Anais de Resumos Expandidos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Isto é cultura pop, *my love*!: circuitos comunicacionais dos memes da novela *Beleza Fatal* da Max[1]

This is pop culture, *my love*!: communication circuits of memes from Max's soap opera *Scars of Beauty*

Claudinei Lopes Junior

Palavras-chave: Midiatização; Cultura Pop; Memes; Telenovela de Streaming; *Beleza Fatal*

A midiatização pode ser observada enquanto um escopo macro de pesquisas da área da Comunicação e dos Estudos da Mídia cujo posicionamento metateórico defende a onipresença e a multidimensionalidade que a mídia imprime na tecitura da vida humana, a visão que extravasa o eixo produção-texto-audiência quando se busca as consequências da mídia em nossas vidas e a ampliação das discussões sobre poder que preconizava o alastramento das instituições midiáticas para toda parte da vida cotidiana. Os fenômenos comunicacionais, que demandam um olhar mais atento a partir de suas circulações discursivas, são bem numerosos tendo em vista ainda esse ambiente midiatizado contemporâneo cujas matrizes podem ser marcadas pelas relações entre a tecnologia, a semiose e o social. No regime da circulação discursiva dos fenômenos midiáticos na contemporaneidade em que merecem destaque as formulações das redes sociais, novas modalidades de contatos entre emissor-texto-audiência têm ganhado mais independência em seus fluxos e são convocadas para coabitar na sociedade midiatizada junto de antigos modelos de transmissão de sentidos que detinham a predominância de instâncias mediacionais em suas operações.

[1] Trabalho apresentado ao VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFSM. Santa Maria/RS. ECA-USP. São Paulo/SP.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Numa perspectiva do desenvolvimento do conceito de midiatização no cenário latino-americano, destaca-se a influência da interpretação semioantropológica veroniana cuja visão tende a uma perspectiva histórica de longo prazo da midiatização. Para Verón (2014, p. 14), "fenômenos midiáticos são, de fato, uma característica universal de todas as sociedades humanas", porém compreendendo-os a partir da capacidade de produção de sentido, ou seja, semiótica, da espécie humana que consiste na exteriorização dos processos mentais na forma de dispositivos materiais. Para tanto, segundo Verón (2014, p. 15), "a midiatização é apenas o nome para a longa sequência histórica de fenômenos midiáticos sendo institucionalizados em sociedades humanas e suas múltiplas consequências". Diante disso, pode-se pontuar que os processos de midiatização têm início já com o manejo do fogo pela espécie humana.

Na esteira do desenvolvimento dos estudos sobre midiatização, dispositivos midiáticos, processos sociais e processos de comunicação, Ferreira (2016) enfatiza a contribuição veroniana, no âmbito dos estudos da vertente latino-americana, para que a circulação fosse postulada também como objeto de pesquisa, como um dos eixos centrais nas investigações sobre a midiatização. Vale destacar que, especificamente, no Brasil, em relação ao desenvolvimento dos estudos de midiatização, essa preocupação referente à circulação midiática, à interação entre os agentes de emissão e recepção e à disseminação de circuitos comunicacionais de interação nos e pelos fenômenos midiáticos também é proeminente (Braga, 2017; Fausto Neto, 2008, 2010; Ferreira, 2020, 2024). As novas mídias e suas novas condições de (re)contar histórias propiciam, num contexto amplo, novas condições de circulação capazes de afetar as lógicas de produção e de recepção devido à ambiência da midiatização.

Diante desse breve panorama em que enfatizamos a circulação como um fenômeno midiático e midiatizado, nossa proposta se debruça em investigar a circulação dos memes de *Beleza Fatal* (2025), primeira telenovela produzida pela plataforma de streaming Max no Brasil, lançada em 21 de janeiro de 2025 e tendo seu último capítulo exibido em 21 de março de 2025. O enredo de *Beleza Fatal* explora os limites tênues

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

entre a vingança e a busca por justiça. Somo convidados a acompanhar Sofia (Camila Queiroz), uma jovem cuja vida desmorona após sua mãe, Cléo (Vanessa Giácomo), ser injustamente presa devido às artimanhas de sua prima, Lola (Camila Pitanga). Ambiciosa e manipuladora, Lola (Camila Pitanga) ascende de secretária à empresária e à influenciadora digital de sucesso, tornando-se proprietária da *Lolaland*, uma clínica de estética badalada do Rio de Janeiro. Enquanto desfruta de luxos e mantém uma imagem pública de perfeição, Lola não hesita em recorrer a manipulações e mentiras para preservar seu poder. Determinada a vingar-se, Sofia alia-se à família Paixão, liderada por Elvira (Giovanna Antonelli), cuja filha também foi vítima de um procedimento estético malsucedido. Juntas, elas traçam um plano para desmascarar Lola e os responsáveis por suas tragédias. Contudo, os dilemas que Sofia precisa enfrentar nos faz questionar os limites de sua vingança e o preço que a jovem está disposta a pagar por justiça.

Nossa observação da circulação dos memes de *Beleza Fatal*, objeto de análise de nossa proposta, se dá a partir da rede social Instagram, especificamente, das publicações e das interações nessas postagens considerando uma raspagem no perfil oficial da Max no Brasil (@streammaxbr), de Camila Pitanga (@caiapitanga), antagonista na trama da telenovela, e de Raphael Montes (@raphael_montes), autor da obra, no período de 21 de janeiro a 28 de março de 2025. Rapidamente, após o lançamento dos primeiros capítulos de *Beleza Fatal*, formaram-se circuitos comunicacionais (Braga, 2017) que evidenciaram a aprovação da telenovela pela audiência, por meio de um discurso humorístico e de paródias do vídeo original, que resultaram em novos sentidos meméticos.

Entende-se meme como uma coleção de textos que replicam mensagens; sofrem variação, competição, seleção e retenção; e que se espalham ou se extinguem de acordo com as regências do ambiente sociocultural em que procuram se estabelecer. Quanto a sua valoração funcional, o meme pode ser um recurso comunicativo e uma unidade de transmissão cultural dada a sua capacidade de viralizar (Shifman, 2014). Diante da

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

importância da viralidade para a ontologia dos memes, François Jost (2023) identifica três momentos de viralidade dos memes. No primeiro, eles se espalham rapidamente ao se relacionarem com eventos atuais. No segundo, tornam-se modelos reutilizáveis, permitindo variações independentes do contexto original. No terceiro, consolidam-se como estruturas interpretativas da realidade, sendo reaproveitados periodicamente para ilustrar novas situações. Esse processo evidencia que, apesar de sua conexão inicial com a atualidade, os memes não são necessariamente efêmeros, pois sua estrutura pode persistir e ser ressignificada ao longo do tempo, tornando-se parte da cultura digital e mantendo sua relevância mesmo após o desaparecimento do evento que os originou. Diante dessa percepção a respeito da viralidade dos memes, pode-se dizer que a linguagem dos memes se ancora em interdiscursividades, uma das características dos discursos sociais, ou seja, os discursos relacionam-se a outros discursos numa cadeia produtiva de sentidos (Verón, 1996, 1997, 2013, 2014), os quais, por sua vez, podem compor inúmeros circuitos comunicacionais (Braga, 2017).

Em relação à ambiência das redes sociais, da globalização e da ambiência midiatizada, concordamos com Shifman (2014) quando afirma que compreender os memes significa entender a nós mesmos, afinal, eles são blocos de construção fundamentais para a/da cultura digital. Podemos dizer que "os memes da Internet podem ser tratados como folclore (pós)moderno, no qual normas e valores compartilhados são construídos por meio de artefatos culturais [...]"[2] (Shifman, 2014, p. 15). Muitas vezes, os memes se munem de elementos da cultura pop - como cenas de filmes, séries, músicas, celebridades e eventos midiáticos - para criar novas formas de humor, crítica ou identificação coletiva. Por isso que nessa proposta ainda pretendemos articular o conceito de cultura pop para investigarmos a produção de sentido na circulação discursiva dos memes da telenovela *Beleza Fatal*. A cultura pop pode ser compreendida como um conjunto de práticas, experiências e produtos moldados pela lógica midiática e

[2] Texto original: "Internet memes can be treated as (post)modern folklore, in which shared norms and values are constructed through cultural artifacts [...]" (Shifman, 2014, p. 15).

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

centrados no entretenimento. Sua base está fortemente ligada às indústrias culturais, como música, cinema, televisão e publicações editoriais, que estruturam seus modos de produção, de circulação e de recepção (Soares, 2014). Por meio de sua lógica midiática, a cultura pop ainda estabelece formas de consumo e de apreciação que promovem um sentimento de comunidade e pertencimento entre os indivíduos. Esse fenômeno transcende fronteiras nacionais, criando conexões transnacionais e globais, onde afinidades compartilhadas contribuem para a construção de identidades coletivas dentro de um cenário cultural amplamente disseminado (Soares, 2014). Dessa forma, diante de uma sociedade paulatinamente midiatizada, a cultura pop obtém espaço para se desenvolver de diversas maneiras causando diferentes efeitos e sentidos, por isso defendemos aqui a importância de compreender a circulação discursiva dos memes dentro de uma obra ficcional como a telenovela que carrega consigo o reconhecimento da audiência como um público como produto artístico e cultural que é agente de debates sobre a cultura latino-americana e a identidade nacional dos países da região (Martín-Barbero, 2021).

Como resultados, por ora, destacamos que é viável uma aproximação a conhecimentos prévios do episódios de circulação dos memes de *Beleza Fatal* o que possibilita a produção de sentido e de efeito de riso. Sendo assim, a partir de uma série de memes da telenovela, pode-se aferir que seus elementos são previamente constituídos, interpretados e reelaborados para a geração de um novo circuito (Braga, 2017). Os memes, além de serem dispositivos interacionais, por meio de alterações sócio-técnico-semio-discursivas (Ferreira, 2013), se tornam também dispositivos midiáticos o que possibilita a participação de mais atores sociais no processo de circulação e, por consequência, de novos conteúdos e discursos sociais. Com esse mecanismo, os memes funcionam como um agente de participação e ressignificação da própria cultura pop, permitindo que não apenas se consumam, mas também recriem e distribuam conteúdos de forma dinâmica e interativa. Por outro lado, a própria cultura

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

pop também se alimenta da viralidade dos memes, incorporando-os em narrativas publicitárias, produtos e discursos oficiais.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Referências

BELEZA FATAL. [S.l.]: Max, 2025. Dirigida por Maria de Medicis. Disponível em: https://www.max.com. Acesso em: 30 mar. 2025.

BRAGA, José Luiz. Dispositivos Interacionais. *In:* BRAGA, José Luiz; RABELO, Leon; MACHADO, Michelli; ZUCOLO, Rosana; BENEVIDES, Pedro; XAVIER, Monalisa Pontes; CALAZANS, Regina; CASALI, Caroline; MELO, Paula Reis; MEDEIROS, Ana Lúcia; KLEIN, Eloísa; PARES, André Dorneles. **Matrizes interacionais**: a comunicação constrói a Sociedade, p. 16-41. Campina Grande: EDUEPB, 2017.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma analítica da midiatização. **MATRIZes**, v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008. DOI: https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p89-105. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38194. Acesso em: 30 mar. 2025.

FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. *In:* FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra. (Dir.). **Mediatización, sociedad y sentido**: diálogo Brasil-Argentina, p. 02-17. Rosário: Universidad Nacional de Rosario, 2010. Disponível em: http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wp-content/uploads/Mediatizaci%C3%B3n-sociedad-y-sentido.pdf. Acesso em: 30 mar. 2025.

FERREIRA, Jairo. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições?. *In:* BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto. (Org.). **10 perguntas para a produção de conhecimento em Comunicação**, p. 140-155. São Leopoldo: Unisinos, 2013.

FERREIRA, Jairo. A construção de casos sobre a midiatização e a circulação como objetos de pesquisa: das lógicas às analogias para investigar a explosão das defasagens. **Galáxia**, n. 33, p. 199-213, 2016. DOI: https://doi.org/10.1590/1982-25542016224292. Disponível em: https://www.scielo.br/j/gal/a/cv4VNDhPxJWQD5FKnLwB7tM/. Acesso em: 30 mar. 2025.

FERREIRA, Jairo Getúlio. O conceito de midiatização em Veron: pistas para acompanhar um giro epistemológico. *In:* Anais do 33° Encontro Anual da Compós, 2024, Niterói. **Anais eletrônicos...**, Campinas: Galoá, p. 1-15, 2019.

FERREIRA, Jairo Getúlio. O objeto, o método e a metodologia na pesquisa da circulação e midiatização (inferências a partir da obra Ethnographie de l'exposition). **Revista Famecos**, v. 27, n. 1, p. 1-17, 2020. DOI: https://doi.org/10.15448/1980-

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

3729.2020.1.36636. Disponível em: https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/36636. Acesso em: 30 mar. 2025.

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

JOST, François. Comment les mèmes deviennent viraux. **Études**, n. 5, p. 97-106, 2023.

MARTÍN-BARBERO, Jésus. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2021.

SOARES, Thiago. Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop. **Logos**, v. 2, n. 24, p. 1-14, 2014. DOI: https://doi.org/10.12957/logos.2014.14155. Disponível em: https://www.e-publicacoes.uerj.br/logos/article/view/14155. Acesso em: 30 mar. 2025

VERÓN, Eliseo. **La semiosis social**. Fragmentos de uma teoria de la discursividad. Barcelona: Gedisa, 1996.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. **Diálogos**, n. 48, p. 9-16, 1997.

VERÓN, Eliseo. **La semiosis social**. Ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós Planeta, 2013.

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **MATRIZes**, v. 8, n. 1, p. 13-19, 2014. DOI: https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p13-19. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82928. Acesso em: 30 mar. 2025.