



O que dizem os memes: discurso e representação política no Facebook¹

Livia Maia Brasil²

Josimey Costa da Silva³

Emmerson Aguilar de Oliveira⁴

Resumo

Este artigo apresenta o resultado da pesquisa sobre memes e representação política nas Eleições de 2014 no Brasil, tendo como foco de análise o discurso nos enunciados dos memes e sua propagação nas Redes sociais digitais como forma de participação política partindo da premissa de que o compartilhamento de memes imagéticos políticos, neste período, corroborou para evidenciar a opinião pública acerca deste evento. Através da análise discursiva francesa (AD), a pesquisa nos levou a perceber que a retórica do meme, desqualifica o discurso político tradicional por meio do humor e inaugura uma outra forma de participação política sustentada também pelas dinâmicas de valorização e capital social na internet, além de possibilitar uma análise qualitativa e interpretativa dos fatos discursivos no meme, nos permitindo compreender o que dizem os memes por meio da sua rede de interdiscursos.

¹ Artigo desenvolvido para o VI Colóquio Semiótica das Mídias, que é parte da programação do Pentágono VI do Centro Internacional de Semiótica e Comunicação – CISECO, realizado em Japaratinga-AL, nos dias 25 a 29 de setembro de 2017.

² Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia – PPgEM da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN. Bacharel em Desenho Industrial pela Universidade Federal de Campina Grande/PB. Email: liviam Maia Brasil@gmail.com.

³ Pós-doutora em Comunicação e Cultura pela ECOPOS da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ. Docente e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN. Professora do Departamento de Comunicação Social da UFRN. Email: josimeycosta@gmail.com.

⁴ Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia – PPgEM da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN. Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal de Alagoas, especialista em Comunicação Empresarial pelo Centro de Estudos Superiores de Maceió – CESMAC e Professor dos cursos de Publicidade e Design Gráfico da Faculdade Maurício de Nassau em Maceió-AL. Email: emmersonaguilar@hotmail.com.



Palavras-chave:

Memes imagéticos; Participação política; Facebook; Análise do discurso; Debates presidenciais.

Abstract

This article presents the results of the research on memes and political representation in the 2014 Elections in Brazil, focusing on the discourse in the statements of memes and their circulation in digital social media as a form of political participation, starting from the premise that the sharing of image memes political, during this period, corroborated to evidence public opinion about this event. Through the French discourse analysis (AD), the research led us to realize that meme rhetoric disqualifies traditional political discourse through humor and inaugurates another form of political participation sustained also by the dynamics of valorization and social capital on the internet, besides allowing a qualitative and interpretative analysis of the discursive facts in the meme, allowing us to understand what the memes say through the existing interdiscourses.

Keywords:

Memes; Political participation; Facebook; French Discourse Analysis; Presidential debates.

1. Introdução

O uso insistente e repetitivo de imagens visuais na internet como principal linguagem midiática promove a circulação de sentidos entre os usuários e suas conexões, principalmente nos ambientes virtuais de comunicação. Nessa dinâmica comunicacional do ciberespaço encontramos o meme, um discurso imagético passível de resignificação através das interações entre usuários e conteúdos.

Percebemos no meme, novas formas de manifestação que fazem parte das experiências de uma geração com novos suportes comunicacionais que trazem possibilidades de discussão sobre diversificados temas. Nosso estudo sobre esse fenômeno midiático buscou problematizar como os discursos propagados pelos memes

políticos, contribuíram para a formação da representação da participação política no Facebook. Nossa análise teve foco no período dos debates com os candidatos a presidente no primeiro turno das Eleições Presidenciais de 2014 no Brasil e compreende que o compartilhamento de memes políticos nesse período, corroborou para evidenciar a opinião pública acerca desses eventos.

Nos apoiamos no conceito de meme de Limor Shifman e de Rede Sociotécnica de Bruno Latour, para compreender seu significado no seu meio de circulação. Através da análise discursiva francesa (AD), a pesquisa nos levou a perceber que a retórica do meme, desqualifica o discurso político tradicional por meio do humor e inaugura uma outra forma de participação política, sustentada também pelas dinâmicas de valorização e capital social das redes sociotécnicas. Na AD, utilizamos como principal referencial a premissa da exploração dos interdiscursos, que possibilitou uma análise qualitativa e interpretativa dos fatos discursivos no meme.

