

# Animação viral: memes podem estar controlando seu celular

*Viral animation: memes may be taking control of your phone*

João Paulo Amaral Schlittler<sup>1</sup> , Vitor Carvalho de Oliveira<sup>1</sup> 

## RESUMO

Uma guerra animada se desenrola na palma das nossas mãos. O conflito pode ser visualizado nas diminutas telas dos celulares na forma GIFs animados — memes que invadem diariamente os aparelhos disseminando medo e hilaridades. Em termos técnicos e artísticos, essas mensagens digitais podem não ser consideradas uma forma de animação. Porém, independentemente do julgamento acerca de sua qualidade, essas imagens pulsam incessantemente diante de nossos olhos. A importância desse formato não deve ser menosprezada: a viralização de memes impactou dramaticamente o resultado da campanha presidencial de Jair Bolsonaro em 2018. Os tradicionais santinhos impressos durante a época das eleições se tornaram imagens “fast food” manipuladas digitalmente, animadas de forma aleatória e distribuídas como GIFs nas redes sociais. O impacto dessa mídia pode ser, por um lado, catastrófico, mas por outro, esclarecedor. Nesta pesquisa, memes animados brasileiros foram apresentados e discutidos, destacando a relevância dessa forma atual e influente de subcultura da animação.

**Palavras-chave:** memes animados; GIFs animados; cultura de rede; alfabetização digital.

## ABSTRACT

*The smallest screen is home to an animated war, looping GIFs have taken control of your mobile phone and spread fear, hack, and laughter. These digital tidbits may not be even worthy of being considered as animation, and yet these tiny representations of disfigured media personalities and politicians simply won't stop popping before our eyes. The importance of this format should not be overlooked — the viralization of memes dramatically influenced the outcome of Jair Bolsonaro's presidency campaign in 2018. Political cartoons have evolved into “fast food” digitally manipulated images, many of them are haphazardly animated and are distributed as low bandwidth animated GIFs. The results of this media may be catastrophic, or on the other hand enlightening. In this panel, a selection of Brazilian animated memes were presented and discussed, shedding light on a current and influential form of animated subculture.*

**Keywords:** animated memes; animated GIFs; network culture; new literacies.

---

<sup>1</sup>Universidade de São Paulo – São Paulo (SP), Brasil. E-mails: joaopaulos@usp.br; v.colvr@gmail.com  
Recebido em: 18/06/2021 – Aceito em: 14/10/2021

## INTRODUÇÃO: ANIMAÇÃO UBÍQUA

A ubiquidade de dispositivos digitais portáteis tem gerado uma mudança radical na forma de nos comunicarmos. Não apenas pelo fato de estarmos conectados em qualquer local e a qualquer hora, mas principalmente pela forma como nos comunicamos. A linguagem verbal, quando expressa oralmente na comunicação presencial, tem o apoio de gestos e expressões faciais. Ao ser transposta para redes sociais, se por um lado sofre perdas, dadas as limitações impostas pelos aplicativos e pela tecnologia, por outro tem estimulado a criação e disseminação de representações visuais buscando compensar a perda do contato presencial. Podemos tomar como exemplos os GIFs animados utilizados para reforçar reações e gestos ou os *emoticons*, ícones que representam emoções. Ambos os casos representam elementos bastante utilizados em mensagens de texto e nos comentários em redes sociais. No entanto o significado desses elementos gráficos não pode ser compreendido simplesmente pela transliteração da imagem representada, pois dependem de aspectos culturais que, em muitas instâncias, estão associadas a memes.

Para começar, apresentaremos algumas definições de memes, GIFs e outros formatos de mensagens visuais que têm viralizado nas redes sociais. Memes podem ser definidos como uma ideia, um comportamento, um estilo ou uma utilização que dissemina de pessoa para pessoa dentro de uma cultura. GIFs animados são versões animadas de arquivos GIF<sup>1</sup>. Os GIFs são compatíveis com diversos aplicativos e plataformas e, por essa razão, têm sido adotados universalmente em uma variedade de aplicativos. Arquivos de vídeo permitem a veiculação de animações mais sofisticadas e, por demandarem mais memória e banda de transmissão, não são usados comumente no corpo de mensagens. No início esses vídeo-memes eram anexados a *e-mails*, mas mais recentemente passaram a ser viralizados em redes sociais e aplicativos de mensagens. Para exemplificar tipos de memes animados em formato de vídeo que têm viralizado, podemos mencionar os *deepfakes* — uma mídia sintética na qual uma pessoa retratada em uma imagem pré-existente é substituída pela semelhança de outra — e os *reaction videos* — vídeos de curtíssima duração encontrados em plataformas como Vine, TikTok ou YouTube, comumente animados e que expressam reações a um acontecimento.

