

MEMES E CAPITAL SOCIAL EM SITES DE REDES SOCIAIS

Ellen Guerra Cerqueira¹
Dannilo Duarte Oliveira²

Resumo: Os sites de redes sociais possuem dinâmicas e fenômenos próprios destes ambientes. Um desses fenômenos é a replicação de expressões, imagens e piadas que são espalhadas de forma epidêmica dentro da rede, conhecidos como memes. O presente artigo pretende estabelecer uma discussão sobre os memes dentro das redes sociais online a partir das perspectivas de Capital Social e Difusão de Informação no ciberespaço.

Palavras-chave: redes sociais, memes, capital social.

Abstract: The social networking sites have their own dynamics and phenomena of these environments. One of these phenomena is the replication of expressions, jokes and pictures that are spread in epidemic form in the network, known as memes. This article seeks to establish a discussion of memes within online social networks from the perspectives of Social Capital and Information in cyberspace.

Keywords: social networks, memes, social capital.

1. Introdução

O ciberespaço com o advento da Web 2.0 permitiu que o usuário comum disponibiliza-se cada vez mais conteúdo. O aumento de ferramentas de relacionamento, e-mails, blogs, redes sociais online etc., facilitaram a troca de informações. Esses fatores contribuíram para que a difusão de informação acontecesse de forma mais rápida e interativa.

Os sites de redes sociais passaram a representar um espaço de construção e expressão de identidade e valores. Uma importante característica desses ambientes é a capacidade de armazenar de informações. As conexões estabelecidas pelos atores estão ali registradas. Esse artigo pretende observar um desses conteúdos registrados pelos atores, os memes.

O termo meme foi cunhado Richard Dawkins (1978) ele os considerada como replicadores de informação, partículas virais com alto poder de reprodutibilidade. O conceito foi incorporado ao ambiente digital e hoje representa parte da cultura da web. Dentro dos sites de redes sociais online os memes podem ser frases, vídeos, desenhos ou expressões,

¹ Graduando em Comunicação Social pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. E-mail: cerqueiraellen@gmail.com

² Professor Assistente Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Coordenador do Grupo de Pesquisa Telejornalismo e Novas Tecnologias. Orientador do artigo

geralmente criados por usuários comuns e que são transmitidos de forma epidêmica. (Fontanella, 2009). Na atualidade os memes tem obtido grande notoriedade aparecendo na mídia tradicional e em campanhas publicitárias.

As redes sociais são um terreno em potencial para os memes devido à facilidade de compartilhamento e por se tratarem de espaços onde o fluxo de informação acontece maneira rápida, isso facilita a transmissão dessas ideias com grande potencial de reprodutibilidade. No ciberespaço é possível observar qual meme persiste e qual não consegue se propagar, isso porque o meio permite o armazenamento das informações e a fidelidade quanto ao formato da informação.

Recuero (2009) aponta que o processo de difusão de informação dentro dos sites de redes sociais está relacionado com os valores estabelecidos pelos atores na rede, que ela atribui ao Capital Social presente nesse ambiente.

2. Sites de Redes Sociais

As Redes Sociais mediadas por computador permitiram novos meios para expressão e sociabilização. A estrutura da rede social é definida por Recuro (2009, p. 25). “conjunto de *atores* (pessoas, instituições que formam os nós da rede) e as *conexões* estabelecidas por eles (interações ou laços sociais)”.

Os atores são a primeira instituição para fundamentação da rede, eles são responsáveis por constituir as estruturas sociais formadas a partir dos laços sociais e as interações. Um perfil no Twitter, Facebook ou Blog é considerado um ator social, esses espaços constituiriam a representação dele. É através da criação de um perfil onde aspectos da personalidade e interesses são demonstrados dá-se a construção do “espaço do outro, essa individualização do outro ‘que fala’ através desse espaço que permite que as redes sociais sejam expressas na internet” (RECUERO, 2009, p. 21). As conexões realizadas pelos atores na rede social segundo Recuero são estabelecidas através dos *laços sociais* existentes formados a partir das *relações e interações sociais*. As conexões seriam, por tanto, formadas por três elementos: laços sociais, relação e interatividade.

