucesso em fazê-lo, da mesma forma alguns memes são mais bem-sucedidos no “fundo” que outros” (Dawkins, 1976: 124).

2.2. Competir ou cooperar?

Como qualquer outro conceito das ciências naturais, sobretudo quando aplicado nas ciências sociais, este gerou seguidores da teoria e adversários (Aunger, 2000). Dentro dos seguidores encontramos a memética que é entendida como o estudo científico dos memes. Blute (2005) diz-nos que Dawkins apenas trouxe de novo o termo meme a esta área, porque os cientistas sociais sempre estudaram uma vasta quantidade de temas tendo por base ideias Darwinianas, onde se encara a descendência como uma alteração da herança cultural, variação e seleção. Blute (2005) também nos refere dois pontos de vista dos memes dentro das ciências sociais, os *gene-like* e os *virus-like*. Os primeiros comportam-se como entidades complexas e requerem informação codificada através de signos. Os segundos são encarados como uma “doença infecciosa”, uma espécie de moda que influencia os indivíduos ainda mais que sistemas sociais complexos como a etnia ou religião. Denominados de *memplices*, são, em situações extremas, casos relacionados com seitas ou cultos, que “exploram a biologia dos seus membros, convencendo-os com apelos míticos de família para os isolar das suas famílias reais e dedicarem tudo à sobrevivência e propagação da identidade social do culto” (Blute, 2005).

As teorias da evolução seguem-se, dado o contexto do conceito central meme, como área que merece alguma exploração. Antes de sumariar o que estas são, é importante destacar que “de todas as ciências sociais, a sociologia é a disciplina mais resistente a um diálogo com a biologia e com a teoria evolutiva” (Lacerda, 2009). Ellis (1996), inclusivamente referiu a existência de uma biofobia por parte dos sociólogos perante a sua tendência a não considerar causas biológicas do comportamento humano. Sendo que esta biofobia está relacionada com fatores semânticos, pouca formação para a biologia, e um foco exclusivo em fatores morais e políticos. Lopreato e Crippen (1999) também encaram a relação da sociologia com a biologia frágil, uma vez que esta está refém de agendas políticas. Além disso, a incorporação das perspetivas darwinianas nas ciências sociais gerou o que ficou conhecido pejorativamente como “darwinismo social”,

motivando uma forte resistência a estas interpretações por parte dos outros cientistas sociais dada a ênfase na competição e na luta pela sobrevivência do mais forte.

No Portal São Francisco (s.d.) encontramos o panorama da teoria evolutiva. As teorias evolutivas procuram explicar os mecanismos que determinam a grande variedade de seres vivos, encarando-os como seres passíveis de alterações morfológicas e fisiológicas ao longo do tempo. Para além disso, é proposto por estas teorias que algumas espécies tiveram origem noutras pré-existentes que sofreram determinadas modificações com vista a se adaptarem às modificações ambientais do planeta. As teorias de Lamarck e Darwin são as mais relevantes, porque Lamarck foi o primeiro autor a refutar o criacionismo, teorizando duas leis que explicariam a evolução: A lei do uso e desuso (um órgão que se torna mais forte, maior, ou mais sensível perante o ambiente) e a lei da herança dos caracteres hereditários (órgãos e suas alterações genéticas são transmitidas aos descendentes). Por outro lado, Darwin defendia que sobreviviam os mais aptos (não necessariamente mais fortes) através do processo da seleção natural. A grande variabilidade de organismos de uma população, aliada à própria seleção natural seriam a explicação para a evolução dos seres vivos. Embora estes sejam bastantes diversos, apresentam características semelhantes, ou seja, uma origem comum (existe anatomia/embriologia comparada entre determinadas espécies). Quando existem boas condições existe também uma maior reprodução, mas o ambiente onde essa reprodução ocorre não é suficiente para todos os descendentes². Ou seja, existe variabilidade ente os indivíduos de uma população, e esta permite que aqueles que possuem as maiores capacidades de adaptação num determinado ambiente se tornem os que mais se reproduzem. Esta adaptação, que resulta em organismos capazes de responder a um determinado ambiente, é também um processo de mimetismo. Este, encarado como estratégia, permite a determinados organismos escaparem de determinados predadores. Para Dawkins (1976: 12), a ideia da sobrevivência do mais apto de Darwin, é encarada como “uma lei mais geral da sobrevivência do estável”, sendo que algo estável é “uma coleção de átomos a qual é permanente ou suficientemente comum para merecer um nome”. Esta situação torna-se mais interessante se tivermos em conta que, para Dawkins

² Dawkins (1976: 76) indicava a Terra como um lugar finito só sobreviverão os mais aptos.

(1976: 4), “a vida inteligente em um planeta torna-se amadurecida quando pela primeira vez compreende a razão da sua própria existência”.

Piotr Kropotkin (2009) destaca-se desta visão comum Darwinista na medida que não encara a tal “luta cruel” pela sobrevivência (Kropotkin, 2009: 11), defendida pela maioria dos Darwinistas, como a principal característica ou o principal fator de evolução. A relação entre Darwin e a sociologia, que se distingue da mera posição superior do ser humano devido à sua inteligência, foca sempre esta luta, entre humanos, para sobreviver. Perante este cenário, Kropotkin (2009) tem como principal argumento a ajuda mútua como fator mais importante que a competição. Heylighen (1996) não descarta a competição mas destaca a questão da colaboração como tão importante como a competição no caso dos memes. A cooperação é uma característica que é visível nos animais (até na própria microbiologia através da auto cooperação nos microrganismos, segundo Kropotkin (2009: 24) e também nas grandes revoluções históricas do ser humano. No entanto, segundo Kropotkin (2009: 29) não se pode encarar esta solidariedade presente na cooperação entre animais como algo que englobe a espécie como todo dado o seu desenvolvimento não ser comparável ao ser humano. Este último, por exemplo através da política, demonstra uma forma de cooperação claramente distinta do que acontece, por exemplo, dentro de um formigueiro onde a relação entre as formigas é baseada em instintos sociais. Um dos pontos mais interessantes de Kropotkin (2009: 55) é quando este encara a vida em sociedade como algo que capacita os seres. Em primeiro lugar a linguagem desenvolve-se, através da imitação, aumenta-se a resistência e proteção, a longevidade, a reprodução e a manutenção da comunidade e capacita as espécies a migrar perante um meio escasso, evitando, deste modo, a competição. Criam-se, deste modo, melhores condições entre todas as espécies, onde “os mais aptos são, portanto, os animais mais sociáveis” (Kropotkin, 2009: 55).

Se recorremos à complexidade, encontramos o conceito de cooperação (*co-operation*) e auto-organização, que se tornam pertinentes para discussão no seguimento das ideias de Kropotkin. Isto porque, para Fuchs (2003), os sistemas caracterizam-se por duas fases: a primeira referente à sua emergência e a segunda com a sua própria auto-organização. A emergência de um sistema é composta por determinados traços como:

Sinergismo (operação em conjunto e seus resultados), a inovação (novas qualidades que surgem com base na interação sinérgica), a irreduzibilidade (as novas entidades não podem ser reduzidas aos seus produtores ou à interação destes), a impressibilidade de resultados, a coerência, e, por último, a historicidade (na medida que as qualidades não são dadas, mas sim o resultado de um processo dinâmico dos próprios sistemas complexos).

No que diz respeito à auto-organização, os seus traços são caracterizados por: sistema (auto-organização tem lugar num sistema onde ocorrem interações, relações estruturais, comportamentos e limites), complexidade, coesão, abertura, re-emergência (perante problemas), não linearidade de causas e efeitos, *feedback loops*, informação, hierarquia (o que emerge é superior, ou processo de evolução que adiciona novas qualidades ao sistema), globalização e “unidade plural” (qualidades distintas dos sistemas).

O conceito cooperar assume-se como central, principalmente inserido na discussão das comunidades dos memes da Internet, tendo em conta que para cooperar é necessário partilhar determinado(s) objetivo(s), comunicar sobre estes de forma a se obter consenso e estabelecer regras e recursos no contexto de um sistema simbólico que é partilhado. Fuchs (2003: 22-23) indica que a cooperação envolve aprendizagem em conjunto e ajuda mútua. Ou seja, existe coordenação humana a nível das suas ações e comunicações para que o sistema social se recrie ou crie novas realidades. A cooperação é marcada sobretudo pelos seguintes fatores: todos os atores beneficiam deste processo; cooperar tende a alargar os objetivos partilhados e a tornar mais rápida e eficiente a obtenção destes; é um processo baseado na comunicação de objetivos de forma a chegar a um consenso comum; os atores neste processo usam as estruturas existentes com vista a produzirem novas realidades; neste processo há espaço para o conflito, e este pode ser encarado como um fator de produtividade; e por último, as redes onde ocorre este processo estão altamente ligadas, uma vez que os atores dependem uns dos outros, criando interconetividade e responsabilidade mútua.

2.3. Redes Sociais e Memes da Internet

Antes de colocar a discussão das teorias das redes, é pertinente contextualizar o objeto com que se está a lidar nesta dissertação. A internet é uma realidade virtual é marcada pela “tecnologia que mergulha o utilizador num universo de síntese ou virtual em três dimensões. O visitante pode mover-se e manipular objetos por meio de um equipamento mais ou menos sofisticado segundo a interface” (Nora, 1995: 335). O seu papel torna-se ativo, pois influencia os outros, uma vez que há uma lógica de poder por parte dos seus usuários, levando alguns, inclusivamente, a quebrarem virtualmente normas sociais. (Nora, 1995: 38-39)

Por outro lado Mcquail (2000) destaca, nos novos meios de comunicação eletrónicos, a sua grande interatividade, pela baixa centralidade e sobretudo pela sua pouca regulação: “A internet não pertence a ninguém, ninguém a controla ou organiza” (McQuail, 2000: 29).

Este é o meio criativo, *openminded*, repleto de liberdade, podendo ser ofensivo e depravado por vezes, onde os memes da internet se reproduzem, criados e partilhados pelos usuários da Internet, que pertencem a comunidades específicas dentro da rede. Tal não implica que um fórum na internet seja uma harmonia, bem pelo contrário, os fóruns estão repletos de divergências entre os seus usuários (Chen, 2012). Os memes da internet dentro de uma comunidade não significam aceitação, bem pelo contrário, existe uma crítica interna e autónoma às suas próprias criações (Chen, 2012: 8).

Para além disso, os memes da internet tem um enorme poder de influência sobre os valores da própria comunidade onde estão. Existe uma troca e uma promoção de informação independente, aliada à criatividade. Alias, neste contexto de consciência política nasceu um grupo de *hackers* conhecidos a nível mundial, defendendo o *cyberhacktivismo*, denominados de *Anonymous* (Chen, 2012), transpondo uma realidade virtual para algo que passa a existir no mundo real.

Referente à análise das redes, esta divide-se em duas grandes visões, a primeira encara a rede como inteira (*whole network*) e a segunda como personalizada (*personal network*) (Watts, 2003; Degenne e Forsé, 1999; Wellman, 1988, 2001 e 2003 e Garton, Harthornthwaite, Caroline e Wellman, 1997. As primeiras são mais estruturais e focam a

relação entre estrutura e grupo social, onde é implícito que o padrão de relações entre os indivíduos mapeia as preferências e características da rede. (Watts, 2003: 48). Por outro lado as *personal networks* focam-se no indivíduo e seu papel social. Embora identifique os grupos onde este está colocado, destaca a sua posição na rede como um fator importante. Recuero (2004:2) refere que a diferença entre as duas visões depende do corpus de análise do pesquisador, a rede inteira foca um grupo, e a personalizada um indivíduo. Para além disso, a autora (2004: 3) destaca outros fatores para a análise: Relações (conteúdo, direção e força), laços sociais (conectam os pares), multiplexidade (quantidade de relações de um laço), e a composição do laço social (deriva de atributos individuais dos envolvidos).

Uma das características mais interessantes na teoria das redes prende-se ao facto de estas poderem ser aplicadas tanto a pequenos grupos como a grandes sistemas (Kadushin, 2012: 13). Uma rede é, então, “um conjunto de relações” (Kadushin, 2012: 14) que contém objetos (nós) e mapeiam relações entre indivíduos ou nós. Essas relações podem ser simples (não direcionais) quando A se dá com B; direcionadas, quando A tem uma relação com B que não é simétrica (patrão-trabalhador); simétricas, quando existe simetria entre A e B (Mãe-Filho); ou através de intermediário, onde A tem uma relação com C através de B.

As redes são representadas através de sociogramas, inventados por Jacob Moreno, e estas podem ser: egocêntricas (ligadas a um só nó ou pessoa), socio-cêntricas (“em caixa”, como uma relação entre professor e alunos dentro de uma sala de aula) ou *open system* (marcadas por laços pouco claros) (Kadushin, 2012: 16). As conexões (entre nós, pessoas, organizações ou até países) implicam proximidade (no tempo e espaço distinta de uma mera copresença) e homofilia. Esta pode ser individual, referente ao *status* do indivíduo (implícito: sexo ou etnia, ou adquirido: educação ou profissão) ou de valor (atitude, ou opinião). A homofilia pode ser também coletiva, embora estas sejam complexas, estabelecem ligações organizacionais (por exemplo empresas diferentes que produzem o mesmo objeto) (Kadushin, 2012: 17-20).

Referente à distribuição a densidade de uma rede é calculada pelo número de conexões diretas, a dividir pelo número possível de conexões. A densidade da rede assume-se como

central, pois quanto maior for a sua densidade, maior será a facilidade de transmissão de ideias, rumores, ou até doenças. (Kadushin, 2012: 29)

No que diz respeito aos diversos papéis de atores e posições na rede, Kadushin (2012: 38-39) diz-nos que estes podem ter nomes (pai, filho), informais (base nas próprias relações informais e distintos do sistema formal) ou hierárquicos (pirâmide).

Estes grupos informais são interessantes dado a sua base estar na origem da interação (Kadushin, 2012: 75), desenvolvendo ou reforçando certas ideias ou formas de relacionar, criando, por vezes, líderes (também informais) estritamente na base da interação. O exemplo do sistema informal puro apresentado por Kadushin (2012: 77) neste seguimento mostra um sistema abstrato onde as relações são simétricas, com poucos nomes para os membros ou para os seus papéis e *status*.

Perante a discussão entre novos e antigos estudos das redes, Watts (2003: 28) indica-nos que as redes antigamente eram vistas como estruturas fixas no tempo. Sendo que é necessário ter em conta que as redes estão sempre em ação, ou seja, existem evoluções com o tempo. Neste sentido, Recuero (2004: 4) encara esta abordagem importante na medida que ela percebe “a estrutura não como determinada e determinante, mas como mutante no espaço”.

Se Paul Erdős e Alfred Rényi foram dos primeiros a teorizar sobre as redes, através de *random graphs*, mostrando que quantos maiores eram as ligações, maior seria a probabilidade de gerar grupos de nós mais conectados (Watts, 2003; Barabási 2003 e 2002; Buchanan, 2002), Mark Granovetter (1973) teorizou que existem laços fracos e fortes. Os laços fortes correspondem aos indivíduos que pertencem ao mesmo círculo social, e os laços fracos são aqueles que conectam os vários grupos sociais.

Watts, na teoria dos mundos pequenos, encarava as redes sociais como aleatórias, ou seja, tal como Erdős e Rényi, o autor assumia que as conexões entre nós eram feitas de forma aleatória. Foi Barabási (2003) que encarou esse lado aleatório de Watts como um problema, visto que para este as redes não eram formadas de forma aleatória. Bem pelo contrário, existia uma ordem na própria dinâmica na estrutura das redes. Em primeiro lugar, quanto maiores forem as conexões de um nó, maiores serão as chances de este vir a ter novas conexões (*preferential attachment*). Em segundo, as redes não são

estabelecidas com base em nós altamente igualitários no que diz respeito às possibilidades de conexões. As redes com poucos nós altamente seriam então conectadas (através de *hubs*), e estes *hubs* seriam aqueles que receberiam mais conexões.

Do que diz respeito às redes na internet, Wellman (2001: 2) defende que estas são redes sociais uma vez que “há comunicação mediada por computador que conecte pessoas, instituições ou conhecimento, elas são redes sociais com suporte em computador”.

Ainda na internet, o modelo de Watts e Strogatz é aquele que mais se assemelha às redes sociais, uma vez que cada pessoa nestas redes tem amigos e conhecidos, e estes também têm outros amigos e conhecidos (Recuero, 2004). Quando visto em larga escala, estes laços demonstram que, a nível do planeta, existem poucos graus de separação entre as pessoas e mesmo que poucas ligações entre vários *clusters* (grupos) são suficientes para originar um grande grupo dentro de uma grande rede, passando a ser, deste modo, um grande *cluster* (Buchanan, 2002).

Para além disso, a comunicação através de computador é encarada como eficiente para estabelecimento de laços sociais uma vez que facilita a sua manutenção. Um simples comentário, *e-mail* ou conversa rápida num programa de mensagens instantâneas são suficientes para a sua manutenção dos laços, sejam estes fracos ou fortes, embora já saibamos que para Granovetter os laços fracos são os mais importantes na manutenção da rede.

2.4. Dos Memes para os Memes da Internet

Para Knobel e Lankshean (2007: 208-209) não existem diferenças entre os memes e os memes da internet. Porém, os memes da internet têm aspetos adicionais que os distinguem. Em primeiro lugar a fidelidade nestes é mais mutável, uma vez que apenas as ideias são estáveis e a sua aparência não. Em segundo, a replicabilidade não é tão linear como nos memes, uma vez que os memes da internet são alvos de reedição/modificação, bricolagem e reorganização (Lankshear e Knobel, 2006). Em outros autores podemos encontrar mais aspetos distintivos dos memes da internet, começando pelo facto de encontrarem na “blogosfera”, um veículo ideal de transporte. A internet é um meio de eleição para os memes uma vez que “colocou a difusão de memes num processo visível à

escala global” (Shifman, 2011: 2), onde estes se espalham como uma escolha cultural e social feita pelos próprios utilizadores (Shifman, 2011: 3). A internet também oferece uma maior longevidade uma vez que todos os componentes colocados na rede são arquivados, uma maior fecundidade devido à facilidade da digitalização de informação e consequente propagação. Ou seja, a internet, devido às suas características móveis (Chen, 2012: 7), potencializa as propriedades que garantem aos memes uma replicação muito mais eficiente (Heylighen, 1994). Porém, Blackmore (1999) defende que a internet por si não é suficiente. São os utilizadores da Internet o elemento chave para a promoção da réplica, através da sua interação na rede, e intervenção no processo de seleção do que se quer ou não replicar.

Uma questão relevante está relacionada com o facto de, muito antes da explosão do fenómeno dos memes da internet, Heylighen (1996) ter referido que as redes de computadores eram um meio altamente eficiente para a replicação de memes, com alta-fidelidade de transmissão via som, imagem, ou texto. Inclusivamente, o autor encarava que ao romper-se com as barreiras geográficas via computadores, os memes iriam gerar uma espécie de cultura mundial, um “cérebro global”. Marshall (s.d.) defendia que as barreiras geográficas eram substituídas pela partilha de um interesse, juntando pessoas diferentes e distantes e criando assim uma nova cultura. Ou seja, os memes são um fenómeno global independente da própria cultura local.

Rob Walker (2010) apresenta os memes da internet como o entretenimento do século XIX, associando-o a grupo de pessoas *online* que anda a “brincar” por todo o mundo. Esse grupo sobretudo composto por jovens lançou a “confusão” no mundo (comunicação de massas) e conseguiu atrair grandes companhias dos órgãos de comunicação em massa e gerar fóruns de discussões. Estes fenómenos da internet surgem e multiplicam-se de forma espontânea, desenvolvendo-se de forma orgânica e colaborativa (Luiz, 2012: 2). Preenchendo um papel de dar vazão a sentimentos, tornando-os em algo de certo modo rico (Silva, 2012: 131). As causas do seu sucesso, para Silva (2012: 133) estão na sua confeção, visto que qualquer pessoa com conhecimento, mesmo básico em computadores, consegue criar um meme da internet.

Os memes da internet são de fácil criação e por isso abrangem inúmeras situações que retratam o cotidiano, já que esta facilidade permite expressar situações do dia-a-dia, criando desta forma uma linguagem contemporânea cujo valor da sua expressão se encontra no conteúdo de um meme da internet (Silva, 2012: 134). Para além disso, estes são capazes de reviver conceitos ou objetos antigos, como o caso da música de 1987, “*Never gonna give you up*”, de Rick Astley com propósito de pregar partidas na Internet (fenómeno denominado na Internet de “Rickrolled”). (Danung e Attaway, 2008: 11).

Henry Jenkins (2007) destacou a capacidade destes se espalharem (*spreadability*), através do reuso, da reedição, e a sua redistribuição contribuindo para uma ressonância cultural: novos significados, públicos, mercados e valores.

Fontanella (2011) fala-nos que os memes da internet são uma cultura vernacular, uma vez que os entende como um conjunto de práticas criativas ordinárias, realizadas por pessoas comuns sem qualquer aspiração artística ou preocupação com qualquer qualidade técnica ou estética. Esta ideia assemelha-se ao conceito de cultura do *Digital Trash* (Pereira, 2007), onde são reproduzidas, partilhadas e consumidas produções textuais ou audiovisuais com estética intencionalmente tosca, ou de baixa qualidade. Alex Primo (2007) faz questão que sublinhar que o *digital trash*, embora tenha esse nome, não pode ser encarado como lixo. Este é comparado ao *cyberpunk*, pois contem a atitude do “seja você a fazer”, contra as vertentes *mainstream* culturais, ou seja, só a indústria cultural clássica é que teima em encarar os memes da internet como lixo (Lemos, 2007).

Para Burguerss (2008, 5-6) o sucesso de um meme da internet incorpora uma chave (conceito) inerente que não pode ser identificado sem que seja difundido primeiro, e nem o seu próprio autor consegue determinar tal conceito. Os vídeos (alguns são considerados memes da internet) com sucesso têm sempre um significado chave que não pode ser verificado à partida, mas que através da repetição se torna perceptível e disponível culturalmente.

Shifman (2011: 4) destaca o *Youtube* como um “*meme paradise*” uma vez que determinados vídeos (mais populares) são virais e meméticos. Virais porque se espalham pelas redes como uma “praga”, e meméticos porque existe uma enorme participação de

atores, não apenas num papel passivo de visualizar, mas na forma como estes podem criar paródias, réplicas ou outros tipos de reedições apenas com o seu computador.

