

ONDE A ZOEIRA ENCONTRA SEU LIMITE: uma análise do uso de memes no jornalismo do *Estadão*¹

Ivson SOUZA²

Rodrigo Martins ARAGÃO³

Faculdades Integradas Barros Melo - Aeso, Olinda, PE

RESUMO

O artigo foi desenvolvido com o objetivo de mostrar como acontece a relação entre memes da internet e o jornalismo, foi feita uma análise das publicações do site do *Estadão* sobre esta temática, que tem estreita ligação com a *web* e com as redes sociais. Para chegarmos a este produto final, realizamos uma contextualização da origem do termo e de sua incorporação a internet. Além disso, buscamos apresentar de maneira breve os conceitos de webacontecimento e gatewatching para mostrar como o jornalismo lida com o ambiente virtual.

PALAVRAS-CHAVE: Memes; Jornalismo; *Estadão*.

INTRODUÇÃO

O uso dos memes em portais de notícias tem se mostrado constante e cada vez mais comum. Sendo assim, o presente trabalho tem por objetivo mostrar como acontece esta relação entre elementos que tem origem e transmissão no ambiente online com o jornalismo. Também iremos apresentar o conceito de webacontecimento e gatewatching e como algo que repercute no ambiente digital acaba sendo apropriado pelo jornalismo.

Faremos uma breve análise das publicações que tem os memes como foco no portal do *Estadão*. O site publica matérias sobre memes de maneira massiva, o que tornou possível estabelecer uma comparação em relação à união existente entre memes e jornalismo. Esta análise do conteúdo publicado *Estadão* servirá para dar mais embasamento à conclusão deste trabalho e mostrar como é estabelecido um limite à zoeira.

O uso de memes pelo jornalismo é algo novo e não há muitos elementos que relacionem os dois conteúdos, o que não obrigou a utilizar materiais com foco e temática totalmente distintos para chegar a este produto, que consideramos único e homogêneo, pois

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Estudante de Graduação 7º período do Curso de Jornalismo da AESO. Email: ivsonss22@gmail.com

³ Mestre em comunicação e orientador do artigo. Email: rodrigomaragao@yahoo.com.br

contempla elementos do jornalismo que é praticado atualmente no ambiente virtual e discussões referentes aos memes.

MEMES

A Ciência e a Biologia buscam desvendar os memes há muito tempo. O termo surgiu quando o etólogo Richard Dawkins lançou, em 1976, *O Gene Egoísta*, livro que foi motivado por interpretações equivocadas do darwinismo⁴ e onde o autor defende que os genes não são os únicos replicadores.

Penso que um novo tipo de replicador surgiu recentemente neste planeta. Está bem diante de nós. Está ainda na sua infância, fluindo ao sabor da corrente no seu caldo primordial, porém já está alcançando uma mudança evolutiva a uma velocidade de deixar o velho gene, ofegante, muito para trás. (DAWKINS, 2005, p. 329-330)

Seguindo sua comparação, ao nomear essa nova unidade de transmissão cultural, ou “unidade de imitação”, Dawkins abreviou o termo *mimeme*⁵, para que ficasse o mais parecido com gene e criou a palavra meme, que segundo o autor são replicadores que se propagam de cérebro para cérebro, utilizando o ser humano como veículo de propagação.

Esta teoria encontra defensores, dentre os quais está o filósofo Daniel Dennett, que considera a mente um grande complexo de memes, e estes, são corresponsáveis pela que conhecemos como cultura e sociedade (TOLEDO, 2009).

Exemplos de memes ou “unidades memoráveis distintas” são: arco, roda, vestir roupas, vingança, triângulo retângulo, alfabeto, a Odisseia, cálculo, xadrez, desenho em perspectiva, evolução pela seleção natural, impressionismo, Greensleeves, desconstrutivismo (DENNETT, 1998, p. 358 *apud* WAIZBORT, 2003).

