



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
INSTITUTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA E DOCUMENTAÇÃO**

LUCAS RODRIGUES ROSA

**“BERENICE, SEGURA, NÓS VAMOS BATER!”
PROCESSOS DE CIRCULAÇÃO, APROPRIAÇÃO E USO DO
CIBERACONTECIMENTO #BERENICEDAY NO TWITTER**

**SALVADOR
2021**

LUCAS RODRIGUES ROSA

**“BERENICE, SEGURA, NÓS VAMOS BATER!”
PROCESSOS DE CIRCULAÇÃO, APROPRIAÇÃO E USO DO
CIBERACONTECIMENTO #BERENICEDAY NO TWITTER**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Colegiado do Curso de Biblioteconomia e Documentação do Instituto de Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia e Documentação.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Leyde Klebia Rodrigues da Silva

SALVADOR
2021

CIP – Catalogação na Publicação

Rosa, Lucas Rodrigues

R788b “Berenice, segura, nós vamos bater!” processos de circulação, apropriação e uso do cibercontecimento #BereniceDay no Twitter. / Lucas Rodrigues Rosa. – Salvador, 2021.
78f.: il.

Orientadora: Leyde Klebia Rodrigues da Silva.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Biblioteconomia e Documentação) – Universidade Federal da Bahia, Instituto de Ciência da Informação, 2021.

1. Fontes de informação. 2. Cultura digital. 3. Cibercontecimento. 4. Memes. 5. Berenice Day. 6. Leila Lopes. I. Silva, Leyde Rodrigues da, orient. II. Título.

CDD 020
CDU 020

LUCAS RODRIGUES ROSA

“BERENICE, SEGURA, NÓS VAMOS BATER!”
PROCESSOS DE CIRCULAÇÃO, APROPRIAÇÃO E USO DO
CIBERACONTECIMENTO #BERENICEDAY NO TWITTER

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Colegiado do Curso de Biblioteconomia e Documentação do Instituto de Ciência da Informação da Universidade Federal da Bahia como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia e Documentação.

Aprovado em: 25/novembro/2021

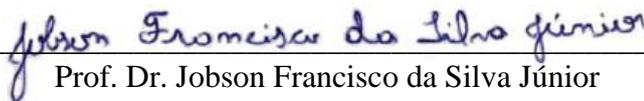
BANCA EXAMINADORA



Prof.^a Dr.^a Leyde Klebia Rodrigues da Silva
Orientadora



Prof.^a Dr.^a Denise Braga Sampaio
Examinadora



Prof. Dr. Jobson Francisco da Silva Júnior
Examinador

À comunidade de tuiteiras e tuiteiros que participam e mantêm o Berenice Day.

AGRADECIMENTOS

Escrever esse trabalho foi um processo demorado. Quando escrevi o anteprojeto, ainda não entendia como a pesquisa se desenvolveria. Tinha a ideia de trabalhar na perspectiva de reconhecer o *meme* de internet como informação relevante a ser estudada pela Biblioteconomia, mas ainda faltava tanta coisa. Assim, sou grato ao universo por ter me dado forças para não desistir dessa ideia e assim, abraçar uma outra pesquisa que não teria sido minha primeira escolha e grande inquietação.

Aos meus pais pelo suporte e afeto, especialmente à minha mãe, Amanda, por ser sempre tão amorosa, forte, dedicada e por sempre apoiar minhas decisões, mesmo quando elas me levavam pra longe. Às minhas irmãs, Ananda e Larissa, minhas primeiras e melhores amigas, com quem eu sempre pude contar. Agradeço por cada abraço, cada ligação, cada mensagem trocada, fosse para um desabafo ou para mandar um *meme* engraçado, amo vocês.

À professora Dr^a Leyde Klebia Rodrigues da Silva, esse trabalho não teria se desenvolvido da maneira que eu desejava sem a orientação dela, que esteve comigo nesses quase três anos de pesquisa, que acreditou em mim e no meu potencial, sempre fortalecendo minhas esperanças em cada orientação.

Agradeço aos meus amigos, que tantas vezes me ouviram explicar o tema do meu trabalho, reclamar sobre as dificuldades enfrentadas na escrita ou na coleta de dados. Existe todo um diário relatando cada etapa do trabalho em diferentes apps de troca de mensagens. Começando pelo começo, chegar em Salvador foi uma aventura, agradeço ao meu amigo José Sena, com quem tive o prazer de dividir a vida, eu sei que sem ele eu não estaria aqui.

Agradeço à minha amiga e parceira gamer, Luis Gabriel, que faz aniversário no Berenice Day e que conhece a maioria das personalidades que eu já adquiri nesses mais de 10 anos de amizade, muito amor. Gratidão aos BRDLNDS remanescentes, Laíze, Alice e Elder, meus moções que sempre me deram forças para continuar. Sempre vibrei e comemorei cada conquista do grupo como se fosse minha e é bem empolgante concluir a graduação ainda tendo a amizade de vocês. Acho que é como dizem, do terceiro, pra vida, amo vocês s2.

Agradeço às minhas queridas Tietes da OSBA, Cecília, Jade, Rosevânia, Tatiely, Daiane e Lane, que me acolheram assim que eu cheguei na UFBA e me ofereceram as melhores amizades que tive o prazer de construir em Salvador. Aliás, agradeço especialmente à Jade e todos os nossos rolês em barzinhos, onde bebíamos uma cerveja qualquer e trocávamos figurinhas acadêmicas, nossos diálogos também foram responsáveis pela escrita desse trabalho.

Agradeço ainda a Everton, Laura, Milena, Ana Paula e todos os demais biblioamigos que tive o prazer de conhecer na UFBA.

Gratidão à professora Dr^a Raquel do Rosário Santos, com quem tive a incrível oportunidade de iniciar minha trajetória como pesquisador, como bolsista no PIBIC. Agradeço ainda aos colegas de pesquisa, bolsistas, voluntários e aos colaboradores da Biblioteca e do Memorial da Escola Politécnica da UFBA.

Agradeço à bibliotecária Adriana Vasconcelos, uma vez chefe e hoje minha amiga, com quem pude estagiar e adquirir experiência em atividades de Biblioteca, fundamentais para o meu desenvolvimento profissional. Agradeço ainda a toda Equipe da Edufba, em especial à professora Ma. Susane Santos Barros, com quem tanto aprendi.



RESUMO

O objetivo geral é analisar os processos de circulação, apropriação e uso da informação durante o cibercontecimento Berenice Day no contexto das fontes de informação na web, especialmente o Twitter. Especificamente pretende-se: contextualizar/narrar a história do Berenice Day; mapear a produção informacional sobre o cibercontecimento Berenice Day no Twitter; identificar os principais *memes* e termos utilizados durante o cibercontecimento Berenice Day; traçar o perfil de usuários que fazem uso dessa informação; entender como esses *memes* são apropriados e utilizados pelos usuários do Twitter. O referencial teórico aborda discussões sobre as fontes de informação, os paradigmas informacionais e as fontes na internet, sobre as redes sociais, os sites de redes sociais e as informações que são produzidas, circuladas, disseminadas, apropriadas e utilizadas nesses espaços. Apresenta ainda os conceitos de informação, cultura digital, cibercontecimento, *memes* e *memes* de internet. Quanto à metodologia, esta pesquisa adota uma abordagem quanti-qualitativa, sendo classificada como descritiva, exploratória e documental. Para a análise de dados, assume o método netnográfico e a leitura de imagens. As análises, os resultados e as discussões acontecem a partir de dados coletados no Twitter. Os resultados mostram, a partir das análises dos *tweets*, dos *memes* imagéticos e das entrevistas, que os principais termos e *memes* imagéticos utilizados durante o Berenice Day são oriundos do vídeo viral que funcionou como um propulsor para o cibercontecimento, sendo esses *memes* mobilizados principalmente pela comunidade LGBTQIA+, que os utiliza e apropria de múltiplas formas. As considerações finais discorrem sobre a forma como esse cibercontecimento se desenvolve e é apropriado pelas pessoas no Twitter, e ainda, sobre como a temática da produção de *memes* de internet pode ser expandida em futuras pesquisas na Biblioteconomia. Entendendo os *memes* como informação que viabilizam interações sociais entre as pessoas, eles passam a ser considerados elementos essenciais para o desenvolvimento das comunidades virtuais existentes na cultura digital.

Palavras-Chave: Fontes de informação. Cultural digital. Cibercontecimento. *Memes*. Leila Lopes. Berenice Day.

ABSTRACT

The general objective is to analyze the processes of circulation, appropriation and use of information during the Berenice Day cyberevent in the context of information sources on the web, specially Twitter. Specifically, it is intended to: contextualize/narrate the story of Berenice Day; map the informational production about the Berenice Day cyberevent on Twitter; identify the main memes and terms used during the cyberevent Berenice Day; trace the profile of users who make use of this information; understand how these memes are appropriated and used by Twitter users. The theoretical framework hosts discussions about information sources, informational paradigms and sources on the internet, about social networks, social networking sites and the information that is produced, circulated, disseminated, appropriated and used in these spaces. It also presents the concepts of information, digital culture, cyberevents, memes and internet memes. As for the methodology, this research adopts a quantitative-qualitative approach, being classified as descriptive, exploratory and documentary. For data analysis, it uses the netnographic and image reading methods. Analysis, results and discussions are based on data collected on Twitter. Results show, from the analysis of tweets, imagery memes and interviews, that the main imagery terms and memes used during Berenice Day come from the viral video that propelled the cyberevent, showing they are mainly mobilized by the LGBTQIA+ community, being used and appropriated in multiple ways. The final considerations discuss how this cyberevent develops and is appropriated by people on Twitter, and also how the theme of internet meme production can be expanded in future research in Library Science. Understanding memes as information that enable social interactions between people, it becomes an essential element for the development of virtual communities existing in digital culture.

Keywords: Information sources. Digital culture. Cyberevents. Memes. Leila Lopes. Berenice Day.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1 – Meme “ <i>sad & brazilian</i> ”	37
Figura 2 – Meme “se coloca no lugar dela cinco segundo”	38
Figura 3 – Meme “galo oferecendo café”	39
Figura 4 – Captura de tela da planilha de controle de dados	49
Figura 5 – Nuvem de <i>tags</i> correlatas à <i>tag</i> #BereniceDay entre os anos de 2016 até 2020	52
Figura 6 – Meme “Berenice, segura, nós vamos bater!”	55
Figura 7 – Meme “é a sensação de rodar, rodar, rodar”	56
Figura 8 – Meme “sol belo azul”	57
Figura 9 – Remixagem do meme “Mônica ata”	58

GRÁFICOS

Gráfico 1 – Quantitativo de tweets recuperados por meio da <i>tag</i> #BereniceDay no dia 19 de dezembro dos anos de 2016, 2017, 2018, 2019 e 2020	50
Gráfico 2 – Principais termos por ocorrência e por ano	53

QUADROS

Quadro 1 – Quantitativo de perfis verificados participando do Berenice Day por ano	51
Quadro 2 – Principais termos chaves por ocorrência de 2016 a 2020	53
Quadro 3 – Desde quando você conhece o Berenice Day?	60
Quadro 4 – Qual o contexto/momento você usa essa informação?	61
Quadro 5 – Para você, o que faz o Berenice Day ser importante a ponto de ter um dia só para ele?	62-63
Quadro 6 – Se você puder responder, poderia informar sua idade, escolaridade e gênero/sexualidade?	64
Quadro 7 – Quanto tempo você gasta por dia, em média, no Twitter?	65

SUMÁRIO

1	“EU NÃO SABIA O QUE ESTAVA ACONTECENDO PORQUE EU NÃO SABIA COMO COMEÇOU A ACONTECER”: INTRODUÇÃO	11
2	“UM SOL BELO, AZUL”: CIRCULAÇÃO, APROPRIAÇÃO E USO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO NA INTERNET	16
2.1	FONTES DE INFORMAÇÃO	16
2.1.1	<i>Fontes na internet</i>	19
2.1.2	<i>Redes sociais</i>	21
2.1.2.1	Twitter	23
2.2	PRODUÇÃO, CIRCULAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO	25
2.3	APROPRIAÇÃO E USO DA INFORMAÇÃO	26
3	“NADA CONTRA OS MEMES, ACHO ÓTIMO”: INFORMAÇÃO, CULTURAL DIGITAL E CIBERACONTECIMENTO	29
3.1	INFORMAÇÃO	29
3.2	CULTURA DIGITAL E CIBERACONTECIMENTO	31
3.2.1	<i>Ciberacontecimentos</i>	32
3.2.2	<i>Memes</i>	34
4	“NADA MAIS ME LEMBRO”: PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	41
5	“E TUDO COMEÇOU A GIRAR, GIRAR, GIRAR”: ANÁLISES E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS	47
5.1	CONTEXTUALIZANDO O BERENICE DAY	47
5.2	MAPEAMENTO DA PRODUÇÃO DE INFORMAÇÃO NO TWITTER	49
5.3	ANÁLISE DOS MEMES IMAGÉTICOS	54
5.4	ANÁLISE DAS ENTREVISTAS VIA DM	60
6	POR ONDE ANDAM AS CONSIDERAÇÕES FINAIS? UM BEIJO, CONSIDERAÇÕES FINAIS!	68
	REFERÊNCIAS	73

1 “EU NÃO SABIA O QUE ESTAVA ACONTECENDO PORQUE EU NÃO SABIA COMO COMEÇOU A ACONTECER”: INTRODUÇÃO



Essa pesquisa tem como objeto de investigação a informação que vem sendo produzida durante o cibercontecimento “Berenice Day”, no Twitter. Essa informação, em sua maioria, nesse contexto, é chamada de *meme*.

O *meme* é um replicador, uma unidade de transmissão cultural, de imitação. Na internet o *meme* é utilizado, na maior parte do tempo, como um recurso de comunicação. O espaço das redes sociais na internet potencializa o uso e a replicação de *memes*, uma vez que as pessoas que usam essas redes são protagonistas nas suas interações, não só replicando, mas também recriando *memes*, dando início à toda uma infinita possibilidade de novos *memes*.

O conceito de cibercontecimento compreende o acontecimento existente de maneira indissociável do ciberespaço. O cibercontecimento é construído a partir das interações entre os sujeitos nas redes sociais, que se expressam, apropriam e ressignificam determinadas informações durante o processo de comunicação (HENN; HÖEHR; BERWANGER, 2012).

A escolha da temática dos cibercontecimentos surgiu da própria experiência do estudante com o acontecimento estudado e com os documentos produzidos a partir dele. Ao perceber o *meme* como unidade de transmissão cultural, de caráter mutável e descontraído, possível de compreender melhor o seu uso na rede.

¹ Entendendo a relevância dos *memes* de internet na comunicação humana dentro e fora das redes, utilizamos *memes* como epígrafe em todos os capítulos desde trabalho. Os *memes* utilizados possuem diferentes modalidades, podendo ser imagens não verbais, somente texto, ou imagem acompanhada de texto (por conta do formato do trabalho, em PDF, em conformidade com os padrões normativos do colegiado de Biblioteconomia e Documentação da Universidade Federal da Bahia, não utilizaremos *memes* em GIF). Esses *memes* foram selecionados pelo autor e possuem relação direta com as temáticas dos capítulos. Nesse primeiro momento, trazemos um *meme* de imagem sem texto comumente chamado de “Gretchen esperando atrás das cortinas”, que se relaciona com a ideia de ser preparar para algo, para o momento do início de uma apresentação, tal como a introdução que inicia e apresenta a discussão desde trabalho.

Devido à própria dinâmica das redes sociais, um *meme* não se mantém em constante compartilhamento por muito tempo. O fluxo de informações na internet é tão constante que sempre existe um novo *meme* para conhecer e utilizar. Assim, justifica-se a decisão de delimitar esta pesquisa aos *memes* relacionados ao ciberacontecimento denominado Berenice Day.

Justificamos a escolha deste, pela característica que o que diferencia, pois, os *memes* gerados a partir do #BereniceDay tem o ciclo de vida mais longo que o padrão de um *meme* de internet (efêmero, podendo durar dias ou semanas) (BITTENCOURT; GONZATI, 2017). Esse ciberacontecimento é datado, por meio do Twitter, desde o dia 3 de dezembro de 2009 e a partir desta data, inúmeros *memes* relacionados ao Berenice Day vem sendo criados, replicados e ressignificados.

A relação do tema com a Biblioteconomia ocorre ao entendermos o Twitter como uma fonte de informação, que segundo Santos (2016, p. 96) se caracteriza como “[...] qualquer ferramenta que responda a uma necessidade de informação” podendo assim ser definida como “[...] tudo que gera ou veicula informação”.

Apesar do limite de caracteres implícito ao Twitter, a rede social vem sendo utilizada por grande parcela da população brasileira, tornando-se parte da produção e do consumo de conteúdo na web. Compreendemos que o Twitter é também, um espaço apropriado para o estabelecimento de fluxos informacionais. Esses fluxos são iniciados com a geração de informações por um sujeito (emissor), passando pela apropriação dessas informações por um ou mais indivíduos (receptores).

Assim, cabe ao profissional da informação o estudo sobre o uso e a apropriação de *memes* de internet, tanto para expandir a literatura acadêmica quanto para ampliar o entendimento que se tem sobre fontes de informação e mídias sociais.

Pessoalmente², tive meu primeiro contato com os *memes* relacionados ao Berenice Day por volta de 2013. Havia me assumido há pouco tempo e estava lidando com o processo de aceitação da minha própria sexualidade. Como na época eu vivia num município no interior do Pará, foi na internet, através do Twitter que eu pude encontrar uma comunidade de pessoas LGBTQIA+ (lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, queers, intersexuais e assexuais) com a qual me identifiquei e a partir dessa identificação, desejei fazer parte dessa comunidade. Parte desse processo de integração se deu na compreensão e apropriação da linguagem utilizada. Foi assim que aprendi o significado de algumas palavras em pajubá (ou bajubá) e a utilizar

² Alguns trechos do trabalho foram escritos em primeira pessoa do singular, pois retratam a experiência pessoal do autor principal da pesquisa. Logo, será comum a transição entre a primeira pessoa do singular e a primeira pessoa do plural na leitura deste trabalho de conclusão de curso.

determinados *memes* como “eu tô me tremendo, Rosana”, “Berenice, segura, nós vamos bater”, etc.

Com o passar do tempo, na graduação, percebendo como a Biblioteconomia, enquanto ciência, é capaz de pensar a informação e o documento para além do livro, comecei a me perguntar “o que é documento?”, “os *memes* que utilizamos no dia a dia são documentos?”, “podemos pesquisar sobre *memes*?”.

Esses questionamentos me levaram a pesquisar trabalhos acadêmicos relacionados com a temática dos *memes*. E foi aí que eu percebi que a maioria dos trabalhos envolvendo os *memes* de internet e os sites de redes sociais eram feitos por profissionais da Comunicação. O que me despertou o desejo que trabalhar com essa temática.

O Berenice Day é um ciberacontecimento que se originou a partir do vídeo “Leila Lopes no limite da morte” onde, numa entrevista, Leila narra, de maneira inconsistente, a /experiência do acidente de carro que havia sofrido junto de sua empresária Berenice Lamônica, no dia 19 de dezembro de 1999. Hoje, mais de 20 anos após o acidente todo dia 19 de dezembro, milhares de pessoas se reúnem no Twitter, tuitando a *tag* #BereniceDay e relembam o icônico vídeo, utilizam e produzem novos *memes* relacionados ao evento.

Nesse sentido, esta pesquisa levanta os seguintes questionamentos: Como o Berenice Day enquanto ciberacontecimento circula, é apropriado e utilizado no Twitter? Quais os motivos levam a produção de informação sobre o ciberacontecimento do Berenice Day perdurar até os dias atuais, sobretudo, tendo em vista a efemeridade das informações circuladas na internet?

Para resolver esses questionamentos formulamos o seguinte objetivo geral: **Analisar os processos de circulação, apropriação e uso da informação durante o ciberacontecimento Berenice Day no contexto das fontes de informação na web, especificamente o Twitter.**

Especificamente pretendemos:

- a) contextualizar/narrar a história do Berenice Day;
- b) mapear a produção informacional sobre o ciberacontecimento Berenice Day no Twitter;
- c) identificar os principais *memes* e termos utilizados durante o ciberacontecimento Berenice Day;
- d) traçar o perfil de usuários que fazem uso dessa informação;
- e) entender como esses *memes* são apropriados e utilizados pelos usuários do Twitter.

Destacamos a relevância deste trabalho ao exercermos a interdisciplinaridade na área de estudo, uma vez que realizamos esta pesquisa a partir de referenciais teóricos tanto da Biblioteconomia como da Comunicação, ao apresentar o conceito de cibercontecimento e dialogando com os processos de circulação, apropriação e uso da informação. A temática escolhida ainda nos leva a construir um trabalho que se debruce sobre os processos informacionais para além do espaço da biblioteca e do livro, ratificando a versatilidade do objeto de estudo em pesquisas no campo da Biblioteconomia e da Ciência da Informação (CI).