O termo interação trata-se de uma ação que envolve vários sujeitos. Dentro do ciberespaço a interação permite que os usuários participem da modificação da forma e do conteúdo do ambiente mediado em tempo real. O conceito teve ampla disseminação a partir do desenvolvimento da tecnologia da informação e as novas possibilidades oferecidas por elas. No entanto, de acordo com Primo (2010) a interação mediada por computador vai além

do aspecto tecnológico, é necessário compreender toda complexidade do processo a partir de uma perspectiva sistêmica, onde a interação mediada é um problema comunicacional.

Primo discute que a Interação na comunicação mediada por computador acontece de duas maneiras que ele denomina de interação mútua e interação reativa. A interação reativa se caracterizaria por uma “forte roterização e programação fechada que prende a relação em estreitos corredores, onde as portas levam a caminhos já determinados a priori” (PRIMO, 2000, p. 6). Esse tipo de interação é formada por relações lineares e unilaterais, funcionando no esquema estímulo e resposta. Já a interação mútua como aponta Primo forma um todo global, seu processo é constituído de dois ou mais agentes, seus elementos são interdependentes, esse tipo de interação representa a interação mediada por computadores, pois, a comunicação é constantemente construída pelos seus integrantes. As interações dentro das redes sociais possuem a flexibilidade da interação mútua.

A interação é responsável por manter e gerar relações complexas, na interação mediada por computador essas relações são a base para construção e manutenção das redes sociais. A relação sempre envolve uma quantidade grande interações. Weber (1987, p. 45) citado por Primo (2010, p.76) define o conceito de relação social como “a situação em que duas ou mais pessoas estão empenhadas em uma conduta onde cada qual leva em conta o comportamento da outra de uma maneira significativa, estando por tanto orientada nesses termos”. Por isso as relações sociais são consideradas a unidade básica para compreensão das redes sociais, através delas serão geradas os laços sociais.

A conexão entre dois atores de uma rede social é denominada laço social. Os laços sociais surgem a partir das interações realizadas pelos atores. Os laços podem surgir a partir relacionamentos existentes, chamados de laços relacionais. Mas, os laços não surgem apenas dentro das relações, muitas vezes esses laços são meramente formais, chamados de laços associativos. Esses laços podem surgir, por exemplo, se o indivíduo participa de determinado grupo e sua associação for instantânea, independente do seu esforço ou vontade. (RECUERO, 2004, p.1)

Castells (2000) discute que para a compreensão da sociabilidade na rede é necessário analisar o que ele chama de Laços Fortes e Fracos. Os Laços Fortes “são aqueles que se caracterizam pela intimidade pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Os laços fracos, por outro lado, caracterizam-se por relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade” (RECUERO, 2009, p. 41).

A rede para Castells favorece a criação de laços fracos múltiplos, e esses laços favorecem a abertura para o fornecimento de informações e oportunidades de baixo custo. A

interação social entre os laços, fortes ou fracos, acontece através dos relacionamentos estabelecidos entre eles (conexões), por isso, são chamados de relacionais.

3. Memes

Os Sites de Redes Sociais permite uma espécie de registro na rede, devido a sua capacidade de armazenar informações e a fidelidade no arquivo desse material de forma idêntica a sua publicação (RECUERO, 2011). Nesses ambientes as formas de sociabilização realizadas pelos atores deixam “rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização das suas redes sociais através desses rastros” (RECUERO, 2009, p. 24). Um desses “rastros” registrados são os memes.

O termo Meme foi cunhado por Dawkins (1978) ele compara a evolução genética com a evolução social. Compreendendo os memes como partículas de transmissão cultural. A atuação deles é comparada aos genes, da mesma forma que um gene se propaga transmitindo informações genéticas os memes atuam como replicadores de informação cultural. Esse processo em sentido amplo é chamado de imitação.

Um replicador é uma entidade que, dadas certas condições, intermédia a produção de cópias de si mesmo. Os memes, as ideias, seriam replicadores de uma natureza diferente. A informação de que são feitos não está inscrita em fitas de DNA, mas em substâncias muito mais tênues. As ideias são transmitidas por muitos veículos, muitas mídias. A linguagem falada no dia a dia, os rádios, os telefones, os jornais, os livros, os discos, são veículos de informações que se propagam cada vez mais rápido. (WAIZBORT, 2003, p. 25).

