

# FÓRMULAS EM REDES SOCIAIS: PROPRIEDADES TEXTUAIS, DISCURSIVAS E INTERAÇÃO HUMANO-COMPUTADOR

Lafayette Batista Melo (IFPB)

lafagoo@gmail.com

## 1. Introdução

Circulam nas redes sociais ideias, frases e desenhos com sucesso repentino e repetidos compartilhamentos. Todas essas formas de comunicação, denominadas memes nas redes, se propagam, fazem muito sucesso, mas após um tempo diminuem seu aparecimento também de forma súbita. Esta pesquisa tem como objetivo compreender o funcionamento de memes textualizados e seus princípios a partir da abordagem da noção de fórmula em análise do discurso. Não é pesquisada uma frase ou termo específico, mas são analisados dez memes reconhecidos pelo público e pela mídia (como “menos Luiza que está no Canadá”, “Cala a boca, Galvão!” etc) de modo a entender como esses representantes circulam e suas formas de funcionamento. Os textos fórmulas analisados funcionam como sequências autônomas, tomando como base Krieg-Planque (2010), mas com características peculiares quanto a suas quatro propriedades: 1) o caráter de cristalização mostra reconhecimento e significância, mas em geral do tipo memorial; 2) o caráter discursivo fica muitas vezes vinculado à comunidade que adere à circulação de fórmulas e usa uma determinada interface da rede; 3) o caráter de referente social traduz um espaço social não muito identificável, mas relacionado ao conhecimento social do que já havia circulado; e 4) o caráter polêmico implica um estilo de vida altamente relacionado com determinado conhecimento dos recursos, mas não para preparação de embate ou discussão. Conclui-se que essas ponderações sobre as fórmulas memes textuais analisadas decorrem de uma relação entre um discurso que pode ser muito amplo (abrangendo atividades das mais diversas) com detalhes de operação das interfaces dos sistemas. O uso da interface é determinado na interação humano-computador e implica conhecimento do uso de recursos de postagens, comentários, menções a usuários e replicações de mensagens. Além disso, em geral há duas etapas de circulação das fórmulas investigadas: uma dentro de um discurso mais específico (por exemplo, de pessoas que criticam determinado comercial) e outra dentro de um discurso mais amplo (formado por textos que mostram adesão do público por mero entretenimento ou suposto engajamento social).

## 2. Texto, discurso, fórmulas e interação humano-computador

É importante que façamos algumas considerações sobre texto e discurso segundo Possenti (2009), pois há diferença em relação aos seus dispositivos teórico-metodológicos e resultados obtidos. Alguns problemas poderiam ocorrer pelo fato de os dados na análise do discurso serem obtidos tipicamente de textos. Para o autor, o texto é a materialidade do discurso, mas um discurso não é equivalente a um texto, pois pode haver mais de um discurso em um mesmo texto, além de o discurso ser caracterizado por uma dispersão de textos. Há categorias próprias para analisar texto ou discurso. Assim, na lingüística de texto são comuns categorias como coesão, coerência, referenciação e progressão textual. Na análise do discurso, são comuns termos como autoria, campo discursivo e formação discursiva.

Vamos nos ater, nesta pesquisa, especificamente à categoria de fórmula em análise do discurso, tomando como base Krieg-Planque (2010), Maingueneau (2010), Benites (2011) e Baronas (2011). Textos-fórmulas são estruturas linguísticas relativamente fixas, breves, e com determinado ritmo. No caso deste trabalho, tais textos são vistos como destacados, ou seja, fazem parte de fórmulas autônomas, independentes do contexto, com significante e significado inalteráveis (Maingueneau (2010)). Além disso, as fórmulas constituem categorias particulares de lugares discursivos, que extrapolam o nível lexical e abrangem fenômenos de retomada e de circulação discursivas, como pequenas frases ou slogans (Benites (2011)).

Pode-se afirmar também que o que está em volta, motiva e é recuperado nos memes que vamos estudar será analisado conforme as propriedades de fórmula de Krieg-Planque (2010): têm caráter cristalizado (são formas significantes relativamente estáveis para um grupo), têm caráter discursivo (não são textos isolados, mas funcionam nos seus usos reais e se transformam), têm caráter social (funcionam em dado momento como signo reconhecível evocado) e têm caráter polêmico (há um território de confronto e embate que coloca em jogo modos de vida). De todo modo, há uma dispersão de textos nas fórmulas, o que implica que elas podem ser constituídas por um texto que é adequado, modificado ou tem variações.

