

MEMES E A BANALIZAÇÃO DA VIOLÊNCIA: REFLEXÕES SOB A LUZ DA TEORIA CRÍTICA FRANKFURTIANA

MEMES AND THE BANALIZATION OF VIOLENCE:
REFLECTIONS UNDER THE LIGHT OF CRITICAL THEORY

POR GREGORY ALVES FERRI.¹

KESI LINE DE MORAIS.²

LUÍS CÉSAR DE SOUZA.³

Resumo

O estudo teve como objetivo compreender a forma de produção e reprodução da violência explícita e implícita na linguagem memética e refletir sobre os motivos que levam os indivíduos a receberem e replicarem os memes que apresentam conteúdo violento. A pesquisa foi realizada a partir de um levantamento bibliográfico e as buscas ocorreram nas plataformas do Google Acadêmico, Scielo e BDTD. As análises foram realizadas a partir dos pressupostos da teoria crítica frankfurtiana e pôde-se averiguar que os memes são produtos da indústria cultural que, utilizando as mídias como veículos, se propagam a partir da repetição e da padronização. Notou-se também que eles se apresentam por meio de uma linguagem simples e infantilizada, isto é, a linguagem "lúdica" dos memes faz com que os indivíduos se identifiquem com o seu conteúdo e com sua forma de propagação. Com isso, a representatividade dos memes se revela não apenas em seu conteúdo/forma, mas

também na própria subjetividade dos indivíduos.

Palavras-chave: Memes. Violência. Pseudoformação.

Abstract

The present study had the objective of knowing the ways of production and reproduction of implicit and explicit violence that exists in meme's language and reflect about the reasons that take individuals to replicate memes that show violent content. The research was made through a bibliographic survey and the searches were made in Academic Google, Scielo and BDTD platforms. The analysis were carried out from Frankfurt critical theory perspective, thereby it was possible to ascertain that memes is a product from this industry, that uses media as vehicles, spread through repetition and padronization. In addition, it was clear that it follows the simple and infantilized language that is present in the cultural industry. With this, individuals more easily the content that appears in memes, which interferes in the subjectivity of the population that enters in contact with them.

Keywords: Memes. Violence. Pseudo-Formation.

¹ Discente do curso de Psicologia, Universidade Federal de Jataí, Unidade Acadêmica Especial de Ciências Humanas e Letras. E-mail: gregory.ferri@discente.ufg.br

² Mestre em Educação, Instituto Federal Goiano. E-mail: kesi.morais@ifgoiano.edu.br

³ Doutor em Educação. Professor da Universidade Federal de Jataí/Unidade Acadêmica Especial de Ciências da Saúde. E-mail: lucceso@ufj.edu.br

Introdução

A preocupação com a grande propagação dos memes que apresentam conteúdo violento foi a questão motivadora para a realização desta pesquisa⁴. Isso porque, na última década, esse fenômeno do mundo digital tem se intensificado e se apresentado como uma teoria de aprovação e reforço da banalização da violência, que cada vez mais se propaga no meio social.

Compreender a forma que os memes são produzidos, reproduzidos e disseminados nos meios midiáticos é uma questão importante do ponto de vista instrumental, mas analisar suas intenções, sentidos e os motivos que levam os indivíduos a aceitarem tais produtos que explicitam ou velam a violência é fundamental para a compreensão da relação que permeia sujeito/objeto ou indivíduo/sociedade.

Nessa direção, o objetivo deste trabalho foi apresentar a maneira de produção dos memes e refletir sobre os possíveis motivos que levam os indivíduos a receberem e disseminarem tal conteúdo. Dessa forma, o trabalho apresenta os aspectos históricos e conceituais dos memes; faz uma breve apresentação sobre a teoria da indústria cultural e a standardização; apresenta os conceitos das diferentes formas de violência e, por fim, realiza uma reflexão sobre a relação entre os memes e a pseudoformação.

A metodologia utilizada para a produção do trabalho foi um levantamento bibliográfico, cujas buscas foram realizadas nas plataformas Google Acadêmico, Scielo e BDTD, a partir do intercruzamento dos seguintes descritores: memes, violência, indústria cultural e semiformação. Devido ao quantitativo de trabalhos encontrados, foram estabelecidos alguns critérios para a seleção do material.