Blackmore (1999) defende que a história evolutiva do homem tem sido guiada por essas partículas de transmissão cultural. Os memes passados de mente para mente, indicam comportamentos que são replicados através da imitação. A autora defende que os seres humanos são máquinas reprodutoras de ideias, a imitação atua dentro desse contexto como uma forma de aprendizagem. A sociedade atual é resultado das ideias ou memes que puderam ser imitados. Uma boa ideia é útil para seu criador e para os imitadores, geralmente quando uma ferramenta ou ideia serve para algum propósito a tendência natural é que ela seja copiada. Waizbort (2003) exemplifica esse processo de imitação citando uma sociedade pré-humana com restrições alimentares onde a carne é parte fundamental da dieta, a utilização de uma ferramenta com lança favorecerá a caça, essa ferramenta logo será copiada. Esse é o princípio básico, se a ideia serve para algo logo será replicada. No entanto, a teoria dos memes é limitada no sentido em que não consegue demonstrar de onde a ideia surgiu.

Para a teoria dos memes o poder de um meme está na sua capacidade de ser retransmitido através de gestos, ações, palavras faladas ou escritas. São diversas as possibilidades de como um meme pode ser transmitido. Segundo Dawkins modas do vestuário, melodias, ideias e slogans podem ser considerados memes. Para Humphrey (1978) citado por Dawkins (1978, p. 112) “os memes devem ser considerados estruturas vivas não apenas metaforicamente mas tecnicamente. Quando você planta um meme fértil em minha mente, você parasita meu cérebro, transformando-o num veículo para propagação do meme.”

O estudo dos memes está diretamente ligado ao processo de difusão da informação, que tipo de ideia sobrevive, qual cairá em desuso e quais serão modificadas e continuarão a existir. A ciência teórica e empírica que estuda a replicação de propagação e evolução dos memes é a Memética. Sua proposta é explicar parte da evolução cultural a partir de uma perspectiva Darwinista. A informação cultural e as tradições seriam complexos informacionais que se replicam entre as mentes com finalidade de transmitir informações. Os memes são ideias passadas entre as pessoas com a finalidade de realizar comportamentos estocados no cérebro e repassá-la adiante por imitação (WAIZBORT, 2003, p. 26).

As principais características dos memes apontadas por Dawkins são: *longevidade, fecundidade e fidelidade das cópias*. A *longevidade* para o autor não é o aspecto mais importante dos memes, alguns podem propagar-se por muito tempo ou outros podem ser logo esquecidos. A *fecundidade* é discutida como uma característica essencial para os memes é ela que estimará o valor de sobrevivência e seu poder de difusão. Mas, os memes não permanecem idênticos a partir das suas replicações, o que se passa muitas vezes é a ideia principal do meme, esse fenômeno é considerado como espécie de mutação dos memes. Para Dawkins os memes competem por espaços, disputando nossa atenção e o espaço de armazenamento no cérebro.

Para Recuero (2009) compreender a natureza de um meme é importante classificá-los. A autora estabelece critérios para classificação a partir das características apontadas por Dawkins (1978) e Blackmore (1999). Um meme é classificado: a) **Quanto à fidelidade da cópia**; são os *replicadores* com baixa variação e alta fidelidade à cópia original, os *metamórficos* categoria que compreende os memes completamente alterados e reinterpretados, *miméticos* são aqueles que mesmo sofrendo alterações a sua estrutura básica continua a mesma. b) **Quanto à longevidade**; são os *persistentes*, memes que permanecem sendo replicados por muito tempo e os *voláteis*, memes com curto período de vida, são rapidamente esquecidos ou modificados transformando-se em um novo meme. c) **Quanto à fecundidade**: podem ser *epidêmicos*, que se espalham rapidamente por diversas redes ou

fecundos, são aqueles memes que não tornam-se epidêmicos mas espalham-se para grupos menores ou específicos. d) **Quanto ao alcance**, são os memes *globais* aqueles que alcançam nós distantes dentro da rede esses memes são associados aos laços fracos porque não possuem ligação direta ou interação entre os atores e os locais que ficam restritos a uma determinada vizinhança relacionados aos laços fortes, pois, geralmente surgem a partir da interação social.

4. Capital Social

Recuero (2009) aponta que perceber o tipo de valor construído em cada site pode auxiliar também na percepção de Capital Social existente e sua influência na construção e na estrutura das redes sociais on-lines.

A primeira análise contemporânea sobre Capital Social foi produzida por Pierre Bourdieu (1945, 248; 1980), ele define como “o agregado dos recursos efetivos ou potenciais ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de conhecimento ou reconhecimento mútuo” (PORTES, 2000, p. 2). Bourdieu relaciona o Capital Social a determinado grupo, este não estaria presente nos indivíduos, mas, embutido nas suas relações.