A definição mais utilizada é de Susan Blackmore, que os classifica como “instruções para realizar comportamentos, armazenadas no cérebro (ou em outros objetos) e passadas adiante por imitação” (BLACKMORE, 1999 *apud* TOLEDO, 2009)

Contudo, a teoria dos memes também encontra muita resistência. Nosso papel na relação com as unidades de imitação é um dos pontos mais controversos da teoria que gira

⁴Teoria baseada na seleção natural que explica a evolução humana onde os mais bem adaptados têm mais chances de sobreviver. Para Dawkins, o Darwinismo é uma teoria muito ampla para ser limitada a ideia do gene (2005).

⁵Termo de raiz grega que significa imitação. (DAWKINS, 2005)

em torno dos replicadores. Para Toledo, são “os memes que se replicam e não nós que os replicamos porque queremos. São as palavras que querem ser ditas e não nós que as queremos dizer”. (2009, p. 154). O Autor ainda ressalta que mesmo que as pessoas sejam capazes de escolher que replicadores seguir, elas terão uma tendência a escolher certos memes.

Ao contrário do que muitas vezes fica subentendido na analogia do meme com um vírus que invade nossa mente, um meme não nos domina ignorando as nossas capacidades cognitivas: ele “nos domina” por causa de tais capacidades! Se não tivéssemos predileção por determinados memes, todos os memes teriam a mesma chance de se multiplicar. Não haveria seleção e, conseqüentemente, não haveria evolução. (TOLEDO, 2009, p. 179)

Em resumo, como bem lembra FONTANELLA (2009), não existe uma definição precisa nem do conceito de meme. Todavia, enquanto filósofos, cientistas e pesquisadores não chegam a um acordo, nem as bases consolidadas para a teoria dos memes, estas unidades continuam em plena evolução e este será o ponto de partida da nossa próxima discussão.

MEMES DA INTERNET

A ideia de meme está ligada a imitação, mutação e evolução. E os memes têm evoluído. Uma prova disso é seu uso no ambiente virtual.

A própria ideia de meme sofreu mutações e evoluiu em uma nova direção. E o meme da internet é um sequestro da ideia original. Em vez de modificar-se ao acaso, em vez de se propagar na forma de uma seleção darwiniana, os memes da internet são deliberadamente alterados pela criatividade humana. Na versão sequestrada, mutações são esboçadas, não aleatoriamente, com o total conhecimento da pessoa que está realizando a mutação. (DAWKINS, 2013 *apud* HORTA, 2015)

Segundo Natália Botelho Horta, é de 1998 o primeiro registro da palavra “meme” na internet. Contudo, apenas dois anos depois, o termo começou a ser utilizado para definir “tudo aquilo que se espalhava na internet”. (2015, p.14).

Assim como na biologia, o conceito de meme da internet é bastante abrangente. Fontanella define o termo como sendo “ideias, brincadeiras, jogos, piadas ou comportamentos que se espalha através de sua replicação de forma viral e a medida que se espalha pelo ambiente virtual, surgem outras versões do meme original” (2009, p. 8).

Para entender como eles se espalham, Recuero (2009) classifica estes replicadores utilizando como base os mesmos critérios utilizados por Dawkins - Fidelidade, longevidade e fecundidade, e acrescenta: o alcance do meme na rede. Esta nova categoria é dividida em “globais”, quando os memes chegam a nós⁶ que estão distantes entre si dentro de uma determinada rede social, e “locais”, que tem relação com o conteúdo que fica restrito a um determinado grupo (RECUERO, 2009). Além destas características, este tipo de conteúdo precisa de outro fator para ser compreendido: o conhecimento prévio do internauta. Pois, “os memes são capazes de resgatar assuntos que estão há muito tempo fora da pauta social, renovando o debate entre as pessoas e mostrando que a cultura pode estar presente em situações inusitadas” (CAPARROZ, 2013, p.08).

