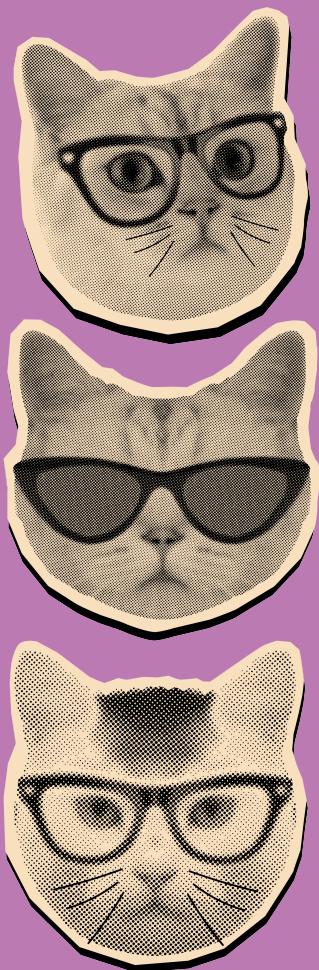


JADE DE JESUS DOS SANTOS

MEMES COMO FONTES DE INFORMAÇÃO



NYOTA

MEMES COMO FONTES DE INFORMAÇÃO



JADE DE JESUS DOS SANTOS

MEMES COMO FONTES DE INFORMAÇÃO

Florianópolis, SC
NYOTA
2025

SELO NYOTA

Franciéle Carneiro Garcês da Silva
Nathália Lima Romeiro
Coordenação

COMITÊ EDITORIAL E CIENTÍFICO

Dirnél Carneiro Garcez (UFSC)	Wellington Marçal de Carvalho (UFMG)
Gustavo Silva Saldanha (IBICT/UFRJ)	Márcio Ferreira da Silva (UFMA)
Ana Paula Meneses Alves (UFMG)	Barbara Barcellos (UFS)
Claudia Mortari (UDESC)	Gerson Galo Ledezma Meneses (UNILA)
Natalia Duque Cardona (UdeA)	Luisa Tombini Wittmann (UDESC)
Lourenço Cardoso (UNILAB)	Samanta Coan (Muquiífu)
Leyde Klébia Rodrigues da Silva (UFBA)	Lia Vainer Schucman (UFSC)
Bruno Almeida dos Santos (UFBA)	Rubens Alves da Silva (UFMG)
Carina Santiago dos Santos (PMF/SC)	Edilson Targino de Melo Filho (UFPB)

COMITÊ DE AVALIADORES AD HOC

Dirnél Carneiro Garcez (UFSC)	Márcio Ferreira da Silva (UFMA)
Carina Santiago dos Santos (PMF/SC)	Rubens Alves da Silva (UFMG)
Edilson Targino de Melo Filho (UFPB)	Samanta Coan (Muquiífu)

Diagramação e projeto editorial: Franciéle Garcês

Arte da Capa: Franciéle Garcês

Revisão textual: Pedro Giovâni da Silva; Franciéle Garcês

Ficha Catalográfica: Priscila Fevrier - CRB 7-6678

S237m

Santos, Jade de Jesus dos
Memes como fontes de informação / Jade de Jesus dos
Santos. - Florianópolis, SC: Selo Nyota, 2025.
162 p.

Inclui Bibliografia.
Disponível em: <https://www.nyota.com.br/>
ISBN 978-65-01-78578-3 (digital)

1. Fontes de informação. 2. Memes. 3. Internet. I. Santos,
Jade de Jesus dos. II. Título.

COMO CITAR

SANTOS, Jade de Jesus dos. **Memes como fontes de informação.**
Florianópolis, SC Selo Nyota, 2025. 162 p.

**ESSA OBRA É LICENCIADA POR UMA
LICENÇA CREATIVE COMMONS**



Atribuição – Compartilhamento pela mesma licença 4.0¹

É permitido:

Copiar, distribuir, exibir e executar a obra
Criar obras derivadas

Condições:



ATRIBUIÇÃO

Você deve dar o crédito apropriado ao(s) autor(es) ou à(s) autora(s) de cada capítulo e às organizadoras da obra.



COMPARTILHAMENTO POR MESMA LICENÇA

Se você remixar, transformar ou criar a partir desta obra, tem de distribuir as suas contribuições sob a mesma licença que este original.

¹ <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.pt> Acesso em: 20 jan. 2025.

A minha orientadora, Leyde Klebia, que me inspira, ensina e impulsiona em ventos e direções que eu nunca pensei que seria capaz de navegar. A minha mãe, Maria Rosa e a minha irmã Flora, por serem meu sopro de animação, confusão e me incentivarem a tentar e nunca desistir.



SUMÁRIO

PREFÁCIO	13
Jobson Francisco da Silva Júnior	
APRESENTAÇÃO	21
Leyde Klebia Rodrigues da Silva	
CAPÍTULO 1.....	27
“SE O MUNDO EXISTE, GRAÇAS A DEUS, POR QUE EXISTE?”: INTRODUÇÃO	
CAPÍTULO 2	39
“VAMO DEVARGAZINHO, CONVERSA TUDINHO GOSTOSINHO”: FONTES DE INFORMAÇÃO NA INTERNET	
CAPÍTULO 3	61
“SEGURA A MARIMBA AÍ, MONAMU”: MEME, SOCIEDADE MODERNA, DOCUMENTO, INFORMAÇÃO E MEMÓRIA SOCIAL	
CAPÍTULO 4.....	93
“MUNIQUE, EU VOU PASSAR MAL”: METODOLOGIA	

CAPÍTULO 5.....	103
“E MENAS CONVERSA E BOTA PROFISSIONALIDADE”: ANÁLISES E RESULTADOS	
CAPÍTULO 6.....	135
“MEU AMOR, EU SOU PROFESSORA DE DANÇA!”: CONSIDERAÇÕES FINAIS	
REFERÊNCIAS	143
NOTAS SOBRE OS MEMES.....	157
SOBRE A AUTORA.....	161

PREFÁCIO

Jobson Francisco da Silva Júnior



Os memes carregam toda a complexidade e diferentes camadas de significados das trocas informacionais presentes nos processos de comunicação. Um traço marcante das culturas que emergem junto com o século XXI, o meme retoma ideias de ideografias e pictografias diminuídas nos sistemas formais de escrita. Essa estratégia acelera os processos de leitura e atende a um dos critérios fundamentais da sociedade contemporânea, entendida por muitos como pós-moderna, a hipervelocidade, a transmissão em tempo real, o viral e o efêmero.

Com funções comunicativas semelhantes às gírias, os memes exploram linguagens específicas e restritas de grupos específicos. Esses memes são “piadas internas” que, assim como as gírias, criam barreiras comunicacionais, devendo ser entendidos apenas pelos membros do grupo que os criaram ou disseminaram, tornando-se muitas vezes ininteligíveis para as pessoas que não compõem este grupo. Através do elemento linguístico, o meme se impõe também como um elemento identitário, uma das peças do quebra-cabeça que chamamos de cultura.

Estas pequenas unidades culturais, com apelos divertidos, criativos e jocosos, como entendemos os memes, passam a se refletir além do ciberespaço, influenciando a comunicação no mundo físico. Usamos um meme específico para explicar ou exemplificar uma situação; nossas conversas frequentemente são permeadas por falas como “hoje eu estou igual àquele meme” ou “eu uso memes para me informar”, quando simulamos os gestos vistos em vídeos virais, ou até mesmo

a moda do bentô cake, um bolo pequeno confeitado e coberto por um desenho estilizado e frases que se pretendem bem-humoradas.

São fatores de sucesso para um meme a facilidade de replicação, relacionada à velocidade com que viraliza; a fecundidade, os elos entre o global e glocal; e sua longevidade, capacidade de ser remixado ou descontextualizado para outras situações. Porém, são nesses mesmos elementos que residem instrumentos de reprodução de posições hegemônicas da sociedade. Os discursos virais que se autointitulam como piadas são, muitas vezes, construídos a partir de práticas hierarquizantes ou discriminatórias, como sexismo, racismo e LGBTfobia.

Brody e Cullen (2023) exploram as regras sociais de compartilhamento dos memes, fundamentados nas funções do humor. Na pesquisa apontam que esses compartilhamentos, em ordem decrescente, são feitos com melhores amigos e amigas, familiares, parcerias românticas e pessoas amigas próximas. Partindo desse entendimento é possível inferir que quanto mais próximos somos das pessoas com quem vamos compartilhar o meme, mais nos sentimos à vontade.

Nesse sentido, temos diferentes níveis de privacidade para o compartilhamento dos memes: o *primeiro nível*, que seria na verdade um nível de não privacidade, se refere aos memes que postamos em nossos perfis nas redes sociais online; o *segundo nível* seria dos memes que não postamos, mas marcamos alguma pessoa amiga ou seguidora nos comentários; no *terceiro nível* ficam as postagens de memes nas listas de melhores

amigos(as), onde tendemos a escolher com mais critério quem poderá ver a postagem; e no *último e mais alto nível* de privacidade temos os memes que compartilhamos de maneira privada por meio de mensagens diretas, onde apenas emissário e receptor têm acesso à mensagem. A partir dessas diferentes dimensões de privacidade surge o questionamento: *quais são os memes que (não) temos coragem de compartilhar nestes diferentes níveis de privacidade?*

Para além de uma comunicação interpessoal, os memes também são utilizados na comunicação de um-para-muitos e de muitos-para-muitos. Numa perspectiva de tecnologização do discurso, surge o fenômeno do astrotufing (Kolivos; Kupermen, 2012), nome pego de empréstimo de uma marca de grama sintética Astro Turf, que designa falsos movimentos sociais articulados com objetivos bem específicos que se “camuflam” de movimentos sociais para orgânicos e para a promoção de ideologias através de memes.