Outro autor que discute o conceito de Capital Social é Coleman, ele define como “uma variedade de entidades com dois elementos em comum: todas elas consistem num certo aspecto das estruturas sociais e facilitam determinadas ações dos atores no interior da estrutura” (PORTES, 2000, p. 5). Os estudos de Coleman deram margem para criação de vários processos diferentes e até mesmo contraditórios sobre o estudo de Capital Social.

Para Putnam vai conceituar o Capital Social como “um conjunto de recursos que é possuído pelo grupo social” (RECUERO2, 2007, p.5). O capital não estaria, por tanto, presente apenas no indivíduo, mas também no grupo, levando em consideração as relações estabelecidas pelos membros de determinados grupos.

Nan Lin (1999) citada por Castro (2008) identifica o Capital Social sob duas perspectivas com base primordial na ênfase do benefício para o indivíduo ou grupo. O primeiro enfoque se concentra em como os indivíduos lucram nas suas redes sociais e investem nelas com expectativa de retorno, lucro ou benefício, essa perspectiva tem origem nos conceitos de Bourdieu. O outro aspecto focaliza o nível do grupo analisando o Capital Social como um ativo coletivo e tem respaldo nas colocações de Coleman e Putnam.

Ellison, Steinfield e Lampe (2006) apontam que o Capital Social tornou-se um conceito elástico com uma variedade de definições em vários campos. Consideram a internet

como responsável tanto pelo aumento quanto pela redução de Capital Social, ela pode diminuir as interações face a face, reduzindo a formação ou manutenção de Capital, como também complementar ou substituir algumas interações. As interações online são responsáveis principalmente por manter os laços fracos, porque a tecnologia facilitaria a manutenção desses laços.

Ainda segundo Ellison, Steinfield e Lampe a formação de novos tipos de Capital Social no site de redes sociais acontece devido a capacidade da rede de suportar a perda de laços sociais (interação face a face) e permitir aos usuários criar e manter maiores redes difusas de relacionamentos onde eles poderiam tirar recursos. Williams (2006) argumenta que “embora os pesquisadores examinem as perdas potenciais de capital social nas comunidades off-line devido à utilização da Internet, eles não são exploram os ganhos on-line que podem compensar isso” (ELLISON, STEINFIELD E LAMPE 2006, p 7).

Bertolini e Bravo (2001) consideram o Capital Social “a partir de uma perspectiva dos recursos dos quais dispõe um grupo de indivíduos, representados por aspectos específicos da estrutura social que os auxiliam a atingir objetivos e interesses.” (RECUERO, p. 3. 2007). Elas classificam o Capital Social em níveis a partir das interações estabelecidas pelos atores. Eles são o *capital relacional*, o *capital normativo*, o *capital cognitivo*, o *capital de confiança no ambiente social* e o *capital institucional*. Os autores também classificam o Capital Social por níveis, o **Individual** é de primeiro nível e o **Coletivo** de segundo nível.

O Capital Social **Individual** é percebido nas características individuais de cada ator. Dentro dele encontra-se o capital social *relacional* que estariam ligados as relações estabelecidas pelos indivíduos, relações estabelecidas por um membro com outros, a fim de ser aceito pelo grupo. O Capital Social relacional é ampliado dentro dos sites de redes sociais porque ele permite que as relações estabelecidas offline sejam mantidas e ampliadas através do ciberespaço. Mas, a conexão com vários atores é diferente das interações estabelecidas offline, esses ambientes permitem conexão entre os atores de forma sistematizada, não obrigatoriamente deve haver interações entre eles.

O Capital Social *normativo* está ligado às regras estabelecidas dentro da rede para o funcionamento da mesma. Já o capital social *cognitivo* está relacionado com a transmissão e aquisição de conhecimentos trocados entre os atores.

O Capital Social **Coletivo** é considerado como sendo um estágio relacional mais aprofundado do primeiro nível. Surge do aumento do capital social individual e está relacionado a um grupo específico. Esses grupos tornam-se mais organizados e existe maior

confiança sobre ele, permitindo o surgimento do capital social de *confiança* no ambiente social, as relações e laços entre os membros estão mais solidificadas. (RECUERO2, p.10, 2007.)