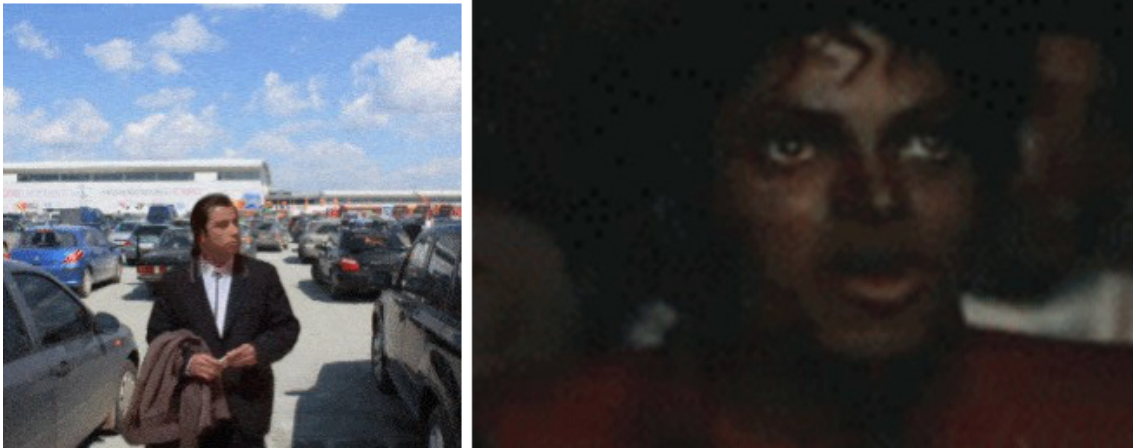
Um dos primeiros GIFs animados que viralizaram na internet foi o *Dancing Baby*, uma animação de um bebê dançante criado em computação gráfica 3D e distribuído como um arquivo GIF. Ao viralizar, diríamos que nesse caso a animação em formato GIF se tornou um meme, de forma inversa à maioria dos memes atuais, que podem ter várias formas de representação: GIFs animados do meme *Dori Me Ameno*, por exemplo, é um meme musical que assume diversas formas de representação, entre elas interpretações animadas.

Os GIFs de reação (Figura 1) têm um papel importante em reforçar emoções na comunicação digital. Muitos têm sua origem em memes, como o que se apropria de

---

1 GIF (do inglês *graphics interchange format*) é um formato de imagem *bitmap* que pode ser animado e distribuído como arquivos leves (em termos de *bytes*), requerendo uma banda digital reduzida para sua distribuição.

uma cena em que o ator John Travolta está perdido em um estacionamento no filme *Pulp Fiction* (Estados Unidos, 1994). Esse meme tem sido reapropriado em diversos contextos, como em uma versão em que o ator contracena com a ex-presidenta do Brasil Dilma Rousseff. Outro exemplo clássico de GIF de reação é um *loop* do cantor pop Michael Jackson extraído do clipe de *Thriller* (Estados Unidos, 1993) em que ele come pipoca e lança um olhar enigmático.



Fonte: <https://tenor.com/view/travolta-parking-wheres-my-car-lost-gif-12269450> e <https://tenor.com/view/movie-time-movie-theater-watching-michael-jackson-gif-3579864>

Figura 1. GIFs de reação.

Em se falando de reações (Figura 2), uma importante categoria de GIFs são os gestuais, representados por celebridades, como Marilyn Monroe jogando beijos e o ex-presidente dos Estados Unidos Barack Obama derrubando o microfone, ou personagens como Beavis e Butt-head (série animada, Estados Unidos, 1993–2011) se comportando como fazem todos os dias. Milhares de gestos em *loop* como esses



Fonte: <https://giphy.com/gifs/beavis-and-butthead-SyxsPAG2YH05y> e <https://giphy.com/gifs/obama-mic-drop-out-3o7qDSOvfaCO9b3MIO>.

Figura 2. GIFs gestuais.

são apropriados e inseridos diariamente em conversas de WhatsApp, reforçando comentários e emoções ou, até mesmo, substituindo a imagem oral (EPPINK, 2014).

Em sua pesquisa de mestrado na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, Laura Cintra, ao refletir sobre a particularidade do GIF animado viral e da animação em uma obra cinematográfica, afirma que:

Diferentemente do cinema, a justaposição com outros componentes de discurso tem caráter modular e intercambiável, independente de uma montagem prévia. Este aspecto corrobora o caráter expressivo embutido no formato, que além do movimento, permite que o usuário molde de maneira específica seu discurso pela associação de GIFs animados a textos, outras imagens ou sons. (CINTRA, 2020, p. 30).

A análise dos GIFs como componente do discurso tem sido objeto de estudo de pesquisadores interessados em compreender o papel da linguagem não verbal na comunicação contemporânea, um campo de estudos que, em inglês, é conhecido como *new literacies*. Esse termo, ao ser traduzido para o português como novas alfabetizações, perde a conotação de definir uma nova linguagem, o que é subentendido na versão original na língua inglesa, que utiliza o L maiúsculo, reforçando a ideia de que

[..] o cotidiano é amplificado na linguagem através da interação e participação de pessoas que jamais se encontrariam no espaço online e cujas interações ocorrem de formas nunca possíveis anteriormente, como a modificação coletiva de textos escritos ou visuais, e conseqüentemente “[..] esta interação com os outros possibilita novas formas de ser, aprender, conhecer e fazer.” (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007, p. 23,24<sup>2</sup>).