Um desses critérios foi o recorte temporal, ficando restrito aos materiais produzidos no período de 2010 a 2022, período mais intenso de desenvolvimento e

⁴ Realizada dentro do Programa de Iniciação à Pesquisa Científica, Tecnológica e em Informação da Universidade Federal de Jataí, no ciclo 2020/2021, conforme o Edital PRPI nº 01/2020.

expansão da internet e da banda larga no Brasil, conforme Lima (2009). Outro critério para a seleção do material foi a utilização de métodos de inclusão e exclusão. Para inclusão, foram selecionados materiais/textos que correlacionaram o tema da pesquisa, de alguma forma, com a teoria crítica da Escola de Frankfurt; e, para exclusão, aqueles que apareceram de forma repetida e os trabalhos que não apresentavam discussão relevante para a pesquisa.

Foi realizada a leitura e fichamento do material selecionado e, para as análises teórico-críticas, realizou-se leitura e fichamento de algumas obras de autores da Escola de Frankfurt, também conhecida como Teoria Crítica da Sociedade.

História e concepção de memes

O termo “meme” foi cunhado pelo biólogo evolucionista Richard Dawkins, em 1979, para designar os comportamentos não genéticos e apreendidos pelos indivíduos culturalmente (DAVISON, 2020). Dawkins propôs o termo “meme” baseando-se no vocábulo grego *mīmēma*, que significa algo imitado.

Segundo Davison (2020), há diferenças importantes entre memes e genes. Os genes são compostos químicos que determinam características físicas de um ser, são transmitidos de forma lenta (geração para geração) e mantêm sua originalidade na forma. Já os memes são compostos por ideias e conceitos que determinam comportamentos, são transmitidos de forma rápida e estão sujeitos à interpretação e, portanto, não há originalidade na forma. Para Dawkins, meme se relacionava a qualquer comportamento cultural: religião, linguagem, indumentária, convenções esportivas.

Com o avanço da ciência e da tecnologia, a propagação de conteúdos e as interações entre as pessoas ampliaram-se exponencialmente, e no mundo digital os memes aparecem como produtos culturais produzidos neste contexto. De acordo com Horta (2015, p. 13-14):

o primeiro registro do uso da palavra “meme” na internet é de 1998, quando Joshua Schachter, um dos elaboradores do Delicious, criou um site chamado Memepool que reunia links virais e outros conteúdos. Em seguida, no começo dos anos 2000, Jonah Peretti, que havia criado um site chamado Contegious Media, pelo qual fazia experimentos virais, realizou, com um grupo de amigos, um “festival de virais” que contou com a presença de várias personalidades influentes na disseminação e criação de artefatos culturais na web. De acordo com Kenvatta Cheese, um dos cocriadores do Know Your Meme, nesse evento a teoria de Dawkins foi lembrada e a partir de então o termo “meme” começou a ser utilizado para definir tudo aquilo que se espalhava na internet. O uso do vocábulo foi reforçado também com sua utilização em entrevistas dadas por aqueles que estavam presentes no festival.

Enquanto o termo original já foi amplamente explorado, os modernos memes de internet ainda carecem de um conceito mais apurado. Mesmo assim, atualmente, o termo “meme” ou “meme de internet” recebe um novo sentido. Conforme Davison (2020, p. 144), “um meme de internet é um recorte da cultura, tipicamente uma piada, que ganha influência através de sua transmissão on-line”. Compartilhando da mesma ideia, Fontanella (2009, p. 8) afirma que o termo “meme” abrange “ideias, brincadeiras, jogos, piadas ou comportamentos que se espalham através de sua replicação de forma viral”.

Entender o que é um meme de internet ainda é motivo de discussão, pois, segundo o maior site para pesquisa de memes, o Know Your Meme, “o que é compartilhado e não se modifica ou evolui nessa passagem compartilhada a outros usuários é, na verdade, conteúdo viral e não um meme” (BÖRZSEI, 2020, p. 511).

Nessa tentativa de melhor compreender o significado dos memes na atualidade, de acordo com Börzsei (2020), os pesquisadores Knobel e Lankshear apresentam um conceito que denota dois tipos de memes: os estáticos, de alta fidelidade, e os remixados, que são reproduzidos por meio da adaptação ou transformação. Ater-nos-emos ao último, por se tratar de um conceito mais atualizado.