Os estudos tradicionais sobre interação humano-computador (Preece (2011) e Nielsen (2007)) tratam as formas de comunicação, basicamente, através dos estudos da análise da conversação aplicados aos ambientes colaborativos. São analisadas as funções dos diversos componentes (links, botões, figuras, texto etc) e as formas como são desenvolvidas as conversas: como uma pessoa toma o turno de fala, se há pares adjacentes como pergunta-resposta, quais os marcadores linguísticos importantes (os textos usados para abrir, manter e fechar uma conversa), as sequências textuais de interação mais relevantes, se há coesão e coerência na conversação etc. A interação humano-computador não usa categorias de texto e discurso como na linguística, mas enfatiza os componentes da interface, a qual não é apenas o que é visto na tela do computador, mas a base de comunicação para o usuário operar no programa, interagir com outras pessoas através dos programas e estar ou não autorizado para usar ou acessar certos conteúdos. Jakob Nielsen – o conhecido autor de projetos de interface para a Web – dizia que em um site “o conteúdo é o rei”, mas agora, com a ascensão das redes sociais mudou o enfoque para “o contexto é o rei”. Tal mudança intenciona produzir ambientes nos quais se dê um apoio cada vez maior à experiência de interação do usuário, já que a Web passou de um fase onde o mais importante era localizar informação, e agora está em um estágio em que o mais importante é localizar pessoas com as quais se possa construir e compartilhar informações. Do mesmo modo, é inalienável a ideia de que para construir fórmulas por meio da interface, o usuário precisa de conhecimentos não só sobre os componentes da interface mas também seus serviços e, pela prática, começa a constituir uma comunidade de pessoas que têm um discurso aliado ao uso da tecnologia para ser propagado.

### **3. Memes**

Memes são ideias representadas em quaisquer tipos de texto, vídeo ou imagem e que fazem sucesso na Internet, sendo propagados principalmente através de redes sociais. A palavra meme foi criada pelo zoólogo Richard Dawkins, como uma metáfora de “gene” relacionado à memória. Representam unidades de informação autônoma que

se expandem de mente em mente ou em qualquer repositório através dos tempos. O termo relacionado a sua origem tem diferenças que os usuários não diferenciam no mundo da interação em redes sociais. Por isso, a partir deste momento vamos usar o termo fórmulas memes para fazer referência ao que os usuários e a mídia assumem como memes na Internet. O interesse da pesquisa é sobre memes textualizados e foi observado o uso dos dez mais frequentes, conforme conceitos e exemplos de Bernardo (2012), Brandão (2011), Morales (2011) e Nicolau (2012):

“Menos Luiza que está no Canadá” – texto que surge a partir de uma propaganda na TV sobre venda de apartamento, na qual um colunista social faz alusão a sua família, menos à filha que teria viajado para o Canadá.

“Cala a boca, Galvão!” – menção ao locutor de futebol da rede globo, depois transformado internacionalmente em uma propaganda sobre um suposto pássaro em extinção.

“Me dá meu chip, Pedro” – situação de escândalo, na qual uma menina grita várias vezes, do meio da rua, pedindo um chip para o namorado que estaria dentro de casa. Surgiu de um vídeo colocado no Youtube.

“Putá falta de sacanagem” – situação também filmada e colocada no Youtube, na qual uma fã da banda Restart reclama desesperada sobre o cancelamento de um show.

“As arveres semos nozes” – Trecho de gravação de um CD de música gospel.

“A banda mais bonita da cidade” – lançamento do clip de uma música em sequência, na qual cada componente vai cantando uma parte da canção em um lugar da casa onde estão.

“Bons drinks” – Vídeo de Luiza Marillac colocado no Youtube, informando aos seus amigos que não está na pior.

“Para nossa alegria” – Uma família tentando cantar uma música gospel, mas de forma desafinada.

“E o bambu?” – Trecho de um antigo programa de Sílvio Santos no qual uma menina faz uma brincadeira com o apresentador.

“Tenso” – simplesmente uma palavra usada para referir o estado no qual o indivíduo está, geralmente acompanhada de outros textos, imagens ou vídeos.