Para Recuero (2009) os atores dentro dos sites de rede social não divulgam informações de forma aleatória, mas, baseados na percepção de valor contida na informação. Os valores construídos dentro das redes sociais podem auxiliar também na percepção do Capital Social construídos nesses ambientes e sua influência na construção e na estrutura das redes sociais. Recuero discute que existem valores que são comumente relacionados aos sites de redes sociais e apropriado pelos atores. Esses valores são: *visibilidade, reputação, popularidade e autoridade*. A autora relaciona esses valores a dois tipos de Capital Social o relacional e o cognitivo.

Os valores relacionados ao capital social são aqueles de primeiro nível (individual) centrados nos atores e nas conexões estabelecidas por eles. Segundo Recuero isso acontece porque os sites de rede social só conseguem gerar capital social de nível mais básico. Eles conseguem manter a estrutura de uma rede social, mas, não são os responsáveis por aprofundá-los. O capital de segundo nível precisa de maior contato e investimento entre os atores.

O Capital Social dentro das redes sociais está diretamente ligado as interações estabelecidas pelos grupos. O desenvolvimento desse capital é importante para a rede porque ele permite unidade entre diferentes grupos e atores que estão interessados nas conversações e valores difundidos na rede.

As redes sociais possuem como característica, também atribuída a toda web, a capacidade de difundir informação de forma rápida e interativa. Segundo Recuero o estudo do processo de difusão da informação é fundamental para percebermos como determinado grupo se estrutura e como essa estrutura é alterada em função do tempo. Outra característica é a forma epidêmica que uma informação é difundida.

Barabási (2003) credita que a difusão epidêmica de informações observadas na web como consequência de conectores, ou seja, indivíduos muito bem conectados em uma ou várias redes sociais. No caso da difusão em redes sociais, as mesmas são observadas através das conexões compreendidas com padrão do fluxo da informação. (MONDE E CONTRACTOR, 2003 apud RECUERO, 2009, p. 117)

A propagação de forma epidêmica ganhou novas proporções com a web e principalmente as redes sociais mediadas por computador. Nesses ambientes os atores ao representarem a si partem do mesmo princípio que as redes sociais offline, a necessidade de

compartilhar informações, essas informações são difundidas de acordo com os laços sociais estabelecidos pelas conexões dos atores.

A teoria de Recuero de como o Capital Social pode influenciar a difusão de informação parte primeiramente da percepção que as redes sociais são compostas por atores sociais com interesses, perspectivas, sentimentos e que estão interessados em sua audiência, no caso os amigos adicionados ao perfil. Por tanto, as informações seriam difundidas a partir da noção de Capital Social construído pelo ator.

O processo de difusão de informação seria influenciado pelos valores citados anteriormente, *autoridade, popularidade, visibilidade e reputação*. Esses valores são relacionados ao capital social, principal interesse do ator na rede. Eles auxiliam na compreensão de porque determinada informação é espalhada. Os memes seriam propagados na rede baseados na noção de valor do usuário. Ele estaria relacionado ao capital social porque o ator ao difundi-lo se baseia em um valor de grupo.

Compreender os valores difundidos dentro das redes sócias é importante para entender a dinâmica do fluxo de informação nos sites de redes sociais. Recuero considera que o capital social poderia influenciar na difusão de informação porque o ator ao escolher divulgar ou publicar algo na internet estaria baseado em como sua audiência irá receber aquela informação.

“os atores estariam conscientes das impressões que podem ser construídos nas redes sociais mediadas pelo computador, Por conta disso, é possível que as informações que escolhem divulgar e publicar sejam diretamente influenciadas pela percepção de valor que poderão gerar” (RECUERO, 2009, p. 131).

Os memes possuem um valor específico, quando divulgado em sites de redes sociais o usuário ao propagar aquela informação (baseado em um valor de grupo relacionado ao capital social) está convidando seus amigos a legitimarem sua afirmação. Dessa forma os memes estão muito ligados aos laços fortes (amigos) e laços fracos (conhecidos). Lin (1999) citado por Castro (2008, p.4) aponta que

A eficiência do capital social advém basicamente de características que de uma forma ou de outra estão ligadas à existência de laços sociais: o acesso do indivíduo a recursos suplementares, o reforço da identidade e reconhecimento mútuo através das relações sociais bem como a facilidade do fluxo de informações (LIN, 1999).