A pesquisa ainda pode contribuir para compreender o comportamento informacional dos indivíduos na internet, entendendo o Berenice Day como um cibercontecimento que envolve a participação direta e indireta de sujeitos, ligados por teias informacionais, sendo o Twitter o espaço onde essas interações e relacionamentos acontecem.

Este trabalho está estruturado em 6 (seis) capítulos:

No primeiro capítulo ““Eu não sabia o que estava acontecendo porque eu não sabia como começou a acontecer”: introdução”, contextualizamos o tema, centrando nas discussões sobre cibercontecimento, *meme* e a existência do Berenice Day, justificamos e problematizamos essas escolhas, apresentamos os objetivos geral e específicos, discorremos sobre a relevância do estudo para o campo da Biblioteconomia e seu escopo social e, por fim, indicamos como o trabalho está estruturado.

No segundo capítulo “Um sol belo, azul: circulação, apropriação e uso das fontes de informação na internet”, iniciamos referencial teórico da pesquisa. Para fomentar a discussão sobre as fontes de informação na internet, são apresentados os conceitos de fontes de informação, ciberespaço, redes sociais e para discutir os processos informacionais são trabalhados os conceitos de produção da informação, fluxo informacional, disseminação da informação, apropriação da informação e uso da informação.

Em seguida, no terceiro capítulo ““Nada contra os *memes*, acho ótimo’: informação, cultural digital e cibercontecimento”, apresentamos diferentes conceitos de informação para apontarmos a definição utilizada durante o trabalho. Discutimos sobre a cultura digital e sobre os cibercontecimentos que a compõem para, por fim, abordar a temática dos *memes*, dos *memes* de internet e seu papel nas sedes sociais da internet.

No quarto capítulo ““Nada mais me lembro’: procedimentos metodológicos”, apontamos os caminhos metodológicos adotados durante a execução do trabalho, descrevemos o processo de coleta de dados e explanamos os conceitos de netnografia e análise da imagem, abordagens metodológicas utilizadas para a realização na interpretação e análise dos dados coletados.

No quinto capítulo “‘E tudo começou a girar, girar, girar’: análises e discussões dos resultados” contextualizamos o cibercontecimento Berenice Day e então apresentamos, analisamos e discutimos, com base na literatura, os dados coletados em 3 (três) etapas. Inicialmente nos dedicamos ao mapeamento da *tag* #BereniceDay no Twitter no dia 19 de dezembro dos anos entre 2016 e 2020. Na segunda etapa nos dedicamos a análise dos *memes* de internet imagéticos utilizados no Berenice Day. A etapa final das análises foi destinada às entrevistas, realizadas através do próprio Twitter.

E por fim, no sexto capítulo “Por onde andam as considerações finais? Um beijo, considerações finais” retomamos as perguntas que nortearam esta pesquisa e os objetivos estabelecidos para responde-las, refletindo sobre suas conclusões e desdobramentos. Neste capítulo destacamos ainda, algumas limitações enfrentadas ao longo da pesquisa e sugestões de estudos que poderiam ser desenvolvidos a partir deste trabalho.

2 “UM SOL BELO, AZUL”: CIRCULAÇÃO, APROPRIAÇÃO E USO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO NA INTERNET

[...] eu vou xingar no Twitter hoje, muito... sério.³

Na Biblioteconomia, as fontes de informação podem ser entendidas como recursos, meios e instrumentos, em diversos suportes e linguagens, que atendam às necessidades de informação dos usuários. O estudo sobre fontes de informação se mostra cada vez mais necessário e atual, ao considerarmos a quantidade de informação produzida diariamente, onde esse excesso pode dificultar a circulação, a apropriação, o acesso e o uso da informação. Assim, neste capítulo abordaremos os conceitos de fontes de informação conforme, Murilo Cunha (2001), Bernadete Campello, Beatriz Cendón e Jeannette Kremer (2003) e Lena Pinheiro (2006); fontes de informação na internet com Maria Tomaél, Maria Catarino, Marta Valentim, Oswaldo de Almeida Júnior, Terezinha da Silva, Adriana Alcará, Daniela Selmini, Fabiana Montanari e Silvia Yamamoto ([2000?]) e Leyde Silva (2010); dos paradigmas sociais ligados ao aumento do fluxo informacional e desenvolvimento das TIC apresentados por Manuel Castells (2002), Byung-Chul Han (2015) e Eli Pariser (2012); de redes sociais e suas particularidades a partir de Pierre Lévy (1999), Regina Marteleto (2001), Sônia Vermelho, Ana Velho, Amanda Bonkovoski e Alison Pirola (2014), Raquel Recuero (2007) (2009), sobre a “era da personalização” na internet com Eli Pariser (2012), sobre os processos informacionais de produção, circulação, disseminação, apropriação e uso da informação a partir de Aldo Barreto (1994), Marta Valentim e Juliete de Souza (2013), Maria Tomaél, Adriana Alcará e Ivone Di Chiara (2005), Cibele Sugahara e Waldomiro Vergueiro (2013), Diego Salcedo e Jhoicykelly Silva (2017), Maria Tomaél e Regina Marteleto (2006), Carmen Batista (2016), Regina Marteleto (2010) e Angela Carvalho (2010).

2.1 FONTES DE INFORMAÇÃO

Desde o início da história registrada, a humanidade, direta ou indiretamente, é movida pela busca de informações. A necessidade dos povos pré-históricos de entender e manejar o

³ Fãs do Restart - Puta falta de sacanagem. Vou xingar muito no twitter, sério. Um dos objetivos deste capítulo é apresentar o Twitter como um site de rede social e como fonte de informação na internet, por isso, trouxemos este meme que descreve um dos usos mais comuns do site, o ato de manifestar uma opinião publicamente, acreditando na relevância e no alcance proporcionados pela plataforma. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yRzrhzeusvU>.

fogo e dos gregos no período clássico em compreender o universo, são exemplos de como diferentes sociedades buscaram informações que pudessem sanar suas necessidades.

Até o desenvolvimento da escrita, fazia-se uso da linguagem verbal e não verbal para se obter e transmitir conhecimento. Com relação à linguagem verbal, Lévy (1993) afirma que podemos classificar a linguagem oral em primária e secundária. Enquanto a linguagem oral primária é entendida como prévia ao desenvolvimento da linguagem escrita, a linguagem oral secundária é posterior à escrita, sendo utilizada em complemento dela. Para o autor “Na oralidade primária, a palavra tem como função básica a gestão da memória social e não apenas a livre expressão das pessoas ou a comunicação prática cotidiana” (LÉVY, 1993, p. 47).

Entretanto, o surgimento da escrita revoluciona a maneira de se obter informações, desempenhando “[...] um papel essencial no estabelecimento da ciência como modo de conhecimento dominante” (LÉVY, 1993, p. 53). Passados alguns séculos, após a invenção da imprensa no século XV e a explosão informacional do período pós-segunda guerra mundial, a partir de 1945, os estudos em informação passam por mais uma transformação com o surgimento da internet.

A partir da popularização da internet, na década de 1990, proporcionada pela “domesticalização” dos computadores pessoais e do surgimento da chamada web social, web 2.0 ou web dos gatos fofos (ZUCKERMAN, 2020), cuja proposta é baseada na interação entre os usuários na rede, a criação de conteúdo e a construção de espaços colaborativos, torna-se comum a busca por informações no ambiente virtual.

A terminologia web 2.0 não se refere a uma nova versão da web, mas à adoção de um novo comportamento na internet. Nessa perspectiva de comportamento na web, os usuários abandonam seus lugares de espectadores/consumidores e passam a produzir conteúdo para outros usuários, que por sua vez também produzem seu próprio conteúdo, intensificando as relações de troca de informações e conhecimentos na rede e esse comportamento se repete diariamente em escala global (SALCEDO; ALVES, 2018).

Entretanto, o aumento exponencial de informações documentadas provocado pelo avanço das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), ocasionou uma série de novos paradigmas na busca por informações, sendo alguns deles: a sociedade em rede, a sociedade do cansaço e a sociedade em bolhas. No paradigma da sociedade em rede, apresentado por Manuel Castells (2002), as estruturas sociais são remodeladas pelas redes e pela velocidade dos fluxos informacionais proporcionados por elas, sendo responsáveis por alterações nas relações econômicas, de poder, culturais e nas maneiras de produção dessa sociedade.

Sobre o paradigma da sociedade do cansaço, Byung-Chul Han (2015), reflete sobre como o crescente número de informações e o avanço das TIC são responsáveis pelo excesso de estímulos informacionais e de positividade, que afetam nossas estruturas econômicas e nossa atenção, ou seja, da forma como nos comportamos em relação ao trabalho e como somos pressionados pelas ideias de produtividade e desempenho que resultam em percebermos o mundo e consumirmos as informações às quais somos expostos de maneira superficial, sem capacidade de aprofundamento.

Em seu livro “O filtro invisível” (2012), Eli Pariser descreve a “era da personalização” como uma consequência à massiva produção informacional existente, nela, os motores de busca são capazes de coletar nossos dados para personalizar os conteúdos que acessamos na internet, fazendo que nossos resultados sejam personalizados de acordo com nosso comportamento na web.

O paradigma da sociedade em bolhas se estabelece a partir dessa personalização. Se somos seres com opiniões, hábitos e comportamentos diferentes, essas características são refletidas em nossos perfis na internet e conseqüentemente, nos resultados de busca que obtemos, nas informações que acessamos e nas redes que estabelecemos. Dessa forma, a personalização deixa uma seqüela social, aproxima os indivíduos em grupos com características similares e afasta qualquer comportamento divergente, criando essa sociedade em bolhas, incapaz de dialogar.

Se, por um lado, podemos pensar na web como um espaço dinâmico e intuitivo que facilitou o acesso à informação, por outro percebemos como o volume de informações disponíveis tornou o processo de busca incerto e exaustivo, além de provocar diversas transformações na morfologia social vigente.

Para a área da Biblioteconomia e da Ciência da Informação, as fontes de informação são instrumentos capazes de suprir uma determinada necessidade informacional, definida por Martha Martínez-Silveira e Nanci Oddone (2014), como a relação entre a informação e finalidade desta, para determinada pessoa. Essas necessidades são sanadas por informações específicas, capazes de contribuir para que a pessoa consiga atingir um objetivo. Assim, podemos identificar como fontes: recursos bibliográficos, filmes, músicas, pessoas, redes sociais, sites na web etc.

Conforme Cunha (2001) a definição de fontes de informação não difere do conceito de documento, para o autor o “[...] conceito de fonte de informação ou documento é muito amplo, pois pode abranger manuscritos e publicações impressas, além de objetos, como amostras minerais, obras de arte ou peças museológicas” (CUNHA, 2001, p. 8). Dessa forma, as fontes

de informação (ou documentos) podem ser classificadas de acordo com o nível de originalidade dos dados e informações que compõem o documento.

As fontes de informação são categorizadas por Cunha (2001) em formais e informais. As fontes formais são as que comprovam determinado conhecimento através de canais formais, como livros, artigos de periódicos etc. (CAMPELLO; CENDÓN; KREMER, 2003; CUNHA, 2001). São os documentos comumente mais utilizados pela ciência devido ao seu caráter de atestar a veracidade de uma informação.

Enquanto isso, as fontes informais são as que utilizam canais informais e inclui cartas, informações pessoais, informações sobre pesquisas ainda em desenvolvimento e mensagens enviadas e/ou recebidas por meios eletrônicos (CAMPELLO; CENDÓN; KREMER, 2003; CUNHA, 2001).

As fontes formais são classificadas de acordo com o tipo de informação, elas podem ser primárias, secundárias e terciárias.

São denominadas primárias as fontes “[...] que se apresentam e são disseminados exatamente na forma com que são produzidos por seus autores” (PINHEIRO, 2006, p. 2) dizem respeito aos materiais originais, aos documentos primários (CUNHA, 2001), tais como monografias, artigos de periódicos científicos, anais de eventos, relatórios técnicos e demais materiais que se encaixam nessa definição.

As fontes secundárias são as que referenciam as fontes primárias, como as obras de indexação e resumos (PINHEIRO, 2006), e servem como um guia sobre o conteúdo existente a respeito de determinado assunto (CUNHA, 2001). Já as fontes terciárias na maior parte dos casos, “[...] não agregam nenhum conhecimento ou assunto por inteiro” (CUNHA, 2001), e tem como objetivo, guiar o pesquisador as fontes primárias e secundárias. Exemplos de fontes formais terciárias são: revisões de literatura, diretórios, bibliografia de bibliografias e centros de informação.

2.1.1 Fontes na internet

Ao pensarmos em fontes de informação no contexto da internet é possível atribuir características de fontes formais (seja primária, secundária ou terciária) e informais, dependendo do lugar da web onde o indivíduo esteja buscando a informação.

As fontes de informação na internet se alinham às fontes formais no caso de documentos eletrônicos primários (como monografias disponíveis na web e periódicos em formato eletrônico), secundários (enciclopédias e dicionários online) e terciários (bases de

dados, sites de periódicos científicos e catálogos online). E equipara-se ao conceito de fontes informais quando as informações são obtidas a partir de e-mails, blogs, publicações e mensagens trocadas a partir das redes sociais (SILVA, 2010).

No ciberespaço, como conceitua Pierre Lévy (1999), além da construção de documentos acontecer de maneira multilinear e interativa, o que resulta em documentos que escapam à classificação utilizada em documentos físicos, a busca e a recuperação de informações são dificultadas devido a quantidade descomunal de informações presentes na rede, tornando as buscas pouco precisas e com alto nível de revocação⁴.

A existência de mecanismos de busca em sites de redes sociais como o Twitter, auxilia tanto ao usuário não especializado quanto ao profissional da informação, pois diminui o universo informacional pesquisado e pode aumentar a precisão, facilitando a disseminação e o acesso às informações existentes neste espaço.

Assim, com base em Leyde Silva (2014), faz-se necessário falar sobre os tipos de fonte de informação na internet, dos quais podemos destacar:

- a) Site: também chamado de website, pode referir-se à um espaço virtual que abriga múltiplas páginas e agrega todo tipo de conteúdo ou ao endereço eletrônico desse espaço;
- b) Portal: Canal de comunicação online onde é possível reunir documentos textuais, hipertextuais, sonoros e imagéticos;
- c) Blog: página da web que pode ser pessoal ou empresarial, que possibilita a atualização por meio de publicações sem limites de tamanho. Podem ser utilizados de maneira individual ou coletiva, assim como os portais, podem agregar documentos textuais, hipertextuais, sonoros e imagéticos;
- d) Microblog: como um blog em formato mais simples e utilizado para fazer publicações mais sucintas, com limite de caracteres;
- e) Sites de redes sociais: espaços que abrigam as redes sociais na internet, ou seja, são ambientes onde são estabelecidas relações de compartilhamento, uso e apropriação de informações, entre grupos de pessoas com características em comum;
- f) Fórum: também chamado de “grupo de discussão” ou “comunidade virtual”, é um site capaz de reunir usuários e promover interações entre eles. É um espaço

⁴ A revocação diz respeito à capacidade de um mecanismo de busca em recuperar documentos. Se forma que o alto nível de revocação significa grande quantidade de documentos recuperados.

que se organiza em torno de um interesse em comum entre os usuários e onde são criados tópicos de discussão para temas específicos;

- g) **Buscadores:** são motores de busca, ferramentas que objetivam auxiliar a busca e a recuperação de informações armazenada em bases de dados na internet.

A partir de agora nos deteremos especificamente nos conceitos e nuances das redes sociais.

2.1.2 Redes sociais

Como abordamos anteriormente, a popularização da internet na década de 1990 juntamente com o desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação, impulsionaram as interações sociais na web da forma como as conhecemos.

Para que se possa conceituar as redes sociais, é preciso estabelecer que as discussões realizadas no decorrer deste trabalho, serão do ponto de vista das relações sociais através da internet. Assim, ao longo desta seção, iremos apresentar os conceitos de ciberespaço, redes, redes sociais, redes sociais digitais, sites de redes sociais e redes sociais na internet.

Pierre Lévy (1999, p. 17), em seu livro “Cibercultura”, define o ciberespaço como

[...] o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ele abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo.

O autor apresenta a noção de ciberespaço e denomina de “rede”, de maneira que percebemos o conceito de redes adquire múltiplos significados, podendo referir-se como o canal de comunicação na web, a estrutura física desse espaço, as relações estabelecidas nesse espaço e as informações trocadas nele.

Regina Marteleto (2001, p. 72) conceitua as redes sociais como um “sistema de nodos e elos; uma estrutura sem fronteiras; uma comunidade não geográfica, um sistema de apoio ou um sistema físico que se pareça com uma árvore ou uma rede”. Sendo assim, este trabalho compreende as redes como um conjunto de pessoas com interesses e comportamentos em comum que compartilham informações e conhecimentos entre si, para sanar suas respectivas necessidades informacionais.

Sônia Vermelho, Ana Velho, Amanda Bonkovoski e Alison Pirola (2014, p. 188) definem as “redes sociais digitais’ como a macroestrutura tecnológica que dá suporte a um

conjunto de atores sociais (sujeitos e instituições) conectados por laços sociais, os quais são formados, mantidos e reforçados (ou não) por meio de interações sociais”.

Raquel Recuero (2009) conceitua as “redes sociais na internet” como representações da rede social através da mediação da internet e, por isso, podem ser estabelecidas de diferentes maneiras a depender das interações dos atores sociais. No espaço virtual, as redes sociais ganham maior amplitude por conta do potencial alcance dessas conexões. A autora afirma ainda que é preciso atenção para não confundir as redes sociais internet com os sites de redes sociais, que são os sites que suportam essas interações sociais pois,

[...] enquanto a rede social é uma metáfora utilizada para o estudo do grupo que se apropria de um determinado sistema, o sistema, em si, não é uma rede social, embora possa compreender várias delas. Os sites que suportam redes sociais são conhecidos como ‘sites de redes sociais’ (RECUERO, 2009, p. 3).

Dessa forma, este trabalho entende como rede social na internet, as relações de compartilhamento, uso e apropriação de informações na internet (precisamente nos sites de redes sociais), entre grupos de pessoas (usuários) com características em comum, entre elas, idade, gênero, sexualidade, etnia, naturalidade, classe social, ideologia política, religião e demais questões que permeiam a identidade do indivíduo.

Existem muitos tipos de redes sociais na internet estabelecidas em diferentes sites de redes sociais, esses sites podem direcionar seus usuários a interagirem através da produção, consumo e compartilhamento figuras (Pinterest, Flickr, VSCO), de vídeos (Youtube, TikTok, Twitch), ou de mais de uma mídia, podendo agregar documentos textuais e hipertextuais, imagéticos, sonoros e transmissões ao vivo (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, Tumblr). Existem ainda os sites de redes sociais voltados para a troca de mensagens instantâneas entre duas ou mais pessoas (Whatsapp, Telegram, Messenger, WeChat), e para relações profissionais (LinkedIn, Brainly).

A facilidade de se obter informações por meio dos sites de redes sociais, ocasionada pelos algoritmos de sugestão de temas específicos para cada perfil de usuário e pela intuitividade das interfaces são responsáveis pelo grau de aderência ao uso destas redes.

Entretanto, da mesma forma como esse processo de obtenção de novas informações é facilitado pelos algoritmos de sites na web, surge o que Pariser (2012) descreve como a “era da personalização”. O autor afirma que a forma como os sites que acessamos analisam nosso comportamento informacional na rede e as espelha nas nossas sugestões de pesquisa, podem

ser prejudiciais por privar os usuários de obter os mesmos resultados sobre determinado assunto, ainda que façamos uma busca utilizando as mesmas palavras.

Ainda conforme Pariser (2012, p. 11) “[...] nos algoritmos que orquestram a nossa publicidade estão começando a orquestrar nossa vida”, de maneira que a formação de bolhas acaba interferindo no processo de comunicação entre indivíduos na rede. Se os sites de redes sociais detêm o poder de mostrar aos seus usuários o que um algoritmo reconhece como uma informação potencialmente relevante, isso significa que os sujeitos passam a não receber uma quantidade considerável de informações, fazendo-o consumir o mesmo tipo de conteúdo diariamente e se convencer que a maioria das pessoas também consomem esse conteúdo, compartilham das mesmas ideias e apoiam o mesmo tipo de comportamento, distorcendo a realidade desse sujeito.

No Twitter essa realidade se acentua pelo próprio funcionamento do site, onde os usuários determinam suas bolhas ao escolher quais perfis seguir, priorizando as informações veiculadas por esses indivíduos. Acessar informações de fora da própria bolha é possível, no entanto, requer o esforço de buscar e acessar informações além da página principal do site.