Baseando-se na popularidade dos memes da internet, fazendo inclusive referência à existência dos “Yale Memes” (semelhante à página existente de memes da internet referentes à Universidade de Coimbra), o autor fala-nos de “imagens virais” (Chen, 2012: 6) que se institucionalizaram, estabelecendo a sua própria cultura e normas: “*new form of cultural media*” (Chen, 2012: 7).

Ushanova (2012: 347) questionou de que forma um internet meme influenciava a vida das pessoas. Algumas expressões da internet, e dos seus memes, extravasaram para o vocabulário da vida real, principalmente entre os mais jovens, que em vez de dizerem “estou desapontado”, usam a expressão “*facepalm*”³, colocando-se esta tendência, se esta se mantiver, como uma ameaça às línguas nativas.

No entanto os memes não são só vistos como algo que pode ser potencialmente negativo, uma vez que estes, segundo Ushanova (2012: 347), possuem influências positivas sobre o *stress* e a forma como esse afeta o estado emocional das pessoas, não descartando que se trata de uma cultura nova, não-conformista, e com humor. Deste modo os memes da internet tornaram-se num fenómeno ao qual é “impossível de negar que se tornou parte integral da comunicação na internet” já que “alguns memes são capazes de facilitar a comunicação na rede” (Ushanova, 2012: 348). A autora alerta ainda para o facto de que este objeto pode ser usado como um grande instrumento para causar impacto na consciência de massas, seja através da manipulação de opiniões ou da criação de estereótipos na forma de pensar.

2.5. A Cultura

A discussão cultural é pertinente para a análise dos memes da internet tendo em vista encará-los como um produto cultural. Roberto Matta (1981: 1) indica-nos dois sentidos comuns como o conceito cultura é encarado. O primeiro, como sabedoria, é frequentemente usado para mostrar que alguém (individuo) é culto (acumula

³ Usado na internet, ao colocar a mão sobre o rosto, para descrever desapontamento extremo com algo ou com alguém.

conhecimento). O segundo, dentro da discussão antropológica social e sociológica, como “um mapa, um receituário, um código através do qual as pessoas de um dado grupo pensam, classificam, estudam e modificam o mundo e a si mesmos” (Matta, 1981: 2). Sendo que para este autor não existem hierarquias entre as diversas culturas existentes. Botelho (2001) indica-nos que existe uma diferença entre a visão sociológica e a antropológica. A sociológica é mais entendida como algo referente ao “conjunto diversificado de demandas profissionais, institucionais, políticas e económicas”, enquanto a antropológica se foca na “cultura (que) se produz através da interação social dos indivíduos” (Botelho, 2001: 74). Porém, dentro da antropologia existem diversas formas de abordar a cultura. A abordagem linguística encara a linguagem como a base da interação humana, sendo esta apresentada como complexa e criativa, estabelecendo uma relação entre a compreensão da linguagem e a própria cultura (sistema simbólico), distinguindo-se assim a língua de apenas um conjunto de palavras.

A própria antropologia tem uma visão biológica sobre a cultura na medida em que encara alguns fatores como: herança genética, ecologia, epidemiologia, nutrição, primatologia ou doenças para sua análise. A própria adaptação é vista como uma forma de variação cultural, uma vez que são encontradas diversas formas de encarar uma determinada situação (Nanda e Warms, 2007: 10).

A visão sobre a cultura de Scupin (2012) é interessante porque engloba-a desde os mais pequenos instrumentos (como ferramentas) até aos sistemas de valores⁴ (como a religião).

A aprendizagem simbólica, unicamente humana, é referente à capacidade do ser humano ser capaz de ler e perceber símbolos (modelos arbitrários usados para representar uma determinada realidade, ideia abstrata ou valor) que são transmitidos através da linguagem. No entanto é necessário distinguir símbolo de signo. Enquanto um símbolo é sempre uma entidade abstrata, nem sempre óbvia, capaz de desencadear comportamentos ou emoções no ser humano (como alguém patriota a olhar a bandeira do seu país), os signos estão associados diretamente a um objeto físico ou uma

⁴ Um valor é um *standard*, não material, pelo qual os membros de determinada comunidade, perante algo, o definem como bom ou mau, bonito ou feio, etc... (Scupin, 2012: 43-46).

determinada atividade em concreto (sendo que os signos podem ser aprendidos também pelos animais, como um cão que é chamado através de uma campainha) (Scupin, 2012: 41-42).

Outro fator de extrema relevância para esta dissertação está relacionado com a necessidade de “partilha de significados” (Scupin, 2012: 43) para a existência de cultura. Esta partilha, pré-existente ao próprio indivíduo em determinada sociedade, oferece uma espécie de mapa de sobrevivência nesta sociedade, sendo que a comunicação, mais uma vez, se assume como principal forma da difusão desta partilha.

2.5.1. Imagem e codificação

Para Kalinoski (2008) a imagem digital na cibercultura cumpre um papel profundo diante do imaginário social. Martins, Pires e Oliveira (2007: 2960) encaram as imagens como um modo específico de ver, ou seja, uma produção do olhar, situação essa que é particularmente visível nos postais ilustrados, que foram uma das primeiras formas de imagens em papel produzidas industrialmente que demonstra como um determinado grupo se vê a si próprio.

No entanto, como se está perante uma realidade virtual que oferece ferramentas que não existem, nos mesmos termos, na vida real, é necessário ter em conta que uma imagem, e o seu significado, pode ser alterado via manipulação, tornando a imagem em algo altamente manipulável. Esta manipulação pode ser feita através de efeitos, cortes, escalas, ou adição de texto à imagem que altera a sua história e formas no olhar de quem a interpreta (Kennedy e Chang, 2008).

A codificação surge neste sentido, uma vez que uma das pretensões de análise desta dissertação é mostrar que a construção de um meme da internet tem uma dinâmica própria. Luhmann, distinguindo-se de Parsons que encarava os significados como funções latentes do sistema, atribuía um carácter construtivista a estes, uma vez que os significados “não são dados, são construídos culturalmente” (Leydesdorff, 2010: 4). Todo o significado vem da comunicação, o que significa a existência de vários graus de relevância perante os significados, sendo neste processo a codificação, enquanto processo de categorização e coerência uma aspeto essencial (Leydesdorff, 2010: 4).

Para Luhmann (1988: 144) a linguagem é uma reunião de informação codificada por símbolos e dependentes do contexto. Estes símbolos dividem-se em categorias que se tornam em informação, se forem alvo de codificação, ou ruído, se não forem.

O processo de codificação cria diversos ramos distinguíveis entre si (campos económico, religioso ou político (distintos)) (Leydesdorff, 2010: 6).

Após o processo de codificação, a linguagem torna-se mais propriamente informação. É a informação que faz a diferença sobre o sentido, dado o seu carácter mais seletivo. Isto assume uma enorme relevância se tivermos em conta que os sistemas sociais apenas absorvem o que tem significado, baseando-se posteriormente na circulação destes.

Para Littlejohn (1982: 89) “umas das preocupações fundamentais no estudo da comunicação é a codificação”, visto que esta, com carga simbólica, é um processo de emissão e receção de mensagens codificadas, existindo uma relação entre signo-significado e codificação. Um signo é um estímulo que representa algo, e a codificação torna-se assim o processo de relacionar signos com seus referentes. Em relação aos signos, estes podem ser verbais ou não verbais.

Para Morris (apud Littlejohn 1982: 90-94) na codificação de signos verbais existe um intérprete, um interpretante, o *denotatum* e o *significatum*. Por exemplo, um cão quando é chamado para se alimentar através do sinal de um sino, o intérprete é o cão, a prontidão para ele se alimentar o interpretante, o *denotatum* é o alimento em si e o *significatum* a qualidade do alimento que ele vai comer.

Em Fotheringham (apud Littlejohn, 1982: 1986) existem cinco conceitos chave no processo. Os estímulos, os signos, os sinais, os símbolos e as mensagens. Um estímulo representa algo que não ele mesmo. Uma mensagem é um uso intencional de signos por parte de um indivíduo, que pode ser feito de forma singular ou não, com vista a criar efeito em outra/s pessoa/s. Os signos indicam a presença ou existência de algum objeto, evento ou condição que não ele próprio. O símbolo suscita nas pessoas uma determinada conceção sobre objetos, eventos ou condição.

Leonard Bloomfield, Charles Fries e Zellig Harris (apud Littlejohn, 1982: 96-97), linguistas estruturais clássicos, defendem um modelo que decompõe frases em partes, de forma hierárquica. Para estes autores o *fone* é o som da fala, e é um agrupamento de fones, o

fonema, que se combina com determinadas regras para produzir *morfemas*, que podem ser livres quando figuram sozinhos como palavras, ou presos, quando precisam de se combinar com outros para formarem palavras com sentido.

As teorias comportamentais da linguagem (Littlejohn, 1982: 97) usam o estruturalismo como base, uma vez que existe um estímulo que provoca resposta, provocando frases de forma hierárquica. A visão Hulliana é predominante neste modelo, e esta encara partes de uma frase relacionadas por associação. Por outro lado, Skinner afasta-se desta visão dentro do modelo, pois este encara o comportamento verbal como qualquer outro comportamento, apresentado pelo organismo de acordo com a sua frequência. Este pode ser operante de forma positiva (reforço pela positiva) que aumenta a sua frequência, ou operante de forma negativa (reforço pela negativa) que reduz a mesma.

A teoria mediacional de Charles Osgood (apud Littlejohn, 1982: 98-103) é vista como um dos modelos mais avançados entre os modelos comportamentais. O contexto é algo problematizado, visto que a linguagem não deve ser estudada sem ter em conta o seu contexto, remetendo para teorias psicolinguísticas as explicações da interação humana e da linguagem articulada. Os processos desta teoria baseiam-se na codificação (recepção dos estímulos), associação (absorção destes), e decodificação (produção de respostas)

A teoria gerativa, tendo como principal autor Noam Chomsky (apud Littlejohn, 1982: 103-107), opõe-se aos modelos estruturais e comportamentais, visto que este modelo acredita ser impossível explicar o comportamento linguístico com métodos tradicionais. Existem dois níveis de produção de linguagem, superficial e o profundo. O primeiro baseia-se num nível fonético, o segundo demonstra uma entidade abstrata na mente do falante, que não pode ser traduzido numa frase superficial.

Em relação aos signos não-verbais, aqueles que correspondem a todos os signos que não a língua falada ou escrita, usados para representar alguma coisa que não eles próprios, a teoria cinésica de Birdwhistell, importante teórico e pesquisador sobre o movimento do corpo, indica-nos que existem vários canais em uso que geram a comunicação, o que não dispensa de ver o objeto como um todo. A teoria proxémica de Edward Hall, também na lógica dos múltiplos canais, encara o homem como uma estrutura inconsciente num microespaço. Alias, o espaço é um dos aspetos valorizados por este, uma vez que ele

defende que, por exemplo, nos Estados Unidos da América se valoriza a visão e a audição e num contexto árabe o olfato é o mais valorizado. A paralinguagem também se insere nestas teorias uma vez que existe uma barreira entre aspetos verbais e não-verbais da interação, compostos por caracterizadores (ruídos vocais, como o choro ou grito) ou qualificadores (forma como se diz, como o ritmo). As teorias funcionais de Paul Ekman e Wallace Friesen, apresentam um modelo para os signos não-verbais com três bases: origem (fonte do ato), codificação (entre o ato e o significado), e uso (engloba fatores de condições externas, conscientemente, ou não, dos atos, reações dos outros e informações transmitidas). Existem três atos distintos, o ato comunicativo é deliberado para veicular um determinado significado, o ato interativo requer influencia do comportamento dos outros participantes, e os atos informativos são aqueles que, embora não sejam comunicados, oferecem dados que demonstram algo. Por último, para este autor existem cinco índices de comportamento não-verbal, os emblemas (possuem tradução verbal para determinados grupos sociais), os ilustradores (relacionados com a fala, ilustram o que dizemos de forma intencional mesmo que de forma impercebível), os adaptadores (descargas de tensão do corpo, como coçar a cabeça) e as exibições de afeto, onde o autor mostra o rosto como algo privilegiado para expressar afeto (Littlejohn, 1982: 108-11).

Ainda dentro da sociologia, e visto que está lançado o debate entre os significados e a cultura, é pertinente introduzir a visão de Pierre Bourdieu referente ao mercado dos bens simbólicos (Santos, Memoria e Figueiredo: 2003). Nessa discussão é relevante reter a divisão destes bens simbólicos (bens como mercadoria que tem significados mercantis e culturais) em dois campos de produção distintos: o erudito e o da indústria cultural. Enquanto o campo da indústria cultural é pensado de forma económica para a obtenção de lucro, com base na concorrência, para um público (massas) de não produtores culturais, o campo de produção erudita destina-se sobretudo a produtores culturais (público reduzido), em que o reconhecimento é o fator mais valorizado através de sua auto crítica artística. O “modo de produção erudito deve incluir instâncias capazes de assegurar não apenas a produção de recetores dispostos e aptos a receber (...) a cultura produzida, mas também a formação de agentes capazes de reproduzi-la e renová-la”

(Santos, Memória e Figueiredo, 2003: 3), sendo que os sistemas de ensino (como instituições que unificam o próprio mercado dos bens simbólicos) contribuem para a própria definição do que é legítimo (ou seja, pode se reproduzir) e o que é ilegítimo (do que não se deve reproduzir).

No entanto uma das formas onde se nota a força do papel da cultura sobre o indivíduo está relacionada com o peso significativo desta sobre a biografia. Para Carvalho (2003) uma biografia de alguém é sempre uma renegociação e reinvenção identitária por base numa dinâmica cultural, através da reflexão no outro para se chegar à descrição de si, num processo reflexivo e de autoconsciência. Uma biografia é, genericamente, um relato sobre uma vida de determinada pessoa, que corresponde a uma ordem cronológica de acontecimentos (Duarte, 2012). Segundo a Fairtax County Public School (s.d.) estas são compostas pelos seguintes traços principais: Nome, data de nascimento e morte (em caso de falecimento), contribuições significativas, problemas ultrapassados, eventos importantes e influências.

2.6. Teorias aplicadas aos memes da Internet

Foram vários autores que já teorizaram sobre os memes da internet. Jameson (1991) fala-nos da existência de um sistema de simulacro e de imitação artística presente nas reedições de vídeos na internet através da introdução de legendas falsas (que não correspondem ao que é verdadeiramente dito) colocadas intencionalmente por usuários do *Youtube* de modo a alterar o que foi originalmente dito em prol de outra situação distinta.

Chen (2012) analisa os memes e os fóruns onde estes são criados e partilhados à luz da teoria das esferas públicas de Habermas. Estas são caracterizadas pelo seu desenvolvimento autónomo por parte de cidadãos também autónomos que se reúnem politicamente para promover uma opinião pública que possa desafiar as autoridades públicas (Chen, 2012: 9). A ligação feita pelo autor entre estas esferas e como funcionam os fóruns é bastante. Os fóruns na verdade são locais desinibidos. O *4Chan* é apresentado como um caso relevante, uma vez que este, criado por um rapaz de 15 anos (Christopher Poole, conhecido no fórum como “moot”) em 2003, oferece um serviço repleto de

subfóruns distintos, sem qualquer necessidade de criar conta (identificação) ou qualquer mensalidade monetária. Para além da visão de Habermas, o autor compara o *4Chan* com os grupos da *Folk Art* e *Avant-garde* de Dwight Macdonalds na sua teoria da cultura de massas. Para este o consumo de massas está presente apenas nas mãos de determinados grupos, como as elites e não está associado à expressão artística das pessoas em si, portanto são de valor cultural baixo. A *Folk Art* surge aqui como exceção, uma vez que esta é composta mais por indivíduos autónomos do que massas, juntamente com o *Avant-garde* que é composto por uma elite intelectual. Valoriza-se assim a capacidade interna e autónoma dos membros dos grupos, como acontece no anonimato do *4Chan*, para a promoção e distinção de objetos culturais que não se insiram numa lógica de produção de massa.

Chen (2012) questiona a visão de Adorno dos efeitos negativos da replicação nas massas uma vez que para Adorno a replicação gera reações automatizadas e fraca resistência individual. No entanto Chen (2012) refere-nos que este pessimismo da standardização está sobretudo relacionado com o caso da standardização Nazi, colocando, com pertinência, se vale ou não a pena aplicar esta visão a um mundo novo e completamente revolucionário como é a Internet.

Gardiner (2010), aplicando a teoria da hegemonia de James Lull, sobre a dominação comercial de um grupo, demonstra que o meme é um veículo fácil de promoção, derivado da sua necessidade de autorreprodução para se espalhar. Ou seja, os memes tornam-se veículos fáceis de mensagens e ideologias com pouco risco de aposta estratégica por parte de determinados grupos (inclusivamente políticos e económicos).

O marketing viral assume-se, deste modo, como uma das grandes potencialidades inerentes aos memes da internet. Gardiner (2010) exemplifica com o vídeo "*fast food freestyle*" de 2006, publicado por um aluno do ensino secundário (Joe Wood), em que ele pediu num drive-in de uma cadeia alimentar em Font Wayne, Indiana, os produtos desejados a cantar rap. O vídeo quando se tornou viral e replicado (*covers* da musica e outras imitações em cadeias de alimentação diferentes), acabou por promover tanto o restaurante onde o vídeo original foi criado, como outros semelhantes. Para além disso, a cadeia "*Taco Bell*" criou duas publicidades baseadas nesse meme da internet do *Youtube*.

Neste processo de absorção por parte do mercado dos memes não existe uma alienação dos autores, uma vez que estes são contactados para os anúncios.

Se se tiver em conta que um meme quer infetar a mente dos outros (Danung e Attaway, 2008), percebemos que os memes da internet podem ser usados como uma arma de marketing. Os criadores acabam por ganhar sempre algum poder simbólico, e os memes tornam-se veículos de ideologia que as empresas pensam em adaptar nas suas publicidades.

Burguess (2008) no entanto reforça uma visão cultural participativa dos memes. Colocando os memes da internet como algo diferente de mensagens e produtos, como mecanismos mediadores onde práticas são criadas, adotadas e mantidas nas comunidades da internet. Bem diferente apenas da ideia do consumo e produção.

2.7. Categorizações e teorização sobre Internet Memes

Shifman (2011), através de uma análise a vídeos do *Youtube*, traçou alguns pontos comuns que contribuem diretamente para o seu sucesso através da replicação. Em primeiro lugar os atores são pessoas normais, o que gera uma maior capacidade de gerar réplicas, uma vez que é mais fácil imitar uma produção caseira que uma grande produção de cinema. Em segundo, o humor é encarado como um elemento chave dos memes da internet, englobando humor peculiar e situacional ou até críticas satíricas a questões sociais. Em terceiro encontramos a simplicidade, sejam as ideias, seja a construção, que contribui diretamente para uma maior facilidade de imitação e conseqüente replicação. Em quarto encontra-se a repetibilidade, facilmente encontrado em vídeos que repitam a mesma sequência várias vezes, tornando-se mais persuasivo à memória. E por último temos o “conteúdo lunático” que corresponde á capacidade dos memes da internet presentes no *Youtube* de serem capazes de trazer temas não expectáveis, colocando os humanos que aparecem nas cenas sem qualquer preocupação com qualquer sentido ou coerência da gravação.

A proposta de Taxonomia de Raquel Recuero (2007) é bastante interessante porque incide sobre os pressupostos de Dawkins (1976). Foi realizada uma pequena observação em 70 *weblogs* no qual se pretendeu analisar e classificar internet memes. Em relação à

fidelidade encontrou memes na internet que eram: Replicadores (fieis ao original), metamórficos (sofrem mutações e recombinações), miméticos (sofrem grandes mutações mas a sua estrutura permanece a mesma)

Em relação à longevidade encontrou memes da internet: Persistentes (os mais replicados) e voláteis (com curto tempo de vida, ou acabam esquecidos ou modificam-se para algo novo).

Em relação à sua fecundidade (replicações e rapidez destas: esta ultima característica é menos importante, uma vez que tudo na Internet é arquivado) encontramos: Epidémicos (os que mais são replicados, os mais virais. Correspondem às mutações que coexistem com o original), os fecundos (não são virais mas espalham-se bem em grupos menores).

Para além destas três lógicas, a autora coloca uma análise referente ao seu alcance uma vez que os memes da internet podem ser: Globais (surgem em pontos não próximos e não precisam de ser necessariamente fecundos), e locais (restritos a determinadas páginas/comunidades (redes com poucos nós). Sempre tendo em conta a possibilidade de estes se tornarem globais.

Knobel e Lankshean (2007: 202) sugeriram a existência de três sistemas num meme da internet. O primeiro, sistema referencial ou ideológico corresponde ao significado do meme em si, ou seja pretende responder às questões de qual é a sua ideia, como se transmite e o que significa. Em segundo, o sistema contextual ou interpessoal correspondente às relações sociais presentes no meme, responde à relação do meme com as pessoas, o contexto onde este é replicável, e o que se assume como verdadeiro sobre determinado contexto. Por último o sistema ideológico que consiste na visão do mundo demonstrada através dos memes da internet, englobando sistemas, valores, crenças, ideias, posições e grupos sociais, e uma visão particular do mundo. Para além de destes sistemas, Knobel e Lankshean (2007) defendem que a fecundidade de um meme depende do humor, intertextualidade entre eventos, cultura e praticas e, justaposição anómala, através da suscetibilidade destas ideias passarem de mente para mente. Estes dividem os memes da internet em quatro tipos: Comentários sociais (boas práticas, critica politica, ativismo social), humorísticos (paródias, uso de programas de

edição de imagem, discussões absurdas, e humor *geek*, *otaku* (interesses baseados com bandas desenhada japonesas e de embuste (partidas na internet)).

Ushanova (2012) dividiu os memes da internet em três grupos. O primeiro incluiu frases ou palavras, onde para a autora se destacam as abreviaturas usadas na internet. O segundo grupo é baseado em ficheiros em ficheiros de computador, como músicas ou vídeos, dando o exemplo da atuação de Edward Hi's, russo, que ficou famoso na internet como o *Mr. Trololo*. O terceiro grupo é baseado em ilustrações, que correspondem às imagens onde se inserem frases ou se usam como forma de responder a algo que alguém disse.