Na internet, os memes podem ser encontrados em diferentes formas. Atualmente fazem parte do nosso dia a dia nas mídias sociais. Os mais comuns são as chamadas *image macros*, onde uma imagem vem sobreposta por uma legenda⁷.

Figura 2 Image macro



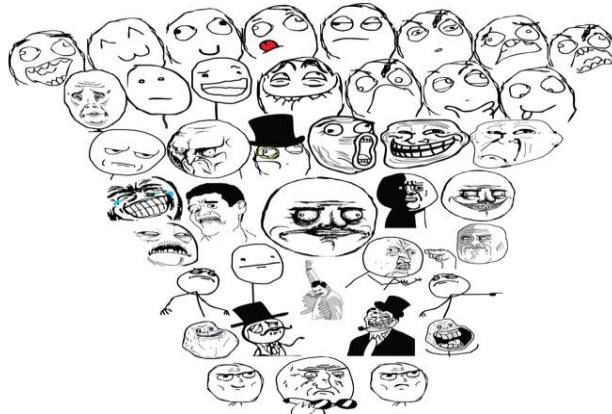
Fonte: reprodução

Outros tipos de meme bastante conhecidos são os *rage comics*. Imagens com contornos simples que muitas vezes são utilizadas para expressar sentimentos.

⁶ O conceito de nós em rede social pode ser definido como sendo pessoas, instituições ou grupos. (RECUEIRO, 2009, p. 24)

⁷ <www.museudememes.com.br/sermons/image-macro/> acesso em 30/09/2015.

Figura 1 rage comics



Fonte: museu dos memes

MEMES NO JORNALISMO

Diferentemente do que acontece na biologia e na própria internet, o jornalismo não tem dificuldades para delimitar o que é um meme. As características das publicações mostram que há um direcionamento que leva a união entre o conceito cunhado por Dawkins e o que acabou sendo absorvido pelo ambiente virtual.

Para o jornalismo, o meme é um tipo de publicação bem humorada, que gera grande repercussão e sofre mutações conforme é compartilhada nas redes sociais. Outro motivo que pode fazer um meme virar notícia é o inesperado, a ruptura daquilo que as pessoas consideram normal, isso acaba gerando brincadeiras na internet e sua disseminação torna a discussão atrativa para o jornalismo.

Com a massificação do acesso a rede, novos critérios de noticiabilidade podem ser percebidos. A repercussão dos acontecimentos na internet tornou-se um valor-notícia. *Fala da presidente Dilma Rousseff vira meme nas Redes Sociais* (JC ONLINE, 2015), *Foto de ex-policia apontando arma para assaltante vira 'meme' na web* (RIBEIRO, 2013) e *Nas redes: desenho animado e best-seller inspiram memes sobre Boechat e Malafaia* (IG, 2015). Estes são apenas alguns exemplos de fatos que repercutem virtualmente e ganham destaque em portais de notícia.

A ideia dos memes como produto jornalístico está diretamente relacionada ao entretenimento como um critério de noticiabilidade.

(...) o jornalismo impregna-se de estratégias narrativas e critérios de noticiabilidade que consideram o entretenimento, em sua temática e

forma, como fator significativo na seleção, produção, elaboração e publicação das notícias. (Falcão, 2011, p. 5).

Segundo Canavilhas, o acontecimento tem mais probabilidade de virar notícia se as suas características temporais servirem as necessidades do meio (2001, p. 3). No ambiente virtual, os portais têm a necessidade de atualizar constantemente seu conteúdo para manter o tráfego e atrair cada vez mais público, o que torna assuntos ligados ao entretenimento e a repercussão dos fatos mais suscetíveis a tornarem-se publicação.

Inicialmente, o jornalismo tratou este tipo de conteúdo como sendo uma novidade, e como tal precisava ser apresentada. Em comum, as matérias tinham uma explicação sobre o que é um meme, origem do termo, porque ganhou espaço no ambiente virtual.