#### **4. Análise das fórmulas memes, modos de circulação e operação na interface**

Um primeiro ponto a ser observado é que, para circular, a grande maioria dos memes parte de recursos de vídeo, sejam eles os que surgiram em programas de TV ou gravados no Youtube. Isso não impede que as pessoas os textualizem e os repliquem. As ações dos usuários sobre os componentes e os respectivos feedbacks dos sistemas envolvem, no Twitter, principalmente o conhecimento de funcionamento dos links Reply, Direct Message e Retweet. Além disso, é importante o conhecimento de como

funcionam as hashtags (termos antecidos do símbolo “#”, cujas pesquisas são facilitadas e que são ranqueados em vários níveis, de cidades a países). No Facebook, para conhecimento de leitura e escrita na interface, o que importa basicamente são as funções dos links Atualizar, Comentar, Curtir e Compartilhar.

Em termos de **crystalização**, o caráter de significância das fórmulas memes encontra respaldo a partir do conhecimento que o usuário tem de um novo texto e o vê com algum estranhamento na textualização do outro ou extensamente repetido. Ele pode ver um convite para algum lugar no qual muita gente vai e, no final, uma sequência como “#menosLuizaqueestánoCanadá” ou ver essa sequência em vários textos e já deduzir pelos usos na interface que pode tratar-se de um texto novo e de significado reconhecível. Contudo, em um primeiro momento, apesar de ser visto que as pessoas circulam o meme com certo significado, o usuário pode não saber qual é e mesmo assim replicar as mensagens no Twitter ou no Facebook. No Twitter, ele tem a ideia adicional em *hashtags* de que é algo significado para ser explicitamente reconhecível e ranqueado. Pode-se observar que as propriedades de manipulação do texto em conjunto com os componentes têm papel crucial na circulação da fórmula para constituição de sentidos. O discurso associado a essas formas de uso pode, nesta ocasião, estar apenas associado ao de pessoas que têm conhecimento de uso da interface ou que simplesmente querem se inserir em uma comunidade que já usa os memes textuais. Vale salientar que essa característica pode ser aplicada para todos eles, mas que há momentos de uso nos quais certos discursos podem ser mais qualificados. O de “Luiza que está no Canadá” teve circulação inicialmente na cidade de João Pessoa por parte de pessoas que estavam indignadas com certo esnobismo do colunista social e escreveram o texto como forma de crítica, a qual foi totalmente diluída em uso nacional, dispersando também o caráter de um discurso crítico ou denunciativo. Tais associações discursivas podem estar mais ou menos explícitas inicialmente no uso de cada meme: “Cala a boca, Galvão” foi também, no início, **crítica a alguém**. “Me dá meu chip, Pedro”, “Putá falta de sacanagem”, “As arveres semos nozes”, “Bons drinks” e “Para nossa alegria” relacionam-se a mostrar **situações cômicas** pelo ridículo do momento social, econômico ou do modo de falar. “A banda mais bonita da cidade”, “Tenso” e “E o bambu?” demonstram **força ou jogo de palavras**. Em outras palavras, o discurso inicial pode até ser identificado, mas posteriormente tem possibilidade de ficar diluído pelo **discurso de pertencer e a uma comunidade que produz um discurso na Internet**.

Os ditos memes textualizados podem ser caracterizados em sua **natureza** como do tipo **memorial** e não estrutural (formal). As cristalizações de ordem estrutural corresponderiam mais à “palavra” de experiência comum e as de ordem memorial são mais as “frases feitas” de experiência comum no sentido de que não são simples recomendações ou afirmações aprendidas nas experiências de cada usuário, mas sim proposições mais próximas de slogans ou máximas. Contudo, os memes textualizados não são produções da mídia ou de campanhas publicitárias. Na verdade, os memes textualizados podem ter repercussão na mídia comum dos jornais e televisão, mas após já terem circulado e adquirido reconhecimento nas redes sociais. O fato de serem mencionados na mídia tradicional não indica que eles serão também fortalecidos ou inseridos na linguagem cotidiana, mas antes que já haviam adquirido força na rede e que têm o *status* de notícia jornalística.