No entanto Ushanova (2012) alerta que existem certas personagens que podem ou não existir, como por exemplo o "Capitão Óbvio", que não é nenhum capitão, nem sequer existe como pessoa, que é invocado em situações em que alguém diz algo que é óbvio.

3. Modelo de análise

3.1. Enquadramento teórico, objetivos e hipóteses

Antes de mais é necessário encarar os memes da internet como algo que se distingue das ideias de Mancuzo e Boni (2012). Estes encaram a imagem na internet como algo banalizado, defendendo estas como uma simples projeção instantânea nos olhos de quem as vê. No entanto, uma das hipóteses sobre os memes da internet apresenta-os dentro um sistema próprio, bem semelhante a lógicas biológicas de seleção, cooperação e filtragem, tornando o processo pelo qual um meme da internet se produz bem distinto de uma mera projeção arbitrária de imagens numa tela. No entanto, há um aspeto realçado por estes autores que parece ser pertinente para a análise dos memes da internet, uma vez que o texto, como algo bastante menos atrativo comparado a imagens, é incorporado nas imagens dos memes como forma de obter visibilidade que estes não teriam se fosse texto, com a consequente fraca replicação.

Como ficou evidente, toda a discussão teórica implica um articular de diversas áreas. O conceito meme, que advém da biologia, encontra na base da sua reprodução a replicação e esta depende de fatores de fecundidade, longevidade e fidelidade. Ainda na biologia encontramos os três estados relevantes na seleção natural: a) Seleção (origem, surgimento, as novas possibilidades); b) variação (variabilidade de espécies, competição e cooperação por recursos); c) retenção (sobrevivência e estabilidade). É dentro da cooperação que se pode articular a biologia e a sociologia, entre as ideias dentro da biologia de Kropotkin (2009) sobre cooperação das espécies e o conceito de cooperar dos sistemas sociais complexos de Fuchs (2003). As teorias das redes sociais surgem, realçadas pelo próprio conceito da cooperação, na perspetiva de uma melhor perceção da rede onde o fenómeno existe. Uma vez que é assumida a Internet como uma rede potencializadora (mas também desorganizada) dos memes da internet, torna-se relevante perceber que atores estão presentes, bem como os seus papéis em relação ao objeto.

A partir do momento em que se lida com as redes dos memes da Internet, está-se a relacionar como comunidades distintas dos diversos *websites*. Como anteriormente foi

referido, a imagem tem um papel relevante para o próprio imaginário coletivo de determinada comunidade, porque representa uma perspectiva de si mesma para o exterior. No entanto, as imagens na Internet são passíveis de edição e manipulação, o que traz de volta a sociologia e um pouco de semiótica à discussão, devido à codificação e ao sentido. O processo de codificação, para a sociologia, é que cria o sentido, distingue a informação do ruído, e, dessa forma, resulta em atos comunicativos. No entanto, em teorias da comunicação e na semiótica, há uma grande valorização dos signos, dos símbolos, significados e referentes, também encontrados na cultura.

Será esse ato comunicativo, relacionado diretamente com os memes da internet, o maior motivo para abranger a discussão teórica sobre cultura dado que, para além dos autores que apresentaram os memes como formas de cultura (Jenkins, 2007; Fontanella, 2011), as questões relacionadas com os símbolos, signos, significados e referentes também são culturais. É a antropologia que oferece a visão não hierárquica sobre a cultura para a análise dos memes da internet, afastando-se de questões meramente artísticas, de forma a estes poderem ser comparados aos pequenos objetos do quotidiano que são encarados como resultado cultural.

Por último, e adicionando um novo conceito da Sociologia à discussão, o da reflexividade, este apresenta-se como uma excelente ferramenta de análise aos memes da internet, mas também torna a diversidade das áreas de estudo mais coesas. Ser reflexivo não é ser algo que aumentou o seu controle e a sua consciência, mas sim algo consciente que a sua própria dominação (na totalidade) é impossível (Latour, 2003).

Toda a discussão da “modernidade reflexiva” (Beck, Giddens e Lash, 1997) é marcada por um discurso onde o indivíduo, nas sociedades modernas, recorre a aspetos mais reflexivos porque se encontra em sociedades mais maduras. Ulrich Beck, indica-nos que esta capacidade é estruturalmente modificadora e que pode ocorrer a “possibilidade de uma (auto) destruição criativa para toda uma era” (Beck, Giddens e Lash, 1997: 12). Scott Lash, por sua vez indica-nos três pontos dentro da modernidade reflexiva: a) O poder crescente dos atores sociais em relação à estrutura (estas estão a ser substituídas por estruturas da comunicação e informação); b) Em distinção da flexibilidade cognitiva, uma dimensão estética que não se prende apenas às artes mas à própria

temática do quotidiano; c) A individualização, sobretudo através da possibilidade da construção própria da sua biografia. A reflexão estética é uma das condições essenciais nas comunidades modernas, dado que estas, culturais e racionais, tem por base a partilha de práticas e significados, e não de uma estrutura (regras ou lei) distanciando-se, assim, das visões de Beck e Giddens. Giddens por sua vez, referindo-se às sociedades reflexivas, tem como principal argumento a falta de procura de algo novo ou diferente por parte destas. A reflexibilidade surge como fator de reprodução social, onde a razão, bem diferente da tradição, se torna uma reinvenção continua (geracional) e não estática (como é encarada a tradição).

A questão do auto consciência é relevante porque os memes da Internet auto denominam-se, com recurso ao conceito biológico, de meme, existindo um forte paralelismo com os conceitos utilizados na biologia e os que são usados para analisar e descrever os memes da Internet, como se pode ver nas páginas anteriores. No entanto, Scott Lash, quando apresenta o sistema que se baseia na partilha de práticas e significados aproxima-se das comunidades da Internet que lidam com os memes da internet.

A hipótese principal, H1, é: Os memes da internet são autorreflexivos. Esta hipótese engloba os conceitos de reflexividade, seleção, variação, retenção, autoconsciência e tem como principal objetivo mostrar os memes como um fenómeno que: a) Se descreve com o conceito da biologia 'meme'; b) Se insere numa lógica de seleção natural; c) tem autoconsciência de si. Para tal, e através das técnicas de análise documental, de conteúdo e de *websites*, juntamente com a observação em segundo grau, a fonte de informação referente a estas hipóteses são: a) Existência de sistemas de votos *online*; b) Conteúdo referente a cada meme da internet; c) Estrutura como o *Know Your Meme* apresenta as entradas; d) A aplicação dos usuários da metáfora biológica ao objeto em análise. No entanto, outra forma de verificação da H1 está relacionada com as questões do quotidiano, gerando deste modo a sub hipótese H1a: Os memes da Internet são uma forma de análise do quotidiano. Para além do conceito quotidiano, estão presentes os conceitos dos signos, referentes, e significados. Que terá como técnicas a análise de conteúdo e documental, com vista a verificar que as referências ao quotidiano estão

presentes no conteúdo do meme da internet, observando-se: a) O que retrata; b) quem retrata; c) como retrata.

A segunda hipótese, H2, é: Os memes da internet são um fenômeno estruturado na internet. Esta hipótese engloba os conceitos de codificação, manipulação, símbolo, coesão e categorização. Tem como principal objetivo demonstrar que, embora a Internet seja um meio não regulado, existem fenômenos nesta que se apresentam de forma estruturada. No entanto, esta hipótese, apresenta três sub hipóteses que ajudarão a sua verificação. Em primeiro (H2a): Os memes da internet têm uma identidade e uma biografia. Esta hipótese tem como principal objetivo demonstrar que o fenômeno é único, que os memes da internet são distintos entre si, recorrendo-se aos conceitos de biografia e identidade. Em segundo (H2b): Existem papéis distintos entre os diversos *websites* da internet dentro do sistema de produção e reprodução dos memes da internet. Esta sub hipótese tem como principal objetivo mostrar que existem diversos papéis por parte dos *websites* relacionados com o objeto, estando relacionada com os conceitos dos papéis nas redes sociais, homofilia e densidade. Em terceiro (H2c): Existe trabalho colaborativo na rede de produção e reprodução de memes na internet. Esta hipótese engloba os conceitos de cooperação e trabalho colaborativo. Tem como principal objetivo relacionar os memes da internet com a existência de sistemas de filtragem que os usuários dos *websites* interagem.

A última hipótese, H3, é: A internet tem comportamentos que podem ser descritos com conceitos da biologia. Tem como principal função demonstrar que uma construção social, como é a Internet, têm fenômenos que se comportam, e são também assim encarados pela rede onde circulam, com características biológicas. A própria H1 contribuirá para esta hipótese, mas serão adicionadas duas sub hipóteses. Em primeiro (H3a): A visibilidade é um recurso escasso na internet que depende da replicação. Tem como conceitos a replicação, compreensão coletiva, fecundidade, alcance, longevidade, fidelidade e ressonância cultural. Tem como principal objetivo mostrar que, embora a Internet seja um espaço aparentemente ilimitado (diferente da matéria do planeta Terra encarado pela biologia), existe outros recursos que se tornam escassos. Em segundo (H3b): Uma das formas de adaptação a essa escassez relaciona-se com o trabalho

colaborativo da rede. Tem como conceitos a cooperação, a cooperação, a replicação, sobrevivência e estabilidade.

3.2. Metodologia

É necessário ter em conta que o objeto em estudo existe, os *Advice Animals*, existem como espécie de “habitat natural”, na internet. A nível metodológico a internet assume-se como um desafio que tem gerado cada vez mais atenção entre os autores. Para Ardèvol, Martí e Mayans (2002: 9) “a comunicação através de computadores possibilita o surgimento de novos estilos de vida próprios e específicos das comunidades virtuais e do comportamento online”. Ou seja, estamos perante uma nova realidade que existe apenas *online* e que, embora estes fenómenos por vezes extravasem para a realidade social, o cerne da questão prende-se com a sua origem e o meio a que pertence. É interessante perceber que para Alvarez, Cuenca, Noronha e Schor (2007) a decisão de optar por técnicas aplicadas à internet é aconselhada quando o *setting* natural dos participantes, neste caso objeto, se encontra na internet. Perante um objeto que requer a sua análise através da internet torna-se necessária inovação uma vez que, para Wiles, Pain e Crow (2011) possui uma natureza distinta do mundo real. Inclusivamente, Wiles, Pain e Crow (2011: 19) defendem que a “inovação metodológica é essencial para o desenvolvimento, e principalmente quando há poucas oportunidades para os pesquisadores experimentarem métodos e avaliarem a sua efetividade em responder às questões sociais”. Uma das opções metodológicas que se tem afirmado mais fortemente é a pesquisa etnográfica (*webethnography*) (Hine, 2000; Howard, 2002; Kozinets, 2002), que consiste na aplicação de métodos etnográficos ao contexto *online*, ainda que a internet forneça também um manancial de informação único para pesquisas de caráter mais quantitativo como é o caso das análises das redes sociais.

A Internet apresenta uma série de vantagens como objeto de estudo uma vez que tem grande cobertura, acessibilidade e facilidade de uso, mantendo a identidade preservada ou escondida atrás de um avatar. Baseia-se em comunicação predominantemente escrita (não verbal), reduzindo custos em deslocações e, por vezes, reduzindo a inibição entre pessoas por lhe darem a oportunidade de “se esconderem” atrás de um ecrã (Muñoz, 2007). Um outro aspeto realçado na comunicação feita através da Internet, por Abreu,

Baldanza e Gondim (2009), está ligado à forma mais enfatizada com que os usuários podem comunicar, através de *smiles*, mais letras nas palavras para enfatizar, ou cores diferentes.

Esta dissertação optou por uma metodologia de caráter qualitativo e interpretativo, procurando responder à questão de partida que assume o interesse sociológico da auto-descrição dos memes da internet através de conceitos provenientes da biologia, começando pela designação “meme”. Adota-se uma postura transdisciplinar através da mobilização de conceitos que, sendo também da sociologia, não são exclusivos desta disciplina encontrando-se, antes, no diálogo interdisciplinar entre as ciências sociais e as ciências naturais.

Mobilizou-se uma abordagem de caráter etnográfico, tendo também presente que o autor desta dissertação é um utilizador destes espaços virtuais. Neste sentido, porém, procurou-se algum distanciamento em relação ao objeto, nomeadamente através da seleção de um conjunto de técnicas como a observação não participante de fóruns secundários *online* e análise documental e de websites.

Referente à amostra, para a análise de memes da internet, umas das principais preocupações foi a sua delimitação visto que o fenómeno é composto por um universo bastante amplo e impossível de analisar na totalidade. Deste modo, a amostra escolhida corresponde a todos os *Advice Animals* presentes no *Know Your Meme* (independentemente do seu estado).

A escolha dos *Advice Animals* deve-se ao facto de estes serem dos memes da internet mais estruturados, e atendendo que um dos objetivos desta dissertação é analisar a sua própria estrutura e codificação, este tipo de meme da internet em concreto torna-se uma escolha com base na sua pertinência.

Os *Advice Animals* são um tipo de meme da internet, dentro de todos os fenómenos da rede, que segundo o *Know Your Meme*⁵ corresponde a imagens em série (denominadas por macros) com animais ou humanos, onde está inserido um texto que representa um/a personagem e os seus traços. Relativamente à sua origem, o nome *Advice Animal* foi retirado do agora meme da internet (na altura ainda apenas encarado como imagem

⁵ <http://knowyourmeme.com/memes/advice-animals>

macro) *Advice Dog*. Este remonta a sete de setembro de 2006 e surgiu no *Mushroom Kingdom Forum*. A nível do seu conteúdo, este *Advice Animal* representa a cabeça de um cão de raça labrador no centro de uma imagem colorida, sendo que o criador, Evan Herrington, diz ter-se inspirado num videogame (*Katamari Damacy*) para colocar esse fundo com cores. Também, segundo o *Wiktionary*⁶, se encontra uma definição de *Advice Animal* que corresponde à dada pelo *Know Your Meme*.

Embora o *website* *Reddit*⁷ não defina o que é um *Advice Animal*, na sua secção especialmente dedicada a este tipo de meme da internet, estabelece algumas regras referente ao *upload* destes. Em primeiro, reforça a posição de ser um *website* de humor, e como tal, nem tudo deve ser levado demasiado a sério. Em segundo, pede para se seguir o modelo dos *Advice Animal* (duas frases colocadas sobre uma imagem). Em terceiro, não devem ser republicadas imagens que já foram anteriormente publicadas (denominados como *reposts*) ou imagens que não foram feitas pelo próprio que quer publicar. Em quarto, todos os *Advice Animals* devem ser colocados na vertical. Em quinto, não colocar memes da internet que foram vistos na fora da Internet. Em sexto, nunca submeter uma imagem nova com pessoas próximas na “vida real”. E por último devem-se manter as maneiras e não usar *Advice Animals* para ameaçar, insultar ou incentivar o ódio (sob pena de ser banido do próprio *website*). No entanto, e em rodapé sobre estas regras, o *website* diz-se encontrar no direito de apagar qualquer imagem que tenha sido ali colocada.

A base do estudo dos *Advice Animals* foi o *Know Your Meme*, uma comunidade que se dedica a documentar de forma profissional todos os fenómenos da internet, coloca de parte aquilo que Muñoz (2007) encara como informação recolhida por meio de fóruns primários (aqueles construídos pelo investigador para obter informação). Está-se perante aquilo que para o autor é um fórum secundário (que pré-existe à pesquisa) onde se pode investigar e retirar informação. Para além disso, “a potência dos fóruns (...) mostra que esta ferramenta é capaz de vertebrar a socialização no ciberespaço” (Domínguez e Alonso, 2004: 2).

⁶ http://en.wiktionary.org/wiki/advice_animal

⁷ <http://www.reddit.com/r/AdviceAnimals/>

O *Know Your Meme* apresenta-se como uma base sólida para a análise, dado o seu carácter próprio de arquivar, documentar e confirmar este tipo de fenómeno de forma profissional. Mas, para além disso, o facto de se efetuar uma análise apenas dentro de uma plataforma *online*, permite que os dados possam ser comparáveis entre si.

O *Know Your Meme* foi fundado em 2008 e faz parte da empresa que gere outros *websites* com alguma relevância como *Failblog*, denominada de *Cheezburger*. Como anteriormente referido o seu principal objetivo incide na pesquisa de fenómenos da internet, para posteriormente documentar com o máximo rigor. Para atingir tal objetivo, este *website* é composto por uma equipa profissional de editores e pesquisadores que, juntamente com os próprios membros registados da comunidade, tornam possível a sua fidelidade.

Dentro do *Know Your Meme*, o processo pelo qual um meme da internet passa corresponde a três fases distintas. Primeiro, este é submetido para pesquisa por parte de um membro registado. Depois da sua submissão, a sua análise será preponderante para a terceira fase: a sua confirmação ou refutação. Caso um meme da internet seja confirmado, ganha um *status* de válido no site, ao contrário daqueles que não são validados, que, devido à sua rejeição como memes da internet, vão para uma categoria denominada de *Deadpool*.

As fontes de informação para cada uma das hipóteses foram:

H1: a) Existência de sistemas de votos *online*; b) Conteúdo referente a cada meme da internet; c) Estrutura como o *Know Your Meme* apresenta as entradas; d) A aplicação dos usuários da metáfora biológica ao objeto em análise.

H2: a) Origem do meme da internet; a) Transformações digitais sofridas; c) Morfologia do meme da internet desde a sua origem até ao seu resultado final; d) existência de um modelo estandardizado para os memes da internet.

H2a: a) Nome; b) Data de origem; c) Local de origem; d) influências; e) feitos efetuados; f) função.

H2b: a) Objetivo do *website*; b) público a que se destina; c) grau de relação com os memes (se é exclusivo ou não); d) Ligações com outros *websites*.

H2c : a) Sistemas de votos; b) Secções de comentários; c) Fóruns de discussão.

H3a: a) Número de imagens/vídeos; b) Estado; c) Número de favoritos; d) Número de visualizações de página; e) Comentários.

H3b: a) Sistema de votos; b) Comentários; c) Sistemas de verificação e confirmação de memes; d) número de imagens/vídeos.

Identificaram-se 196 *Advice Animals* no *Know Your Meme* que foram analisados nos dias 13 e 14 de maio de 2013. Para a sua análise recorreu-se primeiramente a duas técnicas: Análise de conteúdo e análise documental.

Na primeira técnica recolheram-se dados referentes aos próprios memes da Internet enquanto objeto, incluindo uma recolha e posterior análise dos comentários respetivos a cada *Advice Animal*. Na segunda técnica foram recolhidos todos os dados que a página do *Know Your Meme* fornecia sobre determinado *Advice Animal*.

No entanto foram escolhidos nove *Advice Animals* do total do seu universo para um acompanhamento biográfico durante a dissertação. A seleção destes foi de forma aleatória com base num programa de computador que gera números aleatórios⁸.

A partir do momento em que a informação foi recolhida de todos os 196 *Advice Animals*, surgiu uma nova análise: A análise de *websites*.

Uma vez identificados os *websites* referentes à origem de todos os *Advice Animals* no *Know Your Meme*, foi efetuada a análise destes, onde foram identificados novos *websites* de forma à análise da rede ser o mais completa possível.

Assim, dos treze *websites* diretamente relacionados com os *Advice Animals* encontrados no *Know Your Meme*, foram identificados mais seis. Que, ao incluir o próprio *Know Your Meme*, aumentou para vinte *websites* que compõe a rede dos *Advice Animals*.

⁸ <http://www.random.org/>

Tabela 1 – Hipóteses, conceitos, fontes e técnicas de recolha de informação.

Hipótese	Conceitos	Fontes de Informação	Técnica
H1) Os memes da internet são autorreflexivos	Reflexividade, seleção, variação, retenção, autoconsciência,	Sistemas de votos, conteúdo do meme (centrado como meme), estrutura (secções) do <i>Know Your Meme</i> , termos da biologia em comentários	Análise <i>websites</i> , análise conteúdo dos memes, observação em segundo grau,
H1a) Os memes da internet são uma forma de análise do quotidiano	Quotidiano, referentes, signos, significados	Descrição do meme: Quem retrata, como retrata, o que retrata	Análise conteúdo dos memes, análise documental <i>online</i>
H2) Os memes da Internet são um fenómeno estruturado na internet	Codificação, manipulação, símbolo, coesão, anatomia e embriologia comparada, categorização	Origem (foto), transformação digital: cortes, adição texto, posição expressa, situação retratada, quem retrata, estrutura dos memes (como se apresentam), morfologia do meme desde a origem, produção estandardizada	Análise conteúdo dos memes, análise documental (<i>website</i>)
H2a) Os memes da internet tem uma identidade e uma biografia	Identidade, biografia,	Nome, Data nascimento, origem, influências, feitos efetuados, função	Análise conteúdo dos memes da internet, Análise documental (<i>website</i>)
H2b) Existem papéis distintos entre os diversos sítios da internet dentro do sistema de produção dos memes da internet	Papéis sociais, homofilia, densidade	Objetivo do website, público alvo, secções de comentários, grau de relação com memes (dedicado, contem memes entre outros assuntos, rede social)	Análise <i>websites</i>
H2c) Existe trabalho colaborativo na produção e reprodução de memes da internet	Cooperação, trabalho colaborativo, sinergismo,	Sistemas de votos, secções de comentários, comentários, fóruns de discussão,	Análise de <i>websites</i> ,
H3) A internet tem conceitos	Meme (biológico), seleção,	<i>Presente nas outras hipóteses</i>	

que podem ser descritos com conceitos da biologia	variação, retenção, embriologia comparada	e nas suas sub hipóteses	
H3a) A visibilidade é um recurso escasso na internet que depende da replicação	Replicação, compreensão coletiva, fecundidade, alcance, longevidade, fidelidade, ressonância cultural,	Nrº de imagens/vídeos galeria, estado know your meme, nrº de favoritos, nrº de visualizações de página de cada meme, comentários quantidade e qualidade (identificação com meme)	Análise documental (<i>online</i>),
H3b) Uma das formas de adaptação a essa escassez relaciona-se com todo o trabalho colaborativo da rede	Cooperação, competição, replicação, sobrevivência, estabilidade,	Sistema de votos, comentários (colaborativos: discussão construtiva a cerca de um meme), sistemas de verificação e confirmação (estado <i>Know Your Meme</i>),	Análise <i>websites</i> , análise documental (<i>online</i>)

Atendendo às hipóteses e suas fontes de informação, foram aplicadas as seguintes grelhas:

a) **Grelha de análise de Memes da Internet** (Análise de Conteúdo e Documental)

Nome – Evidência de identidade: Visa a procura do seu caráter único. Se afirmativo, para além da existência da própria atribuição do nome (construção sólida por qual são reconhecidos) numa rede desregulada, cada *Advice Animal* apresenta-se como único, e de encontro com a sua função, irrepetível (Em conjunto com a **Descrição**).