Figura 2 Publicação apresentando os memes



Fonte: G1

Outro fator que marca o início do uso deste conteúdo por portais de notícias está no fato de que o meme era visto como algo relacionado a cultura digital, por este motivo ficava restrita a uma sessão específica: tecnologia.

Um momento bastante particular do uso da internet pelos brasileiros parece ter motivado as empresas jornalísticas a apostar neste filão. Em 2014, mesmo em um período onde o engajamento e a participação político-eleitoral está diminuindo de maneira gradativa, a repercussão e a “audiência” em forma de humor dada pelos internautas a questões ligadas a política chamou atenção dos portais e servem de marco para este tipo de apropriação do conteúdo produzido na *web*.

As Eleições 2014 ficaram marcadas no imaginário jornalístico brasileiro como as “eleições dos memes”. Veículos online e offline, como a Folha de São Paulo, o portal R7 e O Estado de S. Paulo, para citar alguns exemplos, repercutiram intensamente as “piadas” eleitorais e o humor dos internautas. (CHAGAS, FREIRE, MAGALHÃES, et al., 2015, p. 1-2)

DISTORÇÕES

Partindo da premissa de que nem todos os memes são engraçados podemos verificar um dos filtros utilizado pelo jornalismo para determinar o que vai ou não tornar-se uma publicação. Repercussão e humor devem andar em conformidade para serem classificados como memes pelo jornalismo. Caso contrário, a publicação não irá mencionar o termo.

Um exemplo disso é a imagem do menino sírio encontrado morto em uma praia enquanto sua família tentava fugir da guerra em seu país de origem. A foto foi reapropriada e o jornalismo classificou as várias versões da mesma como sendo “homenagens”⁸, muito pelo fato de que todos relacionam os memes a algo ligado ao humor, a “zueira” e a brincadeiras, e se a imagem fosse publicada como um meme poderia causar uma repercussão negativa. O que demonstra uma falta de critério ou desconhecimento da ideia geral de meme.

Figura 4 Imagem do menino Sírio encontrado morto em uma praia



Estadão

Mas nem todo humor relacionado aos memes vira reportagem. Os memes do tipo *rage comics* baseados em rabiscos e expressões faciais (*Trollface*, *forever alone*, *Fuck yea*, *Like a Boss* e *Me Gusta*) fazem parte do cotidiano da internet, contudo, estão longe de virar

⁸<<http://fotos.estadao.com.br/galerias/internacional/ilustracoes-homenageiam-menino-sirio-morto-em-praia,20068?startSlide=0&f=0>> Acesso em 26/10/2015

notícia, pois, sua função não está ligada a repercussão e, sim, expressão sentimentos e sensações dos usuários da internet.

WEBACONTECIMENTO

Não são apenas os replicadores idealizados por Dawkins que sofrem mutações, o processo de produção jornalística também vem se moldando com o passar do tempo. O jornalismo online passou por pelo menos três fases que mudaram a forma como o conteúdo é repassado para o internauta. Henn (2010 apud BARBOSA, 2004; SCHWINGEL, 2005), afirma que uma nova geração do jornalismo na web está se consolidado:

(...) vive-se um estágio consolidado para boa parte dos usuários, que contribui para se experimentar novos formatos de produtos e de narrativas, além de novos enfoques para os conteúdos, sua apresentação e disponibilização. Com a utilização da tecnologia de banco de dados que permite a outros atores a apuração, edição e vinculação de informação, viveríamos uma quarta fase do jornalismo. (HENN, 2010, p. 5)

Esta nova forma de se fazer jornalismo chega em conformidade com o webjornalismo, que seria a repercussão em portais de fatos propagados na web. (HENN, 2010, p. 3) Um exemplo disso é o meme “menos Luiza que está no Canadá”. De maneira inexplicável, a partir de um comercial de TV de um empreendimento imobiliário, em que ela não participou porque estava em outro país, o conteúdo ganhou fama na web e a história da jovem repercutiu em diversos portais.