## **MEMES ANIMADOS E CULTURA POP BRASILEIRA**

Percebem-se nos memes brasileiros características dessa apropriação sincrética de ícones globais, geralmente reinterpretados toscamente. Trata-se de um acabamento característico dos memes nacionais e, paradoxalmente, um atributo que pode ser um fator essencial para investigar a popularidade global dos memes brasileiros. A percepção dessas singularidades pode ser apoiada pelo exercício de uma reflexão sobre como a nossa cultura é vista por um olhar estrangeiro: o Brasil é conhecido por sua diversidade cultural, enquanto, paradoxalmente, lutamos para compreender nossa identidade. Um século depois da Semana de Arte Moderna de 1922, é plausível que a resposta ainda possa ser encontrada na proposta de canibalismo cultural, publicada em 1928 no *Manifesto Antropófago*, de Oswald de Andrade, conceito que hoje pode ser transposto para uma imagem de nosso *habitat* contemporâneo: edifícios reconstruindo uma Miami subequatorial convivendo com uma massa de casas de bloco de concreto, cobertas por caixas d’água azuis; tudo isso emaranhado por uma malha de cabos e antenas com gambiarras que permitem a 210 milhões de brasileiros assistir a filmes sob demanda e postar incessantemente nas redes sociais. Nesse contexto, não há dúvida de que nossa música popular (tecno brega, *funk*, sertanejo e *rap*) seja moldada pela indústria cultural. No entanto ela não é imune à reapropriação canibal de Andrade.

Além da cultura popular, ou pop, percebem-se indícios de influências de movimentos artísticos ligados a subculturas, como o *graffiti* e a pichação. Tanto GIFs animados (o digital) como o *graffiti* (o analógico) se valem de apropriações da cultura pop e de espaços sociais para sua repercussão: o digital ocupa os grupos de WhatsApp e o analógico os muros da cidade. No entanto, em ambos os casos, a codificação das mensagens e os

---

2 Tradução nossa.

subtextos têm muitas semelhanças. A pichação estabelece uma linguagem codificada simbólica compreendida e direcionada a grupos específicos (PIXO, 2011); já no caso dos GIFs de reação, a compreensão de seu significado pressupõe o conhecimento prévio de subtextos associados aos memes que deram origem a sua imagem.

## A INDÚSTRIA DOS MEMES

Douglas Calixto, na introdução de sua dissertação de mestrado, compara a criação de fábricas de memes a uma “alegoria ao sistema produtivo brasileiro, vítima de uma tragédia política no país” (CALIXTO, 2017). Nele a produção de memes ocorre de forma sistemática e institucionalizada, fenômeno que pode ser compreendido por duas vias: uma que representa a forma que a sociedade pode se articular para produzir conteúdo que tenha um impacto sociopolítico, podendo ser monetizado, e outra que demonstra o risco de manipulação tanto do conteúdo como dos geradores de conteúdo por políticos que abraçaram essas novas modalidades de comunicação digital na sociedade contemporânea. O *marketing* político digital entende perfeitamente como a viralização de mensagem pode ser utilizada a seu favor e, ao investir na produção de conteúdo em novas mídias, como no caso de memes animados, apropria-se dessas

Armas digitais desarticulando o potencial de crítica que poderia estar imbuído dentre mensagens virais criadas e veiculadas em fábricas de memes. Tomamos como exemplo o SAM – South America Memes, uma fábrica que articula um sistema econômico digital de produção e capitalização em cima da produção de memes, organizando escalas de trabalho e táticas de distribuição. (SOUZA, 2017).

Embora o conteúdo gerado pela South America Memes aparentemente não tenha um enfoque político e se direcione mais à brincadeira, esse tipo de organização pode ser adotado por marketeiros de campanhas políticas, à semelhança da indústria cultural, que não tardou a compreender a importância dos memes na mediação de seus conteúdos. Um bom exemplo do uso comercial dos memes é o da gravadora da artista pop brasileira Anitta, que produziu uma série de GIFs animados (Figura 3) a partir de *loops* do videoclipe *Bang* (BRASIL, 2015). Partindo de imagens com alto valor de produção, fragmentos do clipe foram transformados em GIFs, encontrando nos aplicativos de mensagens um alcance instantâneo e muito maior do que teria na MTV ou em outros meios de comunicação eletrônicos tradicionais.



Fonte: <https://tenor.com/search/anitta-bang-gifs>.  
Figura 3. *Bang*, de Anitta.



## MEMES E POLÍTICA

A seguir nos debruçamos para compreender melhor o que são memes e, mais especificamente, qual o seu papel como forma de expressão e propaganda política nas redes sociais. As imagens sempre tiveram uma função importante nas campanhas eleitorais no Brasil, e as mídias utilizadas têm rapidamente se adaptado às inovações tecnológicas — imagens de candidatos tradicionalmente impressas em santinhos são reconstituídas em versões animadas veiculadas na propaganda política televisiva, frequentemente enriquecidas por artifícios gráficos no intuito de chamar a atenção do telespectador. Mais recentemente, esse tipo de imagem, ao ser revisitada em formatos gráficos, como os GIFs, encontra um campo fértil de viralização como elemento visual essencial na disseminação de desinformação política nas redes sociais.

Para isso é necessário buscar entender o momento em que algo vira um meme, algumas características dos GIFs, a forma como eles começaram a circular em grande escala e o que em si é realmente relevante na internet hoje em dia. O meme vem de um termo da biologia criado por Richard Dawkins no seu livro *O Gene Egoísta*, de 1976 (DAWKINS, 2007), e tem relação com cópia, com mimetismo, vindo da palavra *mimema*. O meme na internet é essa situação, esse objeto que se repete e se replica freneticamente por um círculo específico da rede mundial de computadores. Devemos dar ênfase aqui no específico, já que a experiência da internet é muito mais parecida com um diagrama de bolhas dentro de bolhas. Esses memes, também como na biologia, adaptam-se e evoluem, constroem camadas e, dentro de uma infinidade de possibilidades, podem até mesmo causar mudanças no mundo ao redor (seja na experiência particular, seja na de um grupo).

Os memes alcançam o seu público em diferentes formas. Comumente se apresentam em uma imagem estática, mas crescentemente têm sido representados por imagens em movimento, como no caso dos GIFs animados. Também, eles tendem a tratar de assuntos do dia a dia referentes a determinado círculo social: seja vindo de um comportamento cotidiano, seja de algo consumido ou de alguma notícia recém-publicada. De certa forma, os memes não têm um padrão constante; eles podem ter origens em uma foto antiga ou um desenho que marca um momento engraçado e memorável para um grupo (TECMUNDO, 2015), ou até mesmo replicar um discurso político proferido em um palanque. Porém é fato que esse meme está intrinsecamente ligado a um grupo de pessoas, seus cotidianos e suas opiniões, e é esse próprio grupo que acaba definindo se isso vai se tornar um meme ou não, dependendo do engajamento prestado ali, convertido em reprodução.

Dessa forma, assim que algo é definido como uma situação memorável, os memes começam a ser transmitidos não somente em sua configuração original, como também em outros formatos audiovisuais. Por exemplo, um vídeo *live action* pode vir a ser um GIF ou até mesmo uma animação. A partir da forma como ele é expressado, pode se tornar um modelo de meme — (Figura 4 e Figura 5) ou um signo (como no exemplo do *trollface*) —, denotando que ele pode ser utilizado para expressar uma ideia completamente nova em relação à original sobre uma situação e sobre pessoas completamente diferentes, mas sem perder o seu significado original.



Fonte: <http://joyreactor.com/post/468128>.

'Trollface é a representação gráfica de um troll logo após cometer uma "trollagem", isto é, uma peripécia que se faz com outra pessoa com a intenção de sacaneá-la com motivação apenas cômica e de interesse próprio. Figura 4. Imagem representando o primeiro uso do meme do trollface<sup>1</sup>.



Fonte: <https://www.tecmundo.com.br/memes/77923-trollface-nascimento-meme-deu-boa-grana-criador-problem.htm>.

Figura 5. Trollface em quadrinhos — embora em um contexto não usual, a mensagem de ser aquele que prega a peça mantém o mesmo valor.

Os memes ficaram tão populares que começaram a fazer parte do cotidiano fora da internet das pessoas, indo para o seu vocabulário ao vivo. Expressões como “cada dia um 7 x 1 diferente”, uma triste viagem no tempo para os fãs de futebol no Brasil, viraram corriqueiras. Cada vez mais eles parecem sintetizar situações diferentes, facilitando a comunicação sobre um tópico. Inclusive se tornam símbolos tão valiosos para a cultura de um grupo social que, eventualmente, memes mais novos referenciam um meme antigo, ou, às vezes, mais interessante ainda: modelos antigos ressurgem para saudar um meme novo.

Com o passar do tempo, o meme participa da sociedade como se tivesse uma espécie de carreira de celebridade: ele nasce num lugar inesperado, passa a ser comentado em cada vez mais lugares, é aperfeiçoado, encontra espaço nas grandes mídias e, em um intervalo não específico, sua relevância é confirmada ao se reconstruir e conquistar novos espaços nas redes. Por exemplo, na política e na história somos facilmente vitimizados pela construção de personagens como heróis e vilões. Sempre tivemos ídolos e os reforçamos com signos e menções repetitivas, levando-nos a acreditar em uma versão parcial da história. Observando esses padrões, perguntamo-nos se os memes não têm também a mesma capacidade de fixação de ideologias, às vezes até mais eficientemente em virtude das suas propriedades únicas de acessibilidade e difusão. A construção do político brasileiro Jair Bolsonaro tem origem nos memes que o edificaram como herói (Figura 6). Fruto da internet, em meados de 2014, o atual presidente da república começou sua campanha nas redes digitais divulgando vídeos em que falava sobre o que dizia ser problemas do Brasil e como solucioná-los. Mais tarde, ele começou a ser odiado por muitos, que usavam trechos dos seus vídeos para mostrar indignação a outras pessoas, enquanto era adorado por outros, que compartilhavam as imagens e os GIFS de momentos relevantes da jornada do político, saudosistas com sua figura.