Origem – Evidencia da origem biográfica de um imeme. A origem corresponde a um *website* onde foi publicado pela primeira vez. Daqui pretende-se retirar a evidência que há *websites* onde surgem mais imemes que outros. Começando assim a construir uma tipologia dos diversos *websites* em relação aos imemes da internet.

Ano – Evidencia biográfica do imeme. A existência de *Advice Animals* repartidos ao longo dos anos indicará a própria latência do surgimento de novos imemes. Que será de extrema relevância para articular com o conceito ‘seleção’ das teorias da evolução.

Descrição - Evidência cultural e biográfica presente no *Advice Animal*. **1)** Culturalmente (numa visão antropológica) pretende-se encontrar o que eles comunicam aos seus leitores: hábitos, valores, posições relacionadas com o quotidiano, humor, ou outros temas. Esta análise permitirá a obtenção do significado (*função/posição*), do referente (*quem se refere*) e o símbolo (*ideias/conceitos abstratos* presentes). **2)** Biograficamente procura-se, como no nome, encontrar o seu caráter de singularidade pelos mesmos motivos do contraste entre a rede desregulada e um fenómeno regulado.

Galerias: Nrº Vídeos/Imagens – Evidência da fecundidade de um meme da internet. A separação dos dois tipos multimédia permite perceber qual a forma que os *Advice Animals* assumem preferencialmente como meme da internet. Para além disso, demonstram a capacidade de gerar cópias de cada meme individualmente numa soma de ambos.

Subentradas – Evidência da fecundidade e a sua capacidade de gerar novos *Advice Animals* a partir de um já existente. Uma subentrada de um *Advice Animal* deverá apresentar resíduos/traços gerais daquele que derivou, posição essa que reforçará a identidade única de cada um meme: existem memes semelhantes, mas esses são subentradas de outros memes.

Comentários:

1) Quantitativamente: Evidência da discussão perante determinado *Advice Animal*. Diretamente relacionada com a própria lógica do trabalho colaborativo da rede, caso a discussão seja um fator principal e comum em todos os *Advice Animals*.

2) Qualitativamente: Registo dos comentários mais recorrentes, da evidência do próprio fenómeno encarado pelo termo de Dawkins 'meme' pelos próprios utilizadores, da ressonância cultural (identificação com o conteúdo do meme), e outros comentários que revelem determinada situação, esperada ou não, com os objetivos da tese. (Diretamente relacionados com as hipóteses)

Para a seleção e registo de comentários, a prioridade foi colocada aos comentários mais votados (uma vez que implica maior concordância da comunidade), os comentários mais recorrentes, ou aqueles que se apresentem como relevantes e reveladores de situações, esperadas ou inesperadas, relacionadas com os objetivos e hipóteses da dissertação.

Estado – Como fonte principal para comparação de outras variáveis desta grelha de análise. O estado do *Know Your Meme* implica um *status*, cuja relação com outras variáveis permitirá perceber se essa confirmação de um *Advice Animal* se apresenta como um fator relevante para a sua própria notoriedade. Será a principal forma de análise da retenção

Favoritos – Recolha do número (fornecido pela própria página de cada entrada) onde se percebe a popularidade atribuída pelos membros do *Know Your Meme* a cada *Advice Animal*.

Visualizações de página – Principal unidade de análise da visibilidade. As visualizações de página (fornecidas em todas as entradas) são umas das principais variáveis para articular com o Estado do *Know Your Meme*, procurando encontrar se o sucesso de um *Advice Animal* esta relacionado com a sua visibilidade, e demonstrando que esta é um recurso escasso na internet.

Referente à análise de *websites*, a metodologia aplicada foi baseada pelo método apresentando pelo Ministério da Educação e Ciência de Portugal, SeguraNet (2010), no qual se pretende recolher: a) Objetivo do *website*; b) Público-alvo; c) Conteúdo. Aliado a estes aspetos, foi incorporada a valorização dos recursos multimédia de Júnior (2010), uma vez que para este autor, recursos como vídeo, imagem e animação, são encarados como excelentes formas de transmissão de informação. Surgindo deste modo a segunda grelha de análise:

b) **Grelha de análise da rede dos Memes da Internet** (Análise de *Websites*)

Nome/Url – Identificação na rede de determinado *website* em função do seu nome.

Descrição – Descrição dada pelo próprio *website* sobre si. Geralmente na *Homepage*, esta descrição será a evidência da sua função, do seu papel na rede e ao tipo de utilizadores da internet este se destina.

Função principal – Corresponde à função pelo qual o *website* é procurado e usado.

Registo/Log in – Evidência dos custos (não necessariamente económicos) para o utilizador perante determinado *website*, com a análise das funções inerentes ao próprio registo.

Rótulo – Categorização do *website* à tipologia proposta na dissertação referente aos papéis dos atores na rede (Criadores, Construtores, Divulgadores e Arquivadores)

Público – Dado a diversidade de públicos que poderiam ser colocados em questão, esta categoria pretende analisar a exclusividade, ou falta desta, do conteúdo do *website* em relação aos memes da internet (na visão mais ampla de todos os fenómenos da Internet)

Discussão presente – Evidência do trabalho colaborativo e os mecanismos (digitais) em que essa discussão acontece.

Aplicações disponíveis – Evidência de mecanismos (*software online*) que permitem a criação de memes da internet.

Sistema de votos/Descrição – Existência, ou falta desta, de um sistema que permite aos usuários votar diretamente nos memes internet apresentados no *website*. A sua descrição corresponde à forma como esse processo é feito, com vista em criar uma tipologia dos próprios sistemas.

Partilhas – As partilhas correspondem aos mecanismos presentes em cada *website* para partilhar um determinado meme da internet, dentro ou para outro *website* que não o próprio. Assim as partilhas podem ser **a)** Internas (dentro do próprio *website*); **b)** Externas (para outros *websites*); **c)** Via *Facebook* (através da rede social *Facebook*). A distinção entre os *websites* externos e o *Facebook* está relacionado com o papel crescente que esta rede social assume na Internet. De hoje em dia é possível, em vez de registar, efetuar *login* em diversos *websites* apenas com a conta do *Facebook*, substituindo desta forma um registo local/interno no próprio Website.

Websites referenciados – Lista de todos os *websites* referenciados nas páginas de determinado website, sejam estes para partilhar, por afiliações, para posterior inclusão no sociograma.

Tipos de ficheiro disponíveis – Análise aos tipos de ficheiro multimédia que existem no website, correspondendo a: imagem (*.jpeg, .png, .tiff, .bmp, etc.*) vídeo (*live streams, .mp4, .avi, etc.*) e imagens animadas (*.gif*). A distinção entre as imagens animadas e as imagens é relevante na medida que estas visualmente apresentam mobilidade, como vídeos, que não existe nos ficheiros de imagem mais recorrentes (estáticos).

4. Sistema de Produção e Reprodução de *Advice Animals*

4.1 A anatomia dos *Advice Animals*: Um boletim geral

No *Know Your Meme*, o universo dos *Advice Animals* é composto por 196 entradas, sendo que desse total 47,45% (93) dos memes da internet estão confirmados, 44,39% (87) são submissões e 8,16% (16) foram rejeitados e como tal, estão na secção *deadpool*. Todos os *Advice Animals* são responsáveis por 82.297.193 visualizações de página, 13.863 comentários, e 22.894 ficheiros multimédia nas suas galerias⁹.

Referente à sua origem, e embora o primeiro tenha surgido em 2006, até à data só o ano de 2007 não viu nenhum *Advice Animal* emergir. *4Chan*, *9Gag*, *Facebook*, *Funnyjunk*, *Google+*, *Memebase*, *Memegenerator*, *Quikmeme*, *Reddit*, *The Mushroom Kingdom*, *Tumblr* e *Youtube*, são os *websites* responsáveis pela invenção dos memes da Internet que compõe o universo dos *Advice Animals*¹⁰.

4.2. O sistema de produção

4.2.1. A rede colaborativa e os papéis do sistema de reprodução

Este sistema ocorre numa rede na Internet onde são visíveis papéis diferentes nas próprias fases distintas do sistema de produção e reprodução. Atendendo que anteriormente foram notadas diferenças existentes entre os diversos *websites* referentes à origem dos *Advice Animals*, tornou-se evidente que existem papéis distintos entre os diversos *websites*, perante a criação, replicação e arquivação do fenómeno. Como tal, foram criadas quatro categorias no qual se podem classificar os *websites* que lidam com os memes da internet, que são as seguintes: Criadores, Construtores, Divulgadores e Arquivadores.

Os criadores, em primeiro lugar, são aqueles quem criam os memes da internet originais, ou seja, onde estes surgem pela primeira vez. Para definir um *website* como criador tem-se, como principal medida, a quantidade de memes da internet que este foi à origem de um meme da internet. No entanto, existem memes da internet como o *Advice Dog*, único *Advice Animal* criado nos fóruns *The Mushroom Kingdom*, cuja sua origem remete para

⁹ Dados referentes à data da sua recolha (13 e 14 de Maio de 2013).

¹⁰ Caso a sua origem seja desconhecida, esta aparece como tal. Se ainda estiver a ser procurada, aparecerá como “em pesquisa”.

um criador. Potencializando assim alguns fóruns como criadores de memes da internet, independentemente da quantidade gerada destes.

Após a sua criação, os memes da internet necessitam de ser replicados para sobreviver. Estes encontram nos *websites* divulgadores a melhor forma de se reproduzir. Ao contrário dos criadores, os divulgadores de memes da internet embora não os inventem encontram uma maior exploração do objeto. Os divulgadores tem um papel claro neste processo: são aqueles que mais espalham os memes da internet. Antes de mais existem dois tipos distintos de divulgar: em primeiro encontramos *websites* que se dedicam exclusivamente a humor e em segundo lugar as redes sociais, que permitem divulgação e partilha de memes na internet, como a criação de pequenas comunidades locais de memes da internet, como por exemplo, os Memes da Universidade de Coimbra¹¹. Geralmente são os divulgadores que possuem o sistema de filtragem *thumbs up/down*.

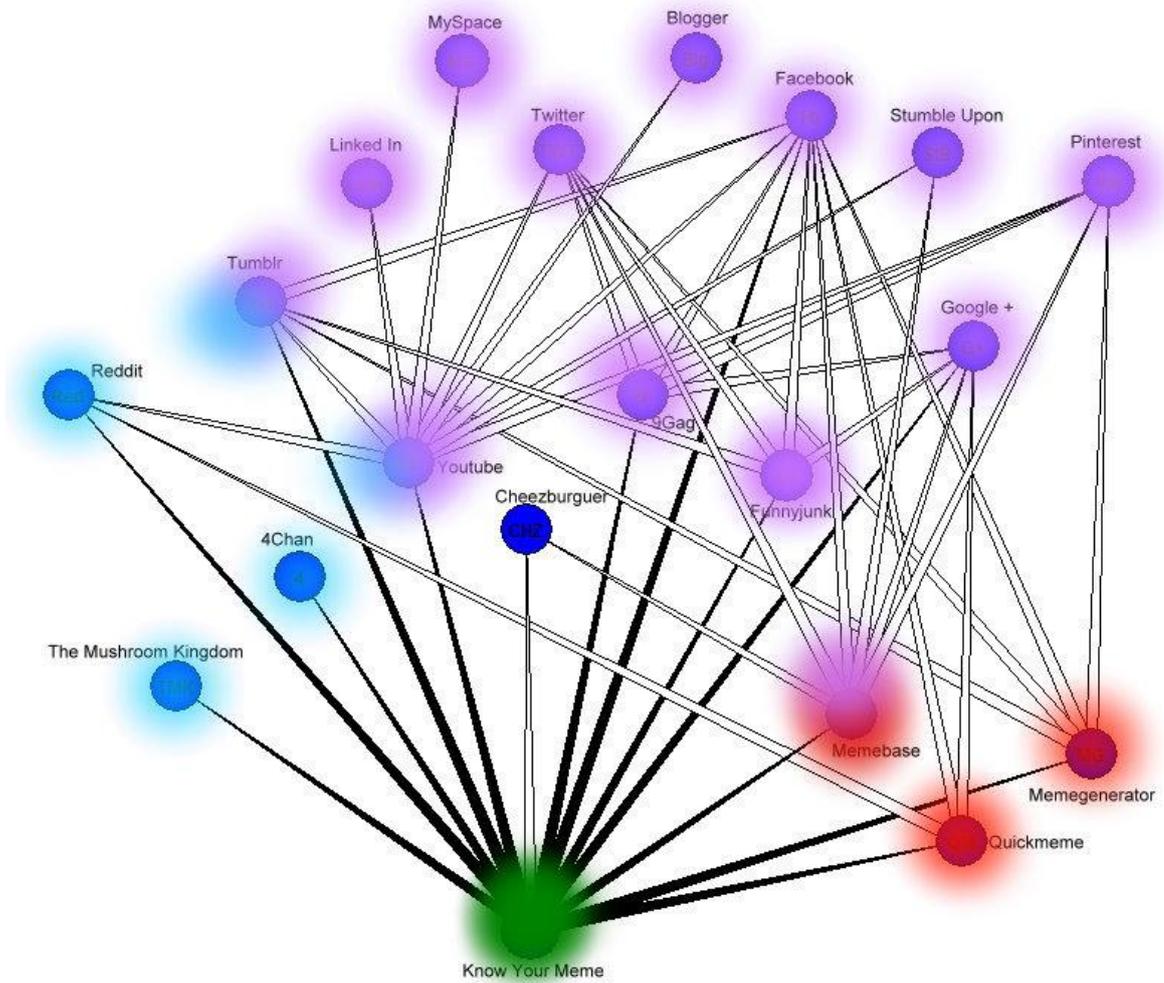
Os construtores são as oficinas dos memes da internet. É aqui que o processo mecânico da sua construção acontece. Em primeiro lugar, estes *websites* são sobretudo denominados como *generators*, ou *makers* uma vez que oferecem a qualquer indivíduo com acesso à internet a oportunidade de criar o seu meme da internet. Quando é referido o seu caráter mais mecânico, é a nível das ferramentas que estes tipos de *websites* oferecem para a produção, como já foram anteriormente descritas. Estes *websites* por vezes oferecem galerias onde se podem encontrar memes da internet, mas diferenciam-se completamente dos outros papéis pois estes têm como característica principal a oferta de uma plataforma (*software*) *online* que permite criar novos ou gerar memes da internet existentes de forma simplificada.

Por último encontram-se os arquivadores. São denominados desta forma porque estes tipos *websites* têm como principal função documentar os memes da internet e outros fenómenos da Internet. Estes *websites* são sobretudo caracterizados pela forma como recriam a história de cada meme da internet, compilando toda a informação necessária de cada um relativamente à sua origem, função, data, e papel dentro dos memes da internet. Para além disso, e no caso do *Know Your Meme*, existe uma tentativa contante de documentar todos os fenómenos da internet, e certificá-los.

¹¹ <https://www.facebook.com/pages/Memes-da-UC/116691845118337?fref=ts>

Após estas classificações, e através da análise de *websites*, é relativamente simples atribuir a classificação aos *websites* que estão diretamente relacionados com os *Advice Animals*. Excluindo aqueles cuja origem é desconhecida, existem três criadores, dois construtores e sete divulgadores.

Sociograma 1 - Rede dos *Advice Animals* pelos diferentes papéis.



Legenda: A vermelho os construtores, a verde os arquivadores, a azul os criadores e a roxo os divulgadores.

Olhando para o sociograma, é evidente a maior presença de divulgadores da rede completa dos *Advice Animals*. A construção desta rede parte do *Know Your Meme*, onde o objeto foi estudado, ligando-o (linhas a preto) diretamente aos *websites* onde está associada a origem de algum *Advice Animal*. Por sua vez, e através da análise desses *websites* relacionados, foram recolhidos e listados todos os *websites* aí também

referenciados, para que o sociograma fosse o mais completo possível. No entanto, a própria classificação de alguns *websites* não é linear, e exigiu, no próprio sociograma, a combinação do esquema de cores e da proximidade entre pontos. O *Memebase*, embora se apresente como um típico divulgador, apresenta também características dos construtores, uma vez que oferece as ferramentas destes. O caso do *Youtube* e do *Tumblr*, ligados à origem de um e doze *Advice Animals* respectivamente, apresentam também características dos divulgadores visto que se tratam de duas redes sociais à base de vídeo e imagem (respectivamente), estando, por esse motivo, naquela posição concreta de proximidade com os outros divulgadores no sociograma.

Ainda no sistema de reprodução, que corresponde à fase da seleção natural da variação, e sabendo que a replicação é um dos fatores principais para a divulgação de memes da internet, é importante destacar que, entre as quatro papéis, é o grupo dos divulgadores que apresenta uma maior densidade entre si (17,36), contra 0,63 entre os criadores e 0,94 entre construtores¹². Mesmo comparando com a rede na sua totalidade, a densidade entre divulgadores é superior (0,21). Como é sabido, quanto mais densa é uma rede, maior é o fluxo de informação e ideias, o que, reforçando ao mesmo tempo o papel de 'divulgador' a esses *websites*, também lhes atribui uma enorme importância na fase da variação, onde a replicação se assume como conceito central.

4.2.2. A seleção: A origem de um sistema

Aquando da análise dos *Advice Animals*, ficaram claras duas questões referentes à sua origem: Em primeiro, a origem destes fenômenos não está apenas associada a um determinado *website*, mas sim a vários. E em segundo, o fenômeno não está delimitado apenas a um espaço temporal em concreto.

Estes dois aspectos são aqueles que mais evidenciam uma correspondência entre a emergência dos memes da internet com a fase da seleção natural denominada de seleção. Esta corresponde, dentro do sistema de produção de *Advice Animals*, a todo o conjunto de novas possibilidades para a emergência de novos memes, explicando o

¹² Para este cálculo o *Memebase* foi considerado como divulgador, enquanto o *Tumblr* e o *Youtube* foram considerados divulgadores dado as suas funções principais.

surgimento deste tipo de fenómeno, mas também explicando as novas futuras ocorrências.

Em primeiro, a existência de diversos *websites* na sua produção não se fica apenas pela sua diversidade, uma vez que quando comparados, tornaram-se evidentes as diferenças a nível de quantidades produzidas que existem entre os vários *websites* referentes ao fenómeno.

Tabela 2 - Origem (em quantidade) de Advice Animals por website.

Origem	Total: 196	100,00%
4Chan	25	12,8%
9Gag	1	0,50%
Desconhecida	21	10,70%
Facebook	2	1%
Funnyjunk	2	1%
Google +	1	0,50%
Memebase	1	0,50%
Memegenerator	17	8,70%
Quickmeme	18	9,20%
Reddit	94	48%
The Mushroom Kingdom	1	0,50%
Tumblr	12	6,10%
Youtube	1	0,50%

Dos 196 *Advice Animals* analisados, apenas vinte e um se encontram com a origem desconhecida, sendo o *Reddit* o maior produtor destes com noventa e quatro criações, seguindo-se do *4Chan*, *Quickmeme* e *Memegenerator*, com vinte e cinco, dezoito e dezassete criações respetivamente. Logo de seguida encontra-se o *Tumblr* com doze, e, com uma menor contribuição que os anteriormente listados surgem o *Facebook* e *Funnyjunk* com duas cada, e o *9Gag*, *Google+*, *Memebase*, *The Mushroom Kingdom* e *Youtube* apenas com uma cada. Demonstrando assim, que o surgimento deste fenómeno não está apenas ao encargo de um determinado *website*, mas sim de vários, e que mesmo entre eles, existem diferenças sobre a produção de novos memes da internet.

Referente ao espaço temporal e retirando o ano de 2007 que não existe qualquer registo do surgimento de algum *Advice Animal*, ficou evidente que desde 2006 estes

fenómenos têm-se ampliado. Este aspeto, como o segundo ponto essencial da fase da teoria da evolução da seleção, demonstra que existe um caráter latente para a emergência de novos *Advice Animals*.

Tabela 3 - Distribuição de *Advice Animals* por ano.

Ano	Total: 196	100,00%
2006	1	0,51%
2007	0	0,00%
2008	5	2,55%
2009	18	9,18%
2010	29	14,80%
2011	77	39,29%
2012	59	30,10%
2013	6	3,06%
Desconhecida	1	0,51%

Este caráter explica porque surgiram em períodos diferentes de tempo novos memes da internet, e mais importante que isso, porque ainda hoje continua a surgir novos. Embora o ano de 2011 tenha sido aquele que regista um maior surgimento de novos fenómenos (setenta e sete entradas), o ano de 2013, na altura da análise, já era composto por seis novas entradas.

Para além das divergências presentes na origem do *website* onde o fenómeno pode surgir, foram encontradas várias fontes distintas onde a seleção acontece.

4.2.3. Os casos no sistema de produção

Recorrendo dos *Advice Animals* escolhidos aleatoriamente para análise biográfica, percebe-se que nem todos têm a mesma fonte inspiradora quando foram selecionados.

Ilustração 1- Exemplos dos casos selecionados para acompanhamento biográfico



Legenda (Em linha, do canto superior esquerda para o canto inferior direito) 1) Minecraft Creeper; 2) Karate Kyle; 3) Billy O' Reilly You Can't Explain That; 4) Actual Sexual Advice Girl; 5) Defensively Heterosexual John Watson; 6) Hood Dad; 7) Business Creeper; 8) Memeless Maya; 9) Roommate Hulk.

Por exemplo, o *Advice Animal Minecraft Creeper* surgiu do videogame *Minecraft*; *Karate Kyle*, *Hood Dad* e *Memeless Maya* de fotografias postadas no *Facebook*, *Reddit* e *ICanHasCheezburger* (respetivamente), e *Bill O' Reilly You Can't Explain That* e *Defensively Heterosexual John Watson* de programas de televisão.¹³

¹³ "Roommate Hulk" e "Actual Sexual Advice Girl" sem referência à sua origem no *Know Your Meme*.

Ilustração 2 - Origem de Bill O' Reilly You Can't Explain That.



