

Chegando ao grau zero dos memes: Um estudo de caso no Brasil¹

Thiago Costa²

Este trabalho investiga os memes de internet (SHIFMAN, 2014) como dispositivos ideológicos centrais na cultura da digitalidade contemporânea (NOWOTNY; REIDY, 2022), propondo o conceito de *grau zero dos memes* como chave analítica para compreender como conteúdos aparentemente inofensivos operam ideologicamente com máxima eficácia. Em vez de tratar os memes como simples manifestações de humor efêmero, o trabalho os aborda como formas condensadas de subjetividade e discurso ideológico, que atuam em camadas simbólicas profundas da sociedade contemporânea — muitas vezes sob o disfarce da ironia e do entretenimento.

O objetivo central deste estudo é examinar como os memes funcionam como dispositivos ideológicos constituídos e constituintes, atuando na constituição simbólica da realidade social e política no Brasil e no cenário global. A partir da formulação do conceito de *grau zero dos memes*, investiga-se de que modo conteúdos visuais circulam nas redes digitais de forma cínica e fetichista (ŽIŽEK, 2008; ZUPANČIČ, 2024), perpetuando discursos racistas, misóginos, LGBTQ+fóbicos e autoritários sem provocar resistência ou crítica explícita — muitas vezes sob o véu do riso.

A justificativa da pesquisa baseia-se na urgência de compreender como discursos de ódio, polarização política e ideologias excludentes têm se naturalizado por meio de formatos comunicacionais como os memes. No contexto brasileiro — marcado por profundas desigualdades sociais, racialização da violência e radicalização da esfera pública —, os memes operam como vetores privilegiados de reprodução ideológica, sendo frequentemente desconsiderados pela academia devido à sua suposta superficialidade. Levar os memes a sério é, portanto, uma tarefa política e epistemológica: como propõe, paralelamente, Freud (1900) em seu trabalho inaugural sobre os sonhos, investigar os resíduos da cultura revela muito sobre seus núcleos pulsionais e

¹ Trabalho apresentado no Epistemologias decoloniais e ciberultura do XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Faculdade Cásper Líbero - FCL, realizado nos dias 11 a 13 de novembro de 2025.

² Doutorando e bolsista FAPERJ do Programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Email: thiagoletthi@ufrj.br.

estruturais. Em um momento em que a circulação imagética se intensifica de maneira exponencial — e em que a ideologia opera de modo cínico e preventivamente autorreflexivo —, compreender os mecanismos sutis pelos quais a subjetividade é moldada torna-se fundamental. Como afirmam Nowotny e Reidy (2022), estamos diante de uma cultura da digitalidade em que a imagem já não apenas reflete o mundo, mas o organiza e estrutura.

A fundamentação teórica do trabalho articula três grandes eixos. O primeiro é o da ideologia como estrutura e prática inconsciente. Inspirando-se principalmente na obra de Žižek (2008, 2009, 2010), o trabalho adota a perspectiva de que a ideologia não é apenas um conjunto de ideias falsas ou distorcidas, mas uma estrutura que organiza a realidade social de forma fantasmática. A partir da clássica fórmula marxista '*eles não sabem, mas fazem*' — e de sua atualização cínica, '*eles sabem, mas mesmo assim o fazem*' —, Žižek propõe que a ideologia opera não no que acreditamos, mas na forma como agimos performativamente. A realidade social, assim, é sustentada por um 'não saber' que garante a reprodução do *status quo*. O conceito de fantasia ideológica — central em Žižek — é complementado pela noção de desmentido fetichista (*Verleugnung*), conforme articulado por Zupančič (2024), Freud (1924, 1925, 1928) e Mannoni (1969). Essa operação psíquica permite ao sujeito saber da violência ou injustiça subjacente a determinado discurso, mas agir como se essa verdade não tivesse consequências reais. Essa é a estrutura de um riso cínico: "*eu sei que é racista, mas é só uma piada*".

O segundo eixo trata de como os memes operam por meio do *trabalho do meme* (*meme-work*) e do *pensamento-meme* (*memethink*). Nele, a análise psicanalítica é aplicada à cultura visual por meio do conceito de *trabalho do meme*, elaborado por Knapp (2021a, 2021b, 2023). O autor propõe que os memes funcionam como o *trabalho do sonho* (*Traumarbeit*) freudiano, condensando afetos, desejos e ansiedades inconscientes em forma visual, por meio de mecanismos como deslocamento, condensação e revisão secundária. Assim como os sonhos, apontam Knapp (2023, p. 3), os memes organizam-se em sequências polissêmicas de imagens e palavras, mobilizando trocadilhos, lapsos e figuras de linguagem: "A imagem X é substituída pela imagem Y; o contexto da palavra Z é invertido e legendado novamente". Nesse processo, os memes atuam como artefatos estéticos e psíquicos que revelam dinâmicas latentes da subjetividade.