Fonte: <https://tenor.com/view/bolsonaro-mito-brazil-flag-gif-15224076>.

Figura 6. GIF em que Bolsonaro é retratado como herói.



Essas imagens, independentemente de quem as tenha criado e se era a favor ou contra, ou se a autoria delas é do próprio Jair Bolsonaro, começaram a moldar sua imagem para que ele se tornasse, por meio da repetição, alguém relevante e forte na política, apoiado pelos algoritmos de redes sociais como Facebook. Entretanto o estudo da construção da sua imagem deve também considerar seus elementos formais — como formato, uso de fontes e referências visuais, características adotadas pelos memes —, de modo a nos ajudar a analisar as estratégias utilizadas por sua escalada política. A criação de um ídolo ou de um “mito” também depende muito de como sua imagem é propagada. Escolhas de *design* podem direcionar mensagens para diferentes públicos. Ao serem direcionadas a classes mais baixas e, portanto, identificadas como populares, tendem a ser rejeitadas por um público de classes mais altas. O mesmo pode ser dito em relação à identificação ideológica dessas mensagens.

Exemplificando, memes relacionados à direita tendem a fazer associações com armas, com as cores da bandeira, com situações de mais humildade e com a situação de herói do povo ou vilão do povo, quase sempre seguindo uma dicotomia aceitável. Eles são articulados de forma que sejam facilmente compreendidos, incorporando *design* e referências vernaculares, tendo como objetivo alcançar uma ampla parcela da população. Não somente o conteúdo desses memes tem um apelo popular, mas verificam-se estratégias de veiculação que elegem formatos otimizados para a recepção em dispositivos digitais mais acessíveis, como em aparelhos celulares com menos recursos ou com conectividade limitada, como é o caso de imagens e vídeos formatados para distribuição no WhatsApp.

Já os memes de esquerda tendem a ter *design* e mensagens mais elaboradas, cuja compreensão pressupõe uma bagagem cultural mais erudita. Como exemplo, podemos citar imagens e animações nas redes sociais dos perfis de políticos como Manuela d’Avilla<sup>3</sup>, artistas como Gregório Duvivier<sup>4</sup> e até de mesmo criadores de conteúdo como Bruno Sartori<sup>5</sup>, cujas postagens requerem o entendimento de subtópicos que acabam por priorizar a comunicação com classes mais altas em detrimento de uma grande parcela da população. Tecnicamente verifica-se maior variedade de formatos adotados por esses políticos, como vídeos e animações mais longas, ou outros formatos distintos, como os GIFs animados.

Embora a utilização de GIFs seja muito mais abrangente hoje, eles só têm sido explorados com maior potencial recentemente e em redes sociais como o Tumblr, que, atualmente, tornou-se pouco utilizado, mas que já foi muito popular no Brasil. Apesar de memes em formato GIF circularem na internet desde os anos 1990, o formato caiu em desuso na década seguinte até ser revisitado no Tumblr. Como comparativo, lembramos que a distribuição de GIFs no WhatsApp somente começou em 2017, e a sua utilização ainda hoje, em 2021, é bastante precária, por conta de um mecanismo de busca de baixa qualidade, que não atende às demandas dos usuários.

3 Disponível em: <https://www.facebook.com/manueladavila>. Acesso em: 06 ago. 2021.

4 Disponível em: <https://www.facebook.com/gregoriioduvivier>. Acesso em: 06 ago. 2021.

5 Disponível em: [https://www.youtube.com/channel/UCaiGLmKrcve\\_cipRElqSnqA](https://www.youtube.com/channel/UCaiGLmKrcve_cipRElqSnqA). Acesso em: 06 ago. 2021.

Já o Facebook, que só começou a incorporar o GIF na mesma época, até hoje continua funcionando da forma inicialmente introduzida (apenas por *links* externos). O Tumblr, nesse quesito, sempre foi adaptado para ter GIFs, da mesma forma que o Twitter, outra rede que há muito tempo tem compatibilidade com GIFs e também é conhecido como o “banco de memes”.

## MEMES POLÍTICOS BRASILEIROS ANIMADOS

Nascido nos confins dos debates políticos de 2018, a Ursal (Figura 7) é um dos maiores exemplos do quanto se depende da realidade particular de um grupo para que algo se torne um meme, abordando os dois lados de uma discussão. O acontecimento, para o estranhamento de boa parte da população, é, na verdade, bastante complexo. Resumidamente, foi nada menos que uma apresentação de *fake news*, mascarada sob a revelação do que seria uma das maiores verdades para o povo brasileiro, por parte do então candidato à Presidência da República Cabo Daciolo. Com representação de votos mínima, mas ainda assim considerável, o candidato abordou no debate presidencial de 2018 um aparente plano da extrema-esquerda para a realização de um golpe ditatorial coordenado entre vários países de modo a criar um bloco de regime socialista na América Latina. Daí seu nome: União das Repúblicas Socialistas da América Latina. Logo em seguida, numa reação cômica, o também candidato à presidência Ciro Gomes questionou a fala do Cabo, que, no meio da propaganda dos benefícios de o eleger, descreveu o então plano (MUSEU DE MEMES, 2018).

O meme “Eu sou gado do Bolsonaro” (Figura 8) nasceu nas redes sociais com o intuito de ironizar as atitudes de defesa do atual presidente da República, Jair



Fonte: <https://tenor.com/view/ciro-debate-debate2018-debateband-ursal-gif-12317527>.

Figura 7. Ursal – União das Repúblicas Socialistas da América Latina.



Fonte: <https://tenor.com/view/gado-bolsonaro-cow-wig-gif-13234945> e <https://tenor.com/view/gado-pira-gado-do-bolsonaro-fora-bolsonaro-bolsonaro-traidor-gado-gif-17796748>.  
 Figura 8. GIFs do meme “Eu sou gado do Bolsonaro”.

Bolsonaro, por seus apoiadores, e sua formação compreende a montagem de dois memes diferentes: “Gado D+”, referindo-se “a homens que, devido a interesse romântico, seguem uma mulher para qualquer lugar que ela queira, de maneira semelhante ao gado guiado” (MUSEU DE MEMES, 2019), com outro meme já existente, “Eu sou um robô do Bolsonaro”. O exemplo demonstra como a montagem, uma característica recorrente nos memes, tem um papel de ressignificação. Nesse caso o termo robô, utilizado originalmente por seus apoiadores, tem o objetivo de satirizar críticas à utilização de *bots*<sup>6</sup> durante a campanha presidencial, que aqui são substituídos por bovinos, representando a figura submissa do gado e simultaneamente associando-a a um setor da economia brasileira que tem uma ação lobista relevante no atual governo. A imagem do boi, comumente utilizada nos GIFs representativos desse meme, pode também ser identificada em diversos outros GIFs animados que a utilizam, mas que adotam um sarcasmo em relação ao presidente, incorporando animações que ressignificam mais uma vez o meme. Em um GIF recente, uma vaca está dançando num *pole dance* e os leiteiros exigem que o presidente se retire levando o seu gado consigo. Nesse mesmo GIF, mais três animações são sobrepostas à imagem: em uma o presidente está cercado de moscas; em outra, uma mão vermelha (nitidamente fazendo alusão à esquerda) lhe dá um tapa na cara; na terceira vemos uma balança desequilibrada. Todas essas imagens se repetem em *loop*, como se fossem um anúncio luminoso na cidade buscando chamar a atenção dos passantes.

6 *Bots* são programas que automatizam serviços na internet. Na maioria das vezes eles servem para facilitar processos ou criar atalhos, mas eles também podem ser programados em massa para levantar uma *hashtag* com mais força, por exemplo.

Percebemos duas características visuais importantes dos memes: a montagem de elementos gráficos em camadas (informalmente diríamos: *photoshopados*<sup>7</sup>) e *lo-ops* animados que buscam chamar a atenção para os elementos de montagem. São mais raros os casos em que as animações têm um aspecto narrativo, que, quando presente, geralmente esboça o papel de reforçar significados de palavras ao associá-las às imagens. Por outro lado, é bastante comum encontrar o uso da narrativa animada na apropriação de animações da mídia de massa, recontextualizando-a por meio da montagem para gerar, assim, um novo significado e, conseqüentemente, criar um novo meme. Um bom exemplo desse procedimento é o GIF em que Queiroz<sup>8</sup> é inserido em uma cena da série de TV *Simpsons* (Estados Unidos, 1989–hoje): nele vemos o Queiroz-Simpson' se escondendo de marcha à ré em um arbusto no quintal (Figura 9).



Fonte: <https://tenor.com/view/queiroz-fujao-sumiu-sumido-desaparecer-gif-14037774>.

Figura 9. GIF – Queiroz-Simpsons.

A reutilização de um trecho da animação é evidentemente uma remediação, prática intrínseca à cultura das redes digitais (BOLTER; GRUSIN, 2000), e, por essa razão, damos relevância a esse exemplo. Outra característica comumente

7 Em referência ao *software* de tratamento de imagens Photoshop, da empresa Adobe Inc.

8 Fabrício Queiroz, policial militar aposentado, foi assessor e motorista de Flávio Bolsonaro até outubro de 2018 e é investigado em razão de movimentações financeiras atípicas, que apontam para envolvimento em um esquema de corrupção.

encontrada em memes animados é a síntese de uma ação memorável em apenas alguns *frames*, tornando-a assim facilmente reproduzível e reconhecível, com o objetivo de amplificar sua memorabilidade. Nesse processo a animação se torna um elemento construtivo de um discurso, contribuindo para o estabelecimento de uma nova gramática digital. Ela toma como perspectiva o pensamento de Roland Barthes acerca do mito na sociedade do pós-industrial da segunda metade do século XX, em que sugere que o mito é um tipo de fala (BARTHES, 2001). Dessa forma, podemos pensar nos memes como uma forma de discurso. E, nesse sentido, o meme cabe como elemento-chave dos novos discursos, que incluem elementos simbólicos e visuais (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007), entre eles a animação, a qual é de suma importância, justamente, por sua capacidade de causar impacto de forma sintética.

Serra *Gangnam Style* (Figura 10) talvez não deva ser categorizado como um meme político, mas definitivamente é um meme sobre um político. Nele, o então candidato à prefeitura de São Paulo (SP), José Serra, em uma visita a um bairro da cidade, ficou conhecido pelo gol de sapato, quando seu calçado foi arremessado quando ele chutou uma bola (MUSEU DE MEMES, 2016). Esse meme tem sua origem em uma imagem estática, capturando uma instância de um movimento que foi associado a movimentos encontrados na coreografia do videoclipe do artista PSY *Gangnam Style* (Coréia do Sul, 2012). Eles foram posteriormente utilizados como inspiração para a geração de animações do José Serra chutando uma bola em uma infinidade de contextos. Nosso interesse nesse tipo de montagem é a realização de que a adoção de procedimentos práticos do cinema de animação como a reutilização de ciclos (*loops*), que tem como objetivo evitar trabalhos repetitivos, ganha aqui um novo significado ao ser associada a valores culturais.



Fonte: [www.museudememes.com.br](http://www.museudememes.com.br) e <https://museudememes.com.br/collection/serra-gangnam-style>.  
Figura 10. Serra *Gangnam Style*.

Portanto, nos GIFs animados podemos identificar alguns tipos de animação:

- A tradicional, em que uma sequência de desenhos oferece a ilusão de movimento.



- O *motion graphics*<sup>9</sup>, em que os elementos pictóricos que compõem a montagem do GIF se movem, reforçando a mensagem e, em alguns casos, introduzindo uma narrativa.
- A animação reversa, resultante da geração de uma animação a partir da extração de *frames* de um vídeo *live action* (filmagem direta).

Ressaltamos que considerar o último exemplo uma animação pode gerar controvérsias entre aqueles que não reconhecem a rotoscopia<sup>10</sup> como uma forma legítima de animação. Independentemente desse possível debate, existe um grande número de GIFs animados extraídos de sequências de filmes, clipes ou programas de TV. Um exemplo bastante conhecido é o GIF mencionado na introdução deste artigo, em que o personagem interpretado pelo ator John Travolta se encontra perdido no estacionamento em uma cena de *Pulp Fiction* (Estados Unidos, 1994). Esse GIF de reação é composto de alguns *frames* representativos da expressão do ator, descolando-se do contexto original do filme e passando a ter um significado independente de sua narrativa de origem. Sua importância reside no significado do gesto e da emoção carregada na ação, sintetizada em uma animação, ou, em outras palavras, na “alma da ação”.

## **CONCLUSÃO: ANIMAÇÃO E UMA NOVA GRAMÁTICA DIGITAL**

Considerando que, dos 210 milhões de brasileiros, somente 25% são efetivamente alfabetizados (CIEGLINSKI, 2012), não é de se surpreender a preferência nacional pelo uso de mensagens de áudio no WhatsApp e a popularidade de redes sociais como Instagram, que privilegiam o conteúdo audiovisual. Nota-se também o crescimento do número de vídeos com fins educacionais brasileiros em canais do YouTube, em detrimento de textos escritos. Ao se pensar em políticas de alfabetização digital, os índices de alfabetização tradicional no país devem ser considerados. Tomando como ponto de partida a proposta de se pensar em novas formas de alfabetização, como sugerem pensadores das *new literacies*, podemos conceber uma sintaxe de elementos visuais compondo uma nova gramática digital. Nela, a animação representada por GIFs e *emojis* animados teriam o potencial de exercer um papel essencial na gênese dessa nova linguagem. A eficácia da comunicação de mensagens veiculadas no formato de microanimações, como GIFs e vídeos que têm viralizado nas redes sociais, pode ser confirmada por sua importância nas campanhas políticas de candidatos nas eleições recentes no país, rapidamente tomando o lugar de *spots* e comerciais produzidos para a televisão. A animação, que sempre teve uma presença importante nesse tipo de produção audiovisual, encontra não só um novo suporte nos formatos digitais virais, como os memes e GIFs, mas também reivindica seu papel como um elemento linguístico extremamente

9 *Motion graphics*, ou grafismo, é uma técnica de *design* gráfico em que se anima objetos como formas geométricas, textos, ilustrações e ícones a fim de criar uma animação a partir de parâmetros temporais.

10 Técnica de animação em que o animador utiliza como base uma filmagem direta para que haja o efeito de realismo.

sintonizado com as redes digitais, demonstrando o potencial de causar impactos positivos e negativos para a sociedade. Portanto a compreensão dessas formas emergentes de expressão audiovisual é fundamental para que criadores, artistas e pensadores, ao utilizá-las, tratem-nas com responsabilidade diante das potenciais consequências políticas e culturais advindas da força dessas mensagens e imagens ao serem viralizadas.

## REFERÊNCIAS

- BANG. Artista: Anitta. Direção: Bruno Ilogti. Brasil: **YouTube**, 2015.
- BARTHES, R. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: The MIT Press, 2000.
- CALIXTO, D. O. **Memes na internet: entrelaçamentos entre educomunicação, cibercultura e a 'zoeira' de estudantes nas redes sociais**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Arte) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.
- CIEGLINSKI, A. Menos de 30% dos brasileiros são plenamente alfabetizados. **Revista Exame**, São Paulo, 20 de julho de 2012. Disponível em: <https://exame.com/brasil/menos-de-30-dos-brasileiros-sao-plenamente-alfabetizados>. Acesso em: 15 nov. 2021.
- CINTRA, L. **Comunicação visual publicitária no Twitter: o uso marcário de GIFs animados**. Relatório de Qualificação de Mestrado – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.
- DAWKINS, R. **O gene egoísta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- EPPINK, J. A brief history of the GIF (so far). *Journal of visual culture*. **SAGE Publications**, v. 13, n. 3, p. 298-306, 2014. <https://doi.org/10.1177%2F1470412914553365>
- GÜRSIMSEK, A. Ö. Animated GIFs as vernacular graphic design: producing Tumblr blogs. *Visual Communication*. **SAGE Publications**, v. 15, n. 3, p. 329-349, 2016. <https://doi.org/10.1177%2F1470357216645481>
- KNOBEL, M., LANKSHEAR, C. **Online memes, affinities, and cultural production**. A new literacies sampler. New York: P. Lang, 2007.
- MILANEZI, M. J. F. **Elegemos um meme?! Política e experiência estética nos memes de ação popular das Eleições 2018**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Bauru, 2019.
- MUSEU DE MEMES. **Serra Gangnam Style**. Página de website, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://www.museudememes.com.br/sermons/serra-gangnam-style>. Acesso em: 15 nov. 2021.
- MUSEU DE MEMES. **Ursal**. Página de website, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://www.museudememes.com.br/sermons/ursal/>. Acesso em: 15 nov. 2021.
- MUSEU DE MEMES. **Eu sou gado de Bolsonaro**. Página de website, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://www.museudememes.com.br/sermons/eu-sou-um-gado-do-bolsonaro>. Acesso em: 15 nov. 2021.
- PIXO. Direção: João Wainer e Roberto de Oliveira. Documentário, 61', São Paulo, 2010.
- PSY: GANGNAM STYLE. Artista: Psy. Diretor: Cho Soo-Hyun. Videoclipe, 4', Seoul, 2012.
- PULP FICTION. Diretor: Quentin Tarantino. Produtora: Miramax Films. 35mm, 2h 58m. EUA, 1994.
- SOUZA, F. Fábrica de memes: como brasileiros profissionalizaram a criação de vídeos e fotos de humor que bombam nas redes. **G1**, Rio de Janeiro, 30 de março de 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/fabrica-de-memes-como-brasileiros-profissionalizaram-a-criacao-de-vidEOS-e-fotos-de-humor-que-bombam-nas-redes.ghtml>. Acesso em: 15 nov. 2021.

STAFFORD, T. Ilusão da verdade': a importância da repetição para o sucesso das mentiras. **BBC Future**, 14 de dezembro de 2016. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/vert-fut-37852352>. Acesso em: 15 nov. 2021.

TECMUNDO. Trollface: o nascimento do meme que deu uma boa grana ao criador. Problem? **Tecmundo**, São Paulo, 08 de abril de 2015. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/memes/77923-trollface-nascimento-meme-deu-boa-grana-criador-problem.htm#:~:text=A%20origem%20do%20%E2%80%9CTrollface%E2%80%9D&text=Em%20uma%20visita%20ao%20f%C3%B3rum,A%20origem%20do%20%22Trollface%22>. Acesso em: 15 nov. 2021.

THRILLER. Artista: Michael Jackson. Direção: John Landis. Videoclipe, 13', Sony Music, EUA, 1983.

## Sobre os autores

**João Paulo Amaral Schlittler:** professor associado do Departamento de Cinema, Rádio e Televisão. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

**Vitor Carvalho de Oliveira:** pesquisador do Curso Superior do Audiovisual da Universidade de São Paulo.

**Conflito de interesses:** nada a declarar – **Fonte de financiamento:** nenhuma.

**Contribuições dos autores:** Schlittler, J. P. A.: conceituação, curadoria de dados, análise formal, investigação, metodologia, administração do projeto, recursos, supervisão, validação, visualização, escrita – primeira redação, escrita – revisão e edição. Oliveira, V. C.: conceituação, curadoria de dados, análise formal, investigação, visualização, escrita – primeira redação, escrita – revisão e edição.