Astrotufing é amplamente adotada por agentes políticos. No Brasil, a prática tem se popularizado desde as eleições presidenciais de 2014. Posteriormente foi transformada num motor de propulsão de movimentos de extrema direita, os quais culminaram, por exemplo, nas eleições de Donald Trump nos EUA e de Jair Bolsonaro no Brasil, em que este último produziu memes com uma estética própria. Durante a realização dos debates políticos no Brasil, assim como em diversas partes do mundo, a criação de memes acontece em tempo real. A cada minuto de debate são criados novos memes que são disseminados, e aqueles com maior aderência são

utilizados para *astroturfing*, replicados por perfis falsos para simular popularidade de discursos específicos.

Mais do que uma simples brincadeira, os memes exibem força potencial de influenciar em dinâmicas globais, as quais poderiam ser desde mudanças linguísticas até relações políticas e internacionais. Neste contexto, a obra que tenho a honra de prefaciar traz a discussão sobre o fenômeno dos memes para o campo da Biblioteconomia e Ciência da Informação (CI).

Através de uma busca rápida em uma base de dados acadêmica na área de CI, a Base de Dados em Ciência da Informação (BRAPCI)², podemos constatar que, ainda no ano de 2024, são incipientes as publicações que se inserem nesta intersecção entre memes, Biblioteconomia e CI.

Tal intersecção é justamente o enfoque da pesquisa de Jade Santos, a qual vem para contribuir no preenchimento de uma lacuna nos campos da Biblioteconomia e CI brasileiras. Enquanto em publicações internacionais como o *Journal of the American Society for Information Science and Technology* (ASIS&T) já temos proposições metodológicas, a *Web memetics*, de Shifman e Thelwall (2009), nas pesquisas nacionais ainda precisamos nos debruçar mais sobre o tema, fato de evidência a relevância e o ineditismo da obra.

Através de rica e sólida teoria, fundamentando-se no conceito de fontes de informação, tema bastante caro à Biblioteconomia, a autora nos provoca a pensar nos memes como um recurso com potencial informativo hoje largamente utilizado por pessoas da geração Y, também

² Disponível em: <https://brapci.inf.br/#/>.

conhecidos como *Millennials*, bem como por aquelas pessoas das gerações Z, alfa e X.

Ao pesquisar sobre memes e ao propor o meme como uma fonte de informação, a autora intenciona desconstruir a hierarquização sobre o fenômeno estudado, que, por ser uma manifestação da cultura de massas, ainda é frequentemente entendido como menos digno de ser estudado nos espaços acadêmicos ou mesmo como um dispositivo menos informativo, quando se observa o campo da Biblioteconomia e CI.

Para além das fontes de informação, o meme é também discutido sob a ótica da memória social, enquanto elemento das ramificações na construção da identidade individual e/ou coletiva, uma conexão com as realidades virtuais e não virtuais entre jovens.

Concluo este prefácio apontando o que considero a maior contribuição deste trabalho: a análise dos dados, que reflete sobre o que poderíamos chamar de apropriação da informação memética pela população LGBTQIA+³. A escolha do *corpus* da pesquisa, a produção acerca da Inês Brasil e sua relação com a população LGBTQIA+ representa também a insubmissão desta população frente a uma sociedade heteronormativa e violenta.

É nos memes da Inês Brasil que passamos a identificar enunciados que questionam normas, padrões e condutas morais da sociedade conterrânea, celebram as existências, as vidas e as resistências da população LGBTQIA+, que além de não se calarem frente às opressões

³ Utilizando a escolha terminológica da autora do livro.

cotidianas, fazem troça da opressão e dos opressores e opressoras.

É com muita honra que prefacio este livro, convidando a todas as pessoas que se deliciem com esta leitura, ao que penso ser o melhor estilo da autora (e da Inês Brasil):



ME CHAMA QUE EU VÔ

João Pessoa
07 de julho de 2024

REFERÊNCIAS

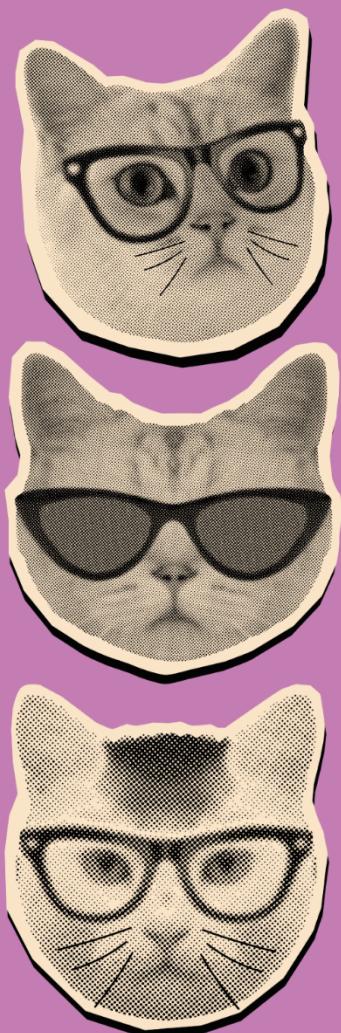
BRODY, Nicholas; CULLEN, Sean. Meme sharing in relationships: the role of humor styles and functions. *Frist*

Monday, [s.l.], v. 28, n. 5. DOI:
<https://doi.org/10.5210/fm.v28i5.12789>.

KOLIVOS, Eugenia, KUPERMAN, Anna. Consumer Law:
Web of Lies. Legal Implications of Astroturfing. Consumer.
Good Companies Journal, [s.l.], v. 64, n.1, p. 38-41, 2012.

APRESENTAÇÃO

Leyde Klebia Rodrigues da Silva



Na sociedade em que vivemos, os memes se caracterizam mais do que apenas um conteúdo cômico produzido e utilizado nas redes sociais; eles se tornaram verdadeiras fontes de informação e expressão cultural. Na obra "**Memes como Fontes de Informação**", a autora Jade de Jesus dos Santos nos convida a explorar essa nova dimensão do conhecimento sobre os memes, onde o humor e a crítica social se entrelaçam.

O livro é estruturado em seis capítulos, cada um abordando diferentes aspectos dos memes: a autora inicia sua jornada com uma **Introdução** provocativa, questionando: *o que caracteriza o meme como uma fonte de informação na internet? Como a sociedade constrói suas relações por meio da utilização dos memes em sua comunicação? De que maneira a memória social é construída e como o meme faz parte dela?* Essas provocações nos levam a refletir sobre a relação entre informação e a construção da memória social na era da cibercultura. Por meio de uma linguagem acessível e contemporânea, Jade nos apresenta a importância dos memes como ferramentas de informação e comunicação e como eles moldam a percepção coletiva.

O capítulo 2, "**VAMO DEVARGAZINHO, CONVERSA TUDINHO GOSTOSINHO: fontes de informação na internet**", oferece uma análise abrangente sobre as fontes de informação na era digital enfocando nas transformações provocadas pela internet e seu impacto na produção e disseminação do conhecimento. A autora equilibra teoria e prática, abordando questões contemporâneas de forma acessível e pertinente, as quais discutem desde as definições de fontes de informação até a avaliação crítica

dessas fontes na internet. Neste capítulo somos convidados(as) a refletir sobre como consumimos e produzimos informação na sociedade atual. Ao final, o texto nos faz lembrar que, em um mundo repleto de memes e informações instantâneas, necessitamos manter um olhar crítico e consciente sobre o que consumimos e compartilhamos.

No capítulo 3 intitulado “**SEGURA A MARIMBA AÍ, MONAMU: meme, sociedade moderna, documento, informação e memória social**”, a autora oferece uma análise madura e instigante sobre a intersecção entre memes, sociedade moderna e memória social. A autora utiliza uma abordagem interdisciplinar e se fundamenta em referências teóricas de várias autorias para discutir como os memes se tornaram documentos digitais que refletem e moldam a cultura contemporânea.

A estrutura do capítulo é bem-organizada, começando com a definição do conceito de meme, e seguindo para uma discussão sobre sua evolução e difusão na sociedade moderna. Um ponto forte do capítulo é a análise das implicações sociais e políticas dos memes. A autora Jade apresenta exemplos de memes que se tornaram virais, que não apenas entretêm, mas também comunicam e criticam questões sociais. A discussão sobre a memória social e sua relação com os memes é outro destaque. A memória social é apresentada como fluida e mutável, refletindo a dinâmica da cultura contemporânea. Essa perspectiva é interessante, pois traz à tona questões sobre como a memória coletiva é construída e desconstruída na era digital.

No capítulo 4 intitulado “**MUNIQUE, EU VOU PASSAR MAL**”, a autora apresenta a metodologia da pesquisa. Jade Santos articula a base teórica do trabalho com uma abordagem prática, destacando a importância da metodologia na construção do conhecimento sobre a cultura digital contemporânea. Ao entrelaçar conceitos de memética, fontes de informação e memória social, a autora estabelece um panorama abrangente que contextualiza seu estudo no campo da Biblioteconomia e Documentação.

No capítulo 5, “**E MENAS CONVERSA E BOTA PROFISSIONALIDADE**”, a autora apresenta uma análise detalhada dos resultados de sua pesquisa sobre a produção e a apropriação de memes, especialmente os relacionados à figura de Inês Brasil. Jade Santos começa contextualizando a figura de Inês Brasil, traçando um perfil histórico que revela as nuances de sua trajetória e como essa trajetória se entrelaça com a cultura de memes. A utilização de bordões e expressões icônicas da artista serve como um ponto de partida para discutir a apropriação cultural e o impacto dos memes na comunicação social. A análise dos dados obtidos por meio do questionário é uma das partes mais relevantes do capítulo. A autora consegue mostrar como os memes transcendem o mero entretenimento, atuando como ferramentas de informação e comunicação que permitem expressar sentimentos e experiências compartilhadas, principalmente como estes, especificamente, funcionam como fontes de informação, particularmente apropriados pela comunidade LGBTQIA+. A interseção entre humor e crítica social é um aspecto que a autora destaca com eficácia.