Castro discute que os laços sociais das redes influenciam no poder de decisão do indivíduo, porque este possui através das suas relações o seu capital pessoal, uma espécie de

credencial social que reforçam sua identidade e também o fluxo de informação. Para a autora o interesse nos estudos de redes sociais está relacionado aos estudos de Capital Social.

Para Recuero compreender “os valores que um meme inspira num grupo social é o modo de compreender e até mesmo, prever como irá se propagar” (RECUERO, 2011). Esses valores podem ser alterados de acordo com o grupo social e a própria complexidade da rede e a exposição a um grande número de memes influenciam também essa propagação.

5. Análise dos memes

Os memes analisados serão confrontados com os tipos de Capital Social estabelecidos por Bertolini e Bravo e os valores reproduzidos por cada Capital. A classificação dos memes é a utilizada por Recuero, os tipos de memes são classificados pela autora quanto à fidelidade da cópia, longevidade, fecundidade e alcance. A escolha dos memes recaiu sobre aquele que tiveram ampla divulgação dentro das Redes Sociais, muitos deles ultrapassaram o próprio ambiente digital ganhando visibilidade na Mídia tradicional.

1) Para Nossa Alegria

O meme Para Nossa Alegria surgiu a partir do vídeo publicado no site Youtube³ em 13 de maio de 2012. Na primeira semana obteve 5 milhões de exibições segundo o site YouPix⁴, atualmente ultrapassa 23 milhões de acessos. No vídeo uma família canta a música Galhos Secos da Banda Êxodos. Esse meme obteve grande repercussão na rede e também fora dela, foi alvo de diversas peças publicitárias que utilizaram a expressão. A identificação inicial com o meme “Para nossa alegria” acontece devido ao tom humorístico do vídeo, essa característica facilita a perpetuação dele na rede.

Quanto à fidelidade da cópia o meme “Para nossa Alegria” é considerado mimético porque embora sua estrutura continue a mesma ele é adaptado a várias situações e formatos dentro da rede. O meme “Para nossa alegria” é identificado como uma situação de alívio ou alegria. Foram muitas as adaptações, formato de desenho, gifs, hashtag e é grande a possibilidade de recombinações e personalização, por exemplo, “Amanhã é sexta-feira... Para nossa alegria!”, a estrutura inicial do meme permanece inalterada, mas é adaptada dentro do contexto que o ator deseja informar. Essa característica reforça o valor relacional do meme, de acordo com Recuero (2009, p. 126) a “personalização da informação é relacionada a

³ <http://www.youtube.com/>

⁴ <http://youpix.com.br/>

participação dos demais atores, à complexificação e à construção de laços sociais. O valor é relacionado à interação, às trocas sociais.” Quanto à longevidade desse meme é classificado como persistente, pois é replicado até a atualidade, principalmente devido a sua característica de associação com outras expressões. Quanto à fecundidade é considerado epidêmico, é um meme com alto grau de fecundidade, e por isso muito difundido na rede. A maior parte dos memes difundidos nos sites de rede social é epidêmica. A sua capacidade de alcance é compreendida como *global* já que ele atingiu diferentes nós dentro da rede.



Figura 1. Exemplo de Meme Mimético (Fonte: Reprodução)

2) Veta Dilma

O meme Veta Dilma surgiu a partir da movimentação contra o novo Código Florestal Brasileiro. Desde agosto de 2011, quando foi proposto pela primeira vez o Código diversas ONGs se mobilizaram principalmente através das redes sociais para divulgar a manifestação. A campanha ganhou notoriedade quando alguns artistas aderiram ao movimento através de fotos e vídeos. Segundo o site UOL a foto do ator Wagner Moura com cartaz da campanha teve mais de 9.000 compartilhamentos no Facebook. O ápice do meme dentro das redes sociais aconteceu durante os dias que antecederam a aprovação da presidente Dilma.

O Veta Dilma é o exemplo de meme fabricado, ao contrário, por exemplo, do meme Para Nossa Alegria que surge de forma “espontânea” através do compartilhamento dos usuários o Veta Dilma é fruto de uma campanha de conscientização.

Em relação à fidelidade da cópia o meme Veta Dilma é classificado como um *Replicador*, a característica primordial desse meme é sua reduzida variação e alta fidelidade à cópia original. A função básica é informar um determinado fato, por isso está relacionado ao Capital Social Cognitivo porque o ator precisa transmitir determinados conteúdos para os

demais. Também está relacionado ao Capital Social Relacional porque é necessário que exista cooperação entre os que desejam propagar o movimento para difundir a campanha.