Assim, identificamos o Twitter como um espaço na rede, um site de rede social, onde são estabelecidas relações entre dois ou mais indivíduos com a possibilidade de produção, circulação, disseminação, uso e apropriação de diferentes tipos de informações e documentos, de forma que o Twitter é também uma fonte de informação na internet.

2.1.2.1 *Twitter*

O Twitter é um site de rede social em formato de microblog, caracterizado pelo limite de caracteres por publicação (*tweet*). Desde a sua criação em 2006, o Twitter permitia o total de 140 caracteres por *tweet*, o que moldou o comportamento dos seus usuários (RUFINO; OHANA; TABOSA, 2009), que precisaram adaptar sua escrita para que pudessem se comunicar, expressando seus pensamentos e opiniões de forma clara e objetiva, apesar do limite imposto pela rede. Quando a plataforma aumentou para 280 o limite de caracteres por *tweet*, em 2017, não houveram alterações significativas no padrão de comportamento informacional, ou seja, a quantidade de *tweets* que ultrapassam a quantidade de caracteres do limite original são equivalentes à somente 6% das publicações atuais. Conforme os dados divulgados pelo site em 2018 (um ano após o aumento do limite de caracteres), a média de caracteres por *tweet* chegou a diminuir, de 34 para 33 (GARNER, 2018).

Se o *tweet* comum serve para iniciar um processo comunicativo, a *reply*, é um formato de publicação que serve para interagir com outros *tweets*. Há ainda uma terceira maneira de publicar na rede social, o *retweet*, que funciona como um compartilhamento de um *tweet* ou *reply*. É possível ainda, adicionar um comentário a um *tweet* por meio da função de *retweet*, funcionando como uma espécie de citação da publicação original.

As informações veiculadas no Twitter são produzidas e retweetadas⁵ (compartilhadas) por usuários, sendo necessário tornar-se um seguidor para acompanhar o perfil de determinado usuário e ter acesso aos seus tuítes de maneira automática, sem a necessidade de pesquisar o perfil do mesmo. Dessa forma, o acesso à informação no Twitter é influenciado pelos *tweets* das pessoas as quais o usuário decide seguir, como observado com a “era da personalização” de Eli Pariser (2012). O Twitter possui uma mecânica de verificação de perfis oficiais. Conforme o próprio site, para que uma conta receba o selo de verificada é preciso que esta seja notável e ativa, isso faz com que contas verificadas sejam consideradas importantes, dotadas de autoridade e tenham seus discursos validados. A questão da verificação de pessoas, dialoga com as fontes de informação e de suas características para identificação e validação. Entretanto, ressaltamos que no Twitter, a comprovação científica de dados publicados não consta entre os critérios de verificação de perfis. Isso quer dizer que embora os perfis verificados possuam grande número de seguidores (e possivelmente, de engajamento) não significa que as informações veiculadas tenham qualquer de tipo de compromisso com a verdade ou com a comprovação científica.

O Twitter conta com um mecanismo de contagem e seleção das *hashtags* (ou *tags*) e termos mais utilizados nas últimas horas. Os *trending topics* (TTs) ou assuntos do momento, hoje, podem ser filtrados de acordo com a localização do usuário, informando os assuntos mais populares no mundo todo, no país, estado ou município. Oferece ainda um formado de TTs personalizados para cada usuário, com base nos conteúdos consumidos (perfis seguidos, *tweets* curtidos etc.) pelo usuário.

O Twitter é uma das formas de disseminação, uso e apropriação da informação proporcionadas pela web 2.0. A partir dessa rede social é possível publicar notícias, compartilhar imagens, vídeos e links para outros sites através de smartphones, tablets, consoles de jogos eletrônicos, além do computador.

A versatilidade do uso da informação, bem como a personalização do que é visto na linha do tempo pelo usuário, faz com que o comportamento informacional no Twitter se

⁵ Usamos “retweetadas” como uma tradução livre de “*retweeted*”, ou seja, a ação de usar a função de “*retweet*”, para se comunicar no Twitter.

destaque dos demais sites de rede social, o que justifica a escolha desta rede como objeto de estudo.

2.2 PRODUÇÃO, CIRCULAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Conceitualmente, produção, circulação e disseminação da informação são processos informacionais, que são estudados e praticados pela Biblioteconomia (SILVA, 2014).

A produção da informação é definida por Aldo Barreto (1994, p. 4) como uma estrutura significativa com a capacidade e a função de gerar conhecimento e é realizada “[...] por meio de práticas bem definidas e se apoia em um processo de transformação orientado por uma racionalidade técnica que lhe é específica”. Nesse caso, a produção informacional atuaria como um meio para atingir um fim, com este último, sendo o conhecimento.

A forma como a informação circula pode ser compreendida por meio dos estudos de fluxos de informação que, conforme Marta Valentim e Juliete de Souza (2013), tem por finalidade subsidiar os processos de disseminação, uso e apropriação da informação nas organizações, o que culminaria na geração de conhecimento individual por parte dos sujeitos envolvidos nesse processo. Na perspectiva das redes sociais, os fluxos de informação são responsáveis pela troca de informações na rede, movimentando-a (TOMAÉL; ALCARÁ; DI CHIARA, 2005). Sendo assim, o fluxo informacional por meio dos processos de comunicação tem o poder de influenciar a estrutura e a dinâmica da rede e, novamente, a construção de conhecimento é parâmetro para medir a intensidade dos fluxos, ou seja, quanto mais intenso o fluxo (informações trocadas) entre sujeitos e entre sujeitos e ambiente, “[...] maior será nossa bagagem de conhecimento, maior será nosso estoque de informação” (SUGAHARA; VERGUEIRO, 2013, p. 79).

A disseminação da informação é uma forma de mediar a informação de maneira a sanar as necessidades informacionais dos usuários. Embora séculos atrás o acesso à informação fosse dificultado devido ao caráter custodial e patrimonial que a biblioteca exercia, a partir da criação da imprensa e da revolução industrial (que proporcionaram mais agilidade na produção de documentos), a pessoa bibliotecária se deparou com um novo paradigma que hoje denominamos pós-custodial. Desse modo, para atuação profissional e científica se propôs a pensar a Biblioteconomia enquanto ciência e a tentar solucionar os problemas de recuperação e acesso à informação por parte dos usuários. Observamos assim, os(as) usuários(as) da informação tornando-se objeto da prática biblioteconômica, na qual volta suas preocupações para a tentativa de atender as necessidades informacionais destes. (SALCEDO; SILVA, 2017).

No contexto das fontes de informação da internet, a exemplo dos sites de redes sociais, esses processos se desenvolvem de forma similar como acontecem nas interações sociais presenciais. Recuero (2007, p. 4) corrobora com esse ponto de vista ao afirmar que “[...] para examinar como as informações são difundidas nas redes sociais da Internet, é preciso estudar, também, como as pessoas interagem através dela e que tipo de trocas sociais acontecem”.

Nas páginas das redes sociais, as informações são produzidas pelos usuários que necessitam expressar um sentimento ou opinião sobre determinado assunto, o que inicia um processo de comunicação. Quando um segundo usuário decide participar desse processo, (seja respondendo uma publicação ou compartilhando-a), adicionando novas informações e possivelmente, produzindo novos conhecimentos, temos um fluxo informacional. A disseminação da informação também acontece nesse momento, uma vez que as informações produzidas por um usuário podem corresponder à informação buscada por um outro usuário que faz parte da mesma rede. Dessa forma, as trocas de informações na rede são constantes e sempre parece existir um motivo para que uma informação seja publicada ou compartilhada, visto que as pessoas constantemente gostam de compartilhar o que sabem (TOMAÉL; MARTELETO, 2006).

Conforme mencionado anteriormente, o processo de funcionamento da web 2.0 faz com que todo indivíduo na web seja um potencial criador de conteúdo, de forma que um comentário, vídeo, imagem ou notícia podem não obter a finalidade desejada pelo emissor dessa informação, fazendo com que usuários da rede se apropriem de determinada informação e a utilizem de acordo com seu conhecimento prévio, se apropriando e possivelmente alterando o sentido principal da informação.

2.3 APROPRIAÇÃO E USO DA INFORMAÇÃO

Como abordado na seção anterior, apropriação e uso também são processos informacionais estudados e praticados pela Biblioteconomia, que decorrem da produção, circulação e da disseminação da informação.

A apropriação da informação é um processo que ocorre quando um sujeito seleciona uma informação existente, transforma e molda essa informação, construindo algo novo, que é fruto da mescla entre a informação original e a bagagem informacional desse sujeito. Conforme Carmen Batista (2016, p. 183), a apropriação acontece através da mediação da informação, uma vez que “[...] o sujeito pode se apropriar dos objetos e dos bens culturais em circulação, num movimento de construção de autonomia no processo de aprendizagem”. Os processos de

apropriação e de uso se dão a partir da circulação da informação no processo comunicacional. Este processo não se comporta como um canal de transmissão por onde as informações trafegam intangíveis, as intencionalidades dos sujeitos, mobilizadas durante esse processo, resultam na possibilidade dos sujeitos de se apropriarem da informação (MARTELETO, 2010).

A intencionalidade dos sujeitos é pautada também por Angela Carvalho (2010, p. 57) que indica que “as informações são projetadas, levando-nos a construir significados compartilhados para o mundo da realidade que pode não ter contrapartida real neste mundo”, assim, a compreensão da informação está atrelada às nossas experiências individuais e subjetivas. Surge então uma situação condicional onde, para que possamos nos comunicar, é necessário que sejamos capazes de produzir significados semelhantes a partir de determinada informação.

Utilizamos informações a todo momento, absorvemos ou nos apropriamos das informações disponíveis em nossas redes e a partir daí podemos construir significados, produzindo novas informações e conhecimentos que darão continuidade aos processos informacionais apresentados durante este capítulo.

Contudo, o uso da informação não garante que ela seja apropriada. Conforme Angela Carvalho (2010, p. 59) o fato de as informações estarem inseridas nas nossas redes “[...] não garante um acúmulo de informação e, conseqüentemente, de conhecimento”. A própria lógica dos *memes* é pautada, inicialmente, na replicação de informações, ideias, comportamentos ou hábitos, pela pura manutenção do conteúdo replicado. Além disso, é possível que um sujeito não possua os códigos necessários para interpretar profundamente uma informação que chega até ele e mesmo assim decide usá-la.

O consumo de informações pelos indivíduos não acontece separado da realidade social em que vivemos, assim, as desigualdades sociais, culturais e econômicas, fazem com que as pessoas tenham diferentes condições de acesso à informação e diferentes possibilidades de desenvolvimento de habilidades de interpretação e construção de significados perante às informações as quais são expostos (CARVALHO, 2010). Corroborando com essa perspectiva Rafael Capurro e Birger Hjørland (2007, p. 155), afirmam que os pesquisadores da CI devem sempre levar em consideração que “o que é informativo depende das necessidades interpretativas e habilidades do indivíduo”.

No ambiente das fontes de informação na internet, os processos de apropriação e uso da informação acontecem quando um usuário faz uma pesquisa, lê, compreende e utiliza uma informação na produção de um documento autoral, como num artigo científico (no caso das bases de dados enquanto fontes). Outro exemplo seria o caso de um usuário de um site de rede

social (como o Twitter), encontrar um *meme*, entendê-lo, apropriar-se dele e produzir um novo *meme* capaz de simultaneamente, preservar semelhanças ao original e carregar novas informações ligadas a esse usuário.

Assim, entendemos o Twitter como uma fonte de informação na internet, uma ferramenta capaz de atender determinadas necessidades informacionais e também como um site de rede social, um espaço no qual, por intermédio da internet, são estabelecidas interações entre os atores sociais que se dão a partir dos processos de produção, circulação, disseminação, apropriação e uso da informação. No capítulo a seguir, ampliaremos a discussão acerca do conceito de informação, dos ciberacontecimentos e da cultura digital.

3 “NADA CONTRA OS MEMES, ACHO ÓTIMO”: INFORMAÇÃO, CULTURAL DIGITAL E CIBERACONTECIMENTO

Vamo mostrar cultura pra esse povo?⁶

Partindo da argumentação sobre fontes e processos informacionais na internet, este capítulo tem como objetivo conceituar informação para então, compreender o impacto das TIC na produção e no uso da informação e seus desdobramentos. Assim, fundamentaremos o conceito de informação a partir de Murilo Cunha e Cordélia Cavalcanti (2008), Rafael Capurro e Birger Hjørland (2007), Michael Buckland (1991), e Jonathan Silva e Henriette Gomes (2015); dos impactos das TIC nas comunicações e na cultura e da cultura digital a partir de Ana Biscalchin (2018) e Roque Laraia (1993); sobre os acontecimentos e os ciberacontecimentos com Jacques Rancière, (1995), Ronaldo Henn (2013) e (2015), Ronaldo Henn, Kellen Höer, Gabriela Berwanger (2012), Daisi Vogel (2013), Henry Jenkins (2013), Jonas Pilz (2016) e Bruno Latour (1994); e finalmente, sobre a memética, os *memes*, os *memes* de internet e os “virais” na perspectiva de Richard Dawkins (2007), Susan Blackmore (1999), Viktor Chagas (2020) Limor Shifman (2020), Jean Burgess (2020), Linda Börzsei (2020) Michele Knobel e Colin Lankshear (2005), (2020) e Henry Jenkins (2007), (2015).

3.1 INFORMAÇÃO

A informação é um subsídio fundamental para o desenvolvimento social, econômico e cultural das sociedades. Conforme o capítulo anterior, os fluxos e a apropriação da informação possibilitam a produção de conhecimento e a transformação das relações sociais. Partindo disso, durante esta seção, abordaremos o conceito de informação, para que possamos aprofundar nossa discussão em torno da informação na internet.

O conceito de informação, de acordo com Rafael Capurro e Birger Hjørland (2007), é utilizado por quase todas as áreas de estudo científico, com cada uma delas relacionando a informação com suas próprias demandas e especificações. Ao discutir a definição de informação na CI, os autores apresentam a “teoria cognitiva” na qual a informação, por ser subjetiva, tem relação com a produção de significado pelo usuário a partir do que foi informado,

⁶ Mc Melody e amiga Débora ensinando a fazer um falsete. Tal qual Débora dos Falsetes, nosso intuito é “mostrar” cultura ao leitor, no entato, aqui nos referimos à cultura digital, do ciberacontecimento, e, finalmente, dos *memes*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DBuV9YmIbx0>.

corroborando com parte da conceituação do termo por Murilo Cunha e Cordélia Cavalcanti (2008).

O Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia de Murilo Cunha e Cordélia Cavalcanti (2008, p. 2001), define a informação como o “registro de um conhecimento que pode ser necessário a uma decisão” e como uma “coleção de símbolos que possuem significados”. Para os autores, o termo registro engloba “os documentos tipográficos, [...], os reprográficos e quaisquer outros suscetíveis de serem armazenados visando sua utilização”. O conceito de informação aparece ligado à documentação, como um conjunto de dados dotados de significado e que pode ser utilizado para comunicar algo ou sustentar um posicionamento.

Percebendo a informação de três maneiras distintas, Buckland (1991) discorre sobre os principais usos do termo “informação” e lista três formas de uso: informação como processo, como conhecimento e como coisa. A ação de informar algo a alguém, comunicar um evento ou ocorrência, caracteriza o uso da informação como processo. A segunda forma de uso listada, denota a informação transmitida ou compartilhada entre sujeitos durante o processo comunicacional, ou seja, no conteúdo informado. Por último, a informação como coisa diz respeito a percepção do autor, os objetos ou coisas, possuem potencial informativo.

Jonathan Silva e Henriette Gomes (2015, p. 150) conceituam a informação como

[...] uma produção fenomenicamente social que tem por finalidade dinamizar a intercomunicação humana e promover exposições e descobertas para construção do conhecimento através de interações entre sujeito/autor e sujeito/usuário por meio de dados (plano físico e históricossocial dos sujeitos da informação), mensagens (no plano abstrativo) e atividades documentais (plano material), que favorecem predicativos hermenêuticos aos sujeitos da informação e resultam na apreensão e apropriação pelo sujeito/usuário efetivando um caráter de compreensão.

Para os autores, assim como Capurro e Hjørland (2007), a informação está ligada a construção do conhecimento, entretanto, nesse caso a informação possibilita a criação de novos conhecimentos, corroborando com o que explanamos no capítulo anterior, a apropriação da informação pode ser o objetivo das interações sociais, mas não são mandatórias no processo comunicacional.

Neste trabalho, entendemos a informação como um conjunto de dados registrados, símbolos dotados de significados, capazes de viabilizar as interações sociais entre indivíduos de acordo com a bagagem informacional prévia de cada pessoa. Portanto, compreendemos a informação como elemento essencial para o desenvolvimento social, econômico e cultural das sociedades.

3.2 CULTURA DIGITAL E CIBERACONTECIMENTO

Como dito no capítulo anterior, o aumento da possibilidade de compra e/ou uso de equipamentos eletrônicos e a popularização da internet no fim do século XX, provocou o barateamento da produção e da distribuição de serviços e produtos culturais na web, aumentando a produção e a circulação de informações em rede (BISCALCHIN, 2018).

Conforme Ana Carolina Biscalchin (2018, p. 23) “o conceito de cultura digital surge como um caminho para abordar a cibercultura e outros termos afins como revolução digital, era digital”. Entendendo o conceito de cultura a partir de Laraia (1993), consideramos que a cultura digital serve para designar esse modo de vida que se estabelece no ciberespaço, ou seja, nas redes sociais na internet e em seus desdobramentos, a exemplo da produção informacional na rede.

É importante dizer que a cultura digital que este trabalho aborda, parte de um entendimento de cultura popular. Por isso, iremos falar brevemente sobre esse conceito. A partir de Hebert Gans (1999), a cultura popular é constantemente desprestigiada em relação à alta cultura. Para o autor, isso acontece porque parte da sociedade sequer acredita que a cultura popular se encaixe na definição de cultura, lugar ocupado pela chamada alta cultura. Conforme Maurício Silva (2017, p. 298) “a cultura popular expressa outras necessidades e preferências, inserindo, portanto, a discussão no campo da democracia cultural e do pluralismo cultural”, isso significa que a existência de outras culturas populares, divergentes da alta cultura, reflete sobre a diversidade de gostos e comportamentos dos indivíduos e das comunidades que formam a sociedade.

Ainda de acordo com Biscalchin (2018), “[...] uma cultura digital seria essa esfera em que objetos técnicos dão concretude aos artefatos midiáticos, cheios de significações e imersões culturais”. Nesse sentido, a cultura digital é viabilizada pelo uso das TIC, sendo estabelecida nas interações sociais na rede e desencadeiam os processos de produção, circulação, apropriação e uso das informações disponíveis, na produção de conhecimentos e saberes. Enquanto isso a cibercultura de Pierre Lévy (1999), se preocupa com a técnica usada no ciberespaço como mediadores das relações humanas e os impactos da expansão dessas relações na educação, nas artes, na política e na democracia.

A cultura digital é marcada pela alta velocidade de tráfego informacional que consegue ultrapassar o Mercado e o Estado, de maneira que se tornou comum que tendências surgidas na internet, fossem apropriadas pelos setores de marketing de empresas e organizações, numa tentativa de engajar um produto ou serviço em determinado público alvo. Isso acontece, pois,

as relações firmadas entre as pessoas na web são criadas de forma espontânea e “[...] partem do princípio de manter a ampliação da socialização dos conhecimentos e da cultura a partir da abundância das trocas” (BISCALCHIN, 2018, p. 24).

As relações sociais estabelecidas na cultura digital são velozes, espontâneas e propiciam a existência de movimentos e acontecimentos, nos quais informações são produzidas, consumidas e compartilhadas pelos indivíduos. Denominamos esses movimentos como ciberacontecimento.

3.2.1 Ciberacontecimentos

Para que possamos entrar no debate do que são ciberacontecimentos e refletir sobre seus desdobramentos, se faz necessário apresentar a definição de acontecimento.

Para Jacques Rancière (1995, p. 239) o acontecimento “[...] é a conjunção de um conjunto de fatos e de uma interpretação que designa esse conjunto de fatos como acontecimento singular”. De forma que, a existência do acontecimento implica a produção de sentidos sobre algo e como somos sujeitos com diferentes bagagens informacionais, nossos entendimentos sobre um determinado “conjunto de fatos” também serão diferentes. Isso é reforçado quando o autor afirma que “não há acontecimento sem ‘ideologia’, sem um alguém por quem e para quem ele tem sentido de acontecimento” (RANCIÈRE, 1995, p. 239).