E, por fim, no capítulo 6, “**MEU AMOR, EU SOU PROFESSORA DE DANÇA!**”, autora apresenta as considerações finais do trabalho com especial destaque para a importância dos memes como fontes de informação na internet e seu papel na formação da memória social, sobretudo dentro da comunidade LGBTQIA+.

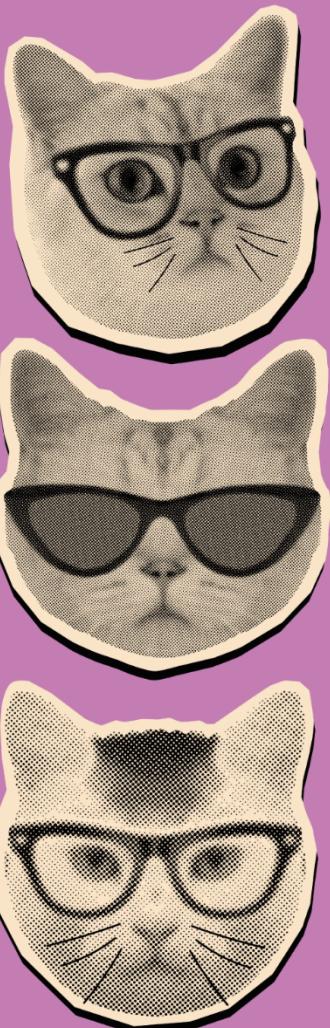
Assim, a obra *Memes como fontes de informação* não é apenas uma leitura; é uma experiência que nos desafia a reconsiderar o que entendemos por informação na era digital.

Ao final da leitura, você verá os memes sob uma nova perspectiva, não apenas como divertidos desenhos ou frases, mas como poderosas fontes de informação que moldam nossas interações sociais. A obra se destaca como um recurso valioso para aquelas pessoas que buscam entender as dinâmicas da cultura digital e as interações sociais que dela emergem.

Prepare-se para refletir, rir (também faz parte), e, quem sabe, usar um meme ou outro para expressar o que você realmente sente!

CAPÍTULO 1

“SE O MUNDO EXISTE, GRAÇAS A DEUS, POR QUE EXISTE?”: INTRODUÇÃO



Ao adentrar a área de Biblioteconomia e Documentação, observamos que há um vasto campo de estudo sobre temas como bibliotecas, marketing, mediação e fontes de informação, entre outros. A Biblioteconomia e Documentação permeia, por muitas vezes, áreas de estudo como: ciberacontecimento, cibercultura, memes e demais temas que movem um segmento cada vez mais ligado às tecnologias da informação e comunicação, onde há um consumo cada vez mais ansioso, ávido e urgente da informação. Nesse sentido, acreditamos ser importante e necessário haver pesquisas acerca da mediação, da biblioteca e do marketing. Na qual, o bibliotecário/profissional da informação deve levar seu olhar para questões e ambientes informacionais digitais, introduzindo sua visão e ampliando cada vez mais seu campo de pesquisa, fazendo uso da transdisciplinaridade.

Buscando compreender melhor os usuários e a Sociedade da Informação⁴, esta pesquisa estudou uma vertente da Biblioteconomia, que são as fontes de informação na internet. Tais fontes estão intrinsecamente ligadas à sociedade da informação e são as principais supressoras das necessidades informacionais dos novos usuários da Web 2.0 (Viola, 2011).

As fontes de informação subsidiam a troca de conhecimento entre usuários e a sociedade em que estão

⁴ “A Sociedade da Informação é um conceito utilizado para descrever uma sociedade e uma economia que faz o melhor uso possível das Tecnologias da Informação e Comunicação no sentido de lidar com a informação, e que torna esta como elemento central de toda a atividade humana” (Castells, 2001 *apud* Gouveia, 2004).

inseridos. Para que haja inovações e evoluções, o ser humano é instigado por fontes informacionais já existentes e compartilhadas. Antes da introdução da internet, as fontes de informação eram pré-concebidas em formatos físicos e “palpáveis”, sendo assim, eram relacionadas à natureza, à humanidade, aos documentos produzidos e compartilhados (Cunha, 2001). Contudo, com a evolução das tecnologias comunicacionais,⁵ as fontes de informação passaram a ter novas ramificações e particularidades. A apropriação e interpretação das informações pelos usuários tiveram uma significativa mudança com a chegada da internet, que transformou o papel do usuário na produção de novas fontes de informação tanto na própria internet como na sociedade (Sales; Almeida, 2007).

As fontes de informação na internet são canais que culminam na produção e disseminação da informação pelos usuários, produtos estes que são abrigados pelos sites das redes sociais. Segundo Raquel Recuero (2009), as fontes são os suportes para as redes sociais digitais,⁶ tais como: Instagram, Twitter e Facebook. Para esta autora, essas redes são os principais propulsores da apropriação, manipulação e disseminação da informação.

Com as significativas relações sociais que ocorrem por meio das redes sociais digitais, o ser humano passou a compartilhar experiências, sensações e conhecimentos na

⁵ Aqui, abordamos as tecnologias comunicacionais, tais como: a internet, os softwares e suportes que utilizamos para acessar as fontes de informação e conteúdos presentes no virtual

⁶ As redes sociais são as interações entre pessoas através de identificação e interesses em comum. Elas são as interações sociais amparadas através dos dispositivos de comunicação virtual que estão nos sites de redes sociais (ROSA, 2021).

rede. Tais interações, que acontecem por intermédio da internet, evidenciam “[...] que a construção da memória depende tanto de interesses sociais, políticos e culturais quanto é determinada pelos meios de comunicação e pelas técnicas de registro” (Gondar, 2016, p. 29). Para Maurice Halbwachs (1990), a memória não é criada somente com experiências do passado, mas pela construção que se faz através dela no presente. Logo, o surgimento de novas memórias é apoiado em vivências preexistentes dos usuários e suas memórias individuais.

Neste livro, a memória é campo/espaço/possibilidade que permeia as transformações sociais. Assim, ao investigarmos a memória social, entendemos que pode ser compreendida como a forma com que países e grupos sociais constroem sobre si uma imagem que irá exprimir sua identidade. Ela encontra-se entranhada na atmosfera macro das relações sociais, perpassa e transpassa as memórias individuais e coletivas (Gondar, 2016).

A identidade é a ponte entre a memória e o sentimento de pertencimento da memória social, e os grupos utilizam de símbolos e signos que carregam diferentes significados para a comunicação. Jô Gondar (2016) expõe o sistema de signos simbólicos (palavras escritas e orais), indiciais (marcas corporais) e icônicos (imagens desenhadas ou esculpidas). Os signos icônicos podem ser apreendidos nos memes produzidos pela sociedade moderna e por intermédio da internet. Lúcia Santaella (2008) salienta que a imagem é um signo icônico, mas, apesar de a autora Jô Gondar (2016) classificar apenas imagens desenhadas ou esculpidas como icônicas,

compreendemos que é necessário visualizar outras expressões imagéticas pertencentes a essa classificação. A exemplo: filmes, vídeos, documentários, *stickers*,⁷ entre outros.

O meme conseguiu transformar o usuário e o jeito que ele assimila e manifesta informação, enquanto a internet conseguiu viabilizar e amplificar os discursos para diversos grupos sociais. A memória produzida e armazenada pela ferramenta informatizada serve como mecanismo de inclusão, interação e compartilhamento. Esses grupos utilizam mecanismos para que suas pautas sejam percebidas e compartilhadas por pessoas para além de seu nicho, construindo seu discurso por meio de mensagens rápidas, visuais e imagéticas, que são os memes.

Os memes surgiram como uma forma de nomear uma prática da natureza humana, que é a de replicação, reprodução e assimilação cultural (Tessarolo; Neto Machado, 2017; Horta, 2015). A reprodução pode ser visualizada na forma que o sujeito se veste, a comida que ele consome, ou as gírias que compartilha com seus amigos. A replicação se dá de forma natural e faz parte do sujeito a introjeção da cultural em que está inserido, adequando-se aos costumes e regras sociais. Todo esse processo faz parte da memória social do indivíduo, o que ele apreende e compartilha ao longo de sua vivência.

A partir do surgimento das redes sociais digitais, o meme foi apropriado e amplificado pela cibercultura. Ele

⁷ Figurinhas personalizadas e customizadas por usuários de redes sociais digitais, como Instagram, WhatsApp e Twitter. As figurinhas podem ser fotos do próprio usuário, memes, desenhos, entre muitas outras variações de imagens.

iniciou sua trajetória tendo uma carga cômica, com a utilização de imagens e figuras em baixa definição. Com o aperfeiçoamento das redes sociais digitais, passou a ser utilizado como uma ferramenta das manifestações sociais, assim como um objeto de aprendizagem em escolas (Oliveira, Porto; Alves, 2019). Contudo mantém as principais características, a carga cômica e a utilização de frases curtas.

Nesta pesquisa, nos atemos ao meme virtual, aquele propagado via redes sociais digitais. Esse meme é criado e faz parte da cibercultura, na qual grupos sociais utilizam de ferramentas tecnológicas para se comunicar de forma maleável e interativa (Souza, 2010).