Os memes são uma linguagem da internet e forma de comunicação de saberes e questões culturais que se manifestam sob diferentes formatos: imagem, imagemacro⁵, GIF de animação ou vídeo. Uma característica que pode ser observada na maioria dos memes é que eles não focam na questão estética, e sim na mensagem que podem transmitir. Com isso, eles não são apenas compartilhados de forma *online*, mas também são convocativos e apelativos, ou seja, incentivam a participação anônima dos internautas.

Para o professor Wilson Gomes (*apud* CHAGAS, 2020), os memes de internet são um pacote de informação que demanda humor, sarcasmo, zombaria, ironia, irreverência e iconoclastia. Por isso, é na pragmática do riso, da provocação, do desacato que os memes se articulam com questões do dia a dia, por meio de criação e sobre diferentes temas.

Tanto a repetição quanto a paródia, categorias presentes nos memes, possuem o objetivo de conduzir algo a sair de sua normalidade. A ênfase na réplica geralmente está relacionada ao excesso, ao exagero, ao absurdo e ao humor (HORTA, 2015, p. 26).

Ainda segundo o professor Wilson Gomes (*apud* CHAGAS, 2020), os memes exigem cumplicidade e comunidade. Aqueles que os produzem e aqueles que os consomem precisam apresentar valores, identidades e interesses semelhantes ou em sintonia. Nesse sentido, esses produtos culturais, apesar de seus incrementos relativamente novos, do ponto de vista da forma, podem também ser analisados a partir de alguns conceitos formulados pelos pensadores da Escola de Frankfurt⁶, ou da chamada Teoria Crítica da Sociedade.

⁵ Refere-se às imagens com texto sobreposto.

⁶ A Teoria Crítica da Sociedade foi elaborada pelos intelectuais da Escola de Frankfurt (Alemanha) e se tornou uma das teorias mais influentes do século XX, por oferecer elementos importantes para a reflexão sobre os aspectos econômicos, sociais, políticos e culturais. Confira, por exemplo, a obra *A imaginação dialética*, de autoria de Martin Jay.

Indústria cultural e estandardização

No contexto em que as produções artísticas perdem sua originalidade e individualidade, e passam a ser produzidas segundo as tendências impostas pelas propagandas e movimentos midiáticos, percebe-se o crescente fenômeno da indústria cultural, a qual se expandia já em meados do século XX (HORKHEIMER; ADORNO, 1985).

De acordo com Adorno e Horkheimer (1985), a indústria da cultura criou uma espécie de ideologização da vida, artificializando a cultura e a transformando em um mecanismo de alienação para as massas. Esse novo ramo visava tanto a maximização dos lucros, quanto o controle social mediante imposição ardilosa de padrões de comportamento (DUARTE, 2014).

Os autores frankfurtianos perceberam que o sucesso desse rentável negócio devia-se ao fato de que a manipulação das massas não era percebida por elas como tal, mas como fornecimento de artigos de entretenimento. Isso acontece de forma expansiva e muitas vezes imperceptível. Um exemplo claro dessa produção e influência no Brasil é a música e, mais especificamente, o funk.

Por meio da disseminação de uma realidade vivida por membros de uma comunidade com características socioeconômicas similares, ela proporciona uma padronização do modo de se vestir, de agir e de ser. A apropriação da cultura, por parte da indústria, faz com que muitos a vejam erroneamente como uma manifestação da cultura popular, ou seja, como expressões que foram produzidas pelos membros daquela comunidade. No entanto, não se trata de uma produção das massas, mas uma produção para as massas.

Se cultura popular é algo que vem do povo, ninguém sabe defini-lo muito bem. No sentido mais comum, pode ser usado, quantitativamente, em termos positivos – “Pavarotti foi um sucesso popular” – e negativo – “o funk é popular demais”. Para uns, a cultura popular equivale ao folclore, entendido como o conjunto das tradições culturais de um país ou região; para outros, inversamente, o popular desapareceu na irresistível pressão da cultura de massa (sempre associada à expansão do rádio, televisão e cinema) e não

é mais possível saber o que é originalmente ou essencialmente do povo e dos setores populares. Para muitos, com certeza, o conceito ainda consegue expressar um certo sentido de diferença, alteridade e estranhamento cultural em relação a outras práticas culturais (ditas eruditas, oficiais ou mais refinadas) em uma mesma sociedade, embora estas diferenças possam ser vistas como um sistema simbólico coerente e autônomo, ou, inversamente, como dependente e carente em relação à cultura dos grupos ditos dominantes. (ABREU, 2003, p. 1).