Conforme Ronaldo Henn (2013, p. 34-35) o acontecimento é o “[...] desencadeamento de algo possuidor de alta taxa informacional”, ou seja, uma situação que carrega uma grande quantidade de informações que podem ser interpretadas, apropriadas e utilizadas de diferentes formas. Para o autor, o acontecimento tem relação com o início da produção de sentido e deve ser compreendido a partir do lugar e do momento em que surge (HENN, 2013).

Daisi Vogel (2013, p. 72) compreende o acontecimento como “uma ocasião de experiência, confronto entre sujeito e mundo, nas vicissitudes da história”. A autora, assim como Ronaldo Henn (2013) e Jacques Rancière (1995), identifica a relação do acontecimento com a interpretação deste pelos sujeitos.

O ciberacontecimento pode ser entendido “[...] como uma nova modalidade no processo de acontecer” (HENN, 2013, p. 32). É um tipo de acontecimento existente de forma intrínseca à existência do ciberespaço (e conseqüentemente, das redes sociais na internet), através de processos de convergência e espalhamento na rede (JENKINS, 2009).

A existência do ciberacontecimento se relaciona com a apropriação e ressignificação da informação pelos personagens da rede. Ronaldo Henn (2015), a partir das temáticas que

circundam os ciberacontecimentos, os separou em seis categorias: mobilizações globais, protestos virtuais, exercícios de cidadania, afirmações culturais, entretenimentos e subjetividades. Cada uma destas possui características singulares, seja sobre a forma com que se constituem ou sobre as narrativas em que se desdobram.

Conforme Jonas Pilz (2016, p. 444) os ciberacontecimentos não devem ser entendidos tão simplesmente como os acontecimentos que surgem na web “[...] mas também aqueles cuja produção de sentidos é constituída de forma tão significativa nestas ambiências que acabam reconfigurando ou atrelando-se à complexidade de seus desdobramentos, interferindo diretamente nas suas afetações”. O ciberacontecimento é caracterizado pelo espaço no qual se desenvolve, mas não se atém a isso. O ciberespaço além de intermediar as interações em torno do ciberacontecimento, possibilita que os personagens possam usar e se apropriar das informações produzidas nele, tornando-se parte dele. Esse fenômeno, assemelha-se ao conceito de mediação técnica de Bruno Latour (1994), na qual as subjetividades de pessoas e de objetos são alteradas durante seu contato, de maneira que durante a relação estabelecida, artefato e indivíduo atuam como agentes transformadores mútuos.

Assim, os ciberacontecimentos podem se projetar para além do ciberespaço, a exemplo dos protestos ocorridos durante as Primaveras Árabes, onde a população tomou as ruas em protestos contra governos ditatoriais e que reivindicavam melhores condições de vida, que foram organizados principalmente através dos sites de redes sociais. Também se incluem as manifestações sobre o aumento da tarifa do transporte público em São Paulo em 2013, a série de passeatas organizadas pelo grupo “mulheres contra Bolsonaro” no Facebook durante as eleições de 2018, que se estruturaram a partir da criação da *hashtag* “#EleNão”. Outros casos são o movimento “*me too*” que se iniciou quando a atriz Alyssa Milano publicou, em 2017, em sua conta no Twitter pedindo que as pessoas respondessem ao tweet⁷ com a frase “*me too*” (eu também, numa tradução livre), se elas já houvessem sido abusadas ou agredidas sexualmente, mais tarde o movimento ganha as ruas em manifestações contra a violência sexual.

Mais recente, em 2020, uma série de protestos pautando a discriminação racial foi desencadeada a partir do assassinado de George Floyd, um homem negro, por um policial de Mineápolis, um homem branco, nos Estados Unidos. Essas manifestações incorporaram a *tag* #BlackLivesMatter, que nomeiam o movimento surgido anos antes, em 2013, após a absolvição de George Zimmerman, branco, acusado de assassinar Trayvon Martin, um jovem negro de 17 anos. Voltando à 2020, no contexto da pandemia da covid-19, as *hashtags* #BlackLivesMatter,

⁷ Tweet da atriz Alyssa Milano: https://twitter.com/alyssa_milano/status/919659438700670976

#BLM e, no Brasil, #VidasNegrasImportam, foram utilizadas nos sites de redes sociais também como uma modalidade de protesto online, em respeito às medidas de distanciamento social.

No contexto da cultura digital, durante as interações sociais que sustentam os cibercontecimentos, os usuários produzem, utilizam e se apropriam de informações, onde parte dessa produção de conteúdo são os denominados *memes* de internet.

3.2.2 Memes

Quando falamos em *memes*, hoje, nosso imaginário nos leva a pensar principalmente em imagens de teor humorístico produzidas e compartilhadas na internet, mais especificamente nos sites de rede sociais. Apesar disso, o termo *meme* surgiu antes da rede mundial de computadores, foi cunhado e construído a partir de um trocadilho entre as palavras *mimesis* – que significa “imitação”, em grego – e “gene”, pelo geneticista Richard Dawkins em seu livro “*The selfish gene*”, originalmente publicado em 1976.

Dawkins (2007) define o *meme* como um replicador, uma unidade de transmissão cultural, de imitação. Em suas palavras, o *meme* é

[...] uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação. ‘Mimeme’ provém de uma raiz grega adequada, mas quero um monossílabo que soe um pouco como ‘gene’. [...] pode-se, alternativamente, pensar que a palavra está relacionada à ‘memória’, ou à palavra francesa *même*. Exemplos de memes são melodias, ideias, ‘slogans’, modas do vestuário, maneiras de fazer potes ou de construir arcos. Da mesma forma como os genes se propagam no ‘fundo’ pulando de corpo para corpo através dos espermatozoides ou dos óvulos, da mesma maneira os memes propagam-se no ‘fundo’ de memes pulando de cérebro para cérebro por meio de um processo que pode ser chamado, no sentido amplo, de imitação (DAWKINS, 2007, p. 214).

Assim, os *memes* seriam ideias, frases, atitudes, roupas e hábitos culturais, que replicamos aparentemente “sem necessidade” (DAWKINS, 2007, p. 102), apenas o fazemos, quase sempre sem questionar. Dawkins (2007) se propõe a compreender o *meme* a partir do darwinismo universal, uma abordagem da teoria da evolução de Darwin que defende a possibilidade da aplicação do mesmo princípio algorítmico da seleção natural a outras situações que extrapolem o campo estrito da biologia (CHAGAS, 2020).

A partir da definição de Richard Dawkins, Michele Knobel e Colin Lankshear (2005, p. 1, tradução nossa) afirmam que os *memes* são “[...] padrões contagiosos de informação cultural que são passados de mente para mente e que moldam e geram diretamente as principais ações e mentalidades de um grupo social”. Para os autores, os *memes* podem ser músicas populares, frases de efeito, tendências de moda e estilo de modo geral e assim por diante.

Voltando à Dawkins (2007), este compreende os *memes* a partir de uma analogia com os genes, de maneira simples, é como se os *memes* ocupassem o lugar de “genes da cultura”. Seguindo essa analogia, o autor afirma que assim como os genes, nem todos os *memes* são bem sucedidos o suficiente para concluir o processo de replicação. Assim, o autor identifica três categorias principais para determinarmos a sobrevivência do *meme*, são elas: longevidade, fecundidade e fidelidade.

A **longevidade** diz respeito à duração do *meme*, para Dawkins (2007), essa é a menos importante das três categorias, considerando a duração dos suportes informacionais e da vida e da memória humana em relação à história. Seguindo para a segunda categoria, a **fecundidade** é a aceitação e a aderência do *meme* na mente humana, nesse caso o sucesso de reprodução é mensurado com base no quantitativo de indivíduos que entenderam e aceitaram o *meme*, nas palavras do autor,

Se o meme for uma ideia científica, sua difusão dependerá de quão aceitável ela é para a população de cientistas; uma primeira estimativa de seu valor de sobrevivência poderia ser obtida contando o número de vezes que ela é citada em revistas científicas em anos subsequentes (DAWKINS, 2007, 149-150).

A terceira e última categoria, a **fidelidade**, diz respeito à cópia do *meme*. O autor sabe que durante o processo de compartilhamento, apropriação e uso, o *meme* pode “mutar” se transformando num novo *meme* e acredita que essa característica implica a utilidade e a importância do *meme* (BLACKMORE, 1999; DAWKINS, 2007).

No ambiente virtual, o *meme* é utilizado como uma modalidade de comunicação *online* que segue um padrão de repetição característico do *meme* descrito por Dawkins (2007). Já Linda Börzsei (2020, p. 512), compreende o *meme* de internet como “[...] uma forma de entretenimento visual que pode se manifestar sob diferentes formatos, tais como uma imagem estática [...], um GIF de animação ou, ainda, um vídeo”. A autora salienta que esses *memes* não tem preocupação com a estética, não se importando em possuir alta resolução (como o *meme* utilizado na epígrafe deste trabalho), em parecer bonito ou realista, o foco é a mensagem, a transmissão informacional (BÖRZSEI, 2020).

Na perspectiva de Jean Burgess e Gabriela Lunardi (2020, p. 431), o *meme* de internet é abordado como “[...] um grupo de unidades digitais compartilháveis, que partilham entre si algumas das mesmas características e que são imitados, replicados, alterados e/ou difundidos, de forma coletiva ou distribuída, na internet”. É interessante observar que o espaço midiático caótico das redes sociais potencializa a replicação dos *memes*, uma vez que o usuário dessas redes é protagonista nas suas interações, não só replicando, mas também criando e recriando

memes, dando início à toda uma numerosa possibilidade de novos *memes* (BLACKMORE, 1999; KNOBEL; LANKSHEAR, 2005), assim, os possíveis insumos para a produção de um *meme* são limitados somente pela quantidade de coisas existentes no mundo (BÖRZSEI, 2020).

Numa outra analogia à Biologia, a replicação do *meme*, pode acontecer de forma “viral”, ou seja, os *memes* podem se espalhar por redes distribuídas, sofrendo (ou não) mutações, de maneira que foge ao controle dos seus produtores originais. Para Henry Jenkins (2007), a dinâmica de engajamento com essa mídia espalhável pode ser um reflexo da produção e do consumo de conteúdo. Para Henry Jenkins (2007, tradução nossa), “é por meio desse processo de divulgação que o conteúdo ganha maior ressonância na cultura, assumindo novos significados, encontrando novos públicos, atraindo novos mercados e gerando novos valores⁸”, de forma que quanto maior a viralização do *meme*, maior o impacto social e cultural ele vai ter. Dito isso, esclarecemos que o *meme* não é necessariamente um viral, um *meme* viral pode dar origem à uma série de novos *memes*.

No Twitter, a produção e o consumo de conteúdo humorísticos são constantes. Conforme Jean Burgess e Gabriela Lunardi (2020, p. 430) “o humor é um elemento essencial na cultura popular da internet e está presente nas diferentes formas de diálogo, interações e criações que são próprias da cultura digital, como, por exemplo, os memes”, esses conteúdos são caracterizados pelo uso frequente de ironia, sarcasmo, apelo à banalidade, ao absurdo e ao *nonsense*⁹. O humor presente na cultura digital não surgiu do nada, ainda de acordo com os autores, no Brasil, o humor funciona como “[...] uma forma de alívio da tensão coletiva [...], como uma maneira de minimizar, mesmo que simbolicamente, as pressões de viver em condições sociais tão difíceis” (BURGESS; LUNARDI, 2020, p. 429), isso pode ser percebido, por exemplo, no uso do *meme* “*sad & brazilian*”, conforme a Figura 1.

⁸ No original: It is through this process of spreading that the content gains greater resonance in the culture, taking on new meanings, finding new audiences, attracting new markets, and generating new values.

⁹ “tipologia discursiva que subverte a coerência lógica do mundo, ligando-se ao absurdo e ao excêntrico, elementos que são articulados de modo a provocar sarcasmo e comicidade” (INOCENCIO, 2016).

Figura 1 – Meme “sad & brazilian”



Fonte: Seleção de imagens a partir de *corpus* reunido previamente pelo autor (2021).

Os *memes* na Figura 1, são o resultado da inserção do humor brasileiro na cultura digital. Para Jean Burgess e Gabriela Lunardi (2020, p. 428) os brasileiros praticam um auto humor, de maneira que riem “[...] de seus problemas como nação e enquanto uma comunidade virtual que vive na margem de uma internet dominada pela cultura norte-americana”. Nos *memes sad & brazilian*, a comunidade brasileira toma para si o idioma dominante mesclando-o com itens do cotidiano nacional, como as cores da bandeira ou os panos de prato decorados (BURGESS, LUNARDI, 2020).

Considerando as três principais características do *meme* citadas por Dawkins (2007), Michele Knobel e Colin Lankshear (2005), elaboram uma maneira de tipificar os *memes* de internet de acordo com o seu uso. Para os autores, os *memes* podem ser diferenciados em intactos e remixados. *Mememes* são intactos quando possuem uma replicação de alta fidelidade, sendo transmitidos quase sem alterações. O oposto ocorre no caso dos *mememes* remixados que durante o processo de replicação, passam por mutações ou intervenções fazendo o *meme* original evoluir, se adaptar ou se transformar à uma nova situação ou narrativa (BÖRZSEI, 2020; KNOBEL; LANKSHEAR, 2005).

Ainda sobre criação dos *mememes* (e demais informações utilizadas nas interações sociais na cultura digital), supracitando Linda Börzsei (2020), essa produção pouco se preocupa com a qualidade técnica dos produtos, com a estética, aqui o foco é a mensagem, a comunicação, o impacto causado pelo produto, o efeito deste nas pessoas e na rede. Esses *mememes* seguem a tipificação estabelecida por Michele Knobel e Colin Lankshear (2005) de intactos e remixados.

Na Figura 2, a seguir, temos alguns exemplos de *memes* remixados a partir de uma frase dita pela cantora, performer e ativista LGBTQIA+ Priscila Nogueira, também conhecida como Pepita, numa entrevista ao site “Primeira & Sétima Arte” durante o Hopi Pride Festival, em 2019.

Durante a entrevista, ao ser questionada sobre sua inspiração com relação a forma de responder cartas – atividade realizada pela cantora em seu quadro “Cartas pra Pepita” no IGTV do Instagram – ela responde que a forma de responder é bastante pessoal e espontânea, sem decorar um roteiro. Em dado momento, Pepita diz “a dica que eu deixo pra você, que as vezes entra nas redes sociais das pessoas pra humilhar, pra diminuir, pra ofender: se coloca no lugar dela cinco segundo, você vai entender a verdadeira história da vida dela”. Anos depois, em 2021, um trecho da entrevista viraliza¹⁰ e passa a ser disseminado em fóruns e sites de redes sociais como o Twitter. O uso desses *memes* se dá entre as chamadas *fandom accounts*¹¹ e *stan accounts*¹² de cantoras de música pop, onde os fãs se apropriam da mensagem de Pepita numa tentativa de defender suas divas dos ataques de *haters*, ou como ironia, ainda em um argumento de defesa, mas dessa vez contra um ataque imaginário.

Figura 2 – Meme “se coloca no lugar dela cinco segundo”



Fonte: Seleção de imagens a partir de *corpus* reunido previamente pelo autor (2021).

¹⁰ Torna-se “viral”.

¹¹ Conta de fã, numa tradução livre

¹² Similar ao *Fandom account*.

Observamos na Figura 2, alguns exemplos de *memes* de internet remixados. Do lado esquerdo superior o “*meme* original” sem alterações, print exato do vídeo. Em seguida – em sentido horário – versões remixadas com características das cantoras Beyoncé, Mariah Cary, Lady Gaga, Olivia Rodrigo e Katy Perry.

Nem sempre a origem do *meme* ou das suas replicações remixadas podem ser totalmente compreendidas, é preciso entender que as vezes, as pessoas replicam e remixam os *memes* simplesmente por poder fazê-lo, o que nos traz de volta à discussão do inusitado e do *nonsense* como modalidades do humor. Na Figura 3, vemos um *meme* que pode ter sido criado pra ser utilizado em mensagens de “bom dia” e passou a ser apropriado por usuários de fóruns e sites de redes sociais, sendo replicados e remixados de maneira irônica, aparentemente sem nenhuma relação temática além da ação de oferecer algo.

Figura 3 – *Meme* “galo oferecendo café”



Fonte: Seleção de imagens a partir de *corpus* reunido previamente pelo autor (2021).

É possível deduzir o contexto do uso dos *memes* dispostos na Figura 3 a partir da interpretação dos elementos adicionados ao que seria o *meme* original. A remixagem de um *meme* não implica o fim da sua utilização, na verdade, a remixagem dá origem a um novo *meme*

que pode ser replicado com ou sem novas alterações, mas o *meme* pré-remixagem ainda existe e pode continuar a ser compartilhado sem alterações, aumentando cada vez mais seu alcance.

Entendemos o *meme* de internet como uma informação produzida, disseminada, apropriada e utilizada pelos personagens da rede durante as interações sociais, que constituem a cultura digital. Como toda informação, a bagagem cultural prévia de cada pessoa possibilita diferentes interpretações e adequações desse tipo de *meme*.

No ciberacometimento, esses processos informacionais, aumentam sua duração e alcance, no caso específico dos *memes* tanto a replicação intacta quanto a remixagem do *meme* causam esses efeitos. Se no primeiro tipo de replicação, mais pessoas são atingidas pela mesma mensagem, no segundo, mais informações são agregadas ao acontecimento, aumentando a taxa informacional do mesmo.

No próximo capítulo, abordaremos os procedimentos e abordagens metodológicas utilizados durante a realização desta pesquisa.

4 “NADA MAIS ME LEMBRO”: PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS



13

Ao trabalharmos com o objeto de estudo das ciências sociais não podemos usar métodos exclusivamente das ciências exatas, mas, algumas vezes, se faz necessário, pela complexidade do objeto, uma junção de metodologias para atender aos objetivos propostos. Assim, este trabalho foi construído partindo de uma abordagem quanti-qualitativa, entendida como a junção das abordagens quantitativa e qualitativa.

Conforme Afonso Menezes, Francisco Duarte, Luis Carvalho e Tito Souza (2019, p. 30), na pesquisa quantitativa “[...] as variáveis devem ser rigorosamente determinadas e sua mensuração já deve estar pressuposta pelo próprio método, partindo de uma análise quase sempre mediada por algum critério matemático”. Na pesquisa qualitativa “[...] a interpretação do pesquisador apresenta uma importância fundamental [...], não se trata apenas de um conjunto de informações fechadas cujo valor numérico é o único aspecto a ser levado em consideração” (MENEZES; DUARTE; CARVALHO; SOUZA, 2019, p. 29). Assim, os autores afirmam que enquanto a primeira abordagem recorre à matemática para a explicação de fatos, a segunda se atém a interpretação de fenômenos sociais. Por isso, neste estudo agrupamos recursos das duas abordagens, por entender que nosso objeto de trabalho necessita ser compreendido sob a ótica quanti-qualitativa, a partir do entendimento da não oposição entre quantidade e qualidade, combinando métodos que visem uma integração metodológica.

Com base nos objetivos, esta pesquisa é classificada como descritiva e exploratória. Antonio Carlos Gil (2002, p. 42) define que a pesquisa descritiva se volta para a “[...] descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de

¹³ Senhora? Funcionária fantasma da Assembleia Legislativa de Goiás é descoberta por repórter e foge ao ser confrontada. A escolha do *meme* se dá pela associação da fuga da entrevistada pela repórter, como o silêncio ensurdecedor de parte das pessoas abordadas pelo estudante, para responder o questionário elaborado para a coleta parcial dos dados utilizados neste trabalho.

relações entre variáveis”, de forma que este trabalho se encaixa nessa definição ao descrever o cibercontecimento Berenice Day e as pessoas que participam desse acontecimento.

A pesquisa exploratória, ainda conforme Gil (2002, p. 41) tem como objetivo “[...] proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipótese”, esse tipo de pesquisa estabelece uma base sobre determinado assunto, de maneira que seus resultados facilitam a produção de novos estudos na área. Identificamos nossa pesquisa como exploratória tendo em vista que a produção científica sobre a temática dos *memes* de internet e dos cibercontecimentos ainda é novo na Biblioteconomia e acreditamos que esta investigação pode contribuir com a produção de novos trabalhos na área.

Em relação aos procedimentos técnicos, essa pesquisa é classificada como documental, que conforme Afonso Menezes, Francisco Duarte, Luis Carvalho e Tito Souza (2019), é marcada pelas fontes utilizadas para a construção do trabalho. Nessa modalidade, utilizam-se “[...] materiais que não recebem ainda um tratamento analítico” (GIL, 2002, p. 45). O autor afirma que entre esses materiais, incluem-se “[...] inúmeros outros documentos como cartas pessoais, diários, fotografias, gravações, memorandos, regulamentos, ofícios, boletins etc.” (GIL, 2002, p. 45). De maneira que entendemos nossa pesquisa como documental por lidarmos com *tweets* e *memes* de internet.

Nosso campo de Pesquisa é o Twitter. A escolha se deu primeiramente por conta da proximidade do estudante com a plataforma (sendo o site de rede social mais utilizado pelo estudante) e foi reforçado pela possibilidade de se recuperar informações no site. O Twitter conta com um mecanismo de busca avançado no qual é possível fazer aplicação de filtros, tornando a busca mais precisa.

Nosso objeto de pesquisa é o cibercontecimento Berenice Day, com foco nos *memes* disseminados através da *hashtag* #BereniceDay no Twitter. De maneira que identificamos esses *memes* como informações produzidas durante e por sujeitos participantes desse cibercontecimento.

A pesquisa contou com 7 (sete) sujeitos participantes, todos usuários do Twitter, encontrados por meio de *tweets* que utilizavam a *hashtag* #BereniceDay. Os sujeitos foram abordados por meio de *replies* convidando-os a colaborar com o estudante na coleta de dados para a produção deste trabalho de conclusão de curso, caso houvesse resposta positiva, estabelecia-se contato via DM (*direct message*¹⁴). O roteiro da entrevista foi previamente estruturado e enviado aos respondentes. Foram enviadas 5 (cinco) perguntas em uma única

¹⁴ Mensagem direta.

mensagem, as quais os participantes eram livres para responder tudo de uma vez, ou responder uma pergunta por mensagem. As perguntas enviadas foram:

- a) Desde quando você conhece o Berenice Day?
- b) Qual o contexto/momento você usa essa informação?
- c) Para você, o que faz o Berenice Day ser importante a ponto de ter um dia só para ele?
- d) Se você puder responder, poderia informar sua idade, escolaridade e gênero/sexualidade?
- e) Quanto tempo você gasta por dia, em média, no Twitter?

A coleta de dados foi realizada em três momentos: o primeiro deles – conforme dito anteriormente – se dedicou às entrevistas realizadas com os usuários do Twitter que participaram do Berenice Day em 2019¹⁵. Em um segundo momento, entre os meses de julho e setembro de 2021, foram levantados 5.376 *tweets* utilizando a *hashtag* #BereniceDay, a busca foi feita levando em consideração os *tweets* publicados no dia 19 de dezembro dos anos de 2016, 2017, 2018, 2019 e 2020. Além do conteúdo dos *tweets*, também foram levantados a tipologia do *tweet* (*tweet*, *reply* ou *mention*), o nome do usuário, presença do selo de perfil verificado, *hashtags* associadas, URL, data e hora da publicação do *tweet*. Na busca foram utilizados o filtro de *hashtags* e o filtro de data, assim foram recuperados todos os *tweets* que continham a *tag* #BereniceDay no dia 19 de dezembro de cada ano. Durante o processo de coleta de dados, *tweets* que utilizavam a *hashtag* para promover outro assunto foram desconsiderados. As informações foram coletadas, agrupadas e organizadas em um arquivo .xlsx (planilha de controle de dados) onde os dados de cada ano foram reunidos para facilitar o processamento.

Finalmente, no mesmo período temporal do levantamento de *tweets*, foi feita a coleta de *memes* atrelados a *hashtag* #BereniceDay. A seleção dos *memes* foi realizada com base na relevância, que pode ser atestada a partir do nível de engajamento¹⁶ do *tweet* em que o *meme* foi utilizado.

¹⁵ Á principio, a este trabalho iria apenas se deter ao ano de 2019, sendo concluída no primeiro semestre de 2020, no entanto, a pandemia do covid-19 interrompeu a pesquisa, que só pode ser retomada no segundo semestre de 2021. Depois de retomar o trabalho, percebemos que trabalhar unicamente com os dados de 2019 faria com que a pesquisa parecesse desatualizada, levando em consideração a nova data de conclusão. Assim resolvemos ampliar o recorte temporal quanto à coleta dos *tweets*, no entanto, como as entrevistas já tinham sido feitas em 2019, decidimos usá-las, entendendo que, neste caso especificamente, não impactaria no cumprimento de parte dos objetivos específicos da pesquisa.

¹⁶ No contexto dos sites de redes sociais, o nível de engajamento pode ser entendido como a o grau de respostas das pessoas em relação à um assunto, ou evento. Nesse sentido, quando as pessoas publicam um *tweet* utilizando

Em relação ao método de análise de dados, utilizamos a netnografia e a leitura de imagens. A partir de Rebeca Rebs (2011, p. 78), a netnografia advém da etnografia, uma abordagem metodológica cujo foco “[...] não visa em atuar ou modificar o lugar/comunidade observado, mas é permitido com que o pesquisador seja ativo na comunidade pesquisada” tendo em vista que este será o responsável pela interpretação e análise dos dados coletados.

Ainda sobre a etnografia, a autora afirma que essa abordagem “[...] permite o contato do pesquisador com o seu ‘objeto’ de estudo (grupos, tribos, comunidades), tornando-se um ‘membro’ da comunidade em análise” (REBS, 2011, p. 79), dessa forma o pesquisador mergulha no universo pesquisado, interagindo com determinado grupo social, para então descrever essas interações detalhadamente, de maneira a reunir material para então interpretar os dados recolhidos associando-os às vivências experienciadas com o grupo.

A netnografia – etnografia virtual ou webnografia – surge como uma abordagem metodológica centrada na compreensão da cultura existente no ciberespaço. Ainda conforme Rebeca Rebs (2011, p. 81) a netnografia tem o propósito de

[...] abordar as mesmas características do método etnográfico (ou seja, estudos de práticas sociais, de artefatos que instituem cultura), que volta a atenção para o estudo de práticas, interações, usos e apropriações de meios por grupos e comunidades situadas no universo virtual, ou seja, no ambiente onde a comunicação é mediada pela internet.

No entanto, a autora atenta para o fato de que a netnografia não deve ser vista somente como a utilização do método etnográfico no ciberespaço. No ambiente virtual, o método passa por processos de apropriações e ressignificações a partir das interações entre o espaço, os atores e o pesquisador, fazendo com que o método adquira características particulares. Os estudos netnográficos lidam com a internet não somente enquanto um meio técnico, mas como um dispositivo produtor de cultura, capaz de afetar a vida social. Esse tipo de estudo, se direciona para a descrição de realidades sociais digitais. (REBS, 2011).

Assim, utilizamos da netnografia ao investigarmos a produção documental de um grupo social virtual no Twitter, ao identificarmos os principais termos e *hashtags* (*memes* textuais) circulados por esse grupo, e ao estabelecermos contato (entrevistas via DM) com indivíduos que mobilizam o ciberacontecimento Berenice Day para compreender quem são os indivíduos que compõe esse grupo.

a tag #BereniceDay, elas estão engajando esse ciberacontecimento, aumentando sua visibilidade, o mesmo acontece com interações por meio dos retweets e likes em determinada publicação.

O segundo método de análise de dados utilizado foi a análise da imagem. Para Lucia Santaella (2012), a prática da leitura se estende além do campo textual até o campo imagético, na chamada leitura da imagem. Santaella (2012, p. 8-9), expressa que

[...] fora e além do livro, há uma multiplicidade de tipos de leitores, multiplicidade, aliás, que vem aumentando historicamente. Há, assim, o leitor da imagem no desenho, na pintura, na gravura e na fotografia. Há o leitor de jornal, revistas. Há o leitor de gráficos, mapas, sistemas de notações. Há o leitor da cidade, leitor da miríade de signos, símbolos e sinais em que se converteu a cidade moderna, uma verdadeira floresta de signos. Há o leitor-espectador da imagem em movimento, no cinema, televisão e vídeo. A essa multiplicidade, mais recentemente veio se somar o leitor das imagens evanescentes do grafismo computadorizado e o leitor do texto escrito que, do papel, saltou para a superfície das telas eletrônicas.

Dando continuidade a esse pensamento, Santaella (2012) fala sobre o chamado “leitor imersivo”, que estabelece o processo de leitura de forma complexa, a partir da interação com as volumosas informações disseminadas nas redes. Sobre a leitura da imagem, a autora aborda o conceito de *visual literacy*, ou alfabetização virtual, definida como o processo de “[...] aprender a ler imagens, desenvolver a observação de seus aspectos e traços constitutivos, detectar o que se produz no interior da própria imagem, sem fugir para outros pensamentos que nada têm a ver com ela” (SANTAELLA, 2012, p. 10). Assim o leitor precisa se apropriar dos conhecimentos específicos e desenvolver a sensibilidade necessária para entender “[...] como as imagens se apresentam, como indicam o que querem indicar, qual é o seu contexto de referência, como as imagens significam, como elas pensam, quais são seus modos específicos de representar a realidade” (SANTAELLA, 2012, p. 10).

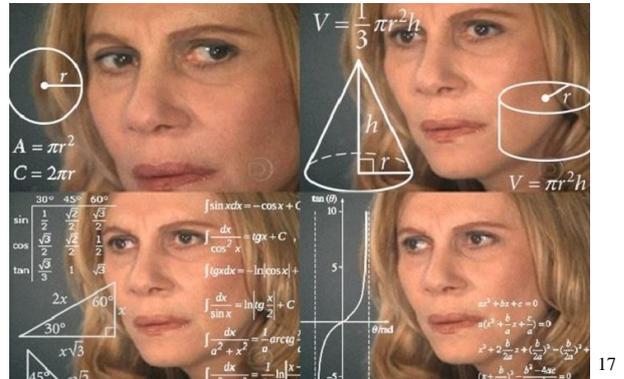
Por conta da ambiguidade implícita à palavra “imagem”, Lucia Santaella (2012) afirma que mesmo quando falando de imagem na perspectiva visual, existem ao menos três domínios principais, sendo eles:

- a) O domínio das imagens mentais, imaginadas e oníricas: como evidenciado no nome, essas imagens são produto do imaginário humano e não precisam ter nenhum tipo de ligação com imagens previamente visualizadas ou existentes no mundo material;
- b) O domínio das imagens diretamente perceptíveis: trata-se das imagens que absorvemos no mundo real, tudo o que conseguimos perceber e capturar enquanto vivemos;
- c) O domínio das imagens como representações visuais: sobre a imagem representando a imagem, facilmente identificadas pois são registros, documentos. Nesse domínio, se encontram os *memes* de internet.

A análise da imagem, se preocupa com a interpretação desta para além do simples reconhecimento, ou seja, com a compreensão do uso, dos significados, do contexto de produção, de compartilhamento, da forma como lidam com a realidade e os efeitos que causam. Esse método foi utilizado na descrição e análise dos *memes* imagéticos coletados no Twitter.

Logo, no capítulo a seguir, nos debruçaremos nas análises e discussões dos resultados da pesquisa.

5 “E TUDO COMEÇOU A GIRAR, GIRAR, GIRAR”: ANÁLISES E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS



Conforme apresentado no capítulo anterior, para a realização desta pesquisa foram feitas três coletas de dados: dos *tweets* contendo a *tag* #BereniceDay; dos *memes* imagéticos utilizados no cibercontecimento estudado e das entrevistas via DM com participantes do Berenice Day de 2019. Assim, neste capítulo, primeiramente iremos narrar o contexto do surgimento e do desenvolvimento do Berenice Day, para que em seguida, possamos nos dedicar a análise dos dados, que também foi segmentada em três momentos: o mapeamento da produção de informação no twitter sobre o cibercontecimento Berenice day de 2016 a 2020; a análise dos *memes* (análise da imagem) e a análise das entrevistas (netnografia).

5.1 CONTEXTUALIZANDO O BERENICE DAY

O Berenice Day é um cibercontecimento que se originou a partir do vídeo “Leila Lopes no limite da morte”¹⁸ do ano de 2000 onde, numa entrevista, a atriz narra, de maneira errática, a experiência do acidente de carro que havia sofrido junto de sua empresária Berenice Lamonica no dia 19 de dezembro de 1999. A forma como a história é contada não parece verossímil, em dado momento, por exemplo, ela afirma que era “[...] uma tarde de domingo, linda, maravilhosa, um sol belo, azul, 17 horas”.

Outro ponto de destaque é que a entrevista parece ser concedida a um programa de Tv cristão e ao ser questionada sobre como é que fica Deus nessa história e qual havia sido seu primeiro pensamento após ter recebido essa segunda chance, Leila ressalta o poder da oração na sua recuperação e responde que tem “certeza absoluta” de que havia sido salva por Deus. Na

¹⁷ Nazaré Tedesco calculando. O *meme* foi escolhido por se tratar do capítulo de análises, que requerem esforços similares aos expressados no *meme*.

¹⁸ Leila Lopes - No limite da morte (original). Disponível em: www.youtube.com/watch?v=v396cL6lCqE.

entrevista ela diz que “[...] é esse Deus que me tirou dali, são esses anjos, esses Jesus Cristo, meu irmão, que me tirou dali e um bom carro também”, o que gera certo anticlímax, quebrando com a expectativa do espectador. Leila ainda continua creditando o carro pela sua salvação e brinca que se estivesse num “fusquinha que tem que empurrar”, o desfecho seria outro.

Anos depois, por volta de 2007 (ano em que o Youtube, em junho, passou a disponibilizar uma versão do site traduzida para o português), a gravação da entrevista é publicada no Youtube e viraliza, a partir daí, muitas pessoas passam a replicar as frases ditas por Leila nas redes sociais com ênfase nos espaços das comunidades do Orkut¹⁹ e das *hashtags* do Twitter. Passados dois anos, no dia 03 de dezembro de 2009, Leila é encontrada morta em seu apartamento em São Paulo, o que fez com que seu nome voltasse a circular nas mídias e nas redes sociais, despontando nos *trending topics* do Twitter.

Em 2011, surge um novo vídeo viral²⁰ responsável pelo surgimento de um novo *meme* que passa a ser incorporado ao Berenice Day. Durante um programa ao vivo, a apresentadora Claudete Troiano, sem saber do falecimento da atriz, manda um beijo à Leila e pergunta a um colega apresentador por onde a atriz andaria. A partir daí, essa atitude de Claudete (de mandar um beijo e depois perguntar por onde anda uma pessoa ou objeto, serviço etc.), agora um *meme* de internet, passa a ser replicado e apropriado por diversas pessoas na web.

Por se tratar de uma história trágica, grande parte das pessoas que participam desse ciberacontecimento, usam os *memes* do vídeo para representar suas adversidades e incertezas, a exemplo o uso dos *memes* “é a sensação de rodar, rodar, rodar, sem saber exatamente pra onde estava indo”, “eu não sabia o que estava acontecendo, porque eu não sabia como começou a acontecer”. Apesar disso, o humor é o principal responsável pela viralização do vídeo. Ainda em concomitância com a discussão sobre o tipo de humor na internet a partir de Jean Burgess e Gabriela Lunardi (2020), percebemos que o Berenice Day traz características do humor brasileiro na cultura digital, como o nonsense, o inusitado, o absurdo e o auto humor. No geral, a “celebração” do Berenice Day acontece sempre no dia 19 de dezembro (data que conforme a entrevista, ocorreu o acidente de carro onde a frase “Berenice, segura, nós vamos bater!” foi dita pela primeira vez), reúne pessoas dispostas a rir dos próprios problemas e compartilhar essa ação com seus seguidores.

5.2 MAPEAMENTO DA PRODUÇÃO DE INFORMAÇÃO NO TWITTER

¹⁹ O Orkut, foi uma rede social muito popular no Brasil, e esteve em funcionamento desde 2004 até 2014.

²⁰ Claudete Troiano manda beijo para atriz Leila Lopes. Disponível em: www.youtube.com/watch?v=sD4CzFF0wbk

O mapeamento da produção informacional sobre o ciberacontecimento Berenice Day no Twitter, aconteceu entre os meses de julho e setembro de 2021. Para delimitar esse mapeamento, foram combinados dois filtros de busca (*hashtags* e *data*), assim, pudemos recuperar todos os *tweets* que continham a *tag* #BereniceDay no dia 19 de dezembro nos anos de 2016, 2017, 2018, 2019 e 2020. Na Figura 4, apresentamos uma captura de tela da planilha de controle de dados construída durante o processo de coleta.

Figura 4 – Captura de tela da planilha de controle de dados²¹

Conteúdo do Tweet	Tipo	Usuário	Verificado	Hashtags	URL	Data e hora
9 minutos para acabar o #BereniceDay 2017, foi horrível, vi tudo girar, girar e Como assim foi o #BereniceDay e eu	tweet	@lieoc			twitter.com/lieoc	11:52 PM · 19 de dez de 2017
esqueci? AAAAAA	tweet	@juniorperfilo			twitter.com/junic	11:52 PM · 19 de dez de 2017
eu não acredito que hoje foi #BereniceDay e eu quase esqueci	tweet	@galinhard4finha			twitter.com/galin	11:27 PM · 19 de dez de 2017
Honrei bastante o #BereniceDay e deixei pra fazer o trabalho no limite da	tweet	@annauchoa			twitter.com/anna	11:22 PM · 19 de dez de 2017
#BereniceDay	tweet	@traga a vasilha			twitter.com/traga	11:02 PM · 19 de dez de 2017
E acabou o #BereniceDay. Obrigado Leila Lopes por esse meme maravilhoso. Até ano que vem pra gente rodar de novo	tweet	@renan_costaz			twitter.com/rena	11:01 PM · 19 de dez de 2017
Berenice, segura, nós vamos bater!! #BereniceDay #BjoLeilaLopes		@Jayme CRF		#BjoLeilaLopes		
#TaSumida em Bairro Santa Terezinha	tweet			#TaSumida	twitter.com/Jaym	10:56 PM · 19 de dez de 2017
HAPPY #BereniceDay	tweet	@atmzlls			https://twitter.co	10:55 PM · 19 de dez de 2017
"Berenice, segura. Nós vamos bater"	tweet	@andersonrsnde			twitter.com/ande	10:51 PM · 19 de dez de 2017
Há 18 anos, surgia o #BereniceDay. Direto do túnel do tempo. Ah, e por		@fedelmondes				

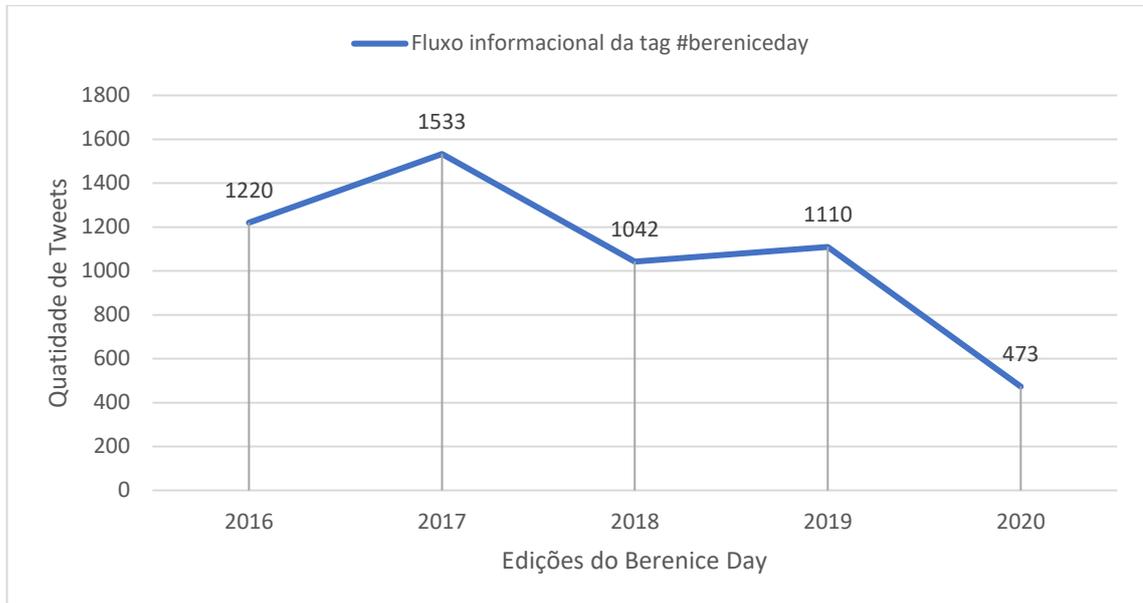
Fonte: Elaborada pelo autor (2021).

Conforme a figura acima, é possível observar que reunimos até 7 categorias de dados por tweet, sendo eles: o conteúdo do tweet, o tipo (*tweet*, *reply* ou *mention*), nome de usuário do autor do *tweet*, se o perfil possuía o selo de verificado, se haviam outras *tags* além de #BereniceDay na publicação, a URL da postagem e finalmente, as informações de data e hora da publicação.

Nesse período de cinco anos, foram coletados 5.376 *tweets* utilizando a *hashtag* #BereniceDay, sendo 127 *replies* e 118 *mentions*. Percebemos que grande parte das menções são de pessoas lembrando as outras sobre o ciberacontecimento, convidando-as a participar. Vejamos uma primeira análise, a seguir, no Gráfico 1.

²¹ Planilha completa disponível em: https://1drv.ms/x/s!Ajs_FHqysWEszWzt-JP9PSDPJ4Ke?e=Yvska2.

Gráfico 1 – Quantitativo de *tweets* recuperados por meio da *tag* #BereniceDay no dia 19 de dezembro dos anos de 2016, 2017, 2018, 2019 e 2020



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

A partir da leitura dos dados apresentados no Gráfico 1, temos uma ideia de como o cibercontecimento se comportou ao longo dos anos. Embora saibamos que o Berenice Day acontece fora da *hashtag*, acreditamos que o alcance e o impacto desse acontecimento podem ser mensurados a partir do quantitativo de *tweets* utilizando a *tag* #BereniceDay. Assim, percebemos um pico de uso da *tag* em 2017 com 1533 *tweets*, e um declínio acentuado no ano de 2020, com a recuperação de 473 *tweets*. Acreditamos que essa baixa na aderência de usuários na última edição do Berenice Day possa estar relacionada à pandemia da Covid-19, que iniciada em março de 2020, figurou entre os principais assuntos mais comentados no país e do mundo em 2020, possivelmente ofuscando a visibilidade e o alcance do Berenice Day e demais cibercontecimentos.

Durante a coleta e leitura desses *tweets*, percebemos que, principalmente nos anos de 2019 e 2020 foram encontradas diversas publicações onde as pessoas manifestavam uma preocupação sobre a duração do Berenice Day e de seus *memes*, ou ainda, alertavam e/ou pediam que não se deixasse o cibercontecimento acabar (pela falta de aderência e uso dos *memes* que o constituem). Outro ponto percebido foi que por vezes, os assuntos do momento se misturam ao Berenice Day, interferindo nos *memes* circulados durante o cibercontecimento, o que é natural, dada a natureza dessa modalidade de acontecimento e do próprio meme. Reforçando o que apresentamos no Capítulo 3 ao falar como os *memes* se integram a outros temas, assuntos, *memes* e cibercontecimentos, resultando na produção de *memes* remixados,

que transformam ou adaptam o *meme* original a uma nova narrativa, funcionando como um link para novos assuntos e novos acontecimentos.

A seguir, no Quadro 1, mostramos os dados obtidos a partir da categoria “verificados”.

Quadro 1 – Quantitativo de perfis verificados participando do Berenice Day por ano.

Ano	Quantidade
2016	20
2017	23
2018	13
2019	19
2020	3

Fonte: Elaborada pelo autor (2021).

Observamos que o quantitativo de *tweets* por ano coincide com o número de perfis verificados que participaram do ciberacontecimento em cada ano. Acreditamos que isso acontece porque perfis verificados possuem um alcance maior em suas publicações e a participação dessas pessoas no ciberacontecimento podem aumentar o nível de engajamento deste.

Ressaltamos aqui, que não fizemos um estudo de engajamento de perfis verificados no Twitter que participaram do Berenice Day, no entanto, entendemos que o nível de engajamento de determinado assunto no Twitter, é influenciado pelas contas verificadas, por conta da quantidade de seguidores que essas contas possuem, que impactam no alcance que essas pessoas possuem no site. Além disso o selo azul da verificação por si só é capaz de provocar um frisson em determinados usuários que, possivelmente, se sentem encorajados a participar dos assuntos levantados pelas contas que estão seguindo.

Outro fenômeno que observamos, no que concerne as contas verificadas, foi a presença de peças publicitárias que atrelavam suas marcas aos *memes* circulados no Berenice Day. Esse tipo de situação corrobora com o que foi descrito por Ana Carolina Biscalchin (2018) ao abordar como as interações sociais que formam a cultura digital conseguem ser mais rápidas que o Mercado, fazendo que este se aproprie das informações produzidas pelos personagens da rede para alcança-los.

A seguir, na Figura 5, apresentamos os principais termos utilizados nos *tweets* levantados numa imagem gerada a partir do *Wordart*²², um software de criação de nuvens de *tags* online.

²² Disponível em: <https://wordart.com/>.

conta de que “hoje” já era dia 19 de dezembro (709 *tweets*). O levantamento dos 15 termos mais utilizados nas últimas 5 edições do Berenice Day, foram reunidos e organizados no Quadro 2.

Quadro 2 – Principais termos por ocorrência de 2016 a 2020

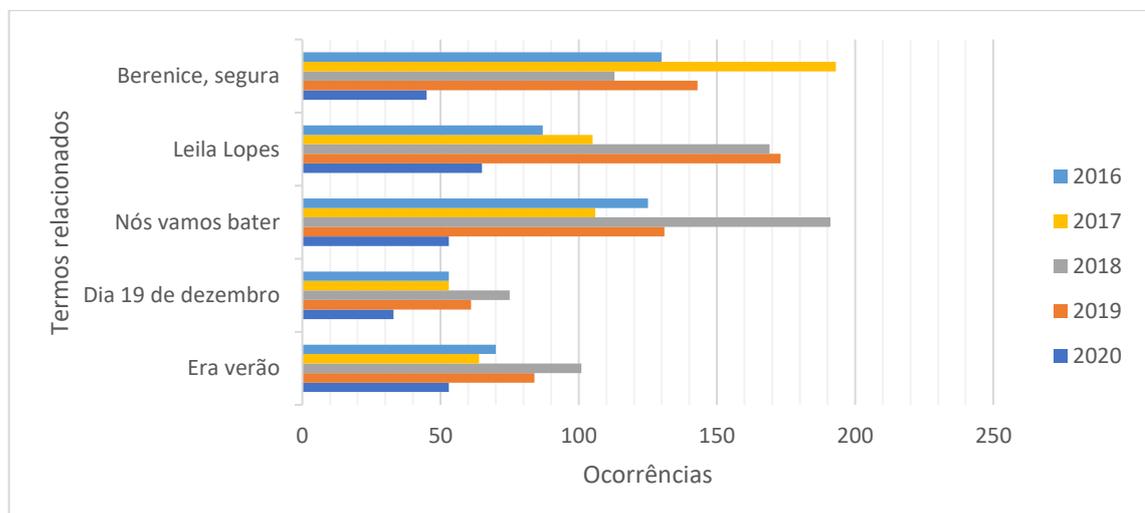
Termos	Ocorrências
BereniceDay	4967
Girar	1060
Hoje	709
Berenice, segura	699
Leila Lopes	610
Nós vamos bater	595
Dia 19 de dezembro	569
Rodar	557
Era verão	433
Não	417
Feliz Berenice Day	409
Dia	360
Nada mais me lembro	349
Tudo começou a girar	285
Sol belo, azul	279

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Assim como na nuvem de *tags* da Figura 5, os termos apresentados no Quadro 2, focam principalmente na replicação de *memes* textuais oriundos do primeiro vídeo viral associado ao Berenice Day. Notamos ainda a presença dos termos “Hoje”, “Não”, “Dia” e “Feliz Berenice Day” que podem ser relacionados com o momento em que os usuários se dão conta do dia 19 de dezembro e felicitando-se uns aos outros, tal como fazemos em festas de fim de ano.

A seguir, no Gráfico 2, selecionamos 5 (cinco) dos termos apresentados no Quadro 1 e detalhamos a ocorrência de cada termo por ano.

Gráfico 2 – Principais termos por ocorrência e por ano



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Para elaboração do Gráfico 2, foram selecionamos os 5 (cinco) principais termos utilizados no cibercontecimento, para que pudéssemos compreendê-lo para além da *hashtag* #BereniceDay. Assim, os termos “girar” e “rodar” foram desconsiderados por serem utilizados principalmente em repetições, como no vídeo, de maneira que acreditamos que os dados sobre a frequência de uso desses termos não sejam relevantes nesse momento. Desconsideramos ainda o termo “hoje” por ser muito abrangente, podendo não possuir relação direta com o cibercontecimento estudado.

Assim, os 5 (cinco) principais termos foram: “Berenice, segura”, “Leila Lopes”, “Nós vamos bater”, “Dia 19 de dezembro” e “Era verão”. Notamos que dos termos selecionados, somente 1 (um) não é uma reprodução direta de uma fala da entrevista acontecida no primeiro viral, no entanto, esse termo (“Leila Lopes”) não se distancia do vídeo, visto que foca na personagem principal do viral. Percebemos que, embora o Berenice Day possa dialogar com outros temas e produzir diferentes sentidos a partir da interação das pessoas com os *memes* circulados no cibercontecimento, o foco permanece nos *memes*. Isso também contribui para a existência e manutenção do acontecimento.

5.3 ANÁLISE DOS MEMES IMAGÉTICOS

Conforme Lúcia Santaella (2012) analisamos uma imagem quando nos propomos a pensá-la levando em conta seus significados, da forma como são produzidas, compartilhadas, utilizadas e apropriadas, quando compreendemos, a maneira como elas dialogam com a realidade sociocultural na qual está inserida, no impacto causado por ela.

Os(as) sujeitos podem utilizar os *memes* de internet no Berenice Day de três formas: a primeira delas não exige nenhum tipo de contexto, somente o desejo de participar do cibercontecimento, a segunda ocorre quando o usuário se apropria de um *meme* e consegue encaixá-lo numa narrativa pessoal (sem modificar a imagem, somente inserindo um novo contexto por meio do texto do *tweet*, como uma legenda) e a terceira se dá na criação de um novo *meme* a partir de um *meme* já existente, já utilizado e amplamente relacionado ao Berenice Day. Mesmo essas duas últimas tendo objetivos diferentes de uso, as duas formas remixam o *meme*.

A partir de agora, vamos analisar 4 (quatro) *memes* imagéticos que foram recuperados através da *tag* #BereniceDay, da mesma forma como os *tweets* da seção anterior. Dessa maneira, escolhemos os *memes* imagéticos que mais se repetiam e que se apresentavam de

diferentes formas. Ressaltamos que muitas imagens em formato GIF são utilizadas no Berenice Day, entretanto, por conta do formato do trabalho, decidimos nos ater as imagens estáticas. A ordem de apresentação reflete o grau de uso e compartilhamento desses *memes*, a começar pelos mais utilizados até os menos populares. Destacamos ainda, que 2 (dois) dos 3 (três) *memes* apresentados na Figura 9 não fazem parte do Berenice Day, mas foram reunidos pois se tratam de *memes* que foram remixados de maneira a dialogar com o cibercontecimento.

Iniciando as análises das imagens, na Figura 6 apresentamos, em 3 (três) imagens, o *meme* “Berenice, segura, nós vamos bater!”.

Figura 6 – *Meme* “Berenice, segura, nós vamos bater!”



Fonte: Seleção de imagens a partir de *corpus* reunido previamente pelo autor (2021).

A Figura 6, traz o principal *meme* imagético utilizado durante o Berenice Day (que inclusive, nomeia este trabalho). A primeira imagem (parte superior, lado esquerdo) traz a versão mais utilizada desse *meme*. A frase “Berenice, segura, nós vamos bater” serve perfeitamente para resumir uma parte do comportamento das pessoas durante o cibercontecimento, sendo utilizada como auto humor (característico do conteúdo humorístico na comunidade brasileira na internet), como quando sabemos que determinada situação terá um desfecho insatisfatório ou potencialmente catastrófico e não existe nada que possa mudar isso.

Além de ser uma frase icônica, a parte textual do *meme* é formada por dois dos termos mais recuperados nos *tweets* da seção anterior, demonstrando que as representações textuais ou imagéticas são versões de um mesmo *meme*.

Na segunda imagem (parte superior, lado direito) temos uma remixagem, onde altera-se a imagem e o texto, apresentando este último em inglês. Esse *meme* remixado, nos remete à discussão realizada ainda no Capítulo 3 quando falamos sobre o *meme* “*sad & brazilian*” (ver Figura 1, p. 37) e o lugar que a comunidade brasileira ocupa na internet. A tradução de *memes* brasileiros, da língua portuguesa para a língua inglesa funciona aqui como uma ironia (pelo fato de não sabermos se realmente existe essa demanda no uso desse *meme* por pessoas aglofonas) ou ainda como uma prática subversiva que visa a exportação de um produto da cultura nacional, nesse cenário (internet) onde a cultura norte-americana ocupa uma posição de domínio.

A terceira imagem selecionada (parte inferior), demonstra o impacto do *meme* e do cibercontecimento fora das redes. Nela, vemos um trecho que uma página da história em quadrinhos “Turma da Mônica Jovem”, uma obra derivada da “Turma da Mônica”, uma das HQs infantis mais populares no país. Percebemos que o uso do *meme* no quadrinho não acontece por acaso, uma vez que a HQ foi criada pensando em alcançar um público mais velho (jovens e adolescentes). Assim, mais uma vez percebemos o uso dos *memes* como estratégia de comunicação entre as empresas que utilizam os mesmos elementos de linguagem de um determinado grupo, no intuito de se conectar com ele.

A seguir, na Figura 7, apresentamos em 2 (duas) imagens, o *meme* “é a sensação de rodar, rodar, rodar”, Frase Dita por Leila, no primeiro vídeo viral.

Figura 7 – *Meme* “é a sensação de rodar, rodar, rodar”



Fonte: Seleção de imagens a partir de *corpus* reunido previamente pelo autor (2021).

Na Figura 7 temos 2 (duas) imagens que apresentam o *meme* “é a sensação de rodar, rodar, rodar”, frase dita por Leila, na entrevista, ao descrever o acidente de carro durante o dia 19 de dezembro de 1999. Esse *meme* é bastante compartilhado durante o ciberacontecimento, podendo ser utilizado somente como “rodar, rodar e rodar”, numa tentativa de representar uma situação fora de controle. Se na primeira imagem (superior), temos uma versão mais tradicional do *meme*, formada por uma captura do vídeo da entrevista somada à uma legenda contendo a fala de Leila, na segunda imagem, (inferior), vemos uma versão remixada da primeira, onde elementos do anime “Naruto Shippuden” são inseridos, proporcionando novas significações ao *meme*.

Nesse remix, Leila e o entrevistador, são caracterizados como Hinata Hyuga e Nagato/Pain. Esses personagens, protagonizam uma cena de luta no anime, na qual Hinata é lançada no ar por Nagato/Pain diversas vezes, por isso a “sensação de rodar, rodar e rodar”. Assim, o *meme* mantém sua ideia original, porém passa por um tipo de “refinação” que faz com que o elemento humorístico seja mais efetivo em pessoas que conhecem tanto o *meme* original intacto, quanto a cena do anime representada no remix.

Na Figura 8 abordamos o próximo *meme* a ser analisado, “sol belo azul” que assim como o *meme* da Figura 6, apareceu no Gráfico 2, figurando entre os termos mais recorrentes durante o Berenice Day.

Figura 8 – *Meme* “sol belo azul”



Fonte: Seleção de imagens a partir de *corpus* reunido previamente pelo autor (2021).

As duas imagens dispostas na Figura 8, se diferenciam das demais imagens que vimos até aqui. Ao invés de selecionarmos somente as imagens nos *tweets*, decidimos fazer capturas de tela para contextualizar melhor os *memes*. O “belo sol azul” de Leila Lopes é um dos momentos *nonsense* da entrevista, dada a impossibilidade da existência de um sol azul, sendo este, mais um momento onde a entrevistada parece confusa, trocando as palavras “céu” por “sol”.

Na primeira imagem (lado esquerdo), vemos uma ilustração de um sol azul que parece ter sido retirado de um livro infantil, a imagem por si só pode não parecer estar ligada ao cibercontecimento. Na segunda imagem (lado direito), o *meme* é remixado inserindo o rosto do cantor Belo, numa fotografia do sol, editada virtualmente para parecer azul. Assim temos um exemplo de produção de um *meme* de internet, de conteúdo humorístico pautado no absurdo, corroborando com a fala de Linda Börzsei (2020), sobre a criação e a intencionalidade no uso dos *memes* que visam, sobretudo, a comunicação, pouco se importando com a qualidade gráfica da imagem.

Finalizando essa segunda parte das análises, na Figura 9, apresentamos 3 (três) imagens que demonstram a evolução de um *meme* que inicialmente (antes das remixagens) não tinha qualquer relação com o Berenice Day.

Figura 9 – Remixagem do *meme* “Mônica ata”



Fonte: Seleção de imagens a partir de *corpus* reunido previamente pelo autor (2021).

A primeira imagem (lado esquerdo) na Figura 9, exibe o *meme* “Mônica ata”, formado por um recorde de uma edição do “Almanaque da Mônica” de 2004. Na capa original, o rosto de outros personagens do quadrinho eram dispostos no monitor de Mônica, no entanto a imagem foi editada e reapropriada, substituindo os colegas da protagonista pelo termo “ata” (algo como “ah tá”), criando um *meme* utilizado na intenção de reagir com indiferença ou desprezo a determinada situação.

Nenhum *meme* está livre de ser remixado e com o “Mônica ata” não poderia ser diferente. À medida que os *memes* intactos são replicados – atingindo mais pessoas – aumentam-se as chances de ele ser remixado, logo, o sucesso do *meme* “Mônica ata” pode ser conferido na quantidade de remixes feitos a partir dele.

Na segunda imagem (centro) vemos uma das versões remixadas do primeiro *meme* apresentado na Figura 9. Esse novo *meme* matem a personagem da Mônica na frente do computador, alterando mais uma vez a mensagem exibida na tela para a frase “caralho eu...”, que deve ser completada da maneira como a pessoa quiser. Um dos diferenciais desse *meme* em relação ao anterior é que a replicação dele é pautada no remix, de maneira que a própria Mônica recebe características físicas que dialogam com o texto adicionado a tela do computador da personagem, fazendo com que essas possibilidades de caracterização sejam limitadas somente pela quantidade de coisas que existem no mundo (BÖRZSEI 2020).

A terceira imagem (lado direito) exhibe o *meme* “caralho eu tô no limite da morte” uma das versões remixadas do segundo *meme* abordado na Figura 9. Aqui, percebemos a inserção de elementos do Berenice Day, como o título da entrevista e do primeiro vídeo viral que iniciou o cibercontecimento “no limite da morte”. Como dito anteriormente, a personagem Mônica, recebe alguns atributos que dialogam com a temática desse novo *meme*, nesse caso, sendo caracterizada com um capuz preto e uma foice na mão, símbolos atribuídos personificação da morte, da qual o usuário supostamente estaria no limite.

Percebemos que no contexto do Berenice Day, os *memes* de internet imagéticos são representações visuais dos *memes* textuais produzidos e circulados no cibercontecimento. Entretanto, o *meme* imagético toma vantagem sobre o textual por ser mais rapidamente compreendido como um *meme*. Numa situação onde um indivíduo tem contato com um *meme* desconhecido, no caso de um *meme* textual, pode existir uma dúvida, mesmo que momentânea, se a informação lida é a opinião/ideia original de uma pessoa ou se é um *meme*. No caso dos *memes* imagéticos, a situação se desenvolve de maneira diferente, pois geralmente são mais fáceis de se identificar.

Notamos ainda a presença de diversos elementos da cultura pop (música, quadrinhos, animes), que se fundem aos *memes*, tornando-os ainda mais específicos e significativos para as comunidades responsáveis por sua produção e circulação. No geral, os *memes* imagéticos analisados integram um cibercontecimento que caracteriza uma cultura digital, criando a oportunidade de produzir e consumir entretenimento através de interações sociais dos próprios personagens da rede.

5.4 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS VIA DM

As entrevistas foram realizadas nos dias 19 de dezembro de 2019 e 10 de março de 2020. Iniciamos as abordagens no dia do cibercontecimento e conseguimos entrevistar 3 (três) pessoas. No entanto, como optamos por abordar as pessoas com base no nível de engajamento do *tweet*, decidimos esperar o fim do Berenice Day para finalizar o processo de coleta dos dados. Assim, em 10 de março de 2020, pesquisamos a *tag* #BereniceDay e abordamos as pessoas cujos *tweets* despontavam na aba “principais”. Depois de abordarmos esses usuários e recebermos confirmação de 6 (seis) deles sobre a possibilidade de participar desse estudo, estabelecemos contato e enviamos as perguntas via DM, entretanto somente 4 (quatro) pessoas responderam às perguntas, totalizando 7 (sete) respondentes, que serão identificados como R1, R2, R3, R4, R5, R6 e R7.

Para facilitar a análise dos dados, as respostas obtidas a partir das entrevistas foram reunidas em 5 (cinco) quadros, sendo um quadro por pergunta. No Quadro 3, agrupamos as respostas da primeira pergunta da entrevista.

Quadro 3 – Desde quando você conhece o Berenice Day?