Por último, um aspeto que pode potencializar o surgimento de novos *Advice Animals* está relacionado a algo que é descrito dentro da própria comunidade como *exploitable image*. Uma *exploitable image* é uma imagem que tem parecenças com algo ou alguém, e que pode ser usada nesse mesmo sentido. *Lenin Cat* foi o exemplo mais evidente encontrado nos *Advice Animals* analisados, uma vez que é perceptível uma associação intencional por parte do seu criador entre as poses de um gato com uma representada por Lenin.

Ilustração 3 - Lenin Cat: Exemplo de uma explotaible image.



Após a seleção, ou seja, quando uma determinada imagem se torna uma tentativa/possibilidade concretizada de um novo meme da internet, existe outros processo que recai sobre esta. Denominado de codificação, através da reedição das imagens, este é o processo que capacita os novos memes da internet com uma identidade e uma função, unindo as diferentes fases, da seleção natural, da seleção e variação.

4.2.4. A construção de células culturais

Após o processo de seleção de um novo *Advice Animal*, este sofre modificações digitais e do próprio sentido de forma a poder comunicar algo. Este é um dos aspetos principais deste fenómeno, visto que, com a sua análise, ficou evidente que todos eles transmitem algo a quem os lê. A codificação surge como o processo articulador que separa uma simples imagem macro de um meme da internet, uma vez que é a codificação que distancia uma simples imagem editada para algo que representa mais que isso. Esse algo, complexo, comunicativo, capacitado com uma identidade e função é aqui encarado como uma célula cultural que mais tarde, na variação, poderá vir a tornar-se um meme da Internet. Esta metáfora biológica com a adição de um carater social não é por acaso, uma vez que representa tudo aquilo que o fenómeno é: um corpo que se comporta como algo biológico (como um meme) mas que transporta e comunica sobre determinada situação social.

A questão da construção da identidade um meme da internet apresenta-se como relevante até para a sua própria sobrevivência. Isso ficou evidente na análise dos *Advice Animals* dado que nenhum destes se repete a nível identitário. Antes de mais todos eles têm um nome que os identifica, e esse nome é único e irrepitível.¹⁴ Em segundo, uma das preocupações notadas pela comunidade do *Know Your Meme* na pesquisa do fenómeno é referente à existência de outros *Advice Animals* que apresentam grandes semelhanças com outros. Por exemplo, sobre *Anxiety Cat* um usuário questiona se este não é “basicamente como o *Paranoid Parrot*, mas representado por um gato?”, situação que é também visível nos comentários de outros *Advice Animals* (Tabela 4) como

¹⁴ Lista de todos os *Advice Animals* disponível no Anexo I.

Technologically Impaired Duck e o *Lonely Computer Guy*, *Friend Zoned Phill*, ou *Bad Joke Eel*, demonstrando assim uma preocupação associada à repetibilidade de memes da internet, como algo não desejável.

Tabela 4 - Comentários sobre a identidade dos Advice Animals

<p>"So basically paranoid parrot, except a cat?" (Sobre Anxiety Cat)</p> <p>"Isn't this like... "technologically impaired duck" the human version?" (Sobre Lonely Computer Guy / Net Noob)</p> <p>"How did this get confirmed? I haven't even seen this around except on here, it just seems like a Socially Awkward penguin derivative." (Sobre Anxiety Cat)</p> <p>"What's the difference between this meme and lame pun raccoon? No, seriously, what's the difference?" (Sobre Bad Joke Eel)</p> <p>"Because we need another friend zone meme." (<i>Ironicamente</i>, Sobre Friend Zoned Phil)</p> <p>"Throw another one in the ocean of Advice Animals!" (Sobre Overly Manly Man)</p> <p>"So. Many. Advice. Animal. Spinoffs." (Sobre Ordinary Muslim Man)</p> <p>"I freaking love this guy." (Sobre Overly Manly Man)</p> <p>"Not sure if this is strong enough to deserve its own entry. Maybe should of just been added to the socially awkward penguin entry." (Sobre Socially Awesome Penguin)</p>

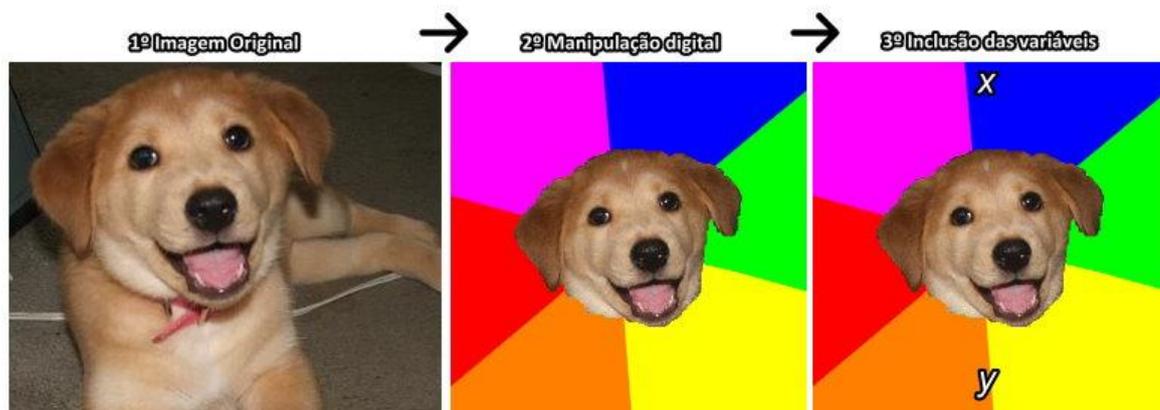
Relativamente às parencas entre alguns memes da internet, a fecundidade assume um papel relevante para a sua própria explicação. O caso do *Advice Animal Ridiculously Photogenic Guy* (Ilustração 3, A) é evidente para entender as cópias semelhantes que ele foi capaz de gerar. *Ridiculously Photogenic: Surgery Girl*, *Metalhead*, *Syrian Rebel* (Ilustração 3, B, C e D respetivamente), *Prisoner*, *Jiu-Jitsu Guy* tem em comum com o original (*Ridiculously Photogenic Guy*) apenas o facto de demonstrarem uma personagem que é incrivelmente fotogénica. Enquanto o original mostra um homem fotogénico, as suas derivações mostram uma rapariga internada num hospital, um homem que ouve *heavy metal*, um rebelde sírio, um prisioneiro e um praticante de *Jiu-Jitsu* em poses fotogénicas. Representando assim diversas personagens que tem um ponto em comum.

Ilustração 4 - Ponto em comum entre os Advice Animals 'Ridiculously Photogenic...'



No entanto, o meme da internet não comunica enquanto imagem sem a adição de texto. Esse texto, presente em duas variáveis, x e y , são aquelas que para além de representar o que esse quer transmitir, torna implícita a sua função. O facto de existir, na sua maioria, referência aos *Advice Animals* como imagens prende-se aos dados recolhidos referentes à sua forma: dos 22.894 dos ficheiros multimédia presentes no *Know Your Meme* referentes ao universo dos *Advice Animals*, 22.218 (97%) são e formato de imagem, enquanto apenas 676 (3%) se encontram em formato vídeo.

Ilustração 5 - Processo de codificação de um Advice Animal: O Caso do Advice Dog.



Da seleção até à variação, existem alterações digitais visíveis nas imagens, semelhantes às identificadas com as que Kennedy e Chang (2008) referiram. Essas alterações fazem também parte do processo de codificação. Como se pode verificar na ilustração anterior, da primeira imagem (original (da seleção)) para a segunda existiu um recorte desta e a adição de um esquema de cores ao seu fundo, resultando numa inevitável alteração desta. Estes memes da internet, em que há uma adição de um fundo colorido são denominados de nesta dissertação como de tipo A, distinguindo-se dos de tipo B, em que, a imagem se mantém, acrescentando apenas as variáveis presentes na terceira imagem da ilustração anterior. É essa inclusão de texto que distingue verdadeiramente um meme da internet de uma simples imagem. Pois, são as variáveis x e y aquelas onde é possível identificar os signos, símbolos, significado e referentes.

Ilustração 6 - Exemplo de um Advice Animal pós-codificação.



Usando como exemplo o resultado final de um meme da internet de *Karate Kyle*, sujeito à codificação tipo B, consegue-se perceber que existe um signo, um símbolo, um significado e um referente. Em primeiro, o signo, que corresponde a um objeto ou atividade em concreto, é neste caso, bem como em todos os memes da internet, a imagem enquanto objeto, como formato digital existente. Se se tiver em conta que este *Advice Animal*, de acordo o *Know Your Meme*¹⁵, é usado para retratar comportamentos violentos efetuados em forma de retaliação de *bullying*, consegue-se responder às questões sobre aos significados, símbolos e referentes, uma vez que esta nos responde às questões: Qual é a sua função? Qual é a ideia abstrata presente? A quem/que se refere?

Neste caso a sua função é retratar, a ideia abstrata presente é a retaliação violenta ao *bullying*, e o seu referente é o próprio *bullying*.

Com a análise de todos os 196 *Advice Animals* foram encontrados 13 significados, 66 símbolos e 154 referentes distintos.¹⁶ Ficou perceptível com tudo isto que, e sabendo que todos os *Advice Animals* têm sempre um significado, um símbolo e um referente, é o processo de codificação que os articula para que o seu resultado final seja coerente entre

¹⁵ <http://knowyourmeme.com/memes/karate-kyle>

¹⁶ Lista de todos os símbolos, significados e referentes dos *Advice Animals* está disponível no Anexo II.

a imagem que veio da fase da seleção e a informação posteriormente inserida. Tendo em conta a ilustração anterior, referente ao *Karate Kyle*, é perceptível que a imagem original ilustra alguém que pratica determinada arte marcial, e que posteriormente essa foi manipulada intencionalmente para retratar comportamentos que implicam respostas violentas perante situações de *bullying* através do texto que é inserido nas variáveis *x* e *y*, reforçando a coerência entre a imagem selecionada na variação, a sua identidade e a sua função.

Um dos pontos em destaque sobre o que se pode retirar nos diversos *Advice Animals* está relacionado com o teor do próprio conteúdo sobre hábitos ou comportamentos do quotidiano. Memes da internet como *Paranoid Parrot*, *Am I The Only One Around Here*, *Foul Bachelor Frog* e *Confession Bear* (Ilustração 7) são exemplos que demonstram uma certa intimidade depositada por parte dos seus criadores sobre situações do seu próprio quotidiano. O primeiro representa situações que as pessoas tomam no dia-a-dia perante situações de paranoia, como: (*x*) Os meus pais ainda não voltaram; (*y*) Tiveram um acidente e estão mortos. O segundo especialmente utilizado para expor uma opinião impopular na comunidade como: (*x*) Eu sou o único aqui; (*y*) que não gosta de gatos? O terceiro é principalmente usado para descrever comportamentos preguiçosos, comuns de pessoas solteiras ou que vivem sozinhas, como: (*x*) Acabou o champô; (*y*) A embalagem vazia fica durante meses no banheiro. E por último, *Confession Bear* é usado para confessar gostos, comportamentos ou valores que são mantidos em segredo, como: (*x*) Eu vi a tua mensagem; (*y*) Apenas fui preguiçoso de mais para responder.

Ilustração 7 - Exemplos de Confession Bear, Paranoid Parrot, Am I The Only One Around Here e Foul Bachelor Frog.



Este tipo de informação é interessante porque, em caso de ser amplamente replicado na rede (situação que por si implica concordância ou identificação), pode ajudar a definir determinados comportamentos ou valores que seriam difíceis de obter por meio de, por exemplo, uma entrevista, sobre o quotidiano.

4.2.3. As oficinas dos *Advice Animals*

Após a articulação entre sentido e função para um determinado meme da internet, este, já como resultado final da codificação, está pronto a ser replicado, entrando assim na lógica da variação. Uma das maiores evidências desse processo de codificação está presente nos *websites* que fornecem *software online* para a criação de memes da Internet. Na rede dos *Advice Animals* existem dois *websites* cuja sua função principal é gerar memes da internet, e um que, além de os divulgar, oferece as ferramentas para a sua criação. Os primeiros, *Memegenerator* e *Quickmeme*, apresentam mecanismos muito semelhantes na construção de um meme da Internet. Para já, o próprio nome destes apresenta uma imagem de facilidade de uso e simplicidade, através

dos nomes meme rápido (*Quick e Meme*) e gerador de memes (*Meme e Generator*). A nível da sua produção, ambos os *websites* oferecem, e sem qualquer necessidade de registo na plataforma, a escolha de uma lista de memes da internet já existentes, bem como a possibilidade de submeter uma imagem nova. Esta última função, que dentro do *Memegenerator* aparece como “Criar uma nova personagem¹⁷”, que para além de reforçar a identidade dos memes da internet, evidência de forma clara a fase correspondente à seleção, da seleção natural, dentro do sistema, uma vez que ao selecionar uma imagem, pessoal ou não, está-se a criar uma nova possibilidade de meme da internet.

Ilustração 8 - Printscreen [27/06/2013] referente ao programa oferecido pelo Quickmeme para criar memes da internet.



Como se pode ver na ilustração anterior, o processo de criação de um meme da Internet é bastante simples já que para este só é necessário preencher os espaços que correspondem às variáveis *x* e *y*. Fica claro que o modelo do meme, bem como a sua função, já estão previamente estabelecidos (através da codificação) e são apresentados de forma estandardizada de forma a só ter que preencher com aquilo que será o seu conteúdo. No caso da ilustração anterior, ambas as variáveis já estão preenchidas pelo próprio *software* de forma a dar um exemplo do meme da Internet em questão. Assim,

¹⁷ Os memes da internet encarados como personagens.

Forever Alone, usado para descrever comportamentos de pessoas extremamente solitárias, vem o exemplo: (x) Ganha uma viagem para dois ao Havai; (y) Vais duas vezes; reforçando a personagem e sua função. Contrariamente ao *Quickmeme*, o *Memegenerator* não oferece nenhuma sugestão, para além da indicação do que falta preencher: *top text* e *top text*.

A codificação apresenta-se como chave nos memes da internet. Como ficou evidente, desde a imagem original até ao modelo codificado existiu uma construção que originou uma personagem, com significado, referentes e função. Essa construção ficou coesa no modelo *x* e *y* e vai de encontro com uma das principais características encontradas no processo de codificação: a coerência.

Deste modo é o processo de codificação o principal capacitador de um meme da internet como fenómeno comunicativo, uma vez que é através dessa coesão presente na personagem, nos símbolos, referentes e significados com a própria imagem que se estabelece o que é informação, o que é um meme da internet, distinguindo-se assim de uma simples imagem na Internet que, ao contrário de ser informação, é ruído dentro do sistema dos memes da internet.

4.3. O sistema de reprodução

4.3.1. A variação: Entre a infeção e a resistência

Após um meme da internet estar codificado, este está pronto a ser replicado. Porém, este não se encontra sozinho na internet. Se a internet é algo que se apresenta como algo aparentemente ilimitado a nível de espaço, como um espaço em crescimento, bem diferente das condições do planeta a nível de recursos para as espécies, não seria este um meio em que todos os memes da internet sobreviveriam?

No entanto nem todos os memes da internet têm a mesma relevância, nem o mesmo estatuto para *websites* como o *Know Your Meme* que se dedicam a documentar os fenómenos da internet. Embora o espaço digital seja imenso, tornou-se evidente que maior parte deste espaço ficará sempre atrás do ecrã de quem o olha, uma vez que só o que está neste é que é visível. Deste modo, a visibilidade na internet é um recurso escasso comparável à, por exemplo, água potável na Terra. A variação apresenta-se como

a fase correspondente ao espaço da competição entre todos os memes da internet, em que estes ou são pouco ou muito replicados.

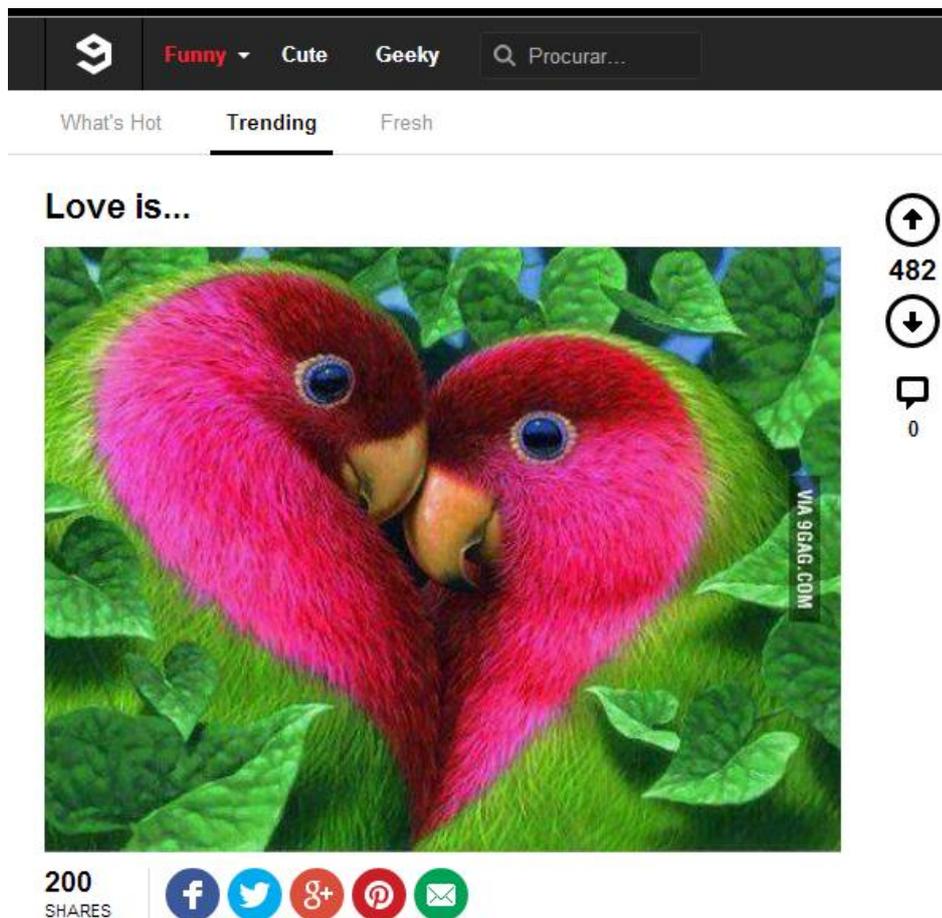
Uma das maiores evidências da visibilidade como recurso escasso está associada à primeira forma de trabalho colaborativo na rede: Os sistemas de filtragem. Estes, presentes em diversos *websites*, têm como principal função filtrar por base na relevância os memes da Internet, para que só os mais relevantes estejam sempre em páginas de destaque nos *websites*. É importante referir que, embora os memes da internet estejam a competir diretamente entre si, essa competição só existe porque também existe todo um trabalho colaborativo refletido neste sistema. Se não fosse a interação por parte das comunidades dos diferentes *websites*, esses sistemas de filtragem não funcionariam.

No caso dos *Advice Animals* foram encontrados dois grandes de sistemas de filtragem nos *websites* ao qual foram denominados como: 1) Sistema *Thumbs Up/Down* e 2) Sistema *Trending*. O primeiro permite a cada usuário votar, uma única vez, num determinada imagem (meme da internet ou não) de forma positiva (*thumb up*) ou negativa (*thumb down*)¹⁸. Este sistema pode ser composto das seguintes formas: com acesso a uma *Hot Page*; em forma de pirâmide; ou simples. Quando há acesso a uma *hot page*, que corresponde a cinco dos sete sistemas de filtragem encontrados, nenhuma nova imagem postada é automaticamente colocada numa página de destaque (como uma *mainpage*). Esta será colocada numa página especificamente para votação onde, através dos votos usuários, terá a possibilidade de, ao atingir determinados votos positivos, ascender a outra categoria que é sempre mais visível que a anterior. O *website 9Gag* é um bom exemplo deste sistema (ilustração 9), uma vez que, ao enviar uma nova imagem para este, será colocada numa página denominada de *fresh*, e só quando essa imagem obtém cerca de 100 votos positivos é que ascende à página *trending*. Porém, o salto da página *trending* à *hot* (principal) exige já, em média, 3000 votos positivos. O modelo em pirâmide, encontrado apenas num dos sete sistemas de filtragem, também evidencia a questão da visibilidade uma vez que só os memes da internet mais votados parecerão no topo da página. Contrariamente ao anterior, em vez de existirem páginas distintas para

¹⁸ *Quickmeme* é o único onde permite ser-se neutro a votar. Ser-se neutro nos outros sítios da internet pode ser-se encarado como o simples ato de não votar mesmo vendo a imagem, mas, neste caso, existe a possibilidade de colocar '*meh*'.

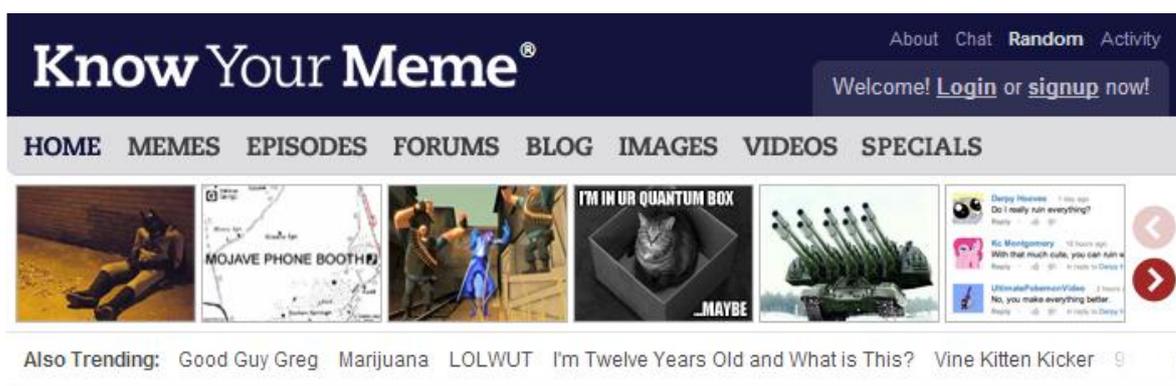
separarem as imagens, estes estão todas colocadas na mesma, sendo que o que está em cima é sempre mais votado que o inferior. Criando assim uma pirâmide, que através de votos, faz as imagens subir e descer constantemente, em que a imagem que está no topo da página é a mais votada e conseqüentemente mais vista, enquanto as inferiores requerem *scroll down* com o rato, e como tal não serão mais vistas como as do topo, as que são visíveis diretamente apenas ao entrar no *website*. O modelo simples, encontrado num *website* apenas, diferencia-se dos anteriores porque a questão da visibilidade não é tão relevante, uma vez que não existe nenhuma hierarquia entre páginas ou imagens. Este modelo apenas possibilita o voto de forma a perceber a popularidade de determinadas imagens em função a outras. No entanto este modelo, por vezes, gera *feedback* suficiente para colocar determinadas imagens em destaque, o que corresponde na sua essência a uma das características do segundo grande sistema de filtragem.