Dessa forma, o contexto de comportamentos relativos às tradições culturais e influências sócio-históricas passa a ser controlado pela indústria, porém essa percepção é algo difícil de ser detectado. Esse controle ocorre quando se leva em consideração a abrangência relativa a características dos indivíduos, dos grupos, da realidade social e do modo de vida, e da singularidade das pessoas presentes em um determinado ambiente.

Para Horkheimer e Adorno (1985), o padrão do próprio conteúdo – que limita e/ou impossibilita a manifestação livre e autônoma de diferentes aspectos culturais, sociais e individuais – molda os indivíduos ao consumo e adéqua sua subjetividade às ideias dominantes. O poder de escolha é obliterado e o indivíduo fica sob os mecanismos de domínio e de manipulação promovidos pela indústria cultural.

Dessa maneira, a indústria cultural pode ser compreendida como um ramo de negócios, organizações em grandes corporações, nos moldes do capitalismo monopolista, que se apropriou dos meios tecnológicos surgidos na virada do século XIX para o XX, não apenas para lucrar com a produção e venda de mercadorias, mas também para direcionar o comportamento das massas (DUARTE, 2014).

Os produtos da indústria cultural seguem uma padronização, ou seja, a distinção é ilusória, e é por isso que Adorno e Horkheimer (1985) não têm dúvidas de que seus produtos seguem uma regra: precisam ser sempre iguais, sob pena de deixarem de ser atrativos e consumidos. Eventuais mudanças não são de essência, e sim de superfície.

Em suas análises, Adorno (2009) sugere que a standardização permanentemente estimulada pela indústria cultural retira a individualidade e autenticidade na produção, por exemplo, de obras de artes. O que faz com que obras que antes carregavam uma aura de originalidade e subjetividade se convertam em obras padronizadas. Com isso, percebe-se a universalidade e repetição nos padrões de produção e, conseqüentemente, no comportamento. E, no limite, a indústria coloca a imitação como algo absoluto.

A standardização, ou padronização, das diversas expressões artísticas ocorre por meio da repetição, do reconhecimento e da aceitação (ADORNO; SIMPSON, 1994). A repetição serve para gerar o reconhecimento e a aceitação. Ela força o indivíduo a recordar o produto, conferindo uma importância psicológica que, de outro modo, ele jamais poderia ter. Para isso, o produto precisa ser de fácil compreensão e, sobretudo, divertido.

Em uma sociedade em que o trabalho se apresenta como tarefa árdua e penosa, divertir significa esquecer o sofrimento. Isso se torna compreensível, porque a indústria cultural se tornou a indústria da diversão, em que “o prazer acaba por se congelar em aborrecimento, porquanto, para continuar a ser um prazer, não deve mais exigir esforço e, por isso, tem de se mover rigorosamente nos trilhos gastos das associações habituais” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 128).

A indústria cultural maldosamente regrediu os homens, os quais tendem a se tornar fungíveis e meros exemplares despidos de individualidade. Ela faz com que as relações humanas e suas relações com os objetos sejam relações de interesse e consumo. Conforme Zuin (2001, p. 10-11),

as conseqüências provenientes do fato das pessoas se sensibilizarem em relação aos objetos, a ponto da afetividade ser trocada como qualquer outro tipo de mercadoria, não podem ser neutralizadas mediante o sorriso de contentamento do indivíduo que pensa que vale tanto quanto o dinheiro gasto na compra de seu presente. Antes de ser um comportamento engendrado por uma patologia idiossincrática, o apogeu do fenômeno da dessensibilização revela uma incapacidade de transferência da libido para as representações de outras pessoas numa sociedade específica, ou seja, a sociedade do capitalismo transnacional.