Respondente	Resposta
R1	O Berenice Day que eu me lembro existe desde o estouro do Twitter em 2009. Mas ficou oficializado depois que o site liberou o uso de hashtags.
R2	conheço desde 2014
R3	Não lembro exatamente quando conheci o vidro e o Berenice day. Mas estou no Twitter desde 2007 e assim que o vídeo apareceu por aqui eu o descobri.
R4	Acho que desde que entrei no tt, em 2009, surgiu o meme. Senão, conheci logo em seguida, em 2010, mas não lembro com certeza. Sei que tem algum tempo já.
R5	Eu lembro que a frase "Berenice, nós vamos bater" já tinha sido usada nas comunidades LGBTs do finado Orkut, lembro que eu só soube que a origem deste meme estava numa entrevista dada pela atriz Leila Lopes justamente pelo uso nonsense desta frase. Posso dizer que as comunidades do Orkut foram as sementes do humor que vemos hoje no twitter, como o uso de imagens de celebridades usadas fora de contexto, ou como reação para determinadas respostas num diálogo travado naquela rede social. Mas ele se tornou maior no Twitter, que eu lembro ter conhecido em 2009. Depois que ele cresceu em termos de popularidade, e com o fim do Orkut, essas frases, como essa da Berenice, passaram a ser mais frequentes na rede do passarinho azul.
R6	Olha, minha primeira menção ao evento, rolou em 2015. Mas eu já conhecia o vídeo antes de surgir o Berenice Day.
R7	Eu conheço Berenice Day desde 2011, quando eu fui apresentado ao vídeo, e comemoro todos os anos.

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

As respostas apresentadas no Quadro 3 nos ajudam a começar a compreender o perfil das pessoas que participam do Berenice Day. Dos 7 (sete) entrevistados, todos já conheciam e participavam deste cibercontecimento a pelo menos 5 (cinco) anos, de forma que percebemos

que as pessoas que conhecem o Berenice Day tendem a continuar a participar do acontecimento, mesmo com o passar do tempo, o que normalmente impulsiona o processo de esquecimento dos assuntos populares na internet. Notamos ainda que o Berenice Day se inicia antes da existência da *tag* #BereniceDay e do Twitter.

O uso de *memes* de internet no humor *nonsense* antecede o Twitter, como o que foi citado pelo Respondente 5, “as comunidades do Orkut foram as sementes do humor que vemos hoje no Twitter, como o uso de imagens de celebridades usadas fora de contexto, ou como reação para determinadas respostas num diálogo travado naquela rede social”. Ainda hoje, os *memes* circulados no Berenice Day, são utilizados dessa forma. Utilizamos as frases de Leila fora do contexto original como forma de autoexpressão, de maneira que os *memes* textuais e imagéticos produzidos a partir da entrevista com a atriz dizem mais sobre a pessoa que usou o *meme* do que sobre a Leila Lopes em si.

No Quadro 4, reunimos as respostas da segunda pergunta da entrevista, com objetivo de compreender o contexto de apropriação e uso da informação durante o Berenice Day.

Quadro 4 – Qual o contexto/momento você usa essa informação?

Respondente	Resposta
R1	O BereniceDay é sempre lembrado no dia 19 de Dezembro conforme relato da Leila Lopes, mas os memes Berenice Segura e Nada Mais Me Lembro são pérolas que usamos de vez em quando
R2	não costumo utilizar no dia a dia, só em momentos como o Berenice day
R3	Uso quando conto que bebi muito, por exemplo. “E tudo começou a rodar, rodar, rodar”
R4	Uso mais no Twitter, que é onde o Berenice day é mais conhecido, ou entre amigos que conhecem o vídeo e o meme. O momento é sempre no 19 de dezembro, que é o dia oficial.
R5	Eu só uso essa frase em duas ocasiões: quando eu quero afirmar que algo muito errado vai resultar do ato descontrolado de alguém, e no dia do aniversário da entrevista. Outros trechos da entrevista são bastante utilizados, como quando a Leila Lopes descreve a "sensação de rodar, rodar e rodar", que é bastante utilizada quando alguém dá perda total na balada por conta da ingestão exagerada de álcool
R6	Na internet, as coisas mais inesperadas se tornam ritos. Como meme mesmo, eu utilizava com a intenção de “se preparar pra algo”, entende? Acho que na época a expressão ganhou muita força nos grupos e fóruns. Então qualquer grande notícia ou anúncio vinha seguido dessa célebre frase. É algo que a gente acaba adotando.
R7	eu uso quando chega o verão, quando algo sai do meu controle "Berenice segura, nos vamos bater"

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Conforme as respostas obtidas a partir da segunda pergunta da entrevista, percebemos que tal como dito anteriormente, a apropriação e uso dos *memes* produzidos e circulados durante o Berenice Day relacionam-se mais com os usuários do que com a pessoa da Leila. Os respondentes relatam que o uso desses *memes* não são restritos ao ciberacontecimento do dia

19 de dezembro, podendo ser utilizados durante o ano todo, fazendo com que o uso seja respaldado no contexto da interação.

O Respondente 6 afirma que “na internet, as coisas mais inesperadas se tornam ritos”, corroborando com Ana Carolina Biscalchin (2018) em relação à maneira como as interações sociais que caracterizam a cultura digital são formadas, ressaltamos mais uma vez o seu caráter espontâneo e de como o elemento “inesperado” pautado pelo respondente se relaciona com a velocidade e abundância das trocas de informações nas redes.

A terceira pergunta, foi pensada para que pudéssemos saber por que o Berenice Day se tornou esse ciberacontecimento que tem um dia só pra ele e é repetido anualmente, no Twitter. A partir desta pergunta, agrupamos as respostas coletadas no Quadro 5

Quadro 5 – Para você, o que faz o Berenice Day ser importante a ponto de ter um dia só para ele?

Respondente	Resposta
R1	O vídeo é icônico, o relato dela é engraçado, a maneira que é contado... Mas o que fez a data ser lembrada, é a atemporalidade dos memes que ele gerou
R2	o simples fato dela ter mencionado a data. Assim como o 3 de outubro pras meninas malvadas
R3	Esse é um vídeo muito icônico e a frase “Berenice, segura nos vamos bater” serviu como meme diversas vezes e em muitas situações. Acho que nem a própria Leila Lopes devia entender o legado que ela deixou para a internet
R4	Eu acho que foi um dos primeiros grandes memes do Twitter, e por ela enfatizar a data exata do acidente, isso acabou tornando o dia um marco para voltar a falar sobre o vídeo.
R5	<p>Para mim, é a junção de dois fatores: o fato de uma celebridade feminina, que foi símbolo sexual e ter em torno de si aquela aura olimpiana, se desconstruir de uma forma tão tosca a ponto de soar engraçada, por mais trágica que tenha sido a ocasião descrita. São uma das raras ocasiões onde alguém que usufruiu das benesses da mídia desce de seu pedestal e se revela gente como a gente.</p> <p>O segundo fator é justamente o humor nonsense e um senso de coletividade que o humor compartilhado nos traz, de modo que nos apropriamos daquele episódio, transformando o que era somente um chiste, uma galhofa, em um patrimônio afetivo do nosso zeitgeist. Mas sem deixar de rir. Antes, a gente só ria, hoje a gente ri, mas com respeito. E carinho. Tanto que a Leila foi alçada ao hall das personalidades de internet, ainda que ela, na época, nunca tenha vislumbrado isso. É muito comum hoje, você ver os internautas a chamando de "deusa", "diva", e outros adjetivos que enaltecem a figura dela. Acho que o ocorre nesse caso é parecido com quando o público LGBT se apropria de palavras antes consideradas ofensivas, revertendo-as em vocábulos do seu uso cotidiano, com um valor de afirmação.</p> <p>É isso, antes ríamos da tosquice do depoimento da Leila, hoje, enaltecemos esse depoimento e ainda usamos ele para falar de coisas sérias, como o uso de cinto de segurança, mas usando do humor.</p> <p>Se tem uma palavra que pode ser usada para este caso, é apropriação.</p>
R6	Bem, acho que a cultura criada dentro da internet é curiosa, é engraçado como a gente passa a dar visibilidade pra coisas tão “bobas”, divertidas, que acabam povoando o nosso imaginário. É como por exemplo a músiquinha do Mamute, que até hoje eu lembro e foi um dos primeiros virais dos anos 2000. Memes conseguem ser atemporais, marcam as gerações, são um fenômeno cultural. Eu vejo o Berenice Day, como uma forma de preservar isso e como uma forma de homenagem também a memória da Leila Lopes. Não sei o que ela acharia disso, se estivesse viva. Mas acredito que a galera lembre dela com carinho.

Respondente	Resposta
R7	Eu considero importante pois é um marco do meme nacional podemos ate considerar um feriado, além de frases iconicas em apenas um video, fala como o fusca é resistente, fala de feminismo "pois diferente de que muitos homens pensa eu dirijo muito bem, para dirigir São Paulo, Rio, Porto Alegre", além da importância do cinto de segurança é um item imprescindível no seu visual. E é um meme que pode ser usado em muitos momentos

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

A partir do Quadro 5, identificamos que os principais fatores percebidos pelos respondentes que justificam a importância do Berenice Day são: a versatilidade dos *memes* surgidos a partir do vídeo “Leila Lopes no limite da morte”, a maneira enfática como a data do acidente é narrada por Leila durante a entrevista e o tempo/espço da viralização do vídeo.

Falar sobre a versatilidade o uso desses *memes*, é falar sobre apropriação. No contexto dos *memes* de internet, a apropriação da informação pode acontecer tanto no uso de *memes* intactos, quanto de *memes* remixados. No caso dos *memes* remixados, a apropriação é evidente, visto que o *meme* incorpora elementos novos, introduzidos pelo sujeito que compreendeu e se apropriou do *meme* original. Esse processo também pode ocorrer com os *memes* intactos quando seu uso é condicionado à uma determinada situação pelo sujeito, de maneira que embora novas informações tenham sido criadas e adicionadas, o *meme* original se mantém sem alterações, podendo ser isolado e ainda produzir sentido.

Uma das motivações a escolher os *memes* produzidos e utilizados durante o Berenice Day, foi o diferencial desses *memes* em relação a sua duração. Conforme Dawkins (2007) das três categorias para a sobrevivência do *meme*, a longevidade é a menos importante pois leva em conta o suporte informacional e a mente humana em si, no entanto, o que tornam estes *memes* bem sucedidos são as outras duas características, fecundidade e fidelidade. Se a fecundidade diz respeito ao grau de reprodução do *meme*, os *memes* estudados podem ser considerados relativamente bem sucedidos ao percebermos como eles seguem sendo utilizados há mais de uma década. Já a fidelidade, diz respeito a capacidade replicação, com maior semelhança ao *meme* original, que no caso do Berenice Day percebemos que os *memes* passam por pequenas alterações mesmo que não intencionais.

Sobre o terceiro fator listado, acreditamos que o fato de o vídeo ter viralizado “cedo”²⁴ (na segunda metade da década de 2000), associado à maneira como data do acidente é narrada (sendo parte do elemento humorístico do vídeo), foi suficiente para que esses *memes* pudessem marcar o imaginário de um grupo social bastante específico. Sobre essa especificidade,

²⁴ Nesse caso, cedo, é utilizado como uma marcação temporal referente à relação entre a época em que o vídeo se tornou viral e a domesticação dos computadores pessoais e da internet no Brasil. Entendemos que a primeira década dos anos 2000, marca o início das interações sociais online que conhecemos hoje.

voltamos a discussão da longevidade e dizemos que se não houverem novos sujeitos participando do Berenice Day nas próximas edições do cibercontecimento, a tendência é que o evento chegue ao fim.

Em seguida, as respostas que foram agrupadas no Quadro 6, nos ajudam a compreender e traçar o perfil dos usuários que fazem uso dessas informações (*memes* do Berenice Day), perguntamos aos participantes informar sua idade, escolaridade e gênero/sexualidade.

Quadro 6 – Se você puder responder, poderia informar sua idade, escolaridade e gênero/sexualidade?

Respondente	Resposta
R1	27 anos, Graduado em Comércio Exterior, Cis/Gay
R2	idade: 25, escolaridade: Superior completo, gênero: Masc, sex: gay
R3	Tenho 27 anos, homem, gay, ensino superior completo
R4	26 anos, ensino superior completo, homem cis gay.
R5	Me chamo Juliano da Hora, tenho 42 anos, sou formado em Jornalismo, Radialismo e TV e sou pós-graduado em fotografia e audiovisual. E sim, eu sou gay.
R6	Eu tenho 29 Anos, sou Publicitário por formação, cursando administração no momento também. Quanto a orientação sexual, sou homo e me identifico como um homem cisgênero.
R7	27 anos, Ensino Superior Completo, Homem Cis, Gay

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Analisando as respostas no Quadro 6, apontamos que o perfil dos usuários que utilizam os *memes* do Berenice Day pertence a um grupo bastante nichado (homens, gays, cis, na média de 25 (vinte e cinco) e 30 (trinta) anos e com ensino superior completo), o que pode nos ajudar a compreender ainda, a maneira com que o cibercontecimento se mantém. Nesse caso, esses *memes* surgidos a partir da entrevista de Leila passam a integrar o léxico desse grupo, fazendo parte da identidade cultural dessas pessoas.

O Berenice Day enquanto acontecimento, tem sua continuidade pautada nessa identificação e os *memes* circulados nesse cibercontecimento (assim como outros *memes* produzidos, replicados e circulados pela população LGBTQIA+), fazem parte de um grupo ainda maior de *memes*, desenvolvidos em torno de mulheres expressivas e autênticas, como por exemplo Gretchen, Inês Brasil, Pepita, Leona Vingativa e Jojo Todynho.

O comportamento de divatização ou celebrificação de personalidades midiáticas por fãs pode ser observado na dissertação de Wellthon Leal (2017), onde o autor argumenta que a própria noção de fã é lida como algo emotivo, passional e ligado ao feminino, fazendo com que a postura de fã vinda de um homem fosse considerada como um desvio das normas de gênero. Ainda conforme o autor, esse comportamento é percebido antes mesmo das interações na web, a exemplo das chamadas divas das óperas musicais do século XIX.

A divatização de personalidades midiáticas se desenvolve de acordo com o contexto histórico, social e cultural em que se encontra, se repetindo com as atrizes de cinema, modelos fotográficas ou de passarela, cantoras da era do rádio, da *disco music* e da música pop. No contexto dos *memes* de internet, esse processo se repete e também é marcado pela presença de pessoas cujos comportamentos e identidades, desviassem das normas de gênero.

A internet provoca o surgimento de novas celebridades e novos fãs, dispostos a defender, proteger, divulgar e disseminar os produtos, serviços e a imagem de suas divas. Assim, personalidades como Leila Lopes e Berenice Lamônica, passam a figurar o imaginário e o repertório de uma determinada comunidade online, formada majoritariamente por homens cis, gays, que desviam das normas de gênero impostas pela sociedade ocidental hetero-patriarcal.

No Quadro 7, reunimos as respostas referentes ao último momento da entrevista, onde, ainda querendo delimitar o perfil das pessoas que mantém o Berenice Day, perguntamos sobre o tempo médio de uso do Twitter.

Quadro 7 – Quanto tempo você gasta por dia, em média, no Twitter?

Respondente	Resposta
R1	Segundo o iPhone uso o Twitter por 2h ao dia.
R2	médias de 2 horas/dia
R3	Uso o Twitter o tempo todo. Diria umas 10-12h
R4	Umas 3-4 horas por dia.
R5	Depende muito. O Twitter tem se tornado uma faca de dois gumes para mim, por que a princípio, o utilizo para duas finalidades: me informar e me divertir com os memes. Infelizmente, é impossível hoje em dia se manter bem informado sem ter seu fígado afetado pela grande quantidade de bots e pessoas preconceituosas que nunca te viram na vida e te agridem gratuitamente por conta de uma opinião sua com a qual eles não concordam. Tem sido bem irritante nos últimos anos. Por outro lado, tenho seguido mais perfis que falam exclusivamente sobre determinados temas que não decantam ódio, como revistas e portais de música, galerias de arte, artistas (que mesmo se posicionando politicamente e atraindo essa turba agressiva, são como um alento que equilibram essa balança. Também tenho seguido muitos influencers negros e grana, com quem sempre aprendo e conheço coisas novas. Contando as vezes que eu paro o que estou fazendo para dar "uma volta no Twitter", creio que eu passe um pouco mais de uma hora por dia. Vejo o Twitter após o almoço, enquanto espero o ônibus, durante minhas viagens de ônibus e após o jantar. Hoje de manhã foi por acaso.
R6	Segundo os relatórios do meu smartphone, eu gasto uma média de 4 horas diárias utilizando redes sociais.
R7	Eu gastava mais, porem agora em torno de 2 horas, porém ja gastei mais de 14 horas por dia

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Conforme os dados do Quadro 7, podemos inferir que os sujeitos que participam do Berenice Day são pessoas que vivem conectadas as redes, produzindo e consumindo informações no Twitter sempre que possível. O respondente 5 afirma que acessa o Twitter em

diversos momentos do dia (num momento de descanso após as refeições, enquanto espera o transporte coletivo e durante as viagens no coletivo) e os demais respondentes afirmam utilizar o site por cerca de 2 (duas) horas por dia.

O tempo de uso de uma rede social nos auxilia a compreender o perfil do usuário. As pessoas que utilizam o #BereniceDay são engajadas no ciberespaço, sempre conectadas as redes, atentas as velozes interações desenvolvidas em seus círculos sociais, tal como descrito por Manuel Castells (1997) na sua sociedade em rede. Esse comportamento de conectividade dos indivíduos as redes é propício ao surgimento e manutenção de ciberacontecimentos como o Berenice Day.

Em decorrência dessa hiper conectividade praticada pelos respondentes da pesquisa, e descrita pelo paradigma da sociedade em rede de Castells, implica no paradigma da sociedade do cansaço de Byung-Chul Han (2015). Percebemos que parte significativa dos tweets levantados e discutidos na seção anterior, eram sobre ter se lembrado que já era dia 19 de dezembro, dia de publicar a *tag* #BereniceDay no Twitter, tal como vimos na resposta do participante R2 à segunda pergunta da entrevista (ver Quadro 4). Percebemos que para algumas pessoas o Berenice Day, além de ciberacontecimento, adquiriu status de ritual, quase como a ideia da replicação memética descrita por Richard Dawkins (2007), a repetição pela repetição. Relacionamos esse comportamento com a nossa maneira de perceber o mundo e de produzir e compartilhar as informações dispostas em nossas redes, quase sempre de maneira superficial, sem tempo e/ou capacidade de aprofundamento.

Como vimos durante a fundamentação teórica deste trabalho, o Twitter, principal local de desenvolvimento do Berenice Day, oferece serviços de personalização, tanto na busca dos conteúdos, quanto nas sugestões de tweets e usuários. Isso faz com que possamos identificar o paradigma da sociedade em bolhas, de Eli Pariser (2012), nas relações estabelecidas por meio do site. Assim, podemos afirmar que o Berenice Day é um ciberacontecimento bastante duradouro, podendo ser recuperado no Twitter desde 2009. Assim, a continuidade do Berenice Day se deve em partes ao fenômeno das bolhas, que fazem com que o assunto se mantivesse popular durante todos esses anos, mesmo que só dentro de uma comunidade consideravelmente nichada, uma bolha.

A partir dos dados coletados, percebemos que o Berenice Day, integra a cultura digital brasileira, sendo mantido principalmente pela comunidade LGBTQIA+ e aliados. Embora os *memes* (intactos ou remixados) produzidos e compartilhados durante o ciberacontecimento não dialoguem abertamente sobre militância, notamos que eles foram apropriados à linguagem da

comunidade, fazendo parte do seu repertório, tornando esses *memes* fundamentais no processo de autoexpressão e comunicação.

É impreciso dizer quando esse ciberacontecimento vai acabar. Embora o movimento da *tag* #BereniceDay tenha sido consideravelmente menor em 2020 em relação aos demais anos, o que pode nos dar uma pista de que esse “fim” já tenha começado, destacamos o comportamento dinâmico e imprevisível das interações sociais na cultura digital.

6 POR ONDE ANDAM AS CONSIDERAÇÕES FINAIS? UM BEIJO, CONSIDERAÇÕES FINAIS!



Well it's over

Nina Bo'nina Brown · 121,978 views

6K 110



25

Iniciamos esta pesquisa buscando compreender o Berenice Day, mais precisamente a forma como esse cibercontecimento se desenvolve e é apropriado pelas pessoas no Twitter. Além disso buscou-se saber os motivos que levam a produção e compartilhamento de *memes* de internet sobre o Berenice Day se estender por tanto tempo, considerando a efemeridade da circulação dos *memes* de internet.

Dessa forma, a partir do objetivo geral de “analisar os processos de circulação, apropriação e uso da informação durante o cibercontecimento Berenice Day no contexto das fontes de informação na web, especificamente o Twitter”, traçamos 5 (cinco) objetivos específicos, que foram alcançados durante a coleta e análise dos dados desta pesquisa.