Ilustração 9 - Printscren [26/06/2013] ao sistema de votos presente no 9gag. No topo é visível a página onde está, e no lado direito o botão para votar, e os votos que determinada imagem tem.



O sistema *Trending* é caracterizado por colocar em destaque na página principal determinados tópicos, imagens, ou vídeos que se encontram no *website* sem necessariamente existir um sistema de votos na sua base. Este sistema é relevante porque, nos casos onde não existem qualquer sistema de voto direto, como no caso do grande sistema anterior, é possível existir na página principal de um *website* imagens com mais visibilidade que outras. Para uma determinada imagem estar em destaque é porque: a) Está a ser amplamente discutido (visível em comentários); b) é relevante para quem gere o *website*; c) é um tema novo na internet e em encontra-se em ascensão. O *Know Your Meme*, por exemplo, usa este modelo para colocar imagens ou tópicos em destaque na sua página principal, como é visível na seguinte ilustração:

Ilustração 10 - Printscreen [27/06/2013] do sistema trending presente no Know Your Meme.



A fraca replicação também é algo presente nos comentários no *Know Your Meme*. Sobre *Skeptical baby* um usuário diz que 'nunca o viu em lado nenhum', mesmo que se sucede com *Advice Animals* como *Succesful White Man*, *OCD Otter*, *Evil Toddler*, *Unimpressed Astronaut* ou *Defensively Heterosexual John Watson*. Sendo que neste último, o comentário indica que se trata apenas de uma macro e não de um meme, e que essa macro vai morrer numa semana.

Por outro lado, não é só a falta de replicação que é notada nos comentários do Know Your Meme. *Advice Animals* como *Grumpy Grandpa*, *Good Girl Gina*, *Dinkleberg* receberam comentários por parte dos usuários a evidenciar (ao contrário dos anteriores) a sua replicação pelos diversos *websites*.

Pode-se verificar ambas as situações na seguinte tabela:

Tabela 5 - Comentários referentes à replicação dos *Advice Animals* na rede

"I haven't seen this anywhere but here. Article is also almost forgotten by now' (Sobre Skeptical Baby)
"Still it seems forced so far and hasn't really spread at all." (Sobre Succesful White Man)
"+1 wait. A lot of the captions are pretty clever and if they don't run out of ideas and it gets some more spread we could have a legitimate meme here. (Sobre Soul Searching Sophomore)
"Seems forced, little spread, article desperately needs a rewrite" (SobreTherapy Frog)
"I think this is only funny for Engineering students, so it's not going to be very popular. Love it, nevertheless!" (SobreEngineering Professor)
"This is a subculture meme, only funny to metalheads." (Sobre First World Metal Problems)
"ugh... this is going to be forgotten in a few weeks, admit it" (Sobre Unimpressed Astronaut)

"This meme's getting used pretty often." (Sobre And it's Gone)

"With 10 images? Eh, don't be so sure. +1 Work, +1 Wait." (Sobre I'll Have You Know / I Only Cried For 20 Minutes)

"This is still alive and seen at 4chan fairly often" (Sobre Grumpy Grandpa)

"It's on 9gag, DamnLOL, and Reddit, so Y U NO HAVE INFO?!?! r) 9gag doesn't count." (Sobre Good Girl Gina)

"this was deadpooled last week, and now its in the top image galleries... o_o" (Sobre Overlord Manatee)

"Yup, seeing this a lot now. Confirm it!" (Sobre Dinkleberg)

"This is so funny and widespread that it's not." (Ironicamente, sobre OCD Otter)

"Ok, this isn't spreading, and I think is forgotten by most. Looks like its deadpool time." (Sobre Evil Toddler)

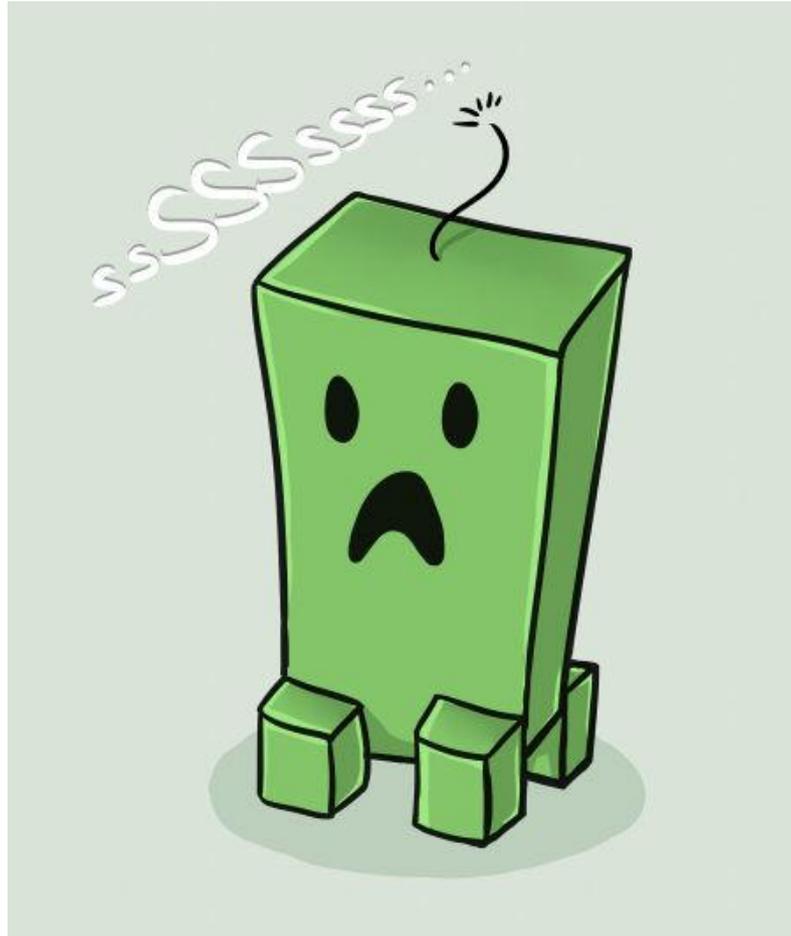
"Oh great, another image macro that will die in a week. Thanks for documenting this, KYM." (Sobre Defensively Heterosexual John Watson)

"This meme was very popular in Detroit, and went viral in our area the day it was created." (Sobre White Entrepreneurial Guy)

4.3.2. Os casos no sistema de reprodução

Voltando aos casos selecionados para um resumo biográfico, na fase da variação, *Micraftcreeper* começou a ser replicado como piada interna dentro dos fóruns do *Minecraft*, tendo extravasado para uma comunidade distinta, chamada *Cuberlands*. *Karate Kyle*, por sua vez, embora criado no *4Chan*, encontrou no *Reddit* e no *Tumblr* a sua principal divulgação, chegando, inclusive a fazer parte da lista do *website Buzzfeed's* do top 40 dos memes de 2011. *Bill O'Reilly You Can't Explain That*, cujo resultado final do processo da codificação foi adicionado ao *software* de criação de memes da Internet a 9 de fevereiro de 2011 pelo *Memegenerator* e *Quickmeme*, encontrou nos *websites Urlesque, Funny or Die, Buzzfeed, Acidcow e Atheist Nexus* a sua maior fonte de replicação. *Actual Sexual Advice Girl*, embora a sua origem seja do *Reddit*, foi amplamente replicada no *9Gag*. *Defensivly Heterosexual John Watson*, do *Quickmeme*, encontrou maior replicação no *Tumblr*, no próprio *Quickmeme* e no *Funnyjunk*. Por outro lado, os *Advice Animals Hooddad, Busness Creep, Roomate Hulk e Memeless Maya* tem fraca evidência de replicação, sendo que destes, apenas *Memeless Maya* é o único *Advice Animal* com alguma referência de replicação (*Cheezburger* e *Memegenerator*).

Ilustração 11 - Uma das primeiras replicações de Minecraft Creeper nos fóruns do Minecraft.



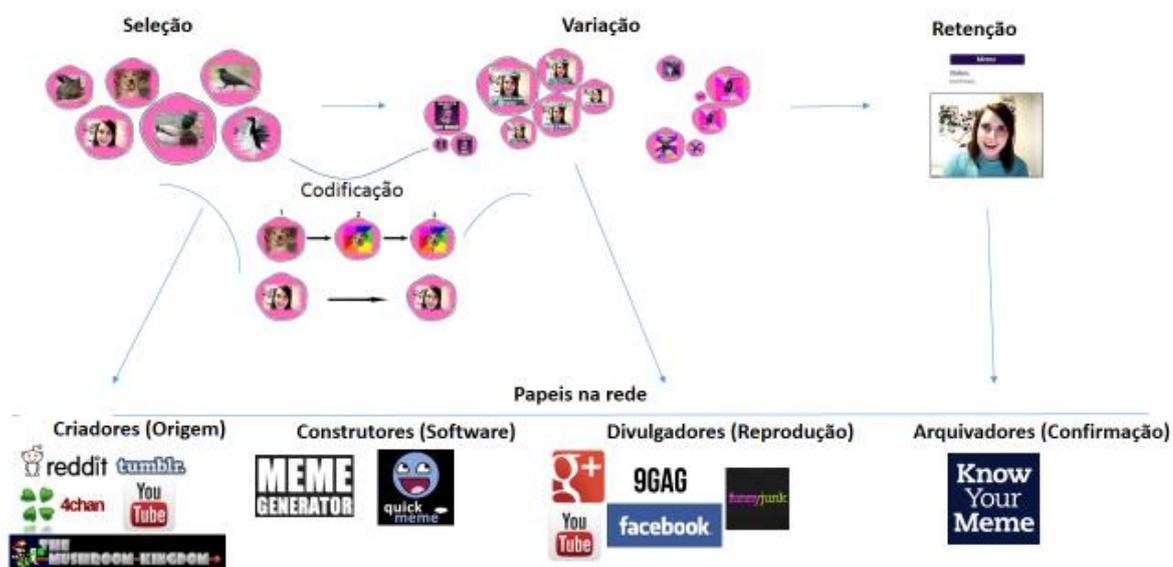
Fonte: <http://knowyourmeme.com/memes/minecraft-creeper>

4.4. O Sistema reflexivo

4.4.1. A retenção: Penso logo replico

Após o período que corresponde à variação, e dependendo da sua replicação, os memes da internet chegam à última fase do sistema, consagram-se ou entram em esquecimento, morrendo assim perante o olhar. A ilustração seguinte contextualiza todos os sub sistemas do sistema dos memes da Internet.

Ilustração 12 - O sistema de Memes da Internet.



Legenda: Da esquerda para a direita – A seleção corresponde ao nascimento dos memes da internet, cuja variação depende da codificação para que estes, como resultado final, estejam prontos a competir na rede. É na retenção que se pode verificar o sucesso ou insucesso dos memes da Internet. Todas as fases estão ligadas aos papéis dos diversos na própria rede dos memes da Internet.

São os *websites* arquivadores que detêm o maior poder dentro do sistema reflexivo (assim como os criadores/construtores na no produtivo, e divulgadores no reprodutivo) uma vez que é o seu papel principal documentar os fenómenos da Internet. Como o *Know Your Meme* foi o único arquivador presente na rede dos *Advice Animals*, este foi a base de toda a pesquisa desta dissertação. Como foi referido anteriormente, o *Know Your Meme* divide os memes da internet em três grupos distintos: Confirmados, submissões, e *deadpool*. Embora os memes da internet que estão confirmados não têm qualquer nota na sua página de entrada no *Know Your Meme*, o mesmo não acontece com as entradas que são submissões ou estão na *deadpool*. Na primeira situação a mensagem indica que o meme da internet em questão é uma submissão e como tal está a ser pesquisado e avaliado, deixando espaço à comunidade para contribuir com factos, *media* ou outra evidência da sua notabilidade e mutação. Na segunda situação, é explícita a rejeição do meme da internet pela sua falta de notabilidade, deixando no entanto em aberto possíveis sugestões de forma a melhorar a página do meme da internet. Para além destas notas dadas pelo próprio *Know Your Meme*, a comunidade deste tem um papel central na certificação do fenómeno. Esta segunda forma de colaboração na

rede está sobretudo centrada na discussão de cada entrada em concreto. Dos comentários mais recorrentes fazem parte o *+1 Confirm* usado pelos usuários para indicarem a sua relevância na rede, contribuindo assim para a sua confirmação; o *+1 Deadpool* quando o meme da internet não é relevante e como tal deve ser deslocado para a *Deadpool*; *+1 Work* quando a página merece ser trabalhada a nível da sua informação. Para além destes, por vezes é aplicado *+1 Wait* perante memes da internet que os usuários esperam ver mais, ou que tenham potencial. Todos os comentários recolhidos encontram-se na seguinte tabela:

Tabela 6 - Comentários referentes ao trabalho colaborativo presente no Know Your Meme

+1 Deadpool (Recorrente)
+1 Confirm (Recorrente)
+ Work (Recorrente)
"+1 rewrite" (Sobre Advice Lovercraft)
"This is actually pretty good, I know I want to see more. +1 Wait." (Sobre Overly Manly Man)
"WHAT HAS BEEN CONFIRMED CANNOT BE UNCONFIRMED" (Sobre Anxiety Cat)
"this one needs to be deadpooled straight to hell." (Sobre Skeptical baby)
"This isn't Deadpooled yet?" (Sobre Good Guy Gay Guy)
"This has lots of potential." (Sobre Annoying Childhood Friend)
"If you confirm this meme, you are going to have a good time."(Sobre Super Cool Ski Instructor) (Nota: comentário que segue a logica do meme)
"An actually useful advice meme that can also be funny? I say give it a chance" (Sobre Actual Sexual Advice Girl)
"Claims to be an advice animal. No captioned images. No notoriety whatsoever. Deadpool." (Sobre Premature Peter)
"This probably is a meme, but it needs to be edited hard." (Sobre Rich Raven)
"I think that this meme has a lot of potential: original, quite clever and funny. Not only that, it actually gives a different view on our arachnid friends. Whoever did this entry, bravo! I sincerely hope to see this in the confirmed section eventually. + 1 confirm" (Sobre Misunderstood Spider)
"Ash Pedreiro doesn't translate to brick layer. Ash Pedreiro means Ash Construction Worker, or builder. Please someone fix the article" (Sobre Ash Pedreiro)
"I believe this actually started on 4chan, in the form of "You must be new here". (Sobre Condescending Wonka)
"An image-based meme with no images? I ask you, my friends, what's wrong with this picture?" (Sobre

Scumbag Girl)

"Hey guys...i hope i'm not too late to confirm this entry" (Sobre Slowpoke)

"+1 work. Merge this with the "First world problems"!" (Sobre First World Problems Cat)

"We may won't be forever alone, but we are together alone." (Sobre Forever Alone)

"Ah, refreshing to see a brand new member submit an actual undocumented meme. Good work!" (Sobre Matrix Morpheus)

"I've read all about this, I still don't find it funny. I hope this dies off soon" (Sobre Ermahgerd)

"YOU'RE READING THE COMMENTS?? WHY NOT STUDYING?" (Sobre High Expectations Asian father)

"So I saw this meme in deadpool a few days ago? Now it's front paged?" (Sobre Guido Jesus)

"Let's hope the 9fags haven't discovered this meme yet." (Sobre Redneqj Randal)

"i see potential in this 1" (Sobre Evil Cows)

"this works better as an exploitable than an advice animal" (Sobre Chris Hansen Cat)

"Give me a D! Give me a E! Give me a A! Give me a D! Give me a P! Give me a O! Give me a O! Give me a L!
Whats that spell DEADPOOL!" (Sobre Insistent Serpent)

"Not every image is a advice animal for an eternity" (Sobre Upvoting Obama)

"This has much potential. Mind if you add me as an editor?" (Sobre Downvoting Roman)

"Yeah, probably the most unresearched meme evar." (Sobre Karma Chameleon)

"Merge it with the main Scumbag entry." (Sobre Scumbag Fat Girl)

"it has potential i think we must wait" (Sobre The Most Interesting Monster in the World)

"Attempting to say +1 deadpool on a good meme? I too like to live dangerously. +1 confirm" (Sobre I also like to live Dangerously)

"Removing from "related to advice dog". (Sobre Roommate Hulk)

"9gag = instant Deadpool." (Sobre Busness Creep)

"Translation: "Look Ma, me maz meme!" +1 No!" (Sobre Madea – x one more time)

"Only 23 entries? Needs more!" (Sobre Senior College Student)

"I'm lovin' it. But I want moar info." (Sobre Horsegirl of the apocalypse)

"+1 confirm and yeah...Internet Husband is more correct" (Sobre Internet Husband)

No entanto os comentários não visam apenas em contribuir para o futuro do meme da internet no *Know Your Meme*, visto que é visível uma grande identificação com determinados memes, os mais ressonantes, nas palavras de quem comenta as entradas. É bastante comum, perante determinada personagem de um *Advice Animal* a comunidade do *Know Your Meme* responder de forma em que fica implícita a identificação. "Conheço uns poucos desses"; "o meu irmão é exatamente assim"; ou "tenho a certeza que todos nós já conhecemos alguém assim antes" são exemplos de comentários onde é visível a

identificação com a personagem do meme da internet. Todos os comentários recolhidos referentes à identificação e ressonância cultural estão presentes na seguinte tabela:

Tabela 7 - Comentários referentes à identificação e ressonância cultural dos Advice Animals no Know Your Meme

<p>"this reminds me of sooooo many people in my small town" (Sobre Almost Politically Correct Redneck)</p> <p>"Oh god, my brother is exactly like this."/"Seems like my class everyday." (Sobre Immature High Schoolers)</p> <p>"I'm sure we've all met someone like this before." (Sobre College Liberal)</p> <p>"I find it funny, but kinda cruel..... And we complain about lag." (Sobre Third World Success)</p> <p>"I can relate to this." (Sobre Over-educated Problems)</p> <p>"Some of these I actually have heard from my mother, lol." (Sobre Technology Impaired Duck)</p> <p>"thats me."/"I'm a female high school student and I relate to a lot of these. That's not good." (Sobre Foul Bachelor Frog)</p> <p>"Every time. Loads of these on my wall." (Sobre Annoying Facebook Girl)</p> <p>"Wow this is a disgrace to real nerds. Learn C++ you dumb whore." – (Sobre Idiot Nerd Girl)</p> <p>"wow, this meme is depressingly true, but also hilarious" (Sobre Advice God)</p> <p>"My friend has this mom, and my mom is the polar opposite... THERE IS A GOD!" (Sobre Sheltering Suburban Mom)</p> <p>"Haven't had a girlfriend in 5 years.... because of this kind of woman" (Sobre Crazy Girlfriend Praying Mantis)</p> <p>"Oh don't you hate those kind of bitches...." (Sobre Friend Zone Fiona)</p> <p>"It's funny cause guys think they're the gross ones." (Sobre Foul Bachelorette Frog)</p> <p>"I never realized how paranoid I really was until I read these, and saw myself." (Sobre Paranoid Parrot)</p> <p>"am I the only one who had already thought about all these things?" (Sobre Conspiracy Keanu)</p> <p>"Most of the socially awkward penguin statements describe my life." (Sobre Socially Awkward Penguin)</p> <p>"Everybody's ideal best friend." - (Sobre Good Guy Greg)</p> <p>"I can totally relate to this. For instance, I am supposed to type an essay right now but instead I am typing this comment." (Sobre Lazy College Senior)</p> <p>"So, they accurately portray Mitt Romney." (Sobre Relatable Romney)</p> <p>"Well I'm going to hell. Who's comin' with me?" - (Sobre Retard Girl)</p> <p>"this is like my school..." (Sobre Suburban Hardass)</p> <p>"This man doesn't exist in America" (Sobre Good Guy Boss)</p> <p>"Teachers really should quote him"" (Sobre Philosoraptor)</p> <p>"I don't like this meme. It makes me want to kill her, even if I know she has nothing to do with it...." (Sobre Musically Oblivious 8th Grader)</p> <p>"> comment about insomnia goes here <" (Sobre Horrifying House-guest)</p>

“i know many of these guys” (Sobre College Freshman)

No entanto, o estado do *Know Your Meme* é apenas um título atribuído pelo próprio *website*. Uma das principais questões levantadas sobre esse mesmo foi perceber até que ponto é que essa atribuição seria legítima.

Tabela 8 - Total de visualizações dos *Advice Animals* por estado.

Total Visualizações	82.297.193	100,00%	Média de Visualizações/<i>Advice Animal</i>
<i>Dos quais:</i>			
Confirmados	74.218.823	90,18%	798051,9
Submissão	7.859.736	9,55%	90341,8
Deadpool	218.634	0,27%	13664,6

Após a análise dos dados recolhidos, em comparação ao seu estado, ficou evidente que os *Advice Animals* que fazem parte dos confirmados são mais vistos (das 82.397.193 visualizações de páginas, 74.218.823 (90,18%) são apenas referentes a *Advice Animals* confirmados, contra 7.859.763 (9,55%) das submissões e 218.634 (0,27%) da *deadpool*. Estes dados demonstram assim, mais uma vez, a importância da visibilidade para os memes da internet, reforçando assim a ideia que esta se apresenta como um recurso escasso na internet.

Tabela 9 - Total de comentários dos *Advice Animals* por estado.

Total Comentários	13.863	100,00%	Média de comentários/<i>Advice Animal</i>
<i>Dos quais:</i>			
Confirmados	9.868	71,18%	106,1
Submissão	3.833	27,65%	44,1
Deadpool	162	1,17%	10,1

A nível de discussão gerada, os *Advice Animals* confirmados são também os mais comentados com 71,18% do total de comentários, contra 27,65% e 1,17% das submissões e da *deadpool* respetivamente.

Tabela 10 - Total das galerias dos Advice Animals por estado.