A longevidade desse meme na rede é *Volátil*, o seu período de maior reprodução aconteceu no período que antecedeu a aprovação da Presidente Dilma, e a tendência é que após isso caia em desuso. Quanto à fecundidade é também epidêmico pela ampla reprodução dentro do Facebook. O seu alcance é caracterizado por Global por é utilizado por diferentes nós e que mesmo não relacionando diretamente entre si possui amplo alcance. É um meme que apela para os laços fracos dentro do Facebook, pois não é necessário que as interações entre os usuários precisem de proximidade ou intimidade.



Figura 2 e 3 Memes Replicadores. (Fonte: Reprodução)

3) Todo mundo tem um amigo

O meme “Todo mundo tem um amigo...” surgiu no Orkut, mas, logo depois migrou para o Facebook. É constituído por desenhos com legendas sobre uma característica do personagem, como inteligente, chato, popular, neurótico, etc. Esse meme surgiu depois da criação da ferramenta de marcação, onde o usuário pode adicionar um link para o perfil de um conhecido a sua imagem. Esse tipo de meme apela diretamente para os laços fortes na rede, caracterizados pela proximidade entre os atores. Também está relacionado diretamente ao Capital Social Relacional, pois apela para estreitamento das relações e o reconhecimento delas. O reconhecimento é tão importante que até características compreendidas como “ruins” são vistas de forma positivas pelo usuário marcado.

A caracterização do meme “Todo mundo tem um amigo...” é Mimético, pois mesmo sofrendo alterações, como no formato dos desenhos ou as características atribuídas aos amigos, o seu formato original permanece o mesmo. Quanto à longevidade das cópias é considerado um meme *Volátil*, porque sua replicação dentro de determinado grupo ocupa um espaço de tempo limitado e logo cai em desuso. Em relação à fecundidade é considerado

Epidêmico, devido a sua grande reprodução. Quanto a sua capacidade de alcance considero que existe uma ambiguidade na caracterização desse meme, pois ele é considerado Global, no sentido que alcançou diferentes nós dentro das redes sociais, mas também é classificado como Local porque seu alcance é restrito a uma vizinha, que visam alcançar pessoas mais próximas, mas uma vez o valor de reconhecimento do meme retoma ao capital relacional. O capital social cognitivo atua também no “Todo mundo tem um amigo...” já que é necessário produzir diferentes adjetivos como características para compreensão.



Figura 4 Meme Epidêmico. (Fonte: Reprodução)

4) Curtiu, então compartilha.

O meme “Curtiu então compartilha” é originário e especificamente criado para o Facebook. Sua estrutura é bem simples e visa obter legitimação e perpetuar determinada informação na rede social. Importante observar que os botões Curtir e Compartilhar no Facebook são utilizados para reconhecer e validar determinado conteúdo dentro da rede social. Muitos memes são reconhecidos como tais a partir da grande quantidade de curtidas e compartilhamentos, o meme em questão reconhecendo e adaptando essas ferramentas utiliza-se delas para se afirmar.

É um meme bastante interessante porque sua função é viralizar outra informação ou criar novos memes. Ele apela para os Laços Fracos, pois sua expectativa não é apenas criar interação entre pessoas ou grupos, mas usá-los para difundir determinado conteúdo. Por tanto, é um meme Replicador, cuja objetivo principal é difundir informação na rede. É responsável pelo Capital Social Cognitivo porque tem ligação ao tipo de informação publicada pelo usuário. O formato desse meme é bastante flexível. Não está ancorado em um forma fixa ou imagem, por isso ele também pode ser considerado um meme mimético pela sua capacidade de personalização ser muita ampla, mantêm-se sempre a expressão “Curtiu então compartilha” alterando apenas a informação divulgada. Devido sua capacidade de personalização é um meme que também apela para o Capital Social Relacional porque

subentende-se que essa identificação é realizada pelos atores e suas relações dentro da rede social.

É considerado também um meme persistente, primeiro devido a sua função de difundir informação na rede, é sempre reutilizado pelos usuários quando necessários. Quanto à sua fecundidade é considerado um meme epidêmico pelo seu alto grau de reprodução dentro do Facebook. Seu alcance é Global porque apela para diferentes e distantes nós dentro da rede.