O primeiro desses objetivos específicos foi “contextualizar/narrar a história do cibercontecimento Berenice Day”, sendo realizado no capítulo anterior, onde explicamos as origens deste cibercontecimento e seus desdobramentos. Notamos que o Berenice Day surge a partir de um vídeo viral, mas não se atém a isso. O cibercontecimento se mantém e se desenvolve a partir das interações sociais desenvolvidas pelas pessoas na rede, de maneira que essas pessoas se tornem parte deste acontecimento.

No segundo objetivo decidimos “mapear a produção informacional sobre o cibercontecimento Berenice Day no Twitter”. Esse objetivo, foi concluído a partir do mapeamento, cuja busca foi delimitada pelo uso dos filtros de *hashtags* e data, possibilitando a recuperação todos os *tweets* utilizando a *tag* #BereniceDay no dia 19 de dezembro nos anos de 2016 à 2020. Assim, pudemos perceber o nível de aderência ao cibercontecimento no decorrer

²⁵ *Well it's over*. Nina Bo'nina Brown. Esse *meme* é uma captura de tela de um vídeo no Youtube, publicado pela drag queen estadunidense Nina Bo'nina Brown. Nina publicou o vídeo após ter sido eliminada da nona temporada do reality show RuPaul's Drag Race, tecendo comentários sobre o fim da sua participação no programa. É dessa forma que iniciamos as considerações finais deste trabalho, anunciando seu fim enquanto discutimos sobre ele.

dos anos. Notamos ainda, a partir da apropriação da informação do Berenice Day como outros assuntos se misturam ao cibercontecimento, criando novas narrativas e novos *memes*, a partir da remixagem.

A partir desse mapeamento, pudemos concluir o terceiro objetivo específico que se destinou a “identificar os principais *memes* e termos utilizados durante o cibercontecimento Berenice Day”, onde verificamos que os principais termos (*memes* textuais) são oriundos do vídeo viral “Leila Lopes no limite da morte”. Entendemos que, embora a apropriação das informações veiculadas no Berenice Day possibilitem a conexão com outros temas e a produção de diferentes narrativas, de acordo com as interações das pessoas, o foco do cibercontecimento permanece na replicação dos seus *memes* canônicos. A replicação destes contribui, ainda, com a existência e manutenção do acontecimento em si.

O quarto objetivo procurou “traçar o perfil de usuários que fazem uso dessa informação”, para isso, foram realizadas as entrevistas via DM, onde descobrimos que esses *memes* são utilizados principalmente pela comunidade LGBTQIA+, especialmente pelos homens gays cisgêneros. As pessoas que integram o Berenice Day estão sempre conectadas as redes, são engajadas no ciberespaço, atentas as velozes interações desenvolvidas em seus círculos sociais, produzindo e consumindo informações no Twitter sempre que possível.

Finalmente, o último objetivo específico foi “entender como esses *memes* são apropriados e utilizados pelos usuários do Twitter”, foi alcançado a partir das análises dos 3 (três) tipos de dados coletados, foram eles: dados do mapeamento informacional dos *tweets*, dos *memes* imagéticos e das entrevistas via DM.

Entendemos que os usos e apropriações dos *memes* do Berenice Day podem acontecer das seguintes formas:

a) descontextualizada, onde existe somente o objetivo de participar do cibercontecimento, como quando o *tweet* se resume a “Feliz Berenice Day”, “#BereniceDay”, um *tweet* com um *meme* imagético sem legenda e outras maneiras similares, onde o *meme* é replicado e se mantém intacto (nesse caso os *memes* são utilizados mas não ocorre apropriação); b) contextualizada sem alteração de imagem, na qual o *meme* pode ser encaixado num contexto específico porém sem que se façam alterações no *meme* imagético, somente a legenda é alterada e é ela quem norteia os novos significados que o *meme* pode adquirir; c) contextualizada com alteração de imagem, nessa modalidade a replicação remixa um *meme* imagético existente, alterando a imagem em si, como no caso dos *memes* das Figuras 7 e 9.

A partir deste trabalho, enquanto profissional da informação, pude ampliar minhas perspectivas sobre as fontes de informação na internet, refletir sobre as interações sociais e

sobre como elas moldam o a cultura digital e os impactos dessas interações nas nossas vidas. Além disso, pude demonstrar como o campo de estudo da Biblioteconomia é extenso e de como os *memes* de internet podem servir para a compreender e identificar determinada comunidade.

Acreditamos que a pessoa bibliotecária precisa saber dialogar com seu público. Observar e compreender os *memes* usados nas interações sociais da web é uma maneira de conseguir isso. No entanto, é necessário ainda, ser capaz de entender essas interações além da própria bolha, de maneira que este profissional seja capaz de dialogar com o outro ao invés de se comunicar somente com as pessoas presentes em seus círculos.

Para isso, é preciso pensar em sites de redes sociais, como fontes de informação na internet, espaços onde informações são constantemente produzidas, circuladas, disseminadas, apropriadas e utilizadas pelas pessoas em suas interações. É interessante observar que as características da cultura digital, por vezes criam situações onde as necessidades informacionais de uma pessoa, sejam atendidas por outras, que podem ou não ter a intenção de realizar essa atividade.

Nos ciberacontecimentos, essas interações ficam ainda mais em evidência. Quando utilizamos as informações desencadeadas por essa modalidade do processo de acontecer, aumentamos a visibilidade do ciberacontecimento e tornamo-nos parte dele. Assim, reiteramos que o Berenice Day é, essencialmente, sobre as pessoas e seus processos informacionais, seja o uso de *memes*, apropriação, produção e remixagem destes a partir de suas experiências pessoais ou a disseminação dos *memes* existentes.

A metodologia utilizada foi fundamental para a construção do trabalho. O método netnográfico nos permitiu alcançar parte dos objetivos específicos estabelecidos durante o planejamento e desenvolvimento desta pesquisa. A partir desse método foi possível estudar as interações sociais na rede, os usos e apropriações das informações pertencentes ao Berenice Day e compreender quem são as pessoas que integram as comunidades virtuais que fazem uso dessas informações. Ressaltamos ainda que a netnografia percebe a internet como um dispositivo produtor de cultura, capaz de afetar a vida social, sendo bastante útil para conduzir um estudo sobre os *memes* produzidos, disseminados, apropriados e utilizados nas interações sociais da web durante um ciberacontecimento pertencente à cultura digital.

Sabendo que grande parte da produção memética no Berenice Day se dá por imagens, o método de análise de imagens mostrou-se fundamental para o desenvolvimento desta pesquisa. A partir deste método foi possível alcançar parte dos objetivos específicos, identificando e analisando esses *memes*, compreendendo os contextos de uso, produção e compartilhamento, das significações, da forma como lidam e afetam com a realidade das comunidades virtuais.

Destacamos que no início da pesquisa, pensamos em fazer o mapeamento dos termos desde 2009 (primeiro registro do Berenice Day no Twitter), até 2020. No entanto, não encontramos nenhum software de contagem de tags que fizesse esse levantamento por períodos maiores que um mês, sem limite máximo de tweets (geralmente limitado a 2.000) e que recuperasse tweets mais antigos, isso por que a maioria dos softwares encontrados ou fazia o monitoramento de tags em tempo real ou com os tweets publicados nas duas últimas semanas. Assim, como o levantamento precisou ser feito manualmente, foi necessário estabelecer um recorte temporal, para que a coleta fosse exequível.

Assim, sabendo que os *memes* são uma forte ferramenta de autoexpressão e comunicação na internet e que o estudo de *memes* e dos ciberacontecimentos ainda é algo novo na Biblioteconomia, evidenciamos que essa temática poderia ser explorada em estudos sobre a produção documental nos *memes* políticos e suas repercussões na sociedade, sobre as pessoas enquanto propulsoras de ciberacontecimentos e *memes*, ou ainda sobre a apropriação e uso de *memes* na comunicação entre unidades de informação e usuários.

Finalmente, ao entendemos os *memes* como informação, afirmamos que os *memes* possuem a capacidade de viabilizar as interações sociais entre as pessoas, essas interações sofrem a interferência do conhecimento prévio de cada indivíduo. Sendo assim, compreendemos o *meme* como elemento essencial para o desenvolvimento social e cultural das comunidades virtuais existentes na cultura digital.



REFERÊNCIAS

- BITTENCOURT, Maria C. A.; GONZATTI, Christian. O ciclo de vida de um meme: delineamentos para o espalhamento a partir do cibercontecimento em torno do caso da capivara-cachorro. *Lumina*, Juiz de Fora, v. 11, n. 1, p. 1-20, abr. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21366/11599>. Acesso em: 29 nov. 2021.
- BARRETO, Aldo A. A questão da informação. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 8, n. 4, p. 3-8, 1994. Disponível em: http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/v08n04/v08n04_01.pdf. Acesso em: 27 ago. 2021.
- BATISTA, Carmem L. Mediação e apropriação da informação pública fiscal: educação para a cidadania. **Inf. Prof.**, Londrina, v. 5, n. 2, p. 181-205, jul./dez. 2016. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/infoprof/article/view/28320>. Acesso em: 27 ago. 2021.
- BISCALCHIN, Ana C. S. **Apropriação social da informação, cultura e tecnologia: software livre e políticas culturais no Brasil**. 2018. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-11092018-155659/pt-br.php>. Acesso em: 18 set. 2021.
- BLACKMORE, Susan. **The meme machine**. Oxford: Oxford University Press, 1999.
- BÖRZSEI, Linda. Em vez disso, faz um meme: uma história concisa dos memes de internet. *In*: CHAGAS, Viktor. (org). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: Edufba, 2020. p. 509-540.
- BUCKLAND, Michael. Information as thing. **Journal of the American Society of Information Science**, [S. l.], v. 42, n. 5, p. 351-360, jun. 1991.
- BURGESS, Jean. “Toda sua chuva de chocolate está pertencida a nós?”: vídeos virais, Youtube e a dinâmica da cultura participativa. *In*: CHAGAS, Viktor. (org). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: Edufba, 2020. p. 127-138.
- CAMPELLO, Bernadete S.; CENDÓN, Beatriz V.; KREMER, Jeannette M. **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2003.
- CAPURRO, Rafael; HJORLAND, Birger. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 12, n. 1, p. 148-207, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-99362007000100012>. Acesso em: 3 jul. 2021.
- CARVALHO, Angela M. G. **A apropriação da informação: um olhar sobre as políticas públicas sociais de inclusão digital**. 2010. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Marília, 2010. Disponível em: <https://www.marilia.unesp.br/Home/Pos->

Graduacao/CienciadaInformacao/Dissertacoes/carvalho_amg_do_mar.pdf. Acesso em: 27 ago. 2021.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CHAGAS, Viktor. Da memética aos estudos sobre memes: uma revisão da literatura concernente ao campo nas últimas cinco décadas (1976-2019). *In*: CHAGAS, Viktor. (org). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: Edufba, 2020. p. 23-79.

CUNHA, Murilo B. **Para saber mais: fontes de informação em ciência e tecnologia**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2001.

CUNHA, Murilo B.; CAVALCANTI, Cordélia R. O. **Dicionário de biblioteconomia e arquivologia**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2008.

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

GANS, Hebert J. **Popular culture & high culture: an analysis and evaluation of taste**. 2nd. ed. New York, NY: Basic Books, 1999.

GARNER, Rochelle. **Twitter gave you 280 characters, and your tweets got shorter**. Cnet Tech, [S. l.], 30 out. 2018. Disponível em: <https://www.cnet.com/tech/services-and-software/twitter-gave-you-280-characters-and-your-tweets-got-shorter/>. Acesso em: 11 abr. 21.

GIL, Antonio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

HENN, Ronaldo C. O cibercontecimento. *In*: VOGEL, Daisi; MEDITSCH, Eduardo; SILVA, Gislene. **Jornalismo e acontecimento: tramas conceituais**. Florianópolis: Insular, 2013. p. 21-34.

HENN, Ronaldo C. Seis categorias para o cibercontecimento. *In*: NAKAGAWA, Regiane M. O.; SILVA, Alexandre, R. (org.). **Semiótica da comunicação II**. São Paulo: INTERCOM, 2015. p. 208-227.

HENN, Ronaldo C; HÖER, Kellen M; BERWANGER, Gabriela I. Transformações do acontecimento nas redes sociais: das mobilizações contra a homofobia à crise de dupla sertaneja. **Brazilian Journalism Research**, [s. l.], v. 8 n. 1, p. 100-117, 2012.

INOCENCIO, Luana. #PrimeiraGuerraMemeal: cultura digital, sociabilidade e consumo de humor nos memes. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., São Paulo. **Anais eletrônicos [...]**. São Paulo: USP, 2016. p. 1-15. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0880-1.pdf>. Acesso em: 28 set. 2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. Slash Me, Mash Me, Spread Me... **Confessions of na Aca-Fan**, [s. l.], 24 Apr. 2007. Disponível em: http://henryjenkins.org/blog/2007/04/slash_me_mash_me_but_please_sp.html. Acesso em: 16 set. 2021.

KNOBEL, Michele; LANKSHEAR, Colin. Memes and affinities: Cultural replication and literacy education. In: ANNUAL MEETING OS THE NATIONAL READING CONFERENCE. *Proceedings* [...]. Miami: National Reading Conference, 30 nov. 2005.

KNOBEL, Michele; LANKSHEAR, Colin. Memes on-line, afinidades e produção cultural (2007-2018). In: CHAGAS, Viktor. (org). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: Edufba, 2020. p. 85-126.

LATOUR, Bruno. On technical mediation - philosophy, sociology, genealogy. *Common Knowledge*, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 29-64, 1994.

LEAL, Wellthon, R. A. **A construção das identidades dos homossexuais masculinos a partir do consumo das divas pop**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/31844>. Acesso em: 14 out 2021.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. São Paulo: Editora 34, 1993.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LUNARDI, Gabriel M.; BURGESS, Jean. "É zoeira" : as dinâmicas culturais do humor brasileiro na internet. In: CHAGAS, Viktor. (org). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. Salvador: Edufba, 2020. p. 427-458.

MARTELETO, Regina M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001.

MARTELETO, Regina M. Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em ciência da informação. **Pesq. bras. ci. inf.**, Brasília, DF, v. 3, n. 1, p. 27-46, jan./dez. 2010.

MARTÍNEZ-SILVEIRA, Martha; ODDONE, Nanci. Necessidades e comportamento informacional: conceituação e modelos. **Ci. Inf.**, Brasília, DF, v. 36, n. 1, p. 118-127, maio/ago. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/KrG78hPcXjDbCyKLHWMcKNP/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 14 dez. 2021.

MENEZES, Afonso H. N.; DUARTE, Francisco R.; CARVALHO, Luis O. R.; SOUZA, Tito E. S. **Metodologia científica: teoria e aplicação na educação a distância**. Petrolina: UFVFSF, 2019.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PILZ, Jonas B. Apropriações publicitárias do cibercontencimento: associações de marcas nas redes digitais com a aprovação do casamento igualitário nos EUA. *In*: FREITAS, Ernani C; SARAIVA, Juracy S; HAUBRICH, Gislene F. **Diálogos interdisciplinares: cultura, comunicação e diversidade no contexto contemporâneo**. Nova Hamburgo, Universidade Feevale, 2016. p. 441-448.

PINHEIRO, Lena. V. R. Fontes ou recursos de informação: categorias e evolução conceitual. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, [s.l.], v. 1, n. 1, 2006. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/27204>. Acesso em: 15 mar. 2020.

RANCIÈRE, Jacques. **Políticas da escrita**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

REBS, Rebeca R. Reflexão epistemológica da pesquisa netnográfica. **Comunicologia**, Brasília, DF, n. 8, p. 74-102, 2011. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/2439>. Acesso em: 29 set 2021.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. *In*: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando. (org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009. p. 1-15. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2021.

RECUERO, Raquel. O digital trash como mainstream: considerações sobre a difusão de informações em redes sociais na internet. *In*: PEREIRA, Vinícius A. (org.). **Cultura digital trash: linguagens, comportamentos e desafios**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007. p. 1-15. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/digitaltrash.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2021.

RUFINO, Airtiane. F.; OHANA, Andrezza; TABOSA, Hamilton R. Twitter: a transformação na comunicação e no acesso às informações. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 11, Teresina, 2009. **Anais eletrônicos [...]** Teresina: Intercom, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2009/resumos/R15-0542-1.pdf>.

SILVA, Jonathan L. C.; GOMES, Henriette F. Conceitos de informação na ciência da informação: percepções analíticas, proposições e categorizações. **Inf. & Soc.: Est.**, João Pessoa, v. 25, n. 1, p. 145-157, jan./abr. 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/145>. Acesso em: 15 set 2021.

SILVA, Leyde K. R. Fontes de informação na Web: apropriação, uso e disseminação da informação étnico-racial no movimento negro da Paraíba. **TransInformação**, Campinas, v. 26, n. 2, p. 203-212, maio/ago. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tinf/a/ZqYkgZ53cLdStHHKy9RzMhN/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 20 jul 2021.

SILVA, Leyde K. R. **Fontes de informação na web: uso e apropriação da informação como possibilidade de disseminação e memória do Movimento Negro no Estado da Paraíba**. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2010.

SILVA, Maurício. Resenha sobre cultura popular e alta cultura: uma análise e avaliação do gosto. **Pol. Cult. Rev.**, Salvador, v. 10, n. 2, p. 297-304, jul./dez. 2017.

SILVA, Tarcisio, T. **Ativismo digital e imagem**: estratégias de engajamento e mobilização em rede. Jundiaí: Paco Editorial, 2016.

SALCEDO, Diego; ALVES, Riane. Mídia social nas bibliotecas universitárias: o caso do twitter nas universidades católica e federal rural de Pernambuco. **Páginas a&b**, Porto, v. 3, n. 9, p. 12-27, 2018. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/86257>. Acesso em:

SALCEDO, Diego; SILVA, Jhoicykelly R. P. A disseminação da informação: o papel do bibliotecário-mediador. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 22, n. 1, p. 23-30, dez./mar. 2017. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1274>. Acesso em: 15 set 2021.

SANTAELLA, Lúcia. **Leitura de imagens**. São Paulo: Melhoramentos, 2012.

SANTOS, Raquel do R. **Gestão dos dispositivos de comunicação da web social**: potencializando as atividades de mediação da informação e do conhecimento em bibliotecas universitárias brasileiras. 2016. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2016.

SUGAHARA, Cibele R.; VERGUEIRO, Waldomiro C. S. Fluxo de informação na perspectiva do ambiente em rede. **Rev. digit. bibliotecon. cienc. inf.** Campinas, v. 11, n. 2, p.76-97, maio/ago. 2013. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1639>. Acesso em: 20 ago. 2021.

TOMAÉL, Maria. I.; ALCARÁ, Adriana R.; DI CHIARA, Ivone G. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/WTMRGVXjNdLNLDwGBD5HTXb/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 20 ago. 2021.

TOMAÉL, Maria I.; CATARINO Maria E.; VALENTIM, Marta L. P.; ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo F.; SILVA, Terezinha E.; ALCARÁ, Adriana R.; SELMINI, Daniela C.; MONTANARI, Fabiana R.; YAMAMOTO, Silvia. Fontes de informação na internet: acesso e avaliação das disponíveis nos sites de universidades. [S. l.], p. 1-14, [2000?].

TOMAÉL, Maria I.; MARTELETO, Regina M. Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação. **Encontros Bibli**, Florianópolis, n. esp., p. 75-91, 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2006v11nesp1p75>. Acesso em: 7 mar. 2020.

VALENTIM, Marta L. P.; SOUZA, Juliete S. F. Fluxos de informação que subsidiam o processo de inteligência competitiva. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 18, n. 38, p. 87-106, nov. 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2013v18n38p87>. Acesso em: 7 mar. 2020.

VOGEL, Daisi. O acontecimento jornalístico e as condições da experiência. *In*: VOGEL, Daisi; MEDITSCH, Eduardo; SILVA, Gislene. **Jornalismo e acontecimento**: tramas conceituais. Florianópolis: Insular, 2013. p. 65-83.

VERMELHO, Sônia C.; VELHO, Ana P. M.; BONKOVISKI, Amanda; PIROLA, Alisson. Refletindo sobre as redes sociais. **Educ. Soc.**, Campinas, v. 35, n. 126, p. 179-196, jan.-mar. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/es/a/4JR3vpJqszLSgCZGVr88rYf/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 7 mar. 2020.

ZUCKERMAN, Ethan. Gatos fofos ao resgate? Mídia participativa e expressão política. *In*: CHAGAS, Viktor. (org). **A cultura dos memes**: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital. Salvador: Edufba, 2020. p. 221-252.