Por outro lado, o conceito de *pensamento-meme*, formulado por Monahan e Secaf (2017), descreve uma forma de *pensamento em grupo* (*groupthink*) baseada em imagens. Esse tipo de pensamento aponta para uma transformação nos modos contemporâneos de construção identitária, marcada pela internalização inconsciente não apenas da linguagem, mas também de imagens, estilos de vida e padrões de consumo. Tal dinâmica produz uma espécie de *sincronicidade inconsciente* (MONAHAN; SECAF, 2017), que se revela particularmente perigosa por operar através da emoção, e não da lógica. Essa estrutura simbólica facilita a apropriação de ideias superficiais, mal elaboradas ou até perversas, tornando a mente mais vulnerável à manipulação.

Por fim, o trabalho analisa as disputas simbólicas na cultura digital, articulando estudos da cultura visual, da cultura digital e da extrema-direita online. O estudo dos memes revela aspectos significativos da cultura e dos hábitos sociais contemporâneos. No entanto, segundo Chagas (s.d.), essa escolha enfrenta dois tipos recorrentes de preconceito: a desvalorização da cultura popular como legítima expressão cultural e a rigidez acadêmica, que ignora sua natureza dinâmica e ilimitada. Os memes de internet integram o que denomino *imaginários digitais* — uma amalgama de itens visuais que circulam na internet e, de certo modo, representam visualmente a cultura. Dentro desse conceito incluem-se emojis/emoticons, selfies e outros gêneros fotográficos, além dos próprios memes e de diversos outros itens visuais da cultura visual. Segundo Bogerts e Fielitz (2019), a cultura visual se estrutura em imagens cotidianas que moldam visões de mundo e carregam interesses políticos e ideológicos. Elas mobilizam afetos mais intensamente que textos, tornando-se instrumentos estratégicos em disputas narrativas e guerras meméticas.

Memes, centrais na cultura visual das plataformas, operam como vetores de narrativas extremistas. Embora revestidos de humor, dependem de estereótipos depreciativos para produzir sentido, contribuindo para sua naturalização no espaço público. Funcionam ainda como capital subcultural, sinalizando pertencimento e reforçando vínculos comunitários. Sua circulação visa deslocar a *Janela de Overton*, expandindo o aceitável no debate público e legitimando pautas extremistas (CRAWFORD, 2020). Dessa forma, busca-se compreender que os memes não são meros produtos da cultura pop, mas dispositivos estéticos, afetivos e políticos que organizam formas de pertencimento e performam subjetividades — muitas vezes de forma autoritária, violenta ou ressentida.

Dois exemplos empíricos sustentam as análises de como o *trabalho do meme* e o *pensamento-meme* operam. No primeiro caso, a partir de um perfil no Instagram dedicado à propagação de postagens com suposto humor direcionado à comunidade veg*nista — termo que se refere a vegetarianos e/ou veganos —, pude identificar temas subjacentes aos memes que escapam ao mero riso (COSTA, 2025a). Os memes analisados exaltam, em seu subtexto, a figura do agronegócio como "salvador" dos veg*nistas, frequentemente retratados como histéricos. Em outros casos, essa comunidade — sobretudo os homens — é representada como emasculada por consumir alimentos à base de soja. Esse último discurso materializa-se por meio do meme do *soyboy*, termo cooptado por grupos extremistas online para propagar mensagens homofóbicas e misóginas, baseadas em uma *fake news* sobre o suposto aumento de estrogênio em homens que consomem soja. Disfarçados de humor, esses memes funcionam como dispositivos simbólicos de proteção para seus apreciadores, blindando-os contra qualquer crítica ou (auto)repreensão. Isso é particularmente relevante se considerarmos que discursos de ódio e LGBTQ+fobia são, em tese, socialmente condenáveis. A lógica discursiva que sustenta esse tipo de produção pode ser resumida na fórmula do desmentido fetichista: "Eu sei muito bem que esse meme é preconceituoso, mas é só uma piada, então está tudo bem..."

O caso em que opera o *pensamento-meme* é o de uma entrevista, em 2024, com três senhoras vestidas de verde e amarelo e portando bandeiras de Israel durante uma manifestação pró-Bolsonaro. Na ocasião, elas defendem Israel por 'ser cristão como elas', ignorando o fato de se tratar de um Estado majoritariamente judaico (COSTA, 2025b). A justaposição dos símbolos — bandeira brasileira, bandeira de Israel, camisa da seleção — funciona como um meme performático. Trata-se de um caso de sincronicidade imagética que encarna o *pensamento-meme* e a ideologia do fetichismo. Nesse imaginário, vestir o 'verde e amarelo' não é apenas uma manifestação de apoio à seleção brasileira, mas um dos atos mais 'patrióticos' possíveis para demonstrar repulsa à suposta 'ameaça vermelha'. A morte de mulheres e crianças, no contexto de Gaza, passa a ser vista como um 'mal necessário' — uma defesa da civilização, da fé e da pátria. Nesse exemplo, emerge mais um caso clássico de desmentido fetichista: "Sim, eu sei que o movimento que eu defendo faz algumas coisas duvidosas, mas é melhor do que o caos que a esquerda promove...".

A pesquisa conclui que os memes, longe de serem apenas expressões do humor digital, devem ser compreendidos como dispositivos afetivo-ideológicos que condensam, performam e reforçam estruturas simbólicas da realidade social. Sua eficácia reside justamente na ambiguidade e no riso — ou seja, na capacidade de operar sob o desmentido: "sei que é problemático, mas é só uma piada". Essa estrutura — própria da razão cínica — faz com que os memes se tornem veículos ideológicos ideais para um mundo saturado de imagens, cético diante da política e fascinado por performances identitárias. Assim, o estudo propõe que o conceito de *grau zero dos memes* funcione como ferramenta teórica para pensar a ideologia em sua forma mais contemporânea: performativa, cínica, fetichista e imagética.

Palavras-chave

Memes; Ideologia; Cultura digital; Polarização política; Brasil.

Referências

BOGERTS, Lisa; FIELITZ, Maik. Do you want meme wars? Understanding the visual memes of the German far right. In: FIELITZ, Maik; THURSTON, Nick (eds.). **Post-digital cultures of the far right: online actions and offline consequences in Europe and the US**. Bielefeld: Transcript Verlag, 2019. p. 137–153.

CHAGAS, VIKTOR. Pesquisa com memes: serious business. **Museu de Memes**, (s.d.). Disponível em: <https://museudememes.com.br/pesquisa-com-memes-serious-business>. Acesso em: 28 ago. 2024.

COSTA, Thiago. O trabalho do meme em humor anti-veg*nismo no Instagram: Reflexões sobre discurso de ódio e regulação das redes sociais. In: Encontro Anual da Compós, 34, 2025, Curitiba. **Anais do 34º Encontro Anual da Compós**. Brasília: COMPÓS, 2025a. p. 1-19.

_____. Comendo o último canibal: Uma análise do pensamento meme evangélico sobre a questão Palestina-Israel. In: Simpósio Territórios, tecnologias e culturas, 4, 2024. Rio de Janeiro. **Anais do IV Simpósio Discente do Programa de Pós-graduação em comunicação da UERJ**. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2025b. p. 225-232.

CRAWFORD, Blyth et al. **Memetic irony and the promotion of violence within Chan cultures**. London: King's College London, 2020. Research report.

FREUD, Sigmund. **Die Traumdeutung**. Leipzig: Franz Deuticke, 1900.

_____. **Zeitgemäßes über Krieg und Tod**. Leipzig: Internationaler Psychoanalytischer Verlag, 1924.

_____. Die Verneinung. **Imago**, v. 11, n. 3, p. 289–296, 1925.

_____. Fetischismus. In: STORFER, A. J. (ed.). **Almanach der Psychoanalyse**. Wien: Internationaler Psychoanalytischer Verlag, 1928. p. 17-24.

KNAPP, Ivan. Genes, Memes, Dreams. In: ARKENBOUT, Chloë et al. (eds). **Critical meme reader**. Global mutations of the viral image. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2021a. p. 217-235.

_____. **Meme-work: psychoanalysis and the alt-right**. 2021. Tese (Doutorado em História da Arte) – University College London, Londres, 2021b.

_____. On meme work. **October**, v. 183, p. 3–16.

MANNONI, Octave. Je sais, bien, mais quand même. In: _____. **Clefs pour l'Imaginaire ou l'Autre Scène**. Paris: Éditions du Seuil, 1969. p. 9-33.

MONAHAN, Sean; SECAF, Sophie. **GenExit**. s. l.: YÖNE, 2017

NOWOTNY, Joanna; REIDY, Julian. **Memes**. Formen und Folgen eines Internetphänomens. Bielefeld: Transcript, 2022.

SHIFMAN, Limor. **Memes in digital culture**. Cambridge: The MIT Press, 2014.

ŽIŽEK, Slavoj. **The sublime object of ideology**. Londres: Verso, 2008.

_____. **First as tragedy, then as farce**. Londres: Verso, 2009.

_____. **Living in the end times**. Londres: Verso, 2010.

ZUPANČIČ, Alenka. **Disavowal**. Cambridge: Polity, 2024.