2. Sobre memes e participação política na cultura digital

A sociedade está cada vez mais amparada em relações sociais mediadas pela internet sendo este o canal de circulação do fenômeno Meme. Neste espaço simbólico e midiático, os meios técnicos da comunicação social são grandes responsáveis por replicar cultura, comportamento e informação através de recursos da tecnologia digital que permitem a distribuição de conteúdo em proporções globais (BRASIL, 2017).

Com a evolução da tecnologia e o surgimento de novas mídias digitais, observamos a proliferação de símbolos inerentes a esses ambientes e ao seu tempo, que se configuram como novos fenômenos que influenciam e permeiam a vida dos indivíduos na esfera pública e midiática (Brasil, 2017). A “cultura do espalhável” (JENKINS, 2014) promovida pela Internet sustenta a existência de conteúdos efêmeros apoiados na coletividade, tendo como meio o ciberespaço,

alimentado por interatores que navegam e constroem um tipo de inteligência compartilhada a partir da colaboração do coletivo em sua diversidade (LÉVY, 2003).

O meme de internet é um exemplo desses fenômenos. Eles se materializam na mídia como objetos sociabilizados como pedaços de discursos, com efeitos de sentido produzidos na relação entre sujeito, linguagem e seu tempo (FOUCAULT, 2007). Em nossa pesquisa buscamos analisar o discurso propagado pelos memes nas Redes Sociotécnicas (LATOUR, 2005) e os efeitos de sentido desse discurso diante dos novos paradigmas da comunicação em sua materialidade digital, estando o meme inserido como fenômeno e como linguagem (Brasil, 2017).

Compreendemos esses ambientes digitais como redes simbólicas que promovem a circulação de sentidos oriundos de diferentes linguagens, que se replicam, ressignificam, e propagam discursos através das interações entre os usuários com os conteúdos e entre usuários com as suas conexões na rede (BRASIL, 2017). Na pesquisa ‘Memes imagéticos sobre as eleições de 2014’ (Brasil, 2017), abordamos as interações mediadas pelo computador que envolvem a relação entre interatores (participantes na interação, atores e suas conexões) e a relação entre usuários e a plataforma de mídia onde ocorreu a observação do fenômeno, considerando os tipos de ações comunicacionais possibilitadas pela interface da rede social digital Facebook. Utilizamos o termo ator ou interator para designar os participantes na interação social e usuários para designar o participante na interação com a plataforma técnica ou com a internet (Brasil, 2017).

Shifman (2013) explica que a apropriação do termo meme, cunhado por Richard Dawkins (2007), pela cultura digital serve para explicar uma ideia propagada na web, que vem a ser uma unidade de representação, que simboliza um complexo de informações que só significam em conjunto, e cuja principal característica é o reconhecimento. Essas unidades de conteúdo geram derivados criados pelos usuários na internet, e acabam por adquirir a característica da viralidade, se espalhando por diversos públicos, de acordo com dimensões meméticas constituídas na mensagem (SHIFMAN,

2013), que dizem respeito às características, estéticas, ideológicas e técnico-formais do meme (BRASIL, 2017).

Utilizamos o termo ‘meme imagético político’ para nos referir ao meme de representação imagética que contempla uma mensagem política de discussão pública. Essas representações caracterizam os comentários despropositados dos eleitores a uma situação ou reação específica, geralmente identificados como piadas, onde a discursividade e os efeitos de sentido são produzidos por um autor que se posiciona no discurso como um comentarista (Brasil, 2017).

Assim como os dos campo político, o discurso do meme movimenta a incitação a pensar se interpondo entre a instancia cidadã e a instancia política, atravessado pela idealidade social e a intenção de promover uma verdade (CHARAUDEAU, 2006). No entanto, faz uso do humor, é produzido a partir da subversão de enunciados políticos, que fazem circular novos sentidos promovendo novas formas de interação e participação no acontecimento eleitoral (BRASIL, 2017).