Total Galerias	22.894	100,00%	Média da galeria/Advice Animal
<i>Dos quais:</i>			
Confirmados	18.551	81,03%	199,5
Submissão	4.215	18,41%	48,4
Deadpool	128	0,56%	8,0

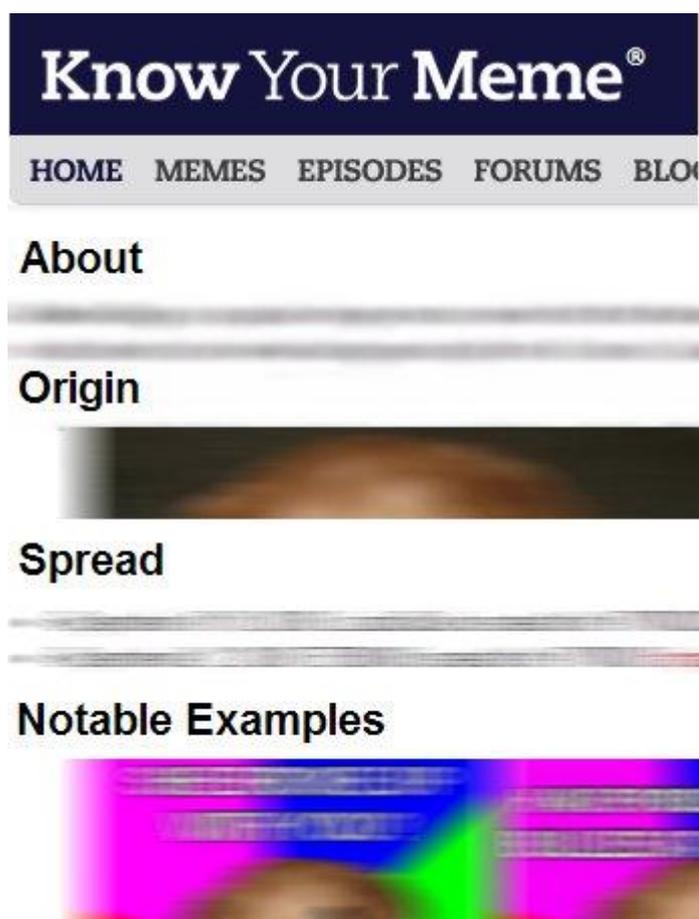
Também a nível de fecundidade, os *Advice Animals* confirmados são aqueles que mais cópias geraram. Dos 18.551 ficheiros multimédia que compõe as galerias de todos os *Advice Animals*, 18.551 (81,03%) são apenas dos confirmados, enquanto 4.215 (18,41%) pertencem às submissões e 128 (0,56%) pertencem à *deadpool*.

Perante estes dados ficou reforçada o carácter arquivador do *Know Your Meme*, uma vez que os memes da internet que aparecem com estatuto de confirmado são aqueles que são mais vistos, mais discutidos e que geraram mais cópias.

4.4.2. A reflexividade dos memes da Internet

Centrado agora apenas na reflexividade, esta está presente em vários pontos e assume várias formas distintas perante o fenómeno dos memes da internet. Em primeiro lugar, a forma como o *Know Your Meme* apresenta as páginas dos memes da Internet corresponde às fases da seleção natural: seleção, variação e retenção.

Ilustração 13 - Printscreen [27/06/2013] (editado) às secções das entradas do Know Your Meme.



Como a ilustração anterior o demonstra, as secções do *Know Your Meme* incidem sempre, referente às entradas dos memes da internet, em: Sobre, origem, divulgação e exemplos notáveis. A secção denominada de Sobre contem os dados básicos do meme da internet, como a sua função (descrevendo em que situações este é usado) ou relação com outros memes da Internet. A origem por sua vez, correspondendo à fase da seleção, indica de onde é que o meme da internet surgiu. Em caso ter sido encontrada a imagem original (por editar), e as primeiras edições ao qual esta foi submetida também são incluídas nesta secção. Na divulgação o *Know Your Meme* indica os *websites* onde este foi mais replicado, convergindo com a questão mais importante na variação: a replicação. Por último, os exemplos notáveis, implicam como o próprio nome indica notoriedade. Essa notoriedade é conquistada através da replicação e conseqüentemente há uma maior retenção dos memes da internet mais replicados. A existência desta categoria é comum apenas nos memes da internet que foram confirmados, ou em determinadas submissões, sendo que

em todos os *Advice Animals* analisados que pertenciam à *deadpool*, nenhum deles apresentava a galeria dos exemplos notáveis.

No entanto, esta não é a primeira forma de reflexividade encontrada no fenómeno que se prende à biologia, uma vez que os memes da internet auto denominam-se com o termo de meme. Essa denominação é presente nos nomes dos *websites* (*Know Your Meme*, *Memegenerator*, *Quickmeme*, *Memebase*), mas é também facilmente encontrada nas próprias comunidades *online*. Existem comentários que recorrentemente se referem ao fenómeno como meme, e mais do que isso, ocorre a aplicação dos termos da biologia à internet pela própria comunidade dos memes da internet. Sobre *White Entrepreneurial Guy* um usuário diz que o meme “foi bastante popular em Detroit, e tornou-se viral na zona no dia que foi criado”. Existe também outro usuário que diz, sobre *Captain Hindsight* que “É um meme com certeza. +1 Confirmo, ou “É um meme” sobre *Drunk Baby*. Ou ainda “Este meme é fantástico. Ele podia ser a cura para o cancro”. Todos os comentários referentes à aplicação dos termos biológicos presentes nos comentários seguem-se na seguinte tabela:

Tabela 11 - Comentários referentes à aplicação de conceitos da biologia por parte da comunidade do Know Your Meme

"Don't care if it's a meme or not, it needs to exist." (Sobre Forever Resentful Mother)
"Makes a meme ... never confirmed." (Sobre Bad Luck Brian)
"Meme for sure. +1 Confirm" (Sobre Captain Hindsight)
"Its a meme" (Sobre Drunk baby)
"The funny thing of this meme is that:I actually had an unhelpful teacher...." (Sobre Unhelpful High School Teacher)
"Another normal and plain meme." (Sobre Normal Guy)
"Oh look. Another “meme” from Reddit. That’s cool I guess...” (Sobre Financial Advice Dog)
"I love this meme. +1 Confirm." (Sobre 10 Guy)
"Most Beautiful meme ever” (Sobre Ridiculously Photogenic Guy)
"is this meme supposed to restore faith in humanity?" (Sobre Actual Advice Mallard)
"Welcome to KYM. The site where memes are made up and the overpopulation of advice dogs doesn't matter" (Sobre Whose Line)
"From what I can tell, this isn't a meme....YET. But it has potential" (Sobre Dumbstruck Dog)
"lol 4chan hipsters got all mad that a meme “sold out” fail" (Sobre Advice Dog)
"I really don't get the hate for advice animals spinoffs. If memes have taught you anything, it's that nothing

is original." (Sobre Soul Searching Sophore)

"becomes a meme... Nobody notice" (Sobre Depression Dog)

"I love this meme. So adorable, yet so hilarious at the same time. +1 CONFIRM." (Sobre Lawyer Dog)

"That's a nice meme page you have there... Be a shame if anything happened to it." (Sobre Minecraft Creeper)

"Need a confirmed meme? Why not Zoidberg? – (Sobre Why Not Zoidberg?)

"All this meme does is explain the correct way other memes should be used." (Sobre Meme Dad)

"Funny, but not a meme. Yet." (Sobre Aristocat)

"This meme is awesome. It could be the cure for cancer." (Sobre Introspective Pug)

"+1 confirm HILARIOUS meme" (Sobre Stoner Dog)

"The only meme that makes you feel better." (Sobre ourage Wolf)

Mas para além desta autoconsciência, existem memes da internet que refletem sobre outros. *Memeless Maya* é um meme da internet que tem como função demonstrar ignorância da personagem (*Maya*) face a outros memes da Internet. *Mad Karma with Jim Cramer* por sua vez é usado para discutir as tendências dos memes da internet. *Meme Dad* contém observações efetuadas por um meme da Internet (na própria perspectiva do *Meme Dad*) sobre outros memes da internet, *Upvoting Obama* e *Downvoting Roman* são usados para responder a outros memes da internet. No primeiro é como resposta positiva ou incentivadora, enquanto no segundo está claramente demarcado por uma opinião negativa. *Karma Whore* tem como principal função a crítica memes da internet que contêm imensos dados pessoais intencionalmente colocados pelos seus criadores com vista apenas a obter atenção ou pena por parte da comunidade. *Combo Dog* combina a identidade dos vários *Advice Animals* resultando num novo meme da internet completamente novo.

Ilustração 14 - Exemplos dos Advice Animals Downvoting Roman e Upvoting Obama.



Estes foram todos os exemplos dos *Advice Animals* reflexivos encontrados na análise, e tem como característica essencial a existência de uma relação com outros memes da internet.

4.4.3. Os casos no sistema reflexivo

Dos nove casos selecionados para análise biográfica apenas dois são *Advice Animals* reflexivos. *Hood Dad* e *Memeless Maya* têm funções distintas: como se pode ver na ilustração seguinte, primeiro comenta outros memes da internet (usando a expressão usada na Internet de “*Yo Dawg*”) enquanto o segundo demonstra ignorância sobre outros memes da Internet.

Ilustração 15 - Exemplos dos Advice Animals Hood Dad e Memeless Maya



Outro aspecto interessante está relacionado com a reflexão presente em *Advice Animals* sobre outros que também são reflexivos. Para os casos anteriores, foram encontrados no *Advice Animal Y U NO Guy*, cuja sua função é questionar principal é questionar “porque tu não...”, reflexões sobre estes.

No caso de *Memeless Maya*, a reflexão encontrada no *Advice Animal Y U NO Guy* vai de encontro a sua própria função: A ignorância sobre memes da Internet. Enquanto que, no caso do *Hood Dad*, o *Advice Animal Y U NO Guy* coloca em causa o próprio meme, questionado a sua própria graça. Ambos os casos seguem-se na seguinte ilustração:

Ilustração 16 - Reflexividade de memes da Internet sobre outros memes da Internet reflexivos.



5. Conclusão

Todo o trabalho contido nesta dissertação demonstrou que existe um sistema que engloba a produção, reprodução e reflexividade nos memes da internet.

Como é ficou evidente, e recorrendo a uma metáfora biológica, um meme da internet surge na fase correspondente à seleção, da teoria da seleção natural, como uma imagem-célula comum, no meio de muitas outras, onde através da codificação lhe é atribuída uma função e uma identidade, deixando de ser uma célula simples uma vez que lhe são incorporando elementos culturais. Após essa construção ser realizada, esse imagem-célula complexa, entrará em competição com outras (competição com base no trabalho colaborativo da rede) de forma a multiplicar-se com vista a ganhar visibilidade, sendo que será a sua capacidade de se multiplicar e se torna-se viral o principal fator que contribuirá para a sua retenção ou esquecimento. Essa fase, que corresponde à variação da seleção natural, implica que existam várias imagens-célula complexas na rede e que dessa diversidade resulte em diferenças na replicação destes. Quanto maior for a replicação e ressonância cultural, maior serão as condições para acontecer a sua retenção, e ser consagrado pelos *websites* arquivadores.

Ficou também evidente que dentro dos sub sistemas de produção, reprodução e reflexivo existe uma relação com os papéis dos vários *websites*, da mesma forma que é identificável a sua relação com determinada fase da seleção natural. Por exemplo, os criadores são aqueles que inventam e produzem os novos memes da internet, onde surgem as primeiras imagem-célula simples, onde são efetuados os primeiros trabalhos de codificação e também onde ocorrem as primeiras replicações de forma a esta extravar para outros *websites*. Esta fase do sistema corresponde sobretudo ao sub sistema de produção e é claramente identificável na fase da seleção. Na própria variação, potencializada pelos construtores que fazem a ligação entre esta fase e a anterior, também é identificável nos divulgadores a sua importância (através da densidade entre estes) dada a sua função principal em divulgar. Já na fase da retenção, os arquivadores estão em destaque dada a sua função principal de verificar os fenómenos da internet.

Relativamente às hipóteses desta dissertação, a hipótese H1a (Os memes da internet são uma forma de análise do quotidiano) foi confirmada uma vez que ficou

evidente que os memes da internet (principalmente aqueles que tem funções mais relacionadas com práticas e hábitos) são uma forma de análise do quotidiano. Visto que estes contêm imensas informações sobre práticas, hábitos, atitudes e valores que podem ser retiradas diretamente do conteúdo destes. Embora Silva (2012) já tenha encarado as *Rage Comics* como forma de análise do quotidiano dada a sua facilidade de criação, esta dissertação reforçou a ideia ao mostrar que, para além das *Rage Comics*, os *Advice Animals* também se apresentam como forma de análise do quotidiano. Aprofundado que essa análise inclui informação sobre hábitos, práticas ou valores que seriam difíceis de obter sobre a comunidade por via de, por exemplo, uma entrevista.

Em relação à hipótese H2 (Os memes da Internet são um fenómeno estruturado na internet), ficou visível que existe uma estruturação do fenómeno na rede desregulada internet duas fases distintas: na codificação e na rede. Em primeiro lugar, e como resultado do processo da codificação, os memes da internet têm um nome único, uma função, um modelo estandardizado e é possível recriar a sua própria biografia (Hipótese H2a: Os memes da Internet são um fenómeno estruturado na internet). Em segundo, referentes à rede, foram encontrados quatro papéis distintos dentro do sistema dos memes da internet (H2b: Existem papéis distintos entre os diversos sítios da internet dentro do sistema de produção dos memes da internet), e também trabalho colaborativo por parte desta seja através de comentários construtivos ou sistemas de filtragem (H2c: Existe trabalho colaborativo na produção e reprodução de memes da internet).

Podendo então afirmar que, embora a internet não pertença a ninguém, e que nem tem o seu controlo, como defendia Mcquail (2000), existem fenómenos nesta que se apresentam de forma estruturada tanto a nível da sua forma, como a nível de circulação pela rede. Confirmando assim esta hipótese e suas sub hipóteses.

Relativamente aos conceitos da biologia aplicados à internet (H3: A internet tem conceitos que podem ser descritos com conceitos da biologia), a escassez da visibilidade tornou-se o mais evidente quando os sistemas de filtragem mostraram que nem todas as imagens têm a mesma visibilidade nas páginas da internet (H3a: A visibilidade é um recurso escasso na internet que depende da replicação). O facto de existirem sistemas com base nos votos que determinam o posicionamento de determinada imagem indica

que, em primeiro existe um trabalho colaborativo por parte de determinada comunidade para que o sistema de filtragem funcione (H3b: Uma das formas de adaptação a essa escassez relaciona-se com todo o trabalho colaborativo da rede), e em segundo que é esse mesmo sistema que potencializará as imagens mais valorizadas pela comunidade para uma *front page* para que, por exemplo, usuários casuais que entrem nesse *website* encontrem, logo ao abrir a página, as imagens (memes da internet ou não) mais votadas. Para além disso, a biologia está marcada no próprio termo internet meme, na forma como o *Know Your Meme* apresenta as suas entradas, nos comentários dos usuários para descrever o fenómeno e até mesmo nos nomes dos *websites*. Indo ao encontro com a hipótese principal (H1: Os memes da internet são autorreflexivos) desta dissertação que encara os memes da internet como um fenómeno auto consciente de si na medida que se autointitula com um conceito da biologia, e correspondendo ao que Dawkins (1976: 4) defendia “a vida inteligente em um planeta torna-se amadurecida quando pela primeira vez compreende a razão da sua própria existência”.

A nível metodológico esta dissertação ficou marcada pela necessidade de inovação e articulação entre técnicas de forma a estudar o objeto que tem como *setting* natural a Internet. A análise dos 196 *Advice Animals*, por estes estarem numa plataforma *online*, exigiu algumas preocupações como a que todos os seus dados fossem recolhidos num menor espaço de tempo, dada a fácil atualização dos mesmos por parte dos *websites*, que no caso desta acontecesse tornaria a comparação entre dados obsoleta. Para além disso, foi preciso estabelecer alguns critérios para todas as decisões, nomeadamente na seleção de comentários, onde se optou pela recolha dos mais votados e recorrentes dada a coerência, relevância e recorrência destes; a utilização de programas de computador aleatórios para a escolha dos *Advice Animals* retratados nos casos biográficos. A escolha dos *Advice Animals* como objeto revelou-se produtiva, na medida que permitiu verificar todas as hipóteses desta dissertação, cobrindo a análise de todas as suas questões referenciadas.

Referências Bibliográficas

Abreu, Nelsio Rodrigues de; Baldanza, Renata Francisco e Gondim, Sônia M. Guedes (2009) "Os grupos focais on-line: Das reflexões conceituais à aplicação em ambiente virtual". *Jistem: Journal of Information Systems and Technology Management*, vol.6, nr. 1. Universidade de São Paulo, Brasil. pp. 5-24.

Alvarez, Maria do Carmo Avamilano; Cuenca, Angela Maria Belloni; Noronha, Daisy Pires e Schor, Néia (2007) "Saúde reprodutiva: Uma contribuição para a avaliação de biblioteca virtual". *Cadernos de Saúde Pública*, Vol. 23, Nr. 10. Página consultada a 17 de dezembro de 2012. <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0102-311x2007001000007&lng=pt&nrm=iso&userID=-2>

Althusser (1971) "Ideology and Ideological State Apparatuses". In Louis Althusser (org.), *Lenin and Philosophy and other Essays*. New York: Monthly Review Press.

Ardèvol, Elisenda; Martí, Joseph e Mayans, Joan (2002) "Cibercultura/ciberculturas: La cultura d'internet o l'anàlisi cultural dels usos socials d'internet". *Ciudadanos de silício, ciudadanos del ciberespacio: ¿un nuevo campo social para las identidades colectivas?*. Página consultada a 18 de dezembro, <http://cv.uoc.edu/~grc0_000199_web/pagina_personal/ardevol.pdf>

Aunger, Robert (2000) "Introduction", in Robert Aunger (org.), *Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science*. Oxford: Oxford University Press, pp. 1-24.

Barabási, Albert-László (2002), *Evolution of the Social Network of Scientific Collaborations*. Página consultada a 4 de Janeiro de 2013, <<http://arxiv.org/pdf/condmat/0104162.pdf>>

Barabási, Albert-László (2003), *Linked: How Everything is Connected to Everything Else and What it Means for Business, Science and Everyday Life*. Cambridge: Plume.

Beck, Ulrich; Giddens, Anthony e Lash, Scott (1997), *Modernização Reflexiva*. São Paulo: Editora UNESP.

Bjarneskas, Henrik; Gronnevik, Bjarne e Sandberg, Anders (2005) "The Lifecycle of Memes". Consultado em 27 de Outubro de 2012, <<http://www.aleph.se/Trans/Cultural/Memetics/memecycle.html>>

Blackmore (1999), *The Meme Machine*. Oxford: Oxford University Press.

Blute, Marion (2005) "Memetics and Evolutionary Social Science". *Journal of Memetics: Evolutionary Models of Information Transmission*. Página consultada a 4 de Abril de 2013, <http://cfpm.org/jom-emit/2005/vol9/blute_m.html>

Botelho, Isaura (2001) "Dimensões da cultura e políticas públicas". *São Paulo em Perspectiva*, Vol. 15, Nr. 2. pp. 73-83.

Buchanan, Mark (2002) *Nexus: Small Worlds and the Groundbreaking Theory of Networks*. New York: W.W. Norton & Company.

Burguerss (2008) "All Your Chololate Rain are Belong to us? Viral Video, Youtube and the Dynamics of Participatory Culture", in Geert Lovink e Sabine Niederer (orgs.), *Vortex Reader: Responses to Youtube*, pp. 101-109. Amsterdam, Netherlands: Institute of Network Cultures.

Carvalho, Isabel Cristina Moura (2003) "Biografia, identidade e narrativa: Elementos para uma análise hermenêutica". *Horizontes Antropológicos*, Vol. 9, Nr. 19. Porto Alegre.

Chen, Carl (2012) "The Creation and Meaning of Internet Memes in 4Chan: Popular Internet Culture in the Age of Online Digital Reproduction". *Habitus Vol. III, Spring*. Yale University, New Haven, CT, pp. 6-19.

Danung, Joakim e Attaway, Lissa Holloway (2008) "All Your Media Are Belong to Us: An Analysis of the Cultural Connotations of the Internet Meme". Página Consultada a 29 de Outubro de 2012, <bth.danung.com/danung_rsch.doc>

Dawkins, Richard (1976), *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press.

Degenne, Alain e Forsé, Michel (1999), *Introducing Social Networks*. London: Sage.

Domínguez, Daniel e Alonso, Laura (2004) “Metodologia para el análisis didático de foros virtuales”. *EduTec Barcelona*. Página consultada a 16 de dezembro de 2012, <<http://edutec2004.lmi.ub.es/pdf/46.pdf>>

Duarte, Vânia Maria do Nascimento (2012) “Biografia”. Página consultada a 13 de Março de 2013, <<http://www.portugues.com.br/redacao/biografia.html>>

Ellis, Lee (1996) “A Discipline in Peril: Sociology’s Future Hinges on Curing its Biophobia”. *The American Sociologist*, Vol. 27. pp. 21-42.

Fairtax County Public School (s.d.) “Biographies”. Página consultada a 24 de Abril de 2013, <<http://www.fcps.edu/KingsParkES/technology/t4t/notables/biochar.pdf>>

Fontanella, Fernando Israel (2011) “Explorações da cibercultura vernacular: Digital trash, ironia e a domesticação da Internet”. *XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*. Página consultada a 23 de Fevereiro de 2012, <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-1143-1.pdf>>

Fuchs, Christian (2003) “Co-Operation and Self-Organization”. *Triple C*, Vol. 1, Nr. 1. Página consultada a 13 de Março de 2013, <<http://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/2>>

Gardiner, Andrew (2010) “What’s Yours is Mine: A Brief Description of Internet Memes and Hegemony”. *COM 330: Theories of Mass Communication*. Página consultada a 25 de Outubro de 2012, <<http://com330students.pbworks.com/f/COM+Paper.docx>>

Garton, Laura; Harthornthwaite, Caroline; Wellman, Barry (1997) “Studying Online Social Networks”. *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 3, Nr. 1. Página consultada a 13 de Janeiro de 2013, <[http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/\(ISSN\)1083-6101](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/(ISSN)1083-6101)>

Granovetter, Mark (1973) "The Strength of Weak Ties". *American Journal of Sociology*, Vol. 78, Nr. 6. Página consultada a 14 de Janeiro de 2013, <<http://sociology.stanford.edu/people/mgranovetter/documents/granstrengthweakties.pdf>>

Heylighen, Francis (1994) "Memetics". Consultado a 12 de Janeiro de 2013, <<http://pespmcl.vub.ac.br/MEMEREP.html>>

Heylighen (1998) "What Makes a Meme Successful? Selection Criteria for Cultural Evolution". *Proc. 16th International Congress on Cybernetics (Association Internationale de Cybernetique, Namour)*. Página consultada a 23 de Março de 2013, <<http://pespmc1.vub.ac.be/Papers/Memetics-Namur.pdf>>

Hine, Christine (2000), *Virtual Ethnography*. Thousand Oaks CA: Sage.