Lembro-me de quando estava no início do curso e assisti a uma apresentação de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em que uma estudante apresentava o tabuleiro da baiana de acarajé como uma fonte de informação. Para mim, que estava no terceiro semestre, foi o auge das descobertas; perceber que era possível trazer coisas próprias da nossa cultura, como vivência e experiência, para tópicos técnicos da área, era, sim, possível e interessante.

O trabalho em questão tinha como título *O tabuleiro da baiana: um documento de raiz ancestral* (2018), de autoria de Karine Amorim de Jesus. Por conta da conexão que a autora tinha com o seu objeto de pesquisa e pela minha própria vivência e cultura comunicacional, consegui perceber como os memes podem ser uma forma humorística e satírica de se comunicar. Por meio daquela apresentação de TCC, consegui depreender que o meme tem características divertidas e inerentes que conseguiam

passar informações de forma simples e prática, sendo assim, era um documento, um suporte informacional. Desde então, comecei a pensar em abordar o meme como uma fonte de informação.

Contudo foi na disciplina de Metodologia que consegui visualizar o meme como objeto de estudo, relacionando especificamente com as fontes de informação. Foi difícil abordar, na época, o que eu almejava fazer, pois mesmo que esse objeto seja parte do meu círculo social, a quantidade de referências bibliográficas sobre o tema ainda é escassa no campo da Biblioteconomia e Ciência da Informação.

Entendo o meme como uma forma de comunicação que consegue expressar sentimentos e entregar mensagens rápidas com apenas uma imagem ou poucas palavras, que tornou-se parte da minha vida cotidiana e dos meus pares. Expressar-se com apenas “reage, bota um cropped”⁸ era o suficiente para que a outra parte conseguisse entender a mensagem no diálogo. Com essas interações, foi surgindo uma memória e uma relação familiar em utilizar memes para se expressar e dialogar, de forma intuitiva e natural.

A utilização dos memes para a comunicação tornou-se natural e se introjetou nos mais variados grupos sociais que assimilam e disseminam o que mais combina e se adequa ao seu círculo. Com isso, foi possível perceber

⁸ O meme surgiu após Maria Gabriela Gomes, uma estudante, ter levado um “bolo”, e estava triste. Com isso, sua irmã mais velha gritou: “reage, mulher, bota um cropped”. Maria comentou a situação no Twitter em outubro de 2021 e acabou viralizando. Em apenas três dias, a publicação já estava com mais de 80 mil curtidas (Conheça... 2022).

como a sociedade, as redes de interação, estavam se adequando e se *memetizando*. Essa assimilação fez com que eu conseguisse perceber como a memória social está sempre em mudança e como as redes sociais digitais são agentes fundamentais para que isso ocorra de forma urgente e acelerada.

Pensando desta forma, entendemos que o meme está entranhado na cultura e memória social dos sujeitos. Com este fato, foram surgindo as seguintes indagações: o que caracteriza o meme como uma fonte de informação na internet? Como a sociedade constrói suas relações por meio da utilização dos memes em sua comunicação? De que maneira a memória social é construída e como o meme faz parte dela?

Um dos memes que se arraigou na sociedade brasileira foi o da Inês Brasil. A artista pode ser considerada uma das principais personagens meméticas do Brasil, com seus vídeos e bordões virais que conquistaram fãs e admiradores. Inês Brasil é uma mulher negra e periférica que foi apropriada e acolhida pela comunidade LGBTQI+⁹, aclamada como uma das “divas gays”. A replicação e disseminação de seus memes construíram uma memória social entre esse grupo, bem como uma conexão através de suas falas e expressões. Inês, com sua versatilidade e frases, tornou-se uma fonte de inspiração para a criação de memes, fazendo com que as pessoas a transformassem em uma máquina de memes. Seus fãs fazem questão de exaltá-los, utilizando-os para o humor, para a comunicação e para

⁹ LGBTQI+ é uma sigla que significa: lésbicas, gays bissexuais, transexuais, queer, intersexo, assexuais e o + é uma forma de incluir outros grupos com variações de gênero e sexualidade, como os pansexuais (SOARES, 2021).

a troca de conhecimento. A apropriação e disseminação dos memes da Inês Brasil se faz por meio das redes sociais digitais, sendo reproduzidos e assimilados de forma natural por esses grupos.

Após desenvolvida essa problemática, formulamos a questão central da pesquisa: *como a produção de memes sobre Inês Brasil pode ser entendida como fonte de informação na internet, estruturada a partir de conexões sociais e vínculos que fortalecem a memória social da comunidade LGBTQIA+?*

Desta forma, este livro tem como objetivo geral **analisar a produção de memes sobre Inês Brasil como fontes de informação na internet, entendendo as conexões entre meme e sociedade, bem como os vínculos que constroem e fortalecem a memória social da comunidade LGBTQIA+.**

Especificamente, pretende-se:

- a) Identificar os critérios que caracterizam as fontes de informação na internet;
- b) Traçar um perfil histórico sobre a personalidade Inês Brasil;
- c) Selecionar os memes sobre Inês Brasil a partir da sua apropriação pela comunidade LGBTQIA+;
- d) Avaliar os memes como fontes de informação na internet de acordo com os critérios identificados;
- e) Discutir sobre as conexões entre meme e sociedade e os vínculos que constroem e fortalecem a memória social da comunidade LGBTQIA+.

O diálogo promovido nesta pesquisa com a área da comunicação é a execução da interdisciplinaridade, que está intrínseca na área da Biblioteconomia e Documentação. O diálogo que é possível ser realizado com outras áreas torna-se uma ferramenta primorosa para a inclusão de múltiplos escopos de estudo e pesquisa na Ciência da Informação (CI). Entender as nuances da memória e sociedade e as novas ondulações sociais é essencial para que o profissional da informação consiga dialogar e se aproximar dos problemas sociais, visando outras fontes de informação, comunicação, disseminação e reprodução da informação. Sendo assim, a relevância desta pesquisa se dá em ampliar a concepção de fontes de informação e introduzir, nos demais pesquisadores da área, novos campos de pesquisa e o universo de observação.

A pesquisa também contribui para a viabilização dos diálogos midiáticos que ocorrem nas redes sociais digitais, assim como a análise das diferentes formas de comunicação que correm entre outros universos não padronizados, como é o caso da comunidade LGBTQIA+. Dar voz e enfoque a grupos marginalizados, invisibilizados e apagados é uma das funções do profissional da informação, que deve sempre ampliar e contemplar discursos para as massas sociais.

Metodologicamente, esta pesquisa foi classificada como qualitativa, do tipo exploratória, descritiva e documental, esta última por considerar as imagens meméticas da Inês Brasil e as respostas obtidas na coleta de dados como esse tipo informação. O campo de pesquisa é o Instagram, no qual utilizamos a página “memes da Inês

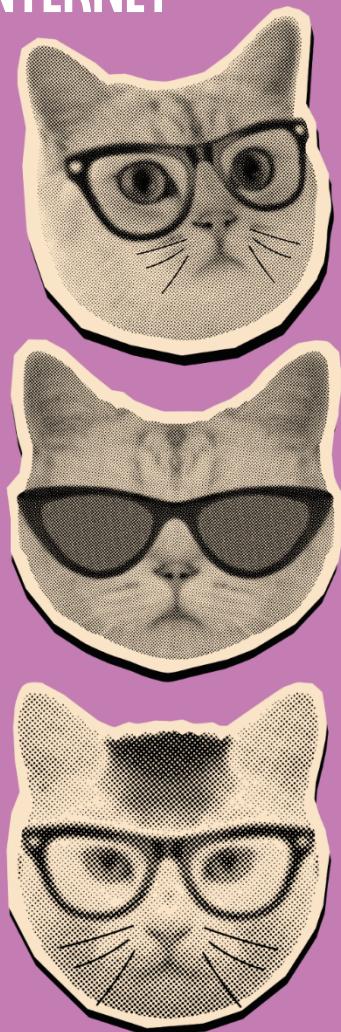
Brasil” e a *hashtag* #MemedalnêsBrasil. Como instrumento para coleta de dados, utilizamos um questionário organizado no formulário Google e aplicado com pessoas da comunidade LGBTQIA+. Por meio das respostas obtidas, foi realizado um levantamento dos memes da Inês Brasil mais utilizados pelos(as) usuários(as). Esses dados foram analisados utilizando como método a netnografia e a leitura de imagens.

Este livro está estruturado em seis capítulos. O primeiro é destinado ao aporte introdutório da pesquisa, no qual estão apresentados os temas que serão trabalhados, a motivação para a escolha do tema, o objeto da pesquisa, a problemática e os objetivos. O segundo capítulo é destinado à fundamentação teórica, apresentando os conceitos de Fontes de Informação e os tipos de Fontes de Informação na Internet, assim como os critérios para a avaliação de Fontes de Informação na Internet. O terceiro capítulo conceitua o que são os memes e sua origem até a sociedade moderna, e o analisamos como objeto social e documental que faz parte da memória social de grupos e comunidades. No quarto capítulo, estão os procedimentos metodológicos, a descrição da pesquisa e os instrumentos utilizados para a coleta de dados. No quinto capítulo, contextualizamos o objeto de estudo e iniciamos a análise dos dados, iniciando os estudos a partir das respostas obtidas por meio da aplicação do questionário e o levantamento dos memes. Por fim, no sexto capítulo, trazemos as considerações finais, rememorando os objetivos gerais e específicos, apresentando se eles foram respondidos através das análises levantadas. Destacamos

também as limitações da pesquisa e possíveis conselhos para os profissionais da informação.