De acordo com Shifman (2013), a noção de participação política na cultura digital tem sido ampliada para incluir práticas mundanas, tais como comentários em *blogs* e piadas políticas (Brasil, 2017). A autora afirma que, principalmente, entre os usuários mais jovens, as novas mídias são meios mais atraentes, convenientes e informais, que estimulam essa participação (SHIFMAN, 2013). O compartilhamento de conteúdos como memes e outros virais fazem parte desse processo em contextos democráticos (BRASIL, 2017).

Por exemplo, o Facebook, Rede social com mais usuários no mundo, apresentou durante o período das eleições de 2014 no Brasil, números recorde de interações de interações com conteúdos de natureza política (BRASIL, 2017), dentre as interações, o compartilhamento de memes. Nesta Rede social digital, as ferramentas que possibilitam a difusão desse tipo de conteúdo, são as mesmas que promovem as ações de conversação: os botões de curtir, compartilhar e comentar que representam ações sociais do usuário no ambiente mediado pelo computador. Segundo Recuero (2014), esses botões são usados simbolicamente na construção do espaço social no cotidiano dos

atores, criando convenções e novos sentidos com efeitos de valor para os grupos. O Facebook é, portanto, uma plataforma de interação entre atores sociais, onde se observam as representações de si (por meio de seus perfis individualizados), traduzindo para o digital os laços sociais que são reconstruídos nesse espaço (BRASIL, 2017).

A partir do uso dessas três ferramentas: ‘curtir’, ‘compartilhar’ e ‘comentar’, o meme se difunde na rede entre grupos diversificados. Segundo Recuero (2014), a “curtida” é uma forma de participação que demonstra vínculo porém sem exposição e risco do interior uma vez que o vínculo demonstrado pode se traduzir como uma forma de dar apoio e visibilidade a mensagem ou a uma conexão.

O botão “compartilhar” é uma forma de legitimar, reforçar e valorizar a informação, uma vez que dá visibilidade a uma mensagem considerada relevante, ampliando o seu alcance para outros grupos na rede (RECUERO, 2014). Outra função é “tomar parte na difusão da conversação, na medida em que permite que os usuários construam algo que pode ser passível de discussão, uma vez que é de seu interesse, para sua rede social” (Ibid: 120).

Já os comentários sinalizam uma participação mais efetiva, já que o ator elabora um enunciado demonstrando que tem algo a dizer sobre determinado assunto. O comentário requer maior engajamento e também oferece maior risco de exposição, uma vez que o que pode ser dito, pode ser descontextualizado ao ser difundido através de outras ferramentas de conversação (BRASIL, 2017).

Concluimos com a pesquisa que ao reagir a um meme, os atores da rede assumem um posicionamento em relação aquele discurso, ocorrendo então a ação da participação em níveis que podem variar de acordo com o canal de interação, desde apenas dar visibilidade a mensagem: ocorrendo identificação com o seu conteúdo ou somente com o ato humorístico; até se sujeitar às reações das suas conexões quanto a sua vinculação com determinada mensagem: através do compartilhamento, que implica em uma publicação própria do ator que será visualizada pelas suas conexões, ocorrendo a identificação com o conteúdo ou com o ato de humor mas também traduzindo que tal mensagem possui um nível de relevância para ele; ou através do comentário, ocorrendo

a retomada de sentido por parte do ator que comenta, uma vez que o comentário pode corroborar com a mensagem como ir de encontro a ela demonstrando outras perspectivas (BRASIL, 2017).

No que concerne a participação política, Maia (2011) afirma que a internet proporcionou uma infraestrutura com grande potencial para a produção e difusão autônoma de informação, com uma gama variada de recursos para a conexão e ação política em escala local e nacional. De acordo com a autora, a ampliação da internet e a diversidade de recursos da comunicação digital tem possibilitado uma crescente participação política online por atores da esfera civil através de representações das opiniões públicas no meio digital. (BRASIL, 2017:50-51)

3. Humor e subversão em enunciados políticos

Ao invés de fazer uma abordagem do uso do meme como forma de persuasão política pelos candidatos nas eleições, exploramos em nossa análise as versões de natureza parodística, que refletem a relação cultural do brasileiro com a política. Intencional ou não, a propagação desse tipo de conteúdo acabou por ampliar a circulação de informações sobre as eleições entre usuários de Redes sociais digitais.

O meme confere a uma situação determinada, um discurso social constituído por um enunciado, predominantemente imagético. Ao qualificar esse objeto como meme político, imprimimos nele a qualidade de um discurso que não necessariamente é político, mas que, embora inscrito em um campo de atividade fora da ação política caracterizada como tal, afere significados sobre a coisa política. (BRASIL, 2017:55)

A estratégia discursiva do humor (que subverte o discurso político) possui uma variabilidade inter ou mesmo intra-assunto. O sentido do discurso ocorre na compreensão que se estabelece no interdiscurso e memória discursiva que estão implícitos em um enunciado. A lista de pensamentos implícitos associados a uma mensagem humorística pode variar em função de atitudes, conhecimentos, capacidades, implicações e motivações dos destinatários (CHABROL, 2008) forçando ao público, leitor ou expectador, a interpretação sem fim e sem clareza, uma vez que os memes fazem parte de complexos que significam em conjunto, em função também de uma intertextualidade. Portanto, para a sua compreensão é primordial o entendimento das

suas referências. Segundo Eco (2005) o autor do texto sabe que a interpretação não ocorre de acordo com as suas intenções, mas segundo uma complexa estratégia de interações que envolvem os leitores ao lado de sua competência da linguagem, ademais, a interpretação dos atos humorísticos na mídia, também dependem “dos contratos midiáticos especiais e de dispositivos que os fazem agir” (CHABROL, 2008), já que os interdiscursos culturais ligados aos gêneros midiáticos contextualizam as estratégias e recursos de humor (BRASIL, 2017).

A internet dá visibilidade a novos gêneros de linguagem que possuem o humor como vetor de destaque. No meme, por exemplo, (cuja discussão sobre a sua inserção como gênero midiático vem sendo discutida por Shifman), encontramos conteúdos parodísticos; no meme político, essa relação se dá com a subversão desse tipo de discurso, seus atores, seus cenários, seus rituais. Essa manifestação, a paródia com a coisa política, já é bem difundida nos meios de comunicação de massa, como por exemplo na televisão, em que, ao longo da história, os programas de TV parodiaram a imagem e as personalidades dos políticos brasileiros, através de enunciações polivalentes sérias ou não sérias, com objetivo de informar e divertir (CHABROL, 2008), em uma relação cultural com essas figuras que fazem parte do imaginário da população em geral.

Os políticos sempre foram alvos de comentários e enunciados humorísticos, o meme vem a ser mais um desses enunciados, agora dentro de um contexto pós-moderno, digital, onde a cultura do espalhamento permite a difusão da sua mensagem ampliando espaços de discussão. A cibercultura, que promove a cultura da participação em ambientes virtuais, é essencial à premissa de transformação e interação que suscita a produção de sentido do meme. Sobre a paródia em tempos digitais, segundo Felinto (2008) não se trata de pensar o conteúdo em si, o que importa são “os efeitos de sentido que ela produz em nossa realidade midiática”, explicitando “[...] eventuais flutuações da opinião pública a respeito de um dado tema. Em resumo, se um determinado tipo de conteúdo faz sucesso e viraliza no ambiente das mídias sociais digitais, chances há de que ele incute uma certa percepção de um indivíduo ou um grupo de indivíduos sobre a realidade social (CHAGAS e TOTH, 2016: 213).

4. O que dizem os memes imagéticos políticos? Uma análise das Eleições de 2014

Artefatos midiáticos como os memes, se tornaram muito populares na cultura da participação do meio digital. Por meio de aparatos tecnológicos, os usuários da internet se tornaram ao mesmo tempo produtores e responsáveis pela difusão de novas manifestações comunicacionais, constituindo-se como autores e também sujeitos do discurso dessa comunicação. Os discursos no ciberespaço são caracterizados pela multiplicidade de recursos utilizados para a produção de sentido, ganhando corpo em diferentes formas, tanto em manifestações escritas quanto em manifestações imagéticas dentro da sua materialidade digital (BRASIL, 2017).

Ao longo da pesquisa com os memes, descobrimos que além de divertir, os memes movimentam na rede uma série de significados que estão ligados a memória coletiva no ambiente digital. A princípio talvez os interatores não reconheçam no meme um complexo de informação que reúne discursos de várias esferas, no entanto, essa memória é acionada quase instantaneamente através do recurso de uma composição imagética que apresenta uma imagem com um texto sobreposto, onde essas duas redes de significação reunidas corroboram para o entendimento da formação de um novo discurso (BRASIL, 2017).

Compreendemos que a memória discursiva do meme, seria a memória coletiva na rede, repleta de sentidos provenientes principalmente do discurso das mídias, que formam o repertório e a memória psicológica dos acontecimentos nesses ambientes, e que são retomados na internet por manifestações de comunicação como os memes. Os interatores inseridos em formações discursivas e ideológicas acionam essa memória por meio do reconhecimento das suas visões de mundo, a ideologia para esse grupo se sustenta sobre o já-dito, na memória discursiva, em que os sentidos institucionalizados são admitidos como naturais (BRASIL, 2017).

Já no âmbito das análises, que contemplou 12 enunciados no total, concluímos que os memes são enunciados oriundos do agrupamento de outros discursos, que

possuem no seu autor a origem das suas significações e a sustentação da coerência do sentido. As unidades de texto, como são chamadas as representações na Análise de Discurso, tem início, meio, fim, superfície linguística e autor. Com o recurso desse procedimento analítico, pode-se inferir que o autor é uma representação, que se delimita na prática social como uma função específica de sujeito do discurso.

Percebeu-se, nas análises, que o autor se encontra na posição de fabricação do discurso político como comentarista, posição a partir da qual ele passa a subverter as situações de comunicação onde estão presentes os discursos dessa natureza. Observamos que ao realizar a captação de situações e falas oriundas dos debates, o autor as utiliza tanto como pretexto para falar sobre política, como também para referir assuntos fora do campo político. Como comentarista, este autor acaba não se vinculando ao discurso político em si e assim vai criando enunciados que se configuram dentro de uma esfera discursiva com representações, imaginários construídos por ele a partir das percepções das ocorrências nos eventos relacionados às Eleições.

Ficou claro que, para a análise dos memes, as relações interdiscursivas são tão importantes para a compreensão dessa representação como o significado do enunciado em si. Os autores se apropriam das ocorrências, do acontecimento, das falas e enunciações dos personagens políticos, demonstrando que há ali, na construção do meme, uma memória discursiva que une um complexo de informações, onde estão presentes discursos de várias instâncias, da esfera civil, da esfera midiática, da esfera política e as condições de produção que implicam nos contextos, sociais e históricos. Essa rede interdiscursiva retorna nos mais diferentes enunciados relacionados ao pleito eleitoral de 2014, havendo sempre o reconhecimento dessa relação entre os enunciados. Mesmo que estejam em constante transformação e gerando novos efeitos de sentido, reconhece-se que eles são unidades de um complexo maior, reconhecido principalmente pela presença dos interdiscursos que são identificados por meio da memória discursiva, como também se identificam como elementos de pertencimento neste complexo maior, características oriundas da sua estética, ideologia e características técnico-formais.

Figura 01: Enunciados analisados



Fonte: BRASIL, 2017.

Também se percebeu que a subjetividade do sujeito do discurso, que aparece em função de autor, transparece no discurso e dessa forma o meme produz efeitos de sentido para as conexões que são filiadas às mesmas formações discursivas que este autor, havendo também o apelo ao repertório e até à memória psicológica dos acontecimentos, que levam a compreensão do enunciado pelo público.

Já os interdiscursos são reconhecidos e identificados através de designadores ou referências que se apresentam no enunciado na superfície da linguagem. Nos memes imagéticos analisados (Figura 01), a linguagem é ao mesmo tempo imagética e textual. O enunciado é geralmente construído por meio da captura de *frames* de acontecimentos televisionados e da construção de pequenas enunciações que reconstróem o sentido da imagem original. Os designadores e referências aparecem tanto no texto quanto na imagem e a união desses elementos, configurando-se como um único enunciado, produz efeitos de sentido acessados pela memória discursiva do público.

A participação política promovida pelos memes, no Facebook, ocorre no âmbito das representações que pôde ser percebida de duas maneiras: como a participação de um autor em condições de produção específicas, que realiza uma manifestação comunicacional através de uma imagem representativa que utiliza recursos de humor para subverter os acontecimentos políticos promovendo um novo discurso na rede; e também como a participação dos interatores no Facebook em atividades políticas, por meio da interação com os memes que indicam um posicionamento em relação a sua mensagem (BRASIL, 2017).

Também através das análises, percebemos que os autores inauguram novas redes de sentido compartilhadas entre as conexões, onde o próprio meme assume função de ator que propaga um discurso. As ferramentas que traduzem as ações de conversação para o meio digital no Facebook (botões de reação curtir, compartilhar e comentar) são o canal de interação entre esses atores (meme e usuário do Facebook). A vinculação e engajamento com os discursos propagados pelos memes podem ser medidos superficialmente por essas reações, que podem indicar posturas diferentes dos usuários em relação ao discurso (BRASIL, 2017).

Observou-se também, que os internautas costumam comentar nas publicações utilizando outros memes, *hashtags* ou apenas marcando suas conexões. Muitas vezes, o número de curtidas foi muito maior que a quantidade de compartilhamentos e de comentários, o que nos leva a pensar que, embora haja a identificação com determinado conteúdo, por se tratar de política e de um momento tão polarizado quanto o contexto das Eleições de 2014, os usuários do Facebook preferiam não expor essa identificação pois estão sujeitos às reações das suas conexões. É importante ressaltar que em 2014, a curtida era o único botão de reação que poderia ser usado para manifestação não verbal sem compartilhamento, então, esse tipo de interação era considerada como positiva gerando visibilidade para a mensagem e para a participação, podendo indicar a aprovação do conteúdo ou o apoio às publicações de suas conexões (BRASIL, 2017).

A essência dos memes analisados se concentra na captação de uma situação predominante e dos elementos que compõe a sua memória discursiva, construindo um

imaginário que representa uma formação ideológica, utilizando o humor como apelo para os destinatários. A paródia, identificada várias vezes na investigação, era construída nos enunciados utilizando alguns recursos do humor como a ironia, a comicidade e o sarcasmo, para promover a desqualificação e a banalização de assuntos tratados nos debates; da imagem e do discurso político dos candidatos; das emissoras; e da própria função cívica do debate no pleito eleitoral. A difusão desses memes na internet fez circular conteúdos que deslocaram o sentido político das mensagens e divertiram os usuários das redes sociais digitais (BRASIL, 2017).

Referências

BRASIL, Livia Maia. **Memes imagéticos sobre as eleições de 2014: uma análise de discursos e representação política no Facebook**. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia. Brasil, 2017. Disponível em: <<http://www.cchla.ufrn.br/ppgem/wp-content/uploads/2009/09/MEMES-IMAGÉTICOS-SOBRE-AS-ELEIÇÕES-DE-2014-UMA-ANÁLISE-DE-DISCURSOS-E-REPRESENTAÇÃO-POLÍTICA-NO-FACEBOOK1.pdf>>

CHABROL, Claude. **Humor e mídia: definições, gênero e cultura**. In: PROENÇA LARA, Glaucia; MACHADO, Ida Lucia; EMEDIATO, Wander. (Org.). **Análises do discurso hoje**. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 2008.

CHAGAS, Viktor (et.al.). **A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014**. Revista Intexto, Porto Alegre, 2016.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São paulo: Contexto, 2006.

_____. Patrick. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2008.

DAWKINS. Richard. **O gene egoísta**. São Paulo: Companhia das letras, 2007.

ECO, Humberto. **Interpretação e superinterpretação**. 2a ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

FELINTO, Erick. **Videotrash: o YouTube e a cultura do “spoof” na internet**. Revista Galáxia, n. 16. São Paulo, 2008.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7a ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.



LATOUR, Bruno. **Reassembling the Social: An Introduction to Actor Network Theory**. Oxford/New York: Oxford University Press, 2005.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Editora34: 1999.

RECUERO, Raquel. **Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook**. Revista Verso e Reverso, vol. XXVIII, n. 68. São Leopoldo: 2014.

SHIFMAN, Limor. **Memes in Digital Culture**. E-book: MIT; Cambridge, 2013.