Figura 3: Meme Luiza que está no Canadá



Fonte: O Globo

Contudo, os profissionais devem tomar cuidado ao transformar acontecimentos na rede em notícia. Para Gabriela Zago, o papel do jornalista tem mudado com o advento da tecnologia. Em seu artigo sobre *Trolls e Jornalismo no Twitter*, a autora afirma que para identificar o que é ou não notícia, uma das tarefas do jornalista é saber lidar com a conversação em rede. (ZAGO, 2012)

GATEWATCHING

A mutação pela qual passa o jornalismo no ambiente online não ficou restrita ao modo de apresentar as notícias. Segundo Canavilhas (2010, p. 3), as redes sociais e os *blogs* alteraram as rotinas de produção jornalística. Por conta do acesso facilitado e da grande profusão de informações pela qual estamos em contato, o processo de seleção do que será publicado mudou com o passar do tempo e a figura do *gatekeeper* pode ter dado lugar ao *gatewatching*.

Para chegar até o leitor, ouvinte ou telespectador, a notícia tinha que passar por diversos *gates* ou portões. O *gatekeeper* era o porteiro responsável por filtrar as notícias. Isto ocorria por conta do espaço delimitado existente no meio impresso, na televisão e no rádio.

A evolução da *web* permite que todos tenham um acesso mais facilitado às fontes, além disso, os próprios usuários, que antes eram apenas receptores, agora tem a possibilidade de publicar informações. Ou seja, o *gatekeeper* é o próprio internauta.

Transformando a facilidade de acesso a internet dos brasileiros em números. Em 10 anos, a quantidade de usuários passou de 39 milhões para 117 milhões (*International Telecommunication Union (ITU), World Bank, and United Nations Population Division, 2015*). Ou seja, atualmente, mais de metade da população está conectada. Com isso, não é apenas a quantidade de usuários que aumenta, o número de informações verdadeiras ou não também evolui de maneira considerável.

Conforme lembra Raquel Recueiro (2011) qualquer ator conectado a rede é um emissor em potencial. Portanto, acreditamos que uma das funções do *gatewatcher* seria a de dar legitimidade ao que está sendo disseminado em larga escala. Canavilhas ressalta que o jornalismo online “já não se trata de selecionar/resumir informação, mas sim de indicar pistas de leitura.” (2010, p.5)

Devido à quantidade de informação circulando nas redes telemáticas, cria-se a necessidade de avaliá-la, mais do que descartá-la. Não é mais preciso rejeitar notícias devido à falta de espaço, porque pode-se publicá-las todas. (...) O *gatewatcher* combinaria funções de bibliotecário e repórter. Do porteiro, passa-se ao vigia. (PRIMO; TRÄSEL, 2006, p. 8)

Motta e Batista ressaltam que mesmo com a figura do *gatewatcher*, as notícias não deixam de seguir um determinado interesse das empresas de comunicação. Além disso, afirmam que “excluindo-se o processo de *gatekeeping*, significa que toda e qualquer notícia deve ter espaço para publicação, o que não ocorre hoje e dificilmente ocorrerá algum dia, especialmente nas mídias tradicionais” (2013, p. 6).

ANÁLISE DE CONTEÚDO

Após delimitar o que é o meme para o jornalismo e mostrar como é a relação deste tipo de publicação com os critérios utilizados para transformar a repercussão divertida de um fato em reportagem, analisaremos a estrutura deste tipo de publicação. Recorrências e distinções serão observadas para que ao final possamos ter uma visão mais abrangente do uso destes replicadores pelo jornalismo.

Tendo como base as ideias de Laurence Bardin (1977) em seu livro *Análise de Conteúdo*, constatamos que este tipo de investigação é um método muito empírico, no

sentido que não existe uma regra geral, pois o pesquisador vai traçar o seu caminho a partir do tema, objetivo e meios que se tem para fazer a análise. Apesar disso, existem modelos que podem ser usados como base, modelos que são adaptáveis conforme o interesse do autor.