Howard, Philip (2002), *Network Ethnography And The Hypermedia Organisation: New Organisations, NewMedia, New Methods*. New Media & Society.

Jameson, Fredric (1991), *Postmodernism, or the Cultural Logico f Late Capitalism*. London: Verso.

Jenkins, Henry (2007) "Slash Me, Mash Me, Spread Me...". Página consultada a 13 de Novembro de 2012, <http://henryjenkins.org/2007/04/slash_me_mash_me_but_please_sp.html>

Júnior, João Batista Bottentuit (2010) "Análise da qualidade e usabilidade dos sites e portais das instituições de ensino superior da cidade de São Luís – MA". *Hipertextus*, Nr. 5. Página consultada a 27 de Março de 2013, <<http://www.hipertextus.net/volume5/Joao-Batista-Bottentuit-Junior.pdf>>

Kadushin, Charles (2012), *Understanding Social Networks – Theories, Concepts and Findings*. New York: Oxford University Press.

Kalinoski Ana Rita (2009) “A imagem digital na cibercultura”. *Oasis Br*. Página consultada a 23 de Fevereiro de 2013, <http://www.ufrgs.br/infotec/teses07-08/resumo_8100.html>

Kennedy, Lyndon e Chang, Shih-Fu (2008) “Internet Image Archeology: Automatically Tracing the Manipulation History of Photographs on the Web”. *MM’08 Proceedings of the 16th ACM International Conference on Multimedia*. New York, NY, USA. pp. 349-358

Knobel, Michele e Lankshean Colin (2007) “Online Memes, Affinities, and Cultural Production”, in Michele Knobel e Colin Lankshear (orgs.), *A New Literacies Sampler*, pp. 199-227. New York: Peter Lang.

Kozinets, Robert (2002) “The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities”. *Journal of Marketing Research*, vol. XXXIX. Página consultada a 20 de dezembro de 2012, <<http://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/netnography.pdf>>

Kropotkin, Piotr (2009), *Ajuda Mútua: Um fator de evolução*. São Sebastião: A Senhora Editora.

Lacerda, André Luís Ribeiro (2009) “Abordagens biossociais na sociologia: Biossociologia ou sociologia evolucionista?”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 24, nr. 70. Página consultada a 23 de Fevereiro de 2013, <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10713662010>>

Lankshear, Colin e Knobel, Michele (2006), *New Literacies: Everyday Practices and Classroom Learning*. New York: Open University Press.

Latour, Bruno (2003) “Is Re-Modernization Occurring – And If So, How to Prove It?”. *Theory, Culture & Society*, Vol. 20, Nr. 2. pp. 35-48

Lemos, André (2007) “Lixo ou luxo na cibercultura? Origens e atualidades da cultura Digital Trash”. in Vinicius Pereira (org.), *Cultura Digital Trash: Linguagens, comportamentos, entretenimento e consumo*. Rio de Janeiro: e-Papers. pp. 12-24.

Leydesdorff, Loet (2010), Luhmann Reconsidered: Towards an Empirical Research Programme in the Sociology of Communication, in Colin B. Grant (ed.), *Beyond Universal Pragmatics: Studies in the Philosophy of Communication*. Peter Lang.

Littlejohn, Stephen (1982), *Fundamentos teóricos da comunicação humana*. Travessa do Ouvidor, Rio de Janeiro: Editora Guanabara.

Lopreato, Joseph e Crippen, Timothy Alan (1999), *Crisis in Sociology: The Need of Darwin*. Londres: Transaction Publishers.

Luhmann, Niklas (1988), *Sistemas Sociais: Lineamentos para uma teoria geral*. Barcelona: Antrophopos.

Luiz, Lúcio (2012) "Fffffffuuuuuuuuuuuuuu: o fenômeno das rage comics e sua relação com os quadrinhos". *XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, RJ. Página consultada a 23 de Outubro de 2012, <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1263-1.pdf>>

Mancuzo, Carolina Zoccolaro Costa e Boni, Paulo César (2012) "O terramoto no Japão pela Folha.com: Banalização e consumo de fotografias na internet". *Discursos Fotográficos, Vol. 8, nr. 13*. Página consultada a 21 de Outubro de 2012, <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/12659/11293>>

Marshall, Garry (s.d.) "The Internet and Memetics". Página consultada a 17 de Março de 2013, <<http://pespmc1.vub.ac.be/Conf/MemePap/Marshall.html>>

Martins, Moisés; Pires, Helena e Oliveira, Madalena (2007) "Dos postais ilustrados aos posts nos weblogs: Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário". Universidade do Minho, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Página consultada a 23 de fevereiro de 2013, <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9611/1/moisestmartins_etal_2008_5sopcom.pdf>

Matta, Roberto (1981) “Você tem Cultura?”. *Jornal da Embratel*. Rio de Janeiro.

McQuail, Denis (2000), *Mass Communication Theory*. Oxford: Sage Publications.

Muñoz, Rubén Arriazu (2007) “¿Nuevos medios o nuevas formas de indagación?: Una propuesta metodológica para la investigación social *on-line* a través del foro de discusión”. *Forum: Qualitative Social Research*, Vol. 8, Nr. 3. Página consultada a 12 de dezembro de 2012, <<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/rt/printerFriendly/275/605>>

Nora, Dominique (1995), *Os Conquistadores do ciberespaço*. Lisboa: Terramar.

Pereira, Vinicius Andrade (2007), *Cultura Digital Trash: Linguagens, comportamentos, entretenimento e consumo*. Rio de Janeiro: e-Papers.

Primo, Alex (2007) “Digital trash e lixo midiático: a cauda longa da micromídia digital”. in Vinicius Pereira (org.), *Cultura Digital Trash: Linguagens, comportamentos, entretenimento e consumo*. Rio de Janeiro: e-Papers. pp. 75-98.

Portal São Francisco (s.d.) “Teorias da Evolução”. Página consultada a 12 de Fevereiro de 2013, <<http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/evolucao-dos-seres-vivos/teorias-da-evolucao.php>>

Recuero, Raquel da Cunha (2004) “Teoria das redes e redes sociais na internet: Considerações sobre o Orkut, os Weblogs e os Fotologs”. Página consultada a 21 de Janeiro de 2013, <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/121985795651418859729998795470196200751.pdf>>

Recuero, Raquel da Cunha (2007) “Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia”. *Revista FAMECOS*, 32. Porto Alegre, pp. 23-31.

Santos, Ailton; Memoria, Felipe e Figueiredo, Juliane (2003) “O mercado dos bens simbólicos”. Página consultada a 17 de Março de 2013, <http://www.fmemoria.com.br/teoriaecritica/img/mercado_dos_bens_simb.pdf>

Scupin, Raymond (2012), *Cultural Anthropology: A Global Perspective*. Pearson.

SeguraNet (2010) “Análise de sítios web”. Página consultada a 28 de Março de 2013, <<http://www.seguranet.pt/analise-de-sites>>

Shifman, Limor (2011) “Anatomy of a Youtube Meme”. *New Media and Society*, 14. Página consultada a 24 de Outubro de 2012, <<http://nms.sagepub.com/content/early/2011/09/27/1461444811412160.full.pdf>>

Silva, Guilherme de Leo Silva (2012) “Arte e a cultura dos memes”. *Polém!ca Revista Eletrónica*, 11, 1. Página consultada a 24 de Outubro de 2012, < <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/polemica/article/view/2999/2176> >

Ushanova, Anastasia Mikhailovna (2012) “Internet Memes”. *Dialogue of Cultures: State of Cross-Cultural Communications under COnditions of Post-Crisis Economy*. Página consultada a 2 de Janeiro de 2013, <http://spbume.ru/up/article/img/un/izd/dialog_cult_eng.pdf>

Walker, Rob (2010) “When Funny Goes Viral”. *The New York Times*, Julho. Página consultada a 25 de Outubro de 2012, <<http://observatory.designobserver.com/entry.html?entry=27228>>

Watts, Duncan (2003) *Six Degrees: The Science of a Connected Age*. New York: W.W. Norton & Company.

Wellman, Barry (1988) *Structural Analysis: From Method and Metaphor to Theory and Substance Network Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

Wellman, Barry (2001) “Physical Place and CybersPlace: The Rise of Personalized Networking”. *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 25, Nr. 2. Página

consultada a 14 de Janeiro de 2013, <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1468-2427.00309/abstract>>

Wellman, Barry (2003) "The Social Affordances of Internet for Networked Individualism". *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 8, Nr. 3. Página consultada a 13 de Janeiro de 2013, <[http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/\(ISSN\)1083-6101](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/(ISSN)1083-6101)>

Wiles, Rose; Pain, Helen e Crow, Graham (2011) "Innovation in Qualitative Research Methods: A narrative Review". *Qualitative Research*, Vol. 11. Página consultada a 19 de dezembro de 2012, <<http://qri.sagepub.com/content/11/5/587.abstract>>

Anexo I

Lista de todos os *Advice Animals* da amostra

[10] Guy	BUSINESS CREEP	Dumbstruck Dog
Actual Advice Mallard	Butthurt Dweller / Gordo	Engineering Professor
Actual Sexual Advice Girl	Granudo	Ermahgerd
Advice Dog	Captain Hindsight	Evil Cows
Advice God	Captain Kitteh	Evil Toddler
Advice Lovecraft	Chris Hansen Cat	Feminist Nazi
Almost Politically Correct	College Liberal	Financial Advice Dog
Redneck	Combo Dog	First Day on the Internet
Am I the Only One	Condescending Wonka /	Kid
Around Here	Creepy Wonka	First World Metal
And It's Gone	Confession Bear	Problems
Angry School Boy	Confession Kid	First World Problems Cat
Annoying Childhood	Conspiracy Keanu	Forever Alone
Friend	Courage Wolf	Forever Resentful
Annoying Facebook Girl	Crazy Girlfriend Praying	Mother
Anti-Joke Chicken	Mantis	Foul Bachelor Frog
Anxiety Cat	Cunning Black Strategist	Foul Bachelorette Frog
Aristocat	Cupcakes	Friend Zone Fiona
Art Student Owl	Cuteness Overload	Friend Zoned Phil
Ash Pedreiro / Dat Ash	Dating Site Murderer	Friendzone Johnny
Attractive Convict	Defensively	Fuck Me, Right?
Bad Advice Cat	Heterosexual John	Good Dog Greg
Bad Joke Eel	Watson	Good Girl Gina
Bad Luck Brian	Depression Dog	Good Guy Boss
Bear Grylls / Better Drink	Dinkleberg	Good Guy Gay Guy
My Own Piss	Doctor Jerk	Good Guy Greg
Bill O'Reilly You Can't	Downvoting Roman /	Good Guy Lucifer
Explain That	Commodus	Grumpy Grandpa
Business Cat	Thumbsdown	Guido Jesus
Business Dog	Drunk Baby	

Harmless Scout Leader / Creepy Scoutmaster	Joseph Ducreux / Archaic Rap	Oblivious Suburban Mom
High Expectations Asian Father	Karate Kyle Karma Chameleon	OCD Otter Okay Guy
Hipster Kitty	Karma Whore	Oprah You Get a Car
Hipster Mermaid / Hipster Ariel	Lame Pun Coon Laundry Room Viking	Ordinary Muslim Man Over-Educated Problems
Hood Dad	Lawyer Dog	Overlord Manatee
Horrifying House-guest / Shadowlurker	Lazy College Senior Lenin Cat	Overly Attached Girlfriend
Horsegirl of the Apocalypse	Liberal Douche Garofalo Lonely Computer Guy /	Overly Manly Man Paranoid Parrot
Hungry Kim Jong-un	Net Noob	Pawn Stars
I Also Like to Live Dangerously	Mad Karma with Jim Cramer	Philosoraptor Pickup Line Panda
I Hate X, But I Love Y	Madea - X one more time	Pickup Line Scientist Premature Peter
I Should Buy a Boat Cat Idiot Nerd Girl	Matrix Morpheus	Priority Peter Prog dog
I'll Have You Know / I Only Cried For 20 Minutes	Megyn Kelly Essentially Meme Dad	PTSD Clarinet Boy Rape Sloth
Immature High Schoolers	Memeless Maya / Ignorant Maya	Rapey Rob Rasta Science Teacher
Insanity Crow	Minecraft Creeper	Rebellious Asian
Insanity Puppy	Misunderstood D-Bag Misunderstood Spider	Redneck Randal
Insanity Wolf	Musically Oblivious 8th Grader	Relatable Romney Religion Pigeon
INSISTENT SERPENT	Nobody X Like Gaston!	Retard Girl
Internet Husband	Normal Guy	Rhyming pet Shark
Introspective Pug		Rich raven
Irrational Black Woman		

Ridiculously Photogenic	Socially Awkward	Therapy Frog
Guy / Zeddie Little	Penguin	Things Are Getting
Roommate hulk	Soul Searching	Pretty Serious
Scene Wolf	Sophomore	Third World Success
Schrute Facts	Stoner Dog	Uber Frosh / College
Scumbag Brain	Storytelling Dog	Freshman
Scumbag Christian	Stupid Sexy Bianca	Unhelpful High School
Scumbag Fat Girl	Suburban Hardass	Teacher
Scumbag Girl / Scumbag	Success Kid / I Hate	Unimpressed Astronaut
Stacy	Sandcastles	Upvoting Obama
Scumbag Steve	Successful Black Man	War Cat
Senior College Student	Successful White Man	Wheelchair Drake
Sexually Oblivious Rhino	Sudden Clarity Clarence	White Entrepreneurial
Sheltered College	Super Cool Ski Instructor	Guy
Freshman	Team Fortress 2 Advice	Whose Line
Sheltering Suburban	Animals	Why Not Zoidberg?
Mom	Technologically Impaired	Wise Confucius
Shotgun Layton	Duck	Wrong Lyrics Christina
Skateboarding Professor	The Most Interesting	X? Call Josef the Alicorn
Skeptical Baby	Man in the World	You Keep Using That
Slowpoke	The Most Interesting	Word, I Do Not Think It
Socially Awesome	Monster in the World	Means What You Think It
Penguin	The Rent is Too Damn	Means
	High / Jimmy McMillan	

Anexo II

Grelha de significados, símbolos e referentes dos *Advice Animals*

Significados (Função do Meme da Internet)

- Descrever
- Retratar
- Questionar
- Troçar
- Refletir
- Aconselhar
- Encorajar
- Denuncia
- Corrigir
- Compilar
- Combinar
- Relacionar
- Reinterpretar

Funções (Mencionadas nos Significados)

- Comportamentos
- Reações
- Percepções
- Surpresas
- Estereótipos
- Ideias
- Hábitos
- Contradições
- Declarações

Símbolos (Ideia abstrata do Meme da Internet)

- Paranoia
- Constrangimento
- Machismo
- Ingenuidade
- Amizade
- Boas intenções
- Manipulação
- Depressão
- Infantilidade
- Sexualidade
- Frustrações
- Protecionismo
- Apego
- Mentiras (inofensivas)
- Sorte
- Embaraço
- Estilo de vida
- Ativismo
- Hipocrisia
- Política de esquerda
- Impopularidade
- Desvio
- Humor sem graça
- Sucesso
- Homossexualidade
- Benevolência
- Piedade
- Reflexão
- Frustrações
- Humor
- Expetativas
- Imundice
- Hedonismo
- Ignorância
- Alcoolismo
- Preguiça
- Terrorismo
- Anti patriotismo
- Riscos
- Normalidade
- Padrão
- Ética
- Interação *online*
- Economia
- Rebeldia
- Beleza
- Religião
- Altruísmo
- Rejeição romântica
- Irrracionalidade
- Feminismo
- Identidade
- Filosofia
- Trivialidade
- Clichês de engate
- Opressão
- Extravagancia
- Ameaças
- Sarcasmo
- Preferências pessoais
- Desejos
- Traumatismos
- Abundancia
- Retaliação
- *Bullying*
- Literatura

Referentes (A quem/que se refere o Meme da Internet)

- Pensamentos paranoicos
- Aflições sociais
- Comportamentos machistas
- Novos usuários da internet
- Mau amigo

- Situações triviais
- Boas intenções mal entendidas
- Mães de meia-idade
 - Adolescentes
- Estudantes de arte e artistas
 - Namoradas
- Mentiras ditas pelos pais às crianças
- Pessoas com má sorte na vida
 - *Hispters*
 - *Hippies e ativistas de esquerda*
 - *Pessoas com ideias diferentes da maioria*
 - *Pessoas que vivem em países do terceiro mundo*
 - *Homossexuais*
 - *Criador do meme*
- Situações que podiam ser evitadas
- Pessoas com maior instrução que os seus pares
 - Gato chefe de escritório
 - Professor Rastafari
 - Situações que correram melhor que o esperado
 - Homens solteiros
 - Utilizadores de tecnologia
 - Bebés
 - Professores
 - Muçulmanos
- Situações com consequências negativas
 - Vida sexual
 - Pessoa comum
 - Pessoa sem escrúpulos
 - Utilizadores do facebook
 - Cães
 - Rebelde (mal entendido)
 - Pessoas incrivelmente bonitas
 - Diabo
 - Cultura *nerd*
 - Pessoas que sofrem de ejaculação prematura
 - Pessoas rejeitadas por outras (Relações amorosas)
 - Crianças
 - Consumidores de drogas
 - Deus
 - Quotidiano
 - Homens brancos cumpridores da lei
 - Cristianismo
 - Aranha
 - Incompreendida pelos humanos
 - Tendências
 - Ideais feministas
 - Identidade pessoal
 - Pessoas que estão a ganhar intimidade com outras
 - Engatões
 - Pessoas oprimidas
- Corvo
 - Série Pokémon
 - Reflexões sociais (Perspetiva de psicólogo)
 - Mãe protetora
 - Professor inteligente mais tecnologicamente limitado
 - Pessoas desatualizadas sobre as novidades na internet
 - Gatos domésticos
 - Christina Aguilera
 - Pessoas solitárias
 - Pessoa que esclarece mitos/ideias feitas
 - Veteranos de Guerra
 - Pessoas que usam aparelho
 - Pessoas que tem consciência que algo está em demasia
 - Namoradas (como louva Deus) obsessivas
 - Cão advogado
 - Pessoa que ouve rock/metal
 - Pai asiático com elevadas expetativas
 - Astronauta
 - Afro-americanos
 - Mulheres solteiras
 - Regateadores
 - Pessoa romântica interpretada como homicida
 - Redneck (Camponês americano)

- Raparigas jovens que pertencem à subcultura 'Scene'
- Oportunidades perdidas
- Pessoas altruístas
 - Estudantes universitários finalistas
 - O'Reilly
 - Megyn Kelly
- Vitimas de bullying
 - Zoidberg
 - Criacionistas homofóbicos
- Empresário rico sem *skills* para interação social
- Comportamentos de Bear Grylls no seu programa de TV
- Gato mau conselheiro
- Vaca vingativa contra as indústrias de *fastfood*
- Team fortress 2 (Jogo)
 - Pessoas retardadas
 - 'Meme dad' (Personagem)
 - Gaston
- Adolescente mimado que tenta passar por rebelde
- Aposentado sexista, racista e homofóbico
- Aprovação de outro meme
- Insatisfação com outro meme
- Namorada complacente
- Usuários que usam memes para expor a sua vida em demasia (obter atenção)
 - Matemática
 - Peixe-boi, líder das profundezas
 - Gato aristocrata
 - Gato piloto de voos comerciais
- Padrão compreensivo
 - Cão contador de histórias
 - Cultura Skate
- Obeso demasiado julgador (Elitista)
- Insinuações sexuais
 - Dinkleberg
- Comportamentos obsessivo-compulsivos
 - Mãe otimista e iludida pelo o que os seus filhos são na realidade
- Cookie Monster
 - Criança sem conhecimento dos termos da internet
- Pessoa demasiado confidente da sua orientação sexual
- Professor Layton's
 - Pessoas que se enganam em discussões na internet
- Adolescente ingénua sobre sexo e drogas
- Temas de Lovecraft
- Monólogos internos de um cão
 - Crianças/Bebés maquiavélicas e conscientes dos seus efeitos nos adultos
- Ameaçar o leitor do meme
- Situações com pouco risco (ou nulo)
- Expetativas irracionais por mulheres afro-americanas
 - Criança mimada e demasiado irritadiça
 - Musico Drake (de cadeira de rodas)
- Desejos alimentares de Jong-Un
 - Músico Prog Dog
- Comportamentos típicos irritantes de médicos
- Homem de negócios obeso que gosta tanto de mulheres como comida
 - Rapariga que não entende nada de memes
- Pessoa carismática, confiante de si e sexualmente atraente
 - Rinoceronte que não entende piadas sexuais
- Tubarão dentro de um aquário em casa
 - Josef the Alicorn
- Interrupções numa aula colocadas por um estudante idoso

- Chefe de escuteiros
incompreendido
- Cão patrão de uma
empresa
- Pai de um usuário do
website Reddit
 - Fim do mundo
- Combinação de vários
advice animals
- Letras de rap e poesia
arcaica
 - Aluno do ensino
básico com pouca
cultura musical
 - Pessoa que quando
faz x, acontece y
- Superar dificuldades
na vida (de forma
insana)
- Comunismo, em tom
felino
- Humor extravagante
 - Declarações de
pessoas sobre os
efeitos de Marijuana
 - Geek arrogante
- Superar dificuldades
na vida (verdadeiros)
- Homem casado que é
utilizador da internet
- Medos irracionais das
pessoas
- Estudante do primeiro
ano da universidade
- Argumentos racionais