Isso contribui para uma falta de sensibilidade com o outro, também estimulada pela lógica do capital que comercializa tudo o que toca, até a empatia entre as pessoas. Da mesma forma como contribui para uma desvalorização do sofrimento, dos relacionamentos, de formas de viver que não estão ligadas a esses padrões estabelecidos e que produzem um distanciamento inconsciente a outros. Na forma de alerta, Horkheimer e Adorno (1985, p. 117-118) problematizam que

não somente os tipos das canções de sucesso, os astros, as novelas ressurgem ciclicamente como invariantes fixos, mas o conteúdo do espetáculo é ele próprio derivado deles e só varia na aparência. Os detalhes se tornam fungíveis. A breve sequência de intervalos, fácil de memorizar, como mostrou a canção de sucesso; o fracasso temporário do herói, que ele sabe suportar como *good sport* que é; a boa palmada que a namorada recebe da mão forte do astro; sua rude reserva em face da herdeira mimada são, como todos os detalhes, clichês prontos para serem empregados arbitrariamente aqui e ali e completamente definidos pela finalidade que lhes cabe no esquema.

A identificação do indivíduo com as coisas e, conseqüentemente, a equiparação dos demais também com as coisas fazem com que ele deixe de dar a devida atenção às suas emoções. Essa perda de sensibilidade e desejo de pensar um mundo e pessoas melhores do que são revela-se como a reificação da consciência e é bastante comum em indivíduos que aderem cegamente às coletividades, que passam a viver sob imitação, de modo subserviente e desprovido de autonomia (ADORNO, 1996).

Violência explícita e implícita

De modo objetivo, pode-se caracterizar a violência como

qualquer atitude coletiva ou individual que leva a situações de trauma, sofrimento, humilhação, adoecimento e dor, tanto para si quanto para o outro. A violência pode ser: física, aparente, quando acontece devido a confrontos diretos; armamentos; pressão pela força ou, psicológica, quando acontece devido a: tortura mental; preconceito ou bullying; ameaças escondidas, ou não (como por exemplo, assédio sexual) e danos morais (ZANOLLA, 2019, p. 07).

A violência presente nos moldes da cultura de forma explícita pode ser compreendida como: agressão, xingamentos, bullyings. Mas além dela existe uma segunda violência, que é a implícita, pois não pode ser observada a não ser sob um olhar micro, que é o que acontece na indústria cultural. Nessa direção, Caniato, Cesnik e Rodrigues (2012, p. 667) observam que

a violência da indústria cultural não pode ser personificada, trata-se de uma violência simbólica, cuja agressão é sutil e velada, por isso intensamente devastadora da subjetividade. Ela internaliza nos indivíduos a lógica advinda da base econômica da sociedade: o modo de produção capitalista (e a violência intrínseca a ele).

A violência implícita é mais aceita socialmente do que a violência explícita, porque não demonstra a agressão e seus males de forma direta. Conseqüentemente, não permite que os indivíduos se revoltam contra ela, o que pode se relacionar ao favorecimento do controle da indústria cultural sobre as pessoas. Além disso, existe a banalização da violência, que se dá a partir da normalização ou da humorização. Assim,

quando o indivíduo busca um objeto externo para depositar sua destrutividade, ele só pode enxergar a seus pares – a quem é permitido agredir, por serem ambos da mesma classe social, desprovidos de poder econômico. Ou, ainda, na impossibilidade de eleger outro algoz, o ego

tende a atacar-se, destruindo-se em uma autopunição, num sentimento de culpabilidade (CANIATO, CESNIK e RODRIGUES, 2012, p. 667).

Já quanto à violência explícita, podemos recorrer até mesmo à Organização Mundial da Saúde – por meio do “World Report on Violence and Health”, estudo assinado por Krug *et al.* (2022) –, que a caracteriza como o uso de força física ou poder, em ameaça ou na prática, contra si próprio, outra pessoa ou contra um grupo ou comunidade, que resulte ou possa resultar em sofrimento, morte, dano psicológico, desenvolvimento prejudicado ou privação. O que exclui danos não propositais, como acidentes e atos que não possuem intenção de danos ao outro. Além disso, ela inclui como violência aquela autoinfligida, como, por exemplo, o comportamento suicida e a automutilação.

Memos e pseudoformação na relação com a indústria cultural e a violência

Segundo Adorno (1996), a formação se caracteriza pelo equilíbrio entre autonomia e adaptação do indivíduo. Assim, a formação cultural pode ser compreendida como a mediação entre espírito e natureza; homem e sociedade; autonomia e adaptação. A formação cultural é necessária para experienciar a cultura.