Para poder estabelecer uma análise que possa contemplar uma dada generalidade em relação ao uso dos memes pelo jornalismo, selecionamos como parâmetro o site do Estadão. Além da relevância do portal, o Estadão tem um grande número de notícias sobre memes e é um dos mais acessados do país. Além disso, foi utilizada a ferramenta *SimilarWeb*⁹, que analisa o tráfego digital.

A análise pode efetuar-se numa amostra desde que o material a isso se preste. A amostragem diz-se rigorosa se a amostra for parte representativa do universo inicial. Neste caso, os resultados obtidos para a amostra serão generalizados ao todo. (BARDIN, 1977, p. 97)

Em seguida, utilizamos a ferramenta de busca presente no site do Estadão para encontrar as matérias sobre memes já publicadas. Nesta etapa, utilizamos como filtro o termo “meme” para selecionar as notícias cujos títulos contenham as palavras “meme” e “memes”. Selecionamos todas as notícias publicadas até o dia 31 de agosto de 2015. Com isso, conseguimos um *corpus* de 43 matérias, o que consideramos suficiente para estabelecer uma comparação em relação a recorrência de fatores e distinção das publicações.

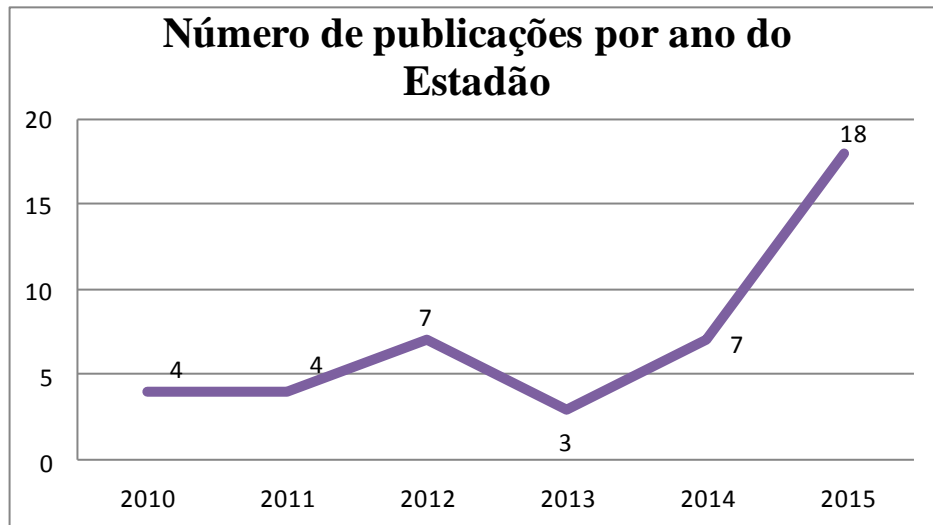
Por fim, a partir das constatações de BARDIN (1977) e FENICHE (2013) e para estabelecer um parâmetro, também acompanhamos as publicações de outros portais para que pudéssemos deixar esta análise mais próxima da realidade vista nos veículos de comunicação.

ESTADÃO

A plataforma online do jornal *O Estado de S. Paulo* vem aumentando o uso das redes sociais como fonte e o índice de publicações que têm os memes como inspiração segue o mesmo caminho.

⁹<http://www.similarweb.com/country/category/brazil/news_and_media/newspapers> Acesso em 31/10/2015.

Gráfico 1: Evolução da quantidade de publicações do site do *Estadão* com a palavra meme (s) no título¹⁰



Nossa análise identificou um fator que é recorrente nas publicações. A grande maioria do conteúdo é veiculada por *blogs* pertencentes ao portal. Ou seja, o *Estadão* está levando os memes para seu lugar de “origem”. Fontanella (2009), Caracciolo e Penner (2011) e Horta (2015) ressaltam que os memes da internet surgiram e disseminaram-se em fóruns, geralmente ligados a *blogs*, e *chan*¹¹. Das 43 publicações catalogadas, 33 foram publicadas por *blogs* ligados ao *Estadão*.