Cristalizações podem ser caracterizadas, além da natureza, pelo **grau**. Isso significa que as fórmulas podem estar mais ou menos cristalizadas, conforme sua

aceitabilidade. O que concorreria para o grau poderia ser desde a composição da fórmula até o seu tamanho mínimo. Fórmulas passam por processos de transformação cuja sequência textual pode ser diminuída para abrigar mais exemplos em campos diferenciados, aumentar a polissemia e, conseqüentemente, trazer maior poder de assimilação. Por exemplo, as sequências, consideradas como fórmulas por Krieg-Planque (2010), “programa comum de governo do Partido Comunista Francês e do Partido Socialista” e “direito de ingerência humanitária” passaram a ser “programa comum” e “direito de ingerência”, tornando-se mais concisas e ao mesmo tempo mais aceitas pelas diferentes comunidades discursivas e também mais adequadas a diferentes discursos.

A concisão dos memes textuais está fortemente vinculada a como se apresentam desde o início, pois não se verificam operações de diminuição da sequência textual. Eles parecem já estar adequados para a circulação e, algumas vezes, são mostrados de forma isolada ou associadas a algo que é enunciado no momento. Por exemplo, após o anúncio de que é chegada a sexta-feira, muitos usuários complementam a informação com a sequência “Para nossa alegria”. O meme “tenso” pode estar associado a figuras de perigo (altura de um prédio, um animal prestes a ser devorado por outro etc). Aliás, nesse caso, além de não serem visualizadas formas diminuídas do texto, o termo parece estar cristalizado por mais tempo, pois surgiu antes dos demais que foram citados, mas ainda hoje é propagado em redes sociais com os mais devidos fins (por exemplo, é bem regular frases de alunos que ligam o termo “tenso” a textos informando sobre a realização de provas).

Podemos dizer que a concisão, que permite à fórmula circular e decorre de certo modo de cristalização, encontra nas redes sociais um lugar privilegiado para aumentar sua visibilidade e, conseqüentemente, fortalecer sua estatura. Particularmente para o usuário que no contexto de uso opera com vários programas, está em contato com várias pessoas simultaneamente, tem vários programas abertos com diferentes interfaces e ainda é submetido a novas funcionalidades que surgem nas redes sociais, o fato de ter textos fórmulas concisos é crucial para manutenção da comunicação. Isso não quer dizer que os usuários estão submetidos à lei de menor esforço ou não são capazes de formular textos mais elaborados, mas que há benefícios operacionais na interação humano-computador bem como discursivos nas expressões mais reduzidas. Propagar as fórmulas textos escrevendo fórmulas curtas ou simplesmente acionando botões como Retweet, no Twitter, e Compartilhar, no Facebook tem um benefício que resulta na decisão de repetir ou não mais facilmente um conjunto de informações e propagá-las com mais força na rede do que em outro ambiente.

Não são vistos muitos processos de criação neológica porque também não implicam aceitação rápida por parte dos vários usuários interagindo em rede. Porém, há o pertencimento dos usuários que operam determinada interface a um modo de comunicar via rede do mesmo modo que a uma morfossintaxe e lexicologia próprias. Já o pertencimento há um certo discurso ocorre, em um primeiro momento, a uma crítica, a certa forma de humor ou estereotipagem e à assimilação da força ou jogo de um conjunto de palavras. Em um segundo momento, este pertencimento pode atuar simplesmente em pessoas que se reconhecem como propagadoras das fórmulas em questão.

Outro caráter a ser considerado nas fórmulas é o de **referente social**. Este caráter quer dizer que há significações sociais, mas não homogêneas e que a fórmula tem um aspecto dominante, em certo momento e espaço sociopolítico. Ser social implica ser signo que evoca algo para todos e que, portanto, traga reconhecimento. Esse signo é notável e está em vários tipos de discurso: oral, escrito, leigo e especializado. Krieg-Planque (2010) traz para essa discussão, como exemplos, as expressões “purificação étnica” e “invasão estrangeira”, as quais verificadas em seus contextos trazem também posições sobre o racismo e a política de imigração. No caso dos memes textuais, pode-se verificar um referente social, mas que atua de forma ainda mais heterogênea. “A banda mais bonita da cidade” pode ser usada simplesmente para fazer referência a um conjunto da própria cidade do usuário e pode ser modificada como em “A candidata mais bonita da cidade”, entre outras variações, de modo a constituir um referente social. Os memes (ao menos desta pesquisa e que são os mais propagados) não surgiram já dentro de um contexto sociopolítico definido como nos exemplos de Krieg-Planque (2010), mas isso não quer dizer que não tenham referentes. Para cada enunciador que formule os memes, os referentes podem estar relacionados com atividades dos envolvidos e seus discursos, mas também ao próprio fato que desencadeou a construção da expressão: os vídeos do colunista social, “Bons drinks”, dos fãs da banda Restart, da moça que grita com o rapaz a procura do seu chip etc. Seriam, vamos tratar assim, referentes muito mais vinculados ao conhecimento de certos fatores desencadeadores dos próprios memes ou, eventualmente, a discursos específicos de grupos que desenvolvem certas atividades (por exemplo, “Todos vão fazer prova amanhã, menos Luíza que está no Canadá”).