Se formação cultural é a experiência da cultura, em que ela se transformou? Na sociedade capitalista administrada, a cultura está sob o controle da indústria cultural. Desse modo, a formação que surge a partir dessa égide, na medida em que impede a autonomia e a emancipação dos indivíduos, converte-se em pseudoformação. Nas palavras de Adorno (1996, p. 389), “a formação cultural agora se converte em uma semiformação socializada, na onipresença do espírito alienado, que, segundo sua gênese e seu sentido, não antecede à formação cultural, mas a sucede. Desse modo, tudo fica aprisionado nas malhas

da socialização". Nesse processo, não apenas a individualidade é interrompida, mas também o contato com a cultura é dificultado.

A pseudoformação passa a fazer parte da cultura, mas não é a cultura em si. Por meio da pseudoformação, a forma de apropriação subjetiva do indivíduo passa a ser a cultura moldada pelos meios de comunicação. Ou ainda, a pseudoformação é a subjetividade formada a partir da apropriação da cultura nos moldes da indústria cultural, o que resulta em uma subjetividade formada a partir de uma cultura deformada.

Os memes, enquanto produtos culturais, apresentam em sua própria constituição elementos que podem ser facilmente caracterizados como produtos da indústria cultural: utilização dos meios midiáticos para a sua propagação; exagero/excesso; repetição; linguagem infantilizada; estandardização. Eles não são produções individuais e originais, mas sim reproduções da linguagem da indústria. Independentemente do seu formato – vídeos, GIFs, imagens, imagemacros –, percebe-se que a linguagem lúdica e repetitiva dos memes alcança os indivíduos que se identificam com seus conteúdos. Assim, a universalidade passa a acontecer não apenas nos conteúdos, mas também nas influências sobre os sujeitos, e a padronização de hábitos fortalece o controle dos indivíduos.

Sendo parte da indústria cultural, os memes, por se constituírem como produtos estandardizados, formam os indivíduos para aceitar e reproduzir determinados comportamentos e pensamentos. Esse é um procedimento realizado para escamotear percepções sobre o mundo e amplificar e perpetuar o controle sobre a imensa maioria das pessoas.

Como os memes fazem parte da cultura atual – num avanço tecnológico e na ampliação da linguagem memética como forma de disseminação de conhecimento –, eles colaboram com a pseudoformação. Por meio desse processo, o indivíduo se amolda à lógica propagada pelos mecanismos de controle de compra e venda de mercadoria para se “sentir” integrado e partícipe

da sociedade. É então que, induzido pelo desejo de pertencimento, busca ativamente se enquadrar na lógica do mercado e nas representações nela propagadas. Assim, ele se valida como pessoa na sociedade, se enquadra em determinado grupo de pessoas que são similares a ele e se mantém como sujeito integrado à sociedade.

Através da integração, já alertada por Adorno (1996), os indivíduos tendem a aderir cegamente a coletividades, na maioria das vezes de forma manipulada. Em vez de exercerem sua autonomia, esses indivíduos buscam seguir modelos, produzir e reproduzir os mesmos conteúdos e conseqüentemente repetir as mesmas formas de pensamento e comportamento. Dessa forma, a produção cultural, que deveria partir de uma reflexão e do exercício do pensamento, se limita à padronização e universalidade induzidas pela indústria cultural.

Ocorre com os memes algo semelhante. Por definirem uma padronização de comportamento e pensamento, formam a subjetividade do indivíduo, de modo a torná-la sugestionada a seguir modelos e padrões estabelecidos culturalmente. Este é, no limite, um meio de controle social voltado para a apropriação de produtos fornecidos pela indústria da cultura. O envolvimento ativo, interessado, irrefletido e feliz das pessoas à lógica dos memes pode ser, na atualidade, um ingrediente a mais na formação de uma subjetividade pseudoformada. Este artefato cultural faz com que os indivíduos se sintam parte integrante da sociedade, pois, através das redes, surgem agrupamentos de pessoas que compactuam e respondem positivamente ao que é abundantemente postado. Sobre esse complexo esquema, uma reflexão de Adorno se apresenta absolutamente relevante:

a indústria cultural, em sua dimensão mais ampla – tudo o que o jargão específico classifica como mídia –, perpetua essa situação, explorando-a, e se assumindo como cultura em consonância com a integração, o que, se for mesmo uma, não será a outra. Seu espírito é a semicultura, a identificação (ADORNO, 1996, p. 396).