Tendo como base as ideias de Palacios (2011 *apud* Martins, 2012, p. 111-112) sobre a relação dos *blogs* com o jornalismo encontramos o limite da zoeira na relação entre os memes e o site do *Estadão*. Entendemos que ao dedicar aos *blogs* quase que a totalidade das publicações sobre memes, o portal busca, de certa forma, tentar não se comprometer com o que é publicado e ao não estabelecerem uma ligação direta com as publicações inserem estes replicadores em espaços que Palacios define como *ghettos*:

(...) destinados apenas a atrair e manter a presença dos usuários, oferecendo para isso um espaço aberto a qualquer contribuição que lhes dê a impressão de proximidade e pertencimento, com a intenção de fidelização do público; e por consequência torna este espaço em um mosaico, indefinido, onde tudo cabe. (PALACIOS, 2011 *apud* MARTINS, 2012, p. 112)

Por conta desta ligação, as publicações são geralmente mais leves e usam uma linguagem diferente da vista no próprio portal, mais próxima da que é vista nas mídias

¹⁰ Os dados de 2015 foram coletados até o dia 31 de agosto.

¹¹ Fóruns usados para o compartilhamento de imagens que são apagadas após um tempo. (FONTANELLA, 2009, p. 13)

sociais. O uso de termos como “zuera”, “zueródromo”, “pipocar” e “galera” deixam os textos com uma característica mais informal.

Imagens, vídeos, *GIF* animado¹², *tweets* e até *vines*¹³ são usados nas publicações, o que mostra uma interação maior com diferentes conteúdos multimídias, e que também podem explicar esse aumento vertiginoso no uso dos memes pelo *Estadão*. A maioria das publicações tem como local de origem a repercussão de um acontecimento no *Facebook*, *Twitter* ou *Tumblr*.

A análise observou uma evolução das publicações. No início, por estar se acostumando e vendo as potencialidades dos memes, as notícias pareciam *posts*¹⁴ de rede sociais, com pouca ou nenhuma característica de produto jornalístico. Elas continham apenas título, uma breve explicação e um vídeo ou imagem.

Figura 3: Publicação sobre memes do Estadão

REDAÇÃO LINK
07 de setembro de 2010 08h56

Overdose de memes

O que aconteceria se os memes colidissem em uma só imagem

Por

O que aconteceria se os principais memes dos últimos anos colidissem em uma só imagem? Confira abaixo.



Até o *Double Rainbow* apareceu – é só procurar com atenção!

Quem descobriu foi a galera do Huffington Post.

Fonte: Estadão

A versão online do *Estadão* manteve restrita a editoria de tecnologia, mais precisamente no *blog Link* as primeiras publicações referentes aos memes. Com o passar dos anos, Economia, Cultura, Política, Internacional, também ganharam publicações em que os memes eram os personagens principais.

¹² Formato que contempla várias imagens em um único arquivo.

¹³ Aplicativo de celular usado para produzir e compartilhar vídeos curtos. <<https://vine.co/>> Acesso em 21/11/2015.

¹⁴ <<http://blogs.estadao.com.br/link/memes-brasileiros-compilados-e-autotunados/>> Acesso em 10/11/2015.

O ano de 2015 serve de marco para o portal, porque em apenas oito meses registrou quase metade do total de publicações que o site fez em quatro anos e 10 meses. Contudo, percebemos uma preocupação do portal de sempre voltar a discutir como surgiram os memes e sua utilização no mundo virtual, a exemplo, das matérias *Você é feito de memes* (ROCHA, 2015), curiosamente, a mais recente da análise, e *Seu meme é ilícito?* (VALENTE, 2015)

Contudo, publicações relacionadas a algum fato que repercutiu nas redes sociais e o humor contido nelas são o foco do site, o que comprova outro limite para a zoeira na relação entre memes e jornalismo, onde as notícias têm como objetivo provocar o riso, restringindo o conceito e a potencialidade dos memes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se seguirmos ao pé da letra toda a ideia de memes defendida por Dawkins e seus apoiadores, deixaremos claro que vivemos em uma bolha repleta de memes que foram impregnados e replicados com o passar dos anos e atualmente evoluem e sofrem algumas mutações. Este trabalho, por exemplo, está cheio destas características – disposição dos capítulos, estilo e tamanho da fonte, modo como a pesquisa foi feita – tudo seguiu um padrão. Padrão que sofreu mutações e precisou se adaptar ao tema, mas que acreditamos ter tido êxito ao tratar da ligação entre memes e jornalismo.

A partir da leitura deste artigo, poderemos iniciar outras discussões. Como categorizar o uso dos memes pelo jornalismo? Estes replicadores podem ser aproveitados para passar informação fora do ambiente virtual? Como os jornalistas viram memes? Além de abrir espaço para questionamentos sobre o lugar em que os *blogs* estão inseridos nos portais de notícia.

Sendo assim, chegamos a conclusão que o uso dos memes pelo jornalismo tende a continuar crescendo. Estamos intimamente conectados ao entretenimento através de computadores e dispositivos móveis, o que nos dão a certeza que os memes continuarão a ser produzidos, disseminados em larga escala e, conseqüentemente, se tornarão fonte para o jornalismo oferecer parte daquilo que as pessoas procuram na internet – entretenimento.

REFERÊNCIAS

AMARAL; Márcia Franz. **Os (des)caminhos da notícia rumo ao entretenimento**. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia, ano V – nº 1, 2008, p. 63-73. Disponível em:
<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p63>> Acesso em 22 de Nov. de 2015.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Portugal: Edições 70, 2009.

CANAVILHAS, João Messias. **Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático**. In: II Congresso Internacional de Comunicación 3.0, Universidade da Beira Interior Covilhã, Portugal, 2010. Disponível em:
<<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>> Acesso em: 22 de Nov. de 2015.

CAPARROZ, Bárbara de Brito e. **O meme e o mestre: o conhecimento coletivo nas redes sociais**. In: Intercom, XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2013. Disponível em:
<<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-0060-1.pdf>> Acesso em 22 de Nov. de 2015.

CHAGAS, Viktor. (Org.) **A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo sobre memes dos debates nas Eleições 2014**. In: VI COMPOLÍTICA, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. Tradução Rejane Rubino. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

FONTANELLA, Fernando. **O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera**. In: III Simpósio Nacional da ABCiber, São Paulo, 2009.

HENN, Ronaldo. **Algumas considerações sobre o “webacontecimento”**. In: SBP Jor, VIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2010.

HORTA, Natália Botelho. **O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica**. Tese (Mestrado). Brasília: Universidade de Brasília, 2015. Disponível em:
<http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/18420/1/2015_NataliaBotelhoHorta.pdf> Acesso em 22 de Nov. de 2015.

MOTA, B. S; BATISTA, L. L. **Gatekeeping e gatewatching como teorias jornalísticas diferenciadas e adaptadas à publicidade**. In: IV – Encontro de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, CRP/ECA/USP, 2013. Disponível em:
<http://www.researchgate.net/publication/274898571_GATEKEEPING_E_GATEWATCHING_COMO_TEORIAS_JORNALISTICAS_DIFERENCIADAS_E_ADAPTADAS_PUBLICIDADE> Acesso em: 22 de Nov. de 2015.

TOLEDO, Gustavo Leal. **Controvérsias Meméticas: a ciência dos memes e o darwinismo universal em Dawkins, Dennett e Blackmore**. Tese (Doutorado em Filosofia) - Departamento de Filosofia do Centro de Teologia e Ciências Humanas. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2009.