Considerações Finais

Os sites de redes sociais possuem características que ajudam a difusão de forma epidêmica dos memes. Como a facilidade para compartilhar informações e ferramentas que possibilitam o reconhecimento positivo do conteúdo compartilhado e favorece a disseminação de conteúdos virais na rede. Os atores segundo Recuero (2009) ao divulgarem determinado conteúdo não o fazem de maneira aleatória, mas baseados na percepção de valor estabelecidos através da relação com sua “audiência”. Esse valor está associado ao Capital Social presente dentro das redes sociais.

O Capital Social dentro dos Sites Redes Sociais está diretamente ligado às interações estabelecidas pelos grupos. Os valores relacionados aos memes analisados são de primeiro nível, o Individual, centrados nos atores e nas conexões estabelecidas por eles. Segundo Recuero isso acontece porque os Sites de Redes Sociais só conseguem gerar Capital Social de nível mais básico. Eles conseguem manter a estrutura de uma rede social, mas, não são os responsáveis por aprofundá-los.

Os dois tipos de Capitais Sociais percebidos de acordo com a proposta de Bertolini e Bravo (2001) foram o Relacional e o Cognitivo. Primeiramente o Relacional, pois todos os memes precisam da cooperação dos atores para ser propagado na rede. Eles apelam aos laços sociais, sejam eles fracos ou fortes, é indispensável que haja interação. O Capital Cognitivo está presente porque ao divulgar um meme o ator além da interação que pode ser estabelecida deseja propagar uma informação, é relacionado à capacidade de transmissão ou aquisição de conhecimento. Podemos então perceber que em alguma medida os memes ajudam na manutenção de Capital Social dentro dos sites de redes sociais.

É importante ressaltar que as análises apresentadas nesse artigo são produto de uma primeira observação teórica e não podem ser tomadas como conclusivas, mas num sentido provocativo e de problematização teórica.

Referências Bibliográficas

BERTOLINI, Sonia. BRAVO, Giangiacomo. **Social Capital, a Multidimensional Concept.** 2001. Disponível em < http://scholar.google.com.br/scholar_url?hl=pt-BR&q=http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download%3Fdoi%3D10.1.1.197.1952%26rep%3Drep1%26type%3Dpdf&sa=X&scisig=AAGBfm1_QCe0mAP0vG4oL6jIhDumTs6y-A&oi=scholar&ei=L6ApULPIHqTL0QHU0oGoDA&ved=0CEUQgAMoADAA > Acesso em 08.07.2012

BLACKMORE, Susan. **The Meme Machine.** Oxford University Press, 1999

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** Vol. 1. 4ªed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTRO, Maria Luiza A. **A metodologia de redes como instrumento de compreensão do capital social.** 2008. Disponível em < <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Urutagua/article/view/4542> > Acesso em 12.08.2012

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta.** Trad. Geraldo Florsheim, Belo Horizonte: Editora Itatiaia; São Paulo: Universidade da Universidade de São Paulo, 1978

ELLISON, N. B., STEINFELD, C., & LAMPE, C. (2007). **The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites.** Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4), article 1. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>

FONTANELLA, Fernando. **O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera.** 2009. Disponível em < http://www.abciber.com.br/simposio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/2_entretenimento/eixo2_art18.pdf > Acesso em 12.08.2012

PORTES, Alejandro. **Capital social: origens e aplicações na sociologia contemporânea. Sociologia, Problemas e Práticas.** 2000. Disponível em < http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-65292000000200007&lng=pt&nrm=iso >. Acesso em 09.04.2012

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por Computador: comunicação, cibercultura, cognição.** Porto Alegre; 2 edição, Sulina, 2008

PRIMO, Alex. **A interação mútua e a interação reativa: uma proposta de estudo.** Revista Famecos, 2000

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____ **Redes sociais na Internet: Considerações iniciais.** 2004. Disponível em < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-redes-sociais-na-internet.pdf> > Acesso em: 27.05.2012

_____ **O facebook é o novo rei dos memes.** 2011. Disponível em < http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/o_facebook_e_o_novo_reino_dos_memes.html > Acesso em: 27.05.2012

RECUERO2, Rebeca da Cunha. **A Importância do Capital Social na Estrutura de Redes de Comunidades Marginais Virtuais.** 2007

WAIZBORT, Ricardo. **Dos genes aos memes: A emergência do replicador cultural.** Episteme, Porto Alegre. 2003.