A internet permite que o sujeito tenha contato com milhares de outros indivíduos que compartilham das mesmas ideias, facilitando o processo de integração. Sentir-se integrado é fazer parte de um grupo que compactua e compartilha das mesmas ideias. A característica convocativa dos memes abre espaço para essa integração. Por ser um artefato que permeia a publicidade nos veículos midiáticos, os memes fomentam a indústria cultural, ao mesmo tempo em que são influenciados diretamente por ela.

Apresentando-se em forma de piada, humor e sarcasmo, os memes podem ocultar discursos violentos que ferem a integridade física e moral de terceiros, assim como podem promover a normalização de brincadeiras que ofendem e humilham. Podem também incentivar comportamentos autodestrutivos ou que se responsabilizam pela perseguição, exclusão e agressão física e verbal de indivíduos com características em comum.

Os memes de internet – por utilizarem um ambiente em que ainda se tem pouco controle sobre o que se propaga – são postados em forma de comentários ou publicações e são responsáveis pela disseminação lúdica de conteúdos violentos. Pessoas pretas, gordas, mulheres, homossexuais, pobres, entre outras, figuram como alvos das piadas. Em muitas delas, percebe-se nitidamente a presença da violência, nos termos definidos acima. Em outras, é necessário analisar a mensagem que está por trás, pois além dos risos e do humor há uma contribuição para a manutenção de comportamentos racistas, xenofóbicos, gordofóbicos e misóginos, culturalmente estabelecidos em nossa sociedade.

A liberdade de expressão encontrada nas redes permite a externalização dos desejos e intenções dos indivíduos. Fator importante para entender comportamentos agressivos, pois a violência se correlaciona com sua forma de olhar para o outro, de se expressar no mundo e de conviver com as diferenças.

Reconhecer que indivíduos pseudoformados – formados a partir da lógica da indústria cultural, que supervaloriza as coisas em detrimento das relações e da afetividade humanas – possuem como uma de suas características a frieza ou a

consciência reificada é importante para compreender os motivos pelos quais as pessoas aceitam e reproduzem ideias e comportamentos violentos. A ausência de formação para estabelecer o equilíbrio entre indivíduo e sociedade culmina na banalização da violência, pois

a banalização da violência implica a banalização dos afetos e dos sentimentos, sobretudo do medo. Na violência como espetáculo, o medo torna-se ausente na falta de conexão com o sentimento de perplexidade diante da morte, tornando-a sem valor. Supostamente, ocorre uma indiferença em relação à morte. O que favorece a frieza humana, pelo hábito de conviver pacificamente com a violência. O afeto se torna ausente pela repetição compulsiva da violência, levando a criança à adaptação, à frieza (ZANOLLA, 2010, p. 120).

Como a visão da cultura e da sociedade está fragmentada por redes midiáticas, o indivíduo pseudoformado transforma “como que por encanto, tudo o que é mediato em imediato” (ADORNO, 1996, p. 407). Isso pode ser observado nos memes, pois a sua disseminação influencia o comportamento violento das pessoas.

Indivíduos com conhecimentos limitados e incapazes de refletir sobre si, sobre o outro e sobre o todo, e por apresentarem uma consciência reificada, agem com base no conformismo e na heteronomia, e não com base na autorreflexão e na autonomia. Esses indivíduos encontram respaldo em outros que pensam e agem da mesma forma e vão formando uma teia envolta de pseudoformação. O desafio posto é resistir ao prosseguimento desse processo; é necessário interromper a propagação de conteúdos que geram qualquer tipo de violência, por meio de análise e reflexão crítica dos memes que chegam diária e abundantemente até nós.

Considerações finais

Pôde-se averiguar que os memes são produtos da indústria cultural, que, influenciados pela mídia e pelas tecnologias atuais, se propagam a partir da repetição e padronização. Notou-se também que eles têm como característica uma linguagem repetitiva e infantil. Esses aspectos permitem caracterizá-los como produtos standardizados da indústria cultural, que estabelecem padrões de pensamento e comportamento derivados da influência dos meios de comunicação.