Sobre o caráter **polêmico** da fórmula, é importante salientar que é altamente relacionado com o caráter de referente social, sendo dele indissociável. As fórmulas colocam em jogo, segundo o caráter polêmico, algo de grave, que implica modos de vida, recursos materiais, decisões, direitos, deveres, relações de igualdade, solidariedade etc. Cumpre observar neste momento que estamos estudando as fórmulas em seu funcionamento discursivo, não em relação aos debates que elas provocam a respeito de como são veiculadas na mídia e na Internet. Para essas ocasiões, há muitas discussões e indagações das razões sobre as quais os memes estão tão em alta, seu conteúdo fútil, sua perda de tempo etc. Quando, no entanto, é ressaltado o caráter polêmico das fórmulas, isso é feito segundo as questões que elas carregam suscetíveis aos debates entre os interagentes. Nos exemplos analisados, praticamente não foi identificada a utilização das fórmulas como objeto de polêmica, ou seja, como um embate de atores-locutores descrevendo o que veem em torno de si como objeto do real. Tal questão pode ser explicada, ao menos para os exemplos elencados, pelo fato de serem observadas mais as inscrições dos participantes a um texto, discurso ou fórmula como um objetivo principal do que motivações para debates. Quem repete “E o bambu?”, “Bons drinks”, “As árvores semos nozes” ou até mesmo “tenso”, de forma isolada ou associando a outra sequência de texto ou imagem, não suscita algo que seria o revés do que diz, mesmo com visões implicitamente estereotipadas. Se implicitamente houver a estereotipagem de certa classe social, a referência direta da fórmula a um conteúdo como objeto de polêmica torna-se imperceptível. Em uma fórmula como “purificação étnica”, os debates sobre a permanência ou não de certos grupos étnicos em um país são suscitados. “Bons drinks” não vai gerar debate sobre tipos de bebida.

O caráter social está diretamente implicado ao caráter de polêmica, mas suas relações com as peculiaridades da interação humano-computador não ganham vulto.

Não há componentes de interface que demarquem, facilitem, explicitem o tipo de participação social ou polêmica. Tais componentes são antes usados para gerar determinadas participações e referentes sociais, embates e polêmicas, conforme a motivação discursiva, de acordo com o que trataremos a seguir.

O caráter **discursivo** da fórmula vai além das formas em que ela é cristalizada e de sua materialidade, descritível e localizável. A fórmula não existe sem usos, não é meramente linguística. Quando uma sequência textual torna-se uma fórmula, isso ocorre no início do seu próprio surgimento. Ou seja, a fórmula é uma espécie de neologismo da forma, mas não é a forma o que interessa ao pesquisador e sim seus usos particulares. Assim, pode haver uma preexistência de uma sequência textual antes que ela ganhe o *status* de fórmula. No caso dos memes descritos, eles irrompem como fórmulas quando são percebidos como acontecimento em discursos públicos. Desse modo, eles circulam mais intensamente nas redes sociais publicamente, mas podem ser comentados e aparecer na mídia e voltar a circular na Internet. Neste sentido, para pesquisa com textos já categorizados como fórmulas, o estudioso deve estar atento a suas fontes de informação, sua dinâmica e condição histórica. Isso remete ao que foi discutido na seção 2. Há uma certa utilização do texto e da interface computacional para se compreender e poder propagar as fórmulas. As habilidades sobre o uso da interface também vão definir a eficiência como essas fórmulas serão discursivamente propagadas. Passar de uma interface do Twitter para o Facebook, ou vice-versa, também condicionará a eficiência com a qual o usuário lidará com as formas. Como vimos, a interface não é meramente aquilo que está na tela do computador, mas um espaço de comunicação. Portanto, também outros programas poderão tomar parte da forma como o usuário lidará com as fórmulas até associá-las a um discurso específico. Conhecimento preexistente sobre o funcionamento do Youtube, de programas de televisão, de propagandas, de conversas informais, tudo isso pode convergir ou não para que o discurso seja trabalhado com sucesso.