CAPÍTULO 2

“VAMO DEVARGAZINHO, CONVERSA TUDINHO GOSTOSINHO”: FONTES DE INFORMAÇÃO NA INTERNET



As fontes de informação podem ser identificadas nos mais diversos suportes: documentos, esculturas, vestimentas, entre outros. São a base da construção e disseminação do conhecimento na sociedade, e por meio das fontes de informação, o ser humano produz e assimila novas informações e aprendizados. Com os avanços sociais e tecnológicos, as fontes e suportes se adequaram para melhor atender as necessidades dos usuários. Diante das novas ferramentas e possibilidades de disseminação e assimilação das informações na internet, o profissional da informação deve se ater às novas demandas quanto às tipologias das fontes na internet, assim como o papel do usuário como um agente ativo no processo de replicação informacional.

Desta forma, para melhor compreender as fontes de informação e sua pluralidade, neste capítulo, iremos abordar: os conceitos de fontes de informação de acordo com as referências de Murilo Cunha (2001), Luciane Vital (2006); fontes de informação na internet segundo Alan Gomes (2012), Helouíse Viola (2011) e Leyde Silva (2010); hipertextualidade, de acordo com Rodrigo Sales, Patrícia Almeida (2007) e Antonia Meyer (2020); consumo e produção de informação na internet, com Lidiany Marques, Frederico Vidigal (2018), Alex Primo, Raquel Recuero (2006) e Helouíse Viola (2011); critérios de avaliação de fontes de informação na internet com as autoras Rosamelia Parizotto (1997), Renata Vilella (2003), Maria Tomaél e colaboradores (2000).

FONTE DE INFORMAÇÃO

Fontes de informação são recursos que estão presentes nos mais variados suportes, e têm como principal objetivo transmitir uma informação e conhecimento. Ao idealizarmos um suporte, deve-se tomar o cuidado de não os encaixar em moldes padronizados ou óbvios, por exemplo: livros, arquivos e manuscritos. As fontes de informação podem ser encontradas tanto em um mestre griô, que, através da oralidade, transmite seus conhecimentos para a próxima geração, como em um desfile de moda, em que o estilista utiliza de suas criações para passar uma informação. Ou seja, as fontes de informação compreendem as mais diferentes formas e conseguem se manifestar em diversas ocasiões.

Segundo Murilo Bastos Cunha (2001, p. viii), o “[...] conceito de fontes de informação ou documento é muito amplo, pode abranger manuscritos e publicações impressas, além de objetos, como amostras minerais, obras de arte ou peças museológicas [...] cartas, comunicações orais e mensagens eletrônicas”.

Sendo assim, é perceptível que, para que um novo conhecimento seja criado e apropriado, é necessário haver um ponto inicial, uma fonte de informação que embasará a descoberta desse sujeito.

O conhecimento não existe se não houver uma fonte, uma origem, de informação que fornece subsídios para sua construção. Tem-se que durante todo o processo histórico do desenvolvimento do conhecimento o homem dependeu das fontes de informação, que se transformaram e continuam se transformando até hoje. O desenvolvimento

exponencial ocorrido nas tecnologias de informação e comunicação potencializa o surgimento, cada vez mais rápido, de fontes de informação (Sales; Almeida, 2007, p. 68).

As fontes de informação estão caracterizadas, segundo Murilo Bastos Cunha (2001), em fontes formais e informais. As fontes formais são aquelas decorrentes de produções científicas como livros, periódicos, artigos e canais formais que confirmem qualquer conhecimento (CUNHA, 2001). Elas estão classificadas em fontes primárias, secundárias e terciárias. Fontes primárias são consideradas novas informações, ou seja, publicações originais de quem as produziu. Essas fontes são publicações de TCC, teses e outras formas de publicações científicas. Já as fontes secundárias passaram pelo processo de modificação e são derivações de fontes originárias (fontes primárias), apresentando revisão e interpretação da obra original, por exemplo: bibliografia, catálogos, índices (Cunha, 2001). Por sua vez, as fontes terciárias são sínteses das fontes primárias e secundárias, utilizadas para sinalizar e auxiliar pesquisadores a encontrar as informações nas fontes originárias, a exemplo: revisão de literatura, catálogos, resumos, entre outros (Cunha, 2001).

Quanto às fontes informais, Luciane Vital (2006) discorre que elas são decorrentes de: cartas, folders e comunicação oral. Sendo assim, se diferem das formais na estrutura, organização e processamento.

Com o advento da internet, as fontes se transformaram, as pessoas se adequaram às suas

exigências e a internet se modificou para melhor atender às diligências da sociedade.

Devido à introdução dos computadores na vida doméstica e com a internet se tornando um espaço mais acessível e dinâmico, ficou cada vez mais atraente adentrar esse campo, fazendo do computador e da internet insumos essenciais a vida cotidiana, tornando-se, assim, fundamentais também para o campo da pesquisa.

Pensando desta forma, é visível que os novos dispositivos de comunicação estão abrindo o leque das fontes de informação, fazendo com que os usuários sejam agentes ativos no processo de produção de conhecimento e documentação, dando liberdade para que utilizem das ferramentas que são localizadas apenas no ambiente digital. Com elas, o usuário consegue passar sua informação, disseminá-la e movimentar seus ideais através do ciberespaço.

Leyde Silva (2010) traz as fontes informacionais para o meio tecnológico, ao afirmar que as

[...] tecnologias intelectuais, especialmente na web, os modelos, isto é, os parâmetros adotados pelas fontes de informação disponíveis vêm se modificando, ampliando e diversificando, tornando-se cada vez mais ‘eficientes, rápidas e abrangentes, vencendo barreiras geográficas, hierárquicas e financeiras’ (Campello; Cendón; Kremer, 2000, p. 23).

É perceptível que, devido ao avanço tecnológico e com a amplitude da internet, os conceitos das fontes de

informação sofreram alterações e adições ocasionadas pelo *boom* informacional.¹⁰ Para melhor delimitar e compreender essas mudanças, iremos abordar, a seguir, as fontes de informação na internet.

TIPOS DE FONTES DE INFORMAÇÃO NA INTERNET

Por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), que evoluíram e se modernizaram com o advento da “domesticação” dos computadores,¹¹ a internet passou a ser um dos meios informacionais mais utilizados pelos mais variados grupos: trabalhadores, pesquisadores, estudantes e por aqueles que só querem “zapear”¹² pela web.

Essa tecnologia conseguiu romper com os padrões de pesquisa, disseminação e recuperação da informação. Assim, tornando-se peças dinâmicas que auxiliam os usuários e pesquisadores em seus estudos por meio das ferramentas de busca e pesquisa, que culminam na criação, assimilação e reprodução de informações (Gomes, 2012).

¹⁰ As autoras Gabriela Souza e Maria Jorente (2021) dissertam que o *boom* informacional é caracterizado pelo grande volume informacional na web, fazendo com que qualquer pessoa, independentemente de sua localização consiga ter acesso a um extenso universo de informações.

¹¹ O físico e escritor Freeman Dyson empregou o termo “domesticação” dos computadores para denotar a comercialização e a queda dos preços dos computadores e da internet, tornando-se assim suportes informacionais da vida cotidiana de maior parte da população (Gleiser, 2006).

¹² Os autores Blattmann e Fragoso (2003) utilizam o termo “zapeador” para induzir o leitor que consegue criar links na internet navegando na rede aproveitando os recursos oferecidos pelo sistema.

A praticidade e popularidade das fontes de informação na internet se dão pela interface simples e objetiva do sistema e pela interatividade gerada com a

[...] acessibilidade via redes de computadores [...] sua estrutura e seu métodos de publicação. Possibilitando então, uma facilidade para exploração de novas idéias e interação imediata com outros indivíduos e sistemas, gerando conforto e economia de tempo para toda a sociedade (Viola, 2011, p. 24).

A praticidade e a facilidade da acessibilidade das informações presentes na internet modificaram a forma como os usuários leem os textos. Do ponto de vista do modelo ocidental, a leitura era realizada de forma linear, ou seja, “[...] da esquerda para a direita e de cima para baixo, com um procedimento de cada vez” (Cereja; Cochard, 2009), porém, com a internet, a leitura não linear passou a se fazer presente no cotidiano do usuário, com o hipertexto, por meio dos hiperlinks, das imagens e dos vídeos. Essa conectividade é amplificada pelas redes comunicacionais construídas com a hipertextualidade. Os autores Rodrigo Sales e Patrícia Almeida (2007) expõem que o hipertexto, por meio das hiperligações, altera o papel do usuário e permite que o acesso às informações se dinamize, transformando as leituras e a construção de seu conhecimento.

A hipertextualidade não surgiu com a internet, ela sempre esteve presente na interação leitor-informação e passou por três gerações até ser ampliada e apropriada

pela web. A primeira geração do hipertexto pode ser percebida por meio das remissivas e referências presentes nos suportes físicos, que direcionam o leitor a uma segunda fonte para que consiga fomentar seu conhecimento. Já a segunda geração hipertextual emerge por meio de links que direcionam o leitor para um outro documento digital (Primo, 2006; Recuero, 2009).

A evolução das redes culminou na terceira geração da hipertextualidade, que resultou na dinamização da internet, já que o “[...] hipertexto é dinâmico, interativo, não linear, está sempre em movimento e ao simples clique de um mouse ele revela uma imensa possibilidade de acesso a *links*, possibilitando ao leitor/escritor a construção do conhecimento” (Meyer, 2020).

A hipertextualidade traz novo aparato para os usuários, no qual a informatização e a construção do conhecimento acontecem com maior interatividade entre o usuário e as fontes de informação. A autora Antonia Meyer (2020, on-line) exprime que “[...] o hipertexto possui uma estrutura composta por blocos de informações interligados através de *links*”. Com essas conexões, que ocorrem por meio das ligações multimidiáticas, o usuário consegue tecer sua teia de aprendizagem autônoma e diversificada. Com maior versatilidade e interação dos documentos no contexto tecnológico, as fontes de informação passaram a ter novas tipologias e propriedades que antes não eram possíveis nos formatos físicos. Com isso, as fontes de informação na internet podem ser concebidas e observadas nas denominações tradicionais das fontes de informação.