Como os memes são artefatos culturais que se propagam de forma repetitiva por meio da internet, apresentando uma linguagem lúdica, simples e imitativa, eles se revelam corresponsáveis pela pseudoformação dos indivíduos, que se identificam com o seu conteúdo e com sua forma.

Com isso, a representatividade dos memes ocorre não apenas na apropriação de seu conteúdo/forma, mas na formação da subjetividade de quem interage de forma ativa, alegre e espontânea com eles. Outro aspecto importante é que esse artefato cultural faz com que os indivíduos se sintam parte integrante da sociedade, pois, através das redes, observam-se agrupamentos de pessoas que compactuam e respondem positivamente ao que é postado, já que seu conteúdo é veiculado pela mídia e possui uma relação direta com determinados grupos sociais. Isso reforça nossa suspeita inicial de que os memes influenciam a subjetividade e o comportamento humano, especialmente quando seu conteúdo é perpassado por algum tipo de violência: psíquica ou física, individual ou coletiva, implícita ou explícita.

Finalmente, no decorrer desta pesquisa, observou-se que há um grande número de trabalhos com a temática dos memes, porém poucos os analisam a partir dos conceitos da Teoria Crítica da Sociedade: indústria cultural, standardização, pseudoformação. Isso demonstra a necessidade de se prosseguir com estudos e pesquisas sobre suas influências no pensamento e no

comportamento das pessoas que se identificam e se encantam pelo “conteúdo” representado e pela “forma” como eles são produzidos e disseminados. Junto a isso, é necessário expandir as páginas abordadas e as redes sociais utilizadas, pois grande parte das pesquisas priorizou sites como Facebook, tendo pouco contato com o WhatsApp, o TikTok e o Instagram.

Referências

ABREU, M. Cultura popular: um conceito e várias histórias. **Ensino de história: conceitos, temáticas e metodologia**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

ADORNO, T. W.; SIMPSON, G. Sobre música popular. *In*: COHN, G. (Org.). **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1994.

ADORNO, T. W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

ADORNO, T. W. Teoria da semicultura. **Educação & Sociedade**, Campinas, ano 17, n. 56, p. 388-411, 1996.

BÖRZSEI, L. Em vez disso, faz um meme: uma história concisa dos memes de internet. *In*: CHAGAS, V. **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: EdUFBA, 2020.

CANIATO, A.; CESNIK, C. C.; RODRIGUES, S. M. A captura da subjetividade pela violência simbólica da indústria cultural: da submissão à culpabilidade dos indivíduos. **Psicologia USP**, v. 23, n. 4, p. 661-681, dez. 2012.

CHAGAS, V. **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: EdUFBA, 2020.

DAVISON, P. A linguagem dos memes de internet: dez anos depois. *In*: CHAGAS, V. **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: EdUFBA, 2020.

DUARTE, R. **A indústria cultural e meios de comunicação**. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

FONTANELLA, F. O que vem de baixo nos atinge: intertextualidade, reconhecimento e prazer na cultura digital trash. *In*: IX ENCONTRO DOS GRUPOS/NÚCLEOS DE

PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO (evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação). **Anais...** Curitiba, 2009.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

HORTA, B. N. **O meme como linguagem da internet**: uma perspectiva semiótica. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

KRUG, E. G.; DAHLBERG, L. L.; MERCY, J. A.; ZWI, A. B.; LOZANO, R. **World report on violence and health**. Genebra, Suíça: World Health Organization, 2022.

LIMA, M. S. Leitura sociológica da relação entre internet e Indústria Cultural. **Cadernos de Campo: Revista de Ciências Sociais**, Araraquara, SP, n. 12, 2009.

ZANOLLA, S. R. S. Educação e barbárie: aspectos culturais da violência na perspectiva da teoria crítica da sociedade. **Sociedade e Cultura**, v. 13, n. 1, 31 ago. 2010.

ZANOLLA, S. R. S. (Coord.). **O que é violência?**. Faculdade de Educação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia: Sete, 2019.

ZUIN, A. Á. S. Sobre a atualidade do conceito de Indústria Cultural. **Cadernos CEDES**, v. 21, p. 9-18, 01 ago. 2001.