Vale mencionar que dentre as propriedades das fórmulas tratadas como quatro tipos de caráter não são envolvidas causas de participação textual ou discursiva. As redes sociais, contudo, demonstram a circulação de fórmulas em grupos engajados, nem que seja simplesmente em propagar as fórmulas. Assim, fica o questionamento sobre se haveria algo a mais que dispusesse o indivíduo a participar e contribuir na propagação de fórmulas pela Internet. Clay Shirky (2011) afirma que as pessoas precisam de uma causa para participar de movimentos espontâneos, mas a causa pode ser uma vontade de estar nas redes sociais, de aparecer, de compartilhar o que outras pessoas já estão compartilhando na rede, ou seja, de ter uma identidade com outros que já estão no mundo virtual. Para Raquel Recuero (2009), no ambiente digital é possível perceber o registro da evolução das ideias, identificando o nascimento e evolução dos memes dadas as características desse meio, tais como **persistência** (a capacidade de armazenamento das informações que se mantêm circulando) e **fidelidade** (a capacidade de recuperação da informação de forma igual a quando foi publicada). Assim, o fato de haver o desejo de “estar lá” na rede, a persistência e a fidelidade dos programas concorrem em conjunto com as habilidades de uso da interface para o sucesso na interação humano-computador. Esta interação alia práticas e suposições do funcionamento de componentes da interface que, engajadas na leitura e propagação das fórmulas memes, produzem textos com maior ou menor visibilidade discursiva.

## 5. Considerações finais

Nesta pesquisa, procurou-se relacionar textos que circulam na Internet denominados memes com o conceito de fórmula em análise do discurso. A acepção tomada de Krieg-Planque (2010) define quatro propriedades para uma fórmula, as quais verificamos como funcionam e em qual grau e conforme qual uso da interface em uma rede social. É importante salientar que a própria Krieg-Planque (2010) faz algumas ponderações sobre o uso do conceito de fórmulas nas pesquisas, as quais consideraremos a seguir relacionando-as com este trabalho.

Em primeiro lugar, a autora coloca que há uma multiplicidade de enfoques para as fórmulas, pois são enunciados bem moldados para chamar atenção dentro de certa circunscrição na qual circulam. Haveria fórmulas no domínio da religião, do jurídico, da matemática etc. Esta circunscrição não pode ser relacionada aos memes que circulam na Internet, pois vimos que nas redes sociais diferentes domínios podem ser servidos, independentemente de que haja necessidade de conhecimentos específicos da Interface e de como outros usuários expressam suas fórmulas com o uso de componentes. Enfim, a circulação em redes sociais não tem como constituir um campo específico e na maioria das vezes não tem nem como mostrar a que campo o enunciado está associado por conta da dispersão de textos.

Em segundo lugar, é considerado por Krieg-Planque (2010) que, apesar de as fórmulas serem caracterizadas por propriedades precisas, são em si objetos de um *continuum*. Em outras palavras, as propriedades são necessárias, mas estão presentes em forças desiguais uma em relação à outra. No caso desta pesquisa, podemos caracterizar os memes textuais em redes sociais como tendo cristalização fortemente representada, caráter polêmico fraco, referente social médio e caráter discursivo fraco. Os usos determinam o destino formulaico das sequências em caráter discursivo, mas no caso dos memes estão não necessariamente relacionados a um discurso institucional ou atividades e sim a habilidades de práticas com a interface e usos anteriores das sequências textuais.

Em terceiro lugar, é importante que se faça referência à publicização, que quer dizer que a fórmula é um referente social, isto é, um signo que evoca algo em dado momento e que por processos de publicidade entrou no espaço público. A questão então é saber qual é o espaço público na rede social, fluido e disperso. Os conceitos de espaço público já avançaram considerando a sua fragmentação em qualquer local onde são compartilhados pontos de vista e opiniões visivelmente a outras pessoas. Nesse ponto, coincidem com o espaço existente na Internet. Porém, os processos de publicização são mediados pelas mídias. A imprensa na TV, no rádio e no jornal tem um papel importante para mediar a divulgação de fórmulas, seja reforçando-as ou ignorando-as. Além disso, muitos são os atos que constituem os processos de publicização, seja por meio de folhetos, propagandas na TV, *outdoors*, sites etc. No caso dos memes em redes sociais há uma diferença fundamental sobre os atos e processos de publicização: não foram construídos de forma voluntária. Mesmo quando a grande mídia divulga, o faz pelo fato de as fórmulas já estarem bastante disseminadas nas redes, tenham elas surgido de um programa de televisão, de um vídeo pessoal do Youtube ou de palavras com determinado efeito e assimilação pelo público em geral. Muitos autores, segundo Krieg-Planque (2010) não aceitam bem a ideia da circulação acelerada e descontrolada de fórmulas, pois empobreceria o pensamento e o debate. É bom ressaltar que esses autores não estão nem considerando a circulação de expressões em redes sociais como esta pesquisa procura fazer.



Assim, pode-se notar que a aceitabilidade dos memes nas redes é muito forte, e inclusive, com intensa replicação de textos. O fenômeno envolve ao mesmo tempo produção involuntária de fórmulas e alta circulação motivada por crítica, humor e jogo de palavras em um primeiro instante, mas com motivação apenas de pertencimento à rede em um segundo momento. Seus caminhos tendem certamente muito mais à busca por identificação e agrupamento de pessoas, que têm certos pressupostos sobre como os textos funcionam em um ambiente de interface computacional, do que a promoção profícua de debates. De todo modo, as fórmulas memes abrem um novo rumo para a investigação sobre o funcionamento da linguagem em um cotidiano enriquecido de tecnologia. Outras pesquisas podem envolver a influência dos memes na vida não digital e a apropriação na Internet de fórmulas como meio autodivulgação.

### Referências bibliográficas

- BARONAS, R. L. e GIBIN, F. C. **Das condições de emergência da Fórmula: Reforma ortográfica na Mídia**. In: MOTA, Ana Raquel & SALGADO, Luciana (Org.). Fórmulas Discursivas. São Paulo: Contexto, 2011, p. 111 – 122.
- BENITES, Sônia A. L. **Plebiscitos em revista: a sátira da fórmula**. In: BARONAS, R. L. & MIOTELLO, V. (Org.). Análise de Discurso: Teorizações e Métodos. São Carlos: Pedro & João Editores, 2011, p. 251-264.
- BERNARDO, Kaluan. **Como uma ideia se difunde e vira um meme na internet?**  
<http://www1.folha.uol.com.br/tec>  
Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/1084130-como-uma-ideia-se-difunde-e-vira-um-meme-na-internet.shtml>> Acesso em 29/08/2012.
- BRANDÃO, Pedro, RIOS. Riverson. **Pra te enlouquecer: O sucesso na Internet e os conceitos em torno da música “Sou Foda”, do grupo de funk Avassaladores**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIII, Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Maceió, AL – 15 a 17 de Junho de 2011.
- KRIEG-PLANQUE, A. **A noção de “fórmula” em análise do discurso – quadro teórico e metodológico**. São Paulo: Parábola, 2010.
- MAINGUENEAU, D. **Doze conceitos em análise do discurso**. organização Sírio Possenti, Maria Cecília Perez de Souza-e-Silva; tradução Adail Sobral... [etal.]. - São Paulo: Parábola Editorial, 2010.
- MORALES, Fernanda. **Brasileiro também faz seus memes**.  
<http://henrique.geek.com.br/posts/16991-brasileiro-tambem-faz-seus-memes-conheca-alguns-dos-principais>  
Disponível em <<http://henrique.geek.com.br/posts/16991-brasileiro-tambem-faz-seus-memes-conheca-alguns-dos-principais>> Acesso em 29/08/2012.
- NICOLAU, Marcus. **“Menos Luiza que está no Canadá” e o fator humanológico da midiatização**, Revista Culturas Midiáticas, UFPB Ano V, n. 08 – jan-jun/2012
- NIELSEN, J.; LORANGER, H. **Usabilidade na Web: Projetando Websites com Usabilidade**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

POSSENTI, S. **Observações esparsas sobre discurso e texto. Questões para analistas do discurso.** São paulo: Parábola, 2009. p. 71-80.

PREECE, J., ROGERS, Y., SHARP, H. **Interaction design: beyond human-computer interaction.** EUA: Willey, 2011. p. 100-126.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado.** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.