No ambiente da internet, as fontes formais podem ser reconhecidas por meio dos: periódicos, teses e artigos

(fontes primárias); dicionários on-line e encyclopédias (fontes secundárias); em catálogos on-line e bases de dados (fontes terciárias). Os e-mails, blogs e postagens em redes sociais podem ser classificados como fontes informais (Silva, 2010).

As fontes de informação que surgem no ambiente da internet apresentam características tanto das fontes formais como das informais, contudo, em sua maioria, são uma mixagem das fontes formais e informais. Essas fontes carecem de um delineamento particular que contemple as novas tipologias das fontes de informação, já que a classificação foi criada para os formatos tradicionais dos suportes informacionais. Ademais, é discutível se tal delimitação é possível, posto que as fontes de informação na internet são plurais, apresentam características efêmeras e estão em um constante *looping* de adequação e adaptação às necessidades informacionais dos usuários (Tomaél, 2000).

Com base nos estudos da autora Leyde Silva (2014) e do autor Lucas Rosa (2021, p. 23-24), elencamos alguns dos tipos de fontes de informação mais utilizadas na web:

- a) **Site:** também chamado website, trata-se de um espaço virtual que abriga múltiplas páginas e agrupa todo tipo de conteúdo ou do endereço eletrônico desse espaço. Exemplo: Wikipedia, Amazon, Manga Livre;
- b) **Portal:** canal de comunicação on-line no qual é possível reunir documentos textuais, hipertextuais, sonoros e imagéticos. Exemplo: CNN, iBahia, Omelete;

- c) **Blog:** página da web, que pode ser tanto pessoal como organizacional, em que é permitida a atualização de informações por meio de publicações sem limites de tamanho. Sua utilização pode ser feita de maneira individual ou coletiva, e, assim como os portais, é possível agregar documentos textuais, hipertextuais, sonoros e imagéticos. Exemplo de plataformas de blog: Wordpress, Blogger, Medium;
- d) **Microblog:** como um blog em formato mais simples e utilizado para fazer publicações mais sucintas, com limite de caracteres. Exemplo: Twitter, Pinterest e Tumblr;
- 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. Exemplo: Facebook e Instagram;
- f) **Fórum:** também chamado grupo de discussão ou comunidade virtual, é um site capaz de reunir usuários e promover interações entre eles. É um espaço que se organiza em torno de um interesse em comum entre os usuários e onde são criados tópicos de discussão para temas específicos. Exemplo: Reddit, Yahoo!Respostas;
- g) **Buscadores:** são motores de busca cujas ferramentas objetivam auxiliar a busca e a recuperação de informações armazenadas em

bases de dados na internet. Alguns buscadores são: Google, Bing, Yahoo!;

- h) **Streaming:**¹³ catálogo virtual que armazena, em nuvem, conteúdos midiáticos e interativos de produções de áudios e audiovisuais. Exemplo: Netflix, Spotify e Funimation.

Com o acúmulo de informação na internet, a organização, a recuperação e o controle tornaram-se alguns dos desafios para quem utiliza a rede. A exacerbada quantidade de documentos e o “[...] grande volume e diversidade de informações que não seguem uma estrutura definida de registros, soma-se a isto, as limitações de interfaces para a busca de informação” (Viola, 2011, p. 25), tornam o controle de qualidade um dos pontos centrais das fontes de informação na internet.

Um movimento que ocorre com uma crescente participação dos usuários é a transformação de consumidor para produtor, ou seja, “os usuários não são passivos: participam, selecionam e emitem opiniões” (Marques; Vidigal, 2018, p. 2). Leitores de publicações físicas estão consumindo mais informações on-line, com isso, há um aumento considerável da participação desses usuários nas redes ao escreverem e publicarem seus trabalhos autorais de forma livre, assim, tornando-se peças fundamentais no processo de transformação do conhecimento e influenciando o mercado e os produtos de consumo. Esses novos produtores- consumidores são

¹³ Este último tipo de fonte de informação na internet foi adicionado pela pesquisadora por meio da observação e estudo das modificações das fontes de informação na internet.

classificados como *prosumers*, que, segundo Marcelo Fonseca, Manuela Gonçalves, Marta Oliveira e Maria Tinoco (2008), são consumidores proativos e engajados em dar seu ponto de vista sobre produtos e informações, refletindo e influenciando o mercado por meio de suas interações e participações ativas nas redes sociais.

Lidiany Marques e Frederico Vidigal (2018) também inferem que os prosumers dominam as redes sociais e as utilizam para se comunicar e fazer escolhas. Esses produtores- consumidores induzem valor às informações e são fundamentais para a criação de ideias, modificações e criações de tendências, pois são “[...] consumidores proativos e dinâmicos, que compartilham seus pontos de vista e estão na vanguarda da tecnologia” (Marques; Vidigal, 2018, p. 4).

Esse movimento gera grande fluxo informacional e documental, fazendo com que pesquisadores científicos e demais usuários que almejam localizar informações confiáveis se sintam preocupados e ansiosos por fontes que tenham informações de qualidade e credibilidade (Viola, 2011; Sales; Almeida, 2007).

Contudo devemos salientar que a escritora Maria Tomaél (2008) afirma que a qualidade da fonte está intrinsecamente ligada aos seus objetivos, ou seja, tal fonte deve oferecer o que propõe. A autora também infere que, para o usuário, a qualidade da fonte é avaliada com base na necessidade da informação.

Quem usa as fontes de informação na internet para fins de pesquisa tem como principal necessidade a utilização de informações confiáveis para a qualidade de seus estudos. Com o aumento exponencial de informações

na internet, realizar uma busca precisa com resultados relevantes se tornou uma prática cada vez mais difícil. O mapeamento de sites com informações confiáveis e comprovadas pelo viés científico necessita de maior atenção e avaliação (Sales; Almeida, 2007).

Pensando dessa forma, a avaliação das fontes de informação deve ter um caráter que melhor se adeque ao usuário, a fim de sanar sua necessidade informacional. Sendo assim, a seguir, iremos trabalhar nos critérios de avaliação de fontes de informação na internet.

AVALIAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO NA INTERNET

Com o crescimento e a pluralidade das fontes de informação na internet, potencializada pela globalização, identificar fontes confiáveis tornou-se uma tarefa desafiadora. Nessa perspectiva, os autores Maria Tomaél Maria Elisabete Catarino, Marta Lígia Pomim Valentim, Oswaldo Francisco de Almeida Júnior, Terezinha Elisabeth da Silva, Adriana Rosecler Alcar, Daniela Selmini, Fabiana Ramos Montanari, Silvia Yamamoto, Carlos Cândido de Almeida, Renata Gonçalves Curty e Pedro Augusto de Godoy (2000), o autor Rodrigo Sales e as autoras Patrícia Almeida (2007) e Helouíse Viola (2011) debruçaram-se na elaboração dos critérios de avaliação das fontes de informação na internet.

Rodrigo Sales e Patrícia Almeida (2007) discursam que a revocação¹⁴ de informações relevantes pode ser

¹⁴ Revocação é a capacidade de recuperação pelo sistema de busca de documentos sobre determinado tema. Contudo nem todos os documentos recuperados são relevantes ou necessários. Devido a este fato, é necessário

trabalhosa para aqueles que acessam as fontes de informação na internet sem se atentar para os critérios de qualidade e ao tempo de procura e pesquisa pela busca da informação, entre outros fatores necessários para a obtenção da informação. Nessa linha de pensamento, a avaliação das fontes de informação se faz necessária em decorrência da disponibilização de informações irrelevantes, desatualizadas e imprecisas na internet.

Maria Tomaél e colaboradores (2000) corroboram tal pensamento, ao ponderar que a internet apresenta um processo evolutivo com implicações sociais, econômicas, políticas e institucionais em questões da produção, análise, indexação, recuperação e distribuição de informação. A autora traz o estudo do autor Wallace Koehler (1999), que apresenta dois comportamentos intrínsecos à longevidade da informação, a saber: permanência e constância. A **permanência** concerne a probabilidade de um documento se manter em um endereço URL por um longo período, implicando a efemeridade da informação em permanecer neste endereço web em que foi inicialmente postado, podendo ser remanejado para outro URL ou ser apagado da web, sem que sua recuperação seja possível. A **constância** trata da estabilidade do documento com o passar do tempo. O autor Wallace Koehler (1999 *apud* Tomaél et al., 2000) afirma que são raras as exceções em que os conteúdos são atualizados no período de um ano.

utilizar da precisão, que tem como função a capacidade de evitar documentos irrelevantes. Esses processos fazem parte do Sistema de Recuperação da Informação (SRI), em que o objetivo é a representação, armazenamento e recuperação da informação (Garcia; Redigolo, 2020).

Com isso, é perceptível que a internet está em um constante processo de mutação. O contínuo fluxo informacional e documental é uma parte ininterrupta que faz parte da natureza do sistema. A completude da rede tem o caráter da constante adaptação às necessidades informacionais dos usuários, deste modo, o profissional da informação deve tentar organizar e avaliar as informações para que os usuários consigam ter em mãos documentos relevantes para suas demandas.

Para a autora Maria Tomaél e colaboradores (2000), a avaliação das fontes de informação na internet é significativa para quem as utiliza para fins de pesquisa, em que uma informação, para ser de qualidade, deve ser precisa e adequada. Rodrigo Sales e Patrícia Almeida (2007), trazendo as autoras Maria Tomaél, Adriana Alcará e Terezinha Silva (2008), destacam que a qualidade de uma fonte de informação está ligada à necessidade do usuário, sendo assim, ela deve corresponder aos objetivos e finalidades implícitas em sua criação. A avaliação das fontes de informação na internet deve ater-se não somente ao conteúdo, mas também à apresentação da informação (Tomaél *et al.*, 2000).

As fontes de informação na internet têm elementos próprios de sua essência que devem ser observados e analisados com cautela. Desse modo, fatores presentes na organização do documento na internet interferem na avaliação de uma fonte de informação confiável. Esses elementos perpassam o *design*, a fonte, a apresentação da informação, a quantidade de ícones presentes e cores.

Esses componentes são os principais fatores que irão cativar o usuário em seu primeiro contato com a

informação. A organização e a apresentação de uma página na web são essenciais, não somente por questões estéticas, como a autora Rosamelia Parizzotto (1997) salienta, mas também por questões de assimilação e entendimento da informação. Devido a esse cuidado com a exibição da página e a questão estética na assimilação e interesse do usuário para acessar a página, nas suas primeiras impressões, o usuário elimina o que deve ou não acessar.

Essa autora realizou um estudo para a criação de um guia para a criação de sites de pesquisa acadêmica que, apesar de ter sido idealizado visando apenas sites de pesquisa acadêmica, pode ser encaixado em escopos midiáticos e comunicacionais, inicialmente, não vislumbrados por ela.

À vista disso, Rosamelia Parizotto (1997) estudou os atributos gráficos para a apresentação das páginas: *layouts*, cores, fundos, fontes, textos e ícones. Estes são os primeiros aspectos que o usuário perceberá, pois cada um tem sua característica intrínseca no processo de avaliação. Rosamelia Parizotto (1997, p. 19) afirma que o ***layout*** é a forma em que as informações são estruturadas e organizadas, sendo assim, ele “[...] tem um papel importante em uma página na web, pois ele influencia a maneira como o usuário sente e entende uma informação. A informação visual comunica de modo não verbal e pode incluir sinais emocionais que motivem, dirijam ou distraiam”. Para que uma fonte de informação atraia o usuário, é necessário que o *layout* esteja organizado e convidativo. Além de visar uma interface bem-estruturada, o criador deve se atentar à escolha das **cores** que utilizará

para a criação do seu conteúdo, pois a paleta de cores influencia no processamento e memorização da informação. O **fundo** é a composição entre texturas e cores. Rosamelia Parizotto (1997), citando Kristof e Satran (1995), salienta que o fundo empenha o papel de influenciar a aparência e o equilíbrio da informação. As **fontes** “[...] organizam a informação, aumentam a capacidade de transmissão de informação das formas textuais e criam uma disposição particular que facilita a interpretação da informação por parte do usuário” (Parizotto, 1997, p. 48). Os **ícones** têm como função serem guias para os usuários, sendo opções em que é possível localizar outras informações mais abrangentes. A autora comenta que os ícones devem ser significativos e coerentes, apresentados em pequenos números. O **texto** é a apresentação da informação, um agrupamento de letras que formam frases e parágrafos. Portanto a forma como o texto é apresentado é importante para que o leitor não fique cansado, e a escolha da fonte de apresentação é fundamental para que o conteúdo esteja esteticamente atrativo e convidativo para quem irá ler.

Dentre as características citadas pela autora, as que melhor se encaixam à necessidade de classificação das fontes de informação desta pesquisa são *layout*, cores e fundos, peças centrais para os debates que ocorrerão a seguir.

Outros fatores, além da estética, devem ser avaliados. Maria Tomaél e colaboradores (2000) elencaram, em uma pesquisa, 10 (dez) itens destinados à avaliação das redes de informação na internet. Esses itens estão sintetizados no Quadro 1 a seguir.

Quadro 1 – Critérios de avaliação das fontes de informação na internet

Informação de identificação	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilização de informações adequadas sobre a fonte; - Objetivos da fonte e a que público se destina; - Endereço eletrônico do site e da fonte de informação; - Identificação da tipologia da fonte e de sua origem.
Consistência das informações	<ul style="list-style-type: none"> - Cobertura da fonte; - Validez do conteúdo; - Resumos ou informações complementares; - Coerência na apresentação do conteúdo informacional; - Oferta de informações filtradas ou com agregação de valor; - Apresentação de informação original.
Confiabilidade das informações	<ul style="list-style-type: none"> - Dados completos de autoria (como mantenedor); - Autoria reconhecida em sua área de atuação; - Organização que disponibiliza o site; - Conteúdo informacional relacionado com a área de atuação do autor.
Adequação da fonte	<ul style="list-style-type: none"> - Coerência da linguagem utilizada pela fonte com seus objetivos e o público a que se destina; - Coerência do site onde a fonte estiver localizada com seu propósito ou assunto.
Links	<ul style="list-style-type: none"> - Links internos: <ul style="list-style-type: none"> - clareza para onde conduzem; - tipos disponíveis; - atualização dos links; - Links externos:

	<ul style="list-style-type: none"> - clareza para onde conduzem; - devem apontar apenas para sites confiáveis; - tipos disponíveis mais comuns: informações complementares, ilustrações, portais temáticos etc.
Facilidade de uso	<ul style="list-style-type: none"> - Links <ul style="list-style-type: none"> - que possibilitem fácil movimentação; - que possibilitem avançar e retroceder; - Quantidade de cliques para acessar a fonte e a informação; <ul style="list-style-type: none"> - da página inicial até a fonte são recomendados três cliques; - da fonte à informação são três ou menos cliques; - Disponibilidade de recursos da pesquisa na fonte; <ul style="list-style-type: none"> - função de busca; - lógica booleana; - índice; - arranjo; - outros.
Layout da fonte	<ul style="list-style-type: none"> - As mídias utilizadas devem ser interessantes; - Tipos de mídias utilizadas; - A harmonia entre a quantidade de mídias; - Coerência entre as várias mídias: <ul style="list-style-type: none"> - imagens com função de complementar o conteúdo, e não apenas ilustrar; - pertinência com os propósitos da fonte; - legibilidade; - clara identificação das imagens; - Na estrutura do layout e arranjo, é importante que:

	<ul style="list-style-type: none"> - haja coerência na utilização de padrões; - os recursos sirvam a um propósito e não apenas decoração; - as imagens facilitem a navegação; - o design do menu seja estruturado para facilitar a busca; - a criatividade contribua para a qualidade; - evite-se o frame, que limita o uso da fonte.
Restrições percebidas	<ul style="list-style-type: none"> - Direitos autorais impedindo o acesso à informação completa; - Alto custo de acesso à fonte de informação; - Mensagens de erro durante a navegação.
Supporte ao usuário	<ul style="list-style-type: none"> - Contato com o produtor da fonte; - Informações de ajuda na interface.

Fonte: adaptado de Maria Tomaél e colaboradores (2000).

No Quadro 1, é possível perceber que a autora Maria Tomaél e colaboradores (2000) abarcam pontos centrais para a avaliação de fontes de informações na internet, esquematizando os critérios entre a informação macro, que são as características centrais, e as ramificações destas. Estas últimas trazem arranjos necessários para a organização e avaliação das fontes, pormenorizando os pontos centrais para a validação de uma fonte confiável na internet.

A autora Renata Vilella (2003), em sua dissertação de mestrado, analisou três dimensões para a avaliação para portais, a saber: conteúdo, usabilidade e finalidade. A autora analisou o conteúdo a partir de sete parâmetros: abrangência/propósito; cobertura; atualidade; metadados; correção; autoridade; objetividade. Para usabilidade, foram

observadas questões como navegação, visual/gráfico, interface e links. Já a finalidade teve como parâmetros estudados: serviços; comunicação/participação/feedback; privacidade; customização/personalização/; interoperabilidade/nível de integração; esquema de classificação das informações.

A usabilidade apresentada pela autora Renata Vilella está relacionada à facilidade do sistema em ser utilizado pelos usuários, sendo fundamental para o desenvolvimento de sites e portais, visando à facilidade ao acesso das informações pelos usuários no meio web, porém a usabilidade também “[...] está relacionada à facilidade de uso e à experiência interativa do usuário, refere-se também ao grau de como o usuário consegue realizar uma tarefa” (Santos, 2016).

As autoras Renata Vilella (2003) e Maria Tomaél e colaboradores (2000) apresentam pontos convergentes em seus critérios de avaliação de fontes de informação. É possível perceber que partes centrais para a análise de fontes de informação na internet, aspectos como interface/layout, links e usabilidade/adequação da fonte são itens similares em ambos os trabalhos.

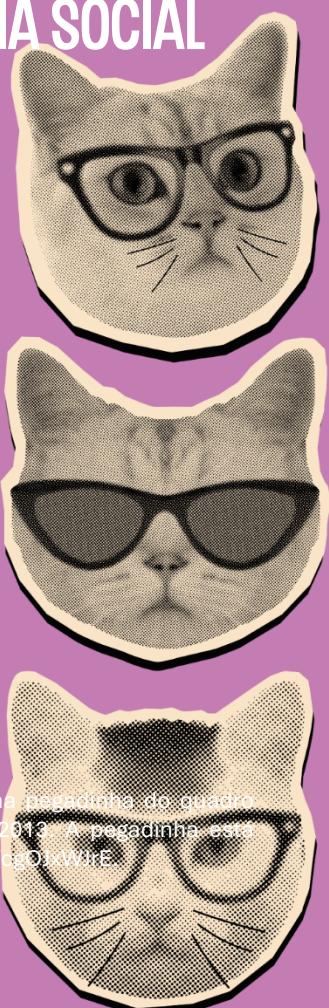
Apesar de os critérios apresentados pelas autoras Renata Vilella (2003), Rosamelia Parizotto (1997) e Maria Tomaél e colaboradores (2000) terem sido projetados para a análise de portais, blogs e confecção de sites na internet, eles podem ser aplicados em outros suportes e fontes informacionais da internet.

Após a discussão apresentada neste capítulo, é perceptível a semelhança entre alguns critérios trabalhados pelas autoras supracitadas. As similaridades

abarcam o *layout*, confiabilidade e adequação da fonte ao usuário. Este fato se dá pela natureza das fontes de informações que as autoras analisaram, que consistem em portais e sites. Dentre os critérios debatidos, os que melhor atendem às demandas e necessidades desta pesquisa são: *layout*, cores, fundos, adequação da fonte, facilidade de uso, usabilidade e finalidade. Esses critérios são peças que englobam os principais focos de atenção de um usuário da internet, isto é, são esses pontos centrais que irão, inicialmente, atrair o usuário a acessar a fonte. No próximo capítulo, iremos discutir sobre meme, documento e memória social.

CAPÍTULO 3

“SEGURA A MARIMBA AÍ, MONAMU”:¹⁵ MEME, SOCIEDADE MODERNA, DOCUMENTO, INFORMAÇÃO E MEMÓRIA SOCIAL



¹⁵ A expressão foi proferida por Inês Brasil ao cair na pegadinha do quadro Telegrama Legal, do programa *Domingo Legal*, em 2013. A pegadinha está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dYcgOjWVtIE>.

Este capítulo abordará as nuances do meme na sociedade moderna e sua introjeção nos múltiplos âmbitos sociais, tais como a esfera cultural e a memória social de grupos sociais, assim como o meme como um documento digital produzido por meio das interações sociais de específicos grupos, tracejando a complexidade pertencente a essa forma documental.

Para dialogar com o debate acerca dos memes na sociedade moderna, traremos o conceito produzido pelo autor Richard Dawkins (2007); abordando os memes e a apropriação de bordões, gírias e gestos pela sociedade utilizaremos a autora Edyta Jablonka (2012) e os autores Felipe Tessarolo e Arthur Neto Machado (2017); sites de redes sociais, com a autora Raquel Recuero (2009); sobre o viés político e disseminador de informação do meme, iremos dialogar com a autora Thais Sousa e os autores Estevão Franchini e Paulo Nascimento (2016), e com os autores Kaio Eduardo de Jesus Oliveira, Cristiane de Magalhães Porto, André Luiz Alves (2019); sobre o que é um documento, trabalharemos com os autores Alexandre Gugliotta (2017), Michael Buckland (1991) e com a autora Suzanne Briet (2016); documentos tangíveis e intangíveis, com a autora Vera Dodebe (2011) e com o autor Michael Buckland (1991); cultura, com o autor Stuart Hall (1997); identidade social, com o autor Josemar Elias da Silva Junior e a autora Ana Lúcia de Oliveira Tavares (2018), e com a autora Jô Gondar (2016); memória social, com as autoras Vera Dodebe (2016); Marina Leitão Damin, Vera Dodebe (2018); Pedro Telles da Silveira (2021); signos e símbolos, com as autoras Lúcia M. A. Ferreira (2016), Lúcia Santaella (2008) e Jô Gondar (2016).

EVOLUÇÃO E SURGIMENTO DO MEME NA SOCIEDADE MODERNA

O conceito de meme surgiu com um propósito um pouco diferente de como é conhecido atualmente. Ele não tinha o caráter humorístico, nem foi produzido e disseminado por meio da internet. Por sua vez, foi cunhado em 1976, pelo biólogo evolutivo Richard Dawkins, em seu livro *O gene egoísta*. O autor sentiu a necessidade de criar esse termo para respaldar sua teoria sobre a replicação da cultura e refutar antigas teorias evolutivas as quais acreditavam que a cultura era passada com os genes, como uma herança hereditária. Dawkins visualizou essa vertente através de um novo ângulo: ele comprehendia que o homem reproduz a cultura da comunidade em que está inserido, e o que difere um homem do outro é a cultura que foi apreendida. Como a biologia não tinha um conceito que abrangia essa visão, Dawkins se viu instigado a criar uma denominação. Sendo assim, podemos verificar em seu livro como esse momento ocorreu (Dawkins, 2007).

Precisamos de um nome para o novo replicador, um nome que transmita a ideia de uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação. ‘Mimeme’ provém de uma raiz grega adequada, mas eu procuro uma palavra mais curta que soe mais ou menos como ‘gene’. Espero que meus amigos classicistas me perdoem se abreviar mimeme para meme. Se isso servir de consolo, podemos pensar, alternativamente, que a palavra ‘meme’ guarda relação com ‘memória’, ou com a palavra francesa même.

Devemos pronunciá-la de forma a rimar com ‘creme’ (Dawkins, 2007, p. 330).

Ao introduzir esse conceito, Dawkins (2007) principia uma forma diferente de compreender a memória, ao traçar um conceito para algo que não está em nosso código genético e que nos é ensinado desde a infância, o qual é introduzido, replicado e disseminado socialmente. Assim, é perceptível que a memória está ligada intrinsecamente à cultura, na qual “[...]é criado um padrão de comportamento baseado em diversos fatores que são repetidos de geração em geração e ditado por instituições e organizações que partilham do mesmo ideal” (Tessarolo; Machado, 2017, p. 11). Quando não compreendemos a cultura do outro, é porque ainda não a entendemos, não a analisamos e replicamos no nosso cotidiano.

Contudo, Dawkins (2007) também apresenta a fidelidade da cópia, ao imaginarmos que nossos hábitos e cultura podem ser lidos, em alguns momentos, como um telefone sem fio, em uma constante apreensão de hábitos modificados pelas novas gerações em um constante estágio de evolução e adaptação. Assim como podemos contemplar costumes e vivências que posteriormente eram condenados socialmente, que foram sufocados, se tornaram parte aceitável, ou mais tolerada, pela sociedade moderna.

Diversos autores, como Natália Horta (2015), Thais Sousa, Estevão Franchini e Paulo Nascimento (2016), Franciane Moraes, Gustavo e Talita Lucarelli (2011) e Viktor Chagas (2020) se debruçaram em estudar o meme, abordando as nuances que ele possui, delimitando as

diversas formas de expressão do meme, como citado anteriormente. Franciane Moraes, Gustavo Mendes e Talita Lucarelli (2011, p. 6) explicam que o meme “uma vez copiado, [...] ajuda na implantação de crenças e valores, ganhando mais força a cada novo hospedeiro e garantindo sua autenticidade por meio da familiaridade”.

As ferramentas tecnológicas evoluíram de computadores que, antes, eram utilizados na guerra, sendo suportes que ocupavam uma sala inteira, para *smartphones* que cabem na palma da mão e que conseguem ser quase tão potentes quanto um computador. Essa evolução ocorreu em decorrência das necessidades humanas, tornando-se uma ferramenta que auxilia na vida dos

indivíduos em sociedade e que traz diversas qualidades para a vida das pessoas. Com a evolução dos dispositivos de comunicação, surgiu uma nova forma de manifestação social, o ciberespaço (*internet/web/WWW*), local onde há a convergência de valores e culturas por meio do encontro entre tecnologia e comunicação (Lévy, 1999).

Esse espaço, a princípio, seria acessível a todos que façam uso da internet e seus meios de comunicação, fazendo com que “[...] qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo [possa] expor seu conhecimento e também interagir com o conteúdo criado pelos demais usuários”. (Tessarolo; Machado, 2017, p. 10).

Adentrando o campo da sociedade moderna, é notório que, com o surgimento e evolução da *World Wide Web* (*WWW*), o usuário passou a ter as ferramentas necessárias para ingressar no novo campo da internet, sendo capaz de produzir, disseminar e reproduzir conteúdo.

Contudo, antes do *boom* das redes sociais, o meio de disseminação e produção de conteúdos se dava por meio de e-mails, blogs e portais de bate-papo, tendo características distintas das conhecidas atualmente. *Spams*, celebridades que se propagaram e fortificaram nos meios virtuais, são consideradas memes, já que “os memes são os blocos de construção da cultura. Nem todo meme é uma grande ideia, mas qualquer meme com as coisas certas pode se tornar global quando chegar à Internet” (Hodge, 2000, tradução nossa).¹⁶

Esse termo foi apropriado e ampliado pela sociedade moderna e as gerações X, Y, Z e *Alpha*,¹⁷ usuários que nasceram na era em que o computador fazia parte da população, sendo, em sua maioria, jovens que estão constantemente conectados nas mídias sociais, e pela geração que usufrui da criação da Web 2.0, na qual é possível unir “[...] os usuários e aos produtores

¹⁶ No original: “*Memes are the very building blocks of culture. Not every meme is a big idea, but any meme with the right stuff can go global once it hits the internet*”.

¹⁷ A geração X nasceu entre os anos de 1960 até os anos 1980, e foi a geração que viu surgir os computadores, internet e presenciou os avanços tecnológicos. A geração Y, *Millennials*, é a geração que nasceu entre os anos de 1980-1995. São pessoas que cresceram com televisão, MTV e videogame, e viram os avanços e as modificações tecnológicas. A geração Z são os nascidos de 1997-2010. Eles são conhecidos como “nativos digitais”, termo que denomina pessoas que cresceram familiarizadas com a internet, presenciaram as primeiras redes sociais digitais, como o Orkut. Essa geração acompanhou os avanços do VHS para o DVD, e assim por diante. A geração *Alpha* são os nascidos em 2010 até os dias atuais. São pessoas que nasceram com as redes sociais digitais, interatividade instantânea e praticidade. Desse modo, são crianças que estão crescendo e absorvendo as inovações que estão surgindo (Casarotto, 2020).

profissionais na criação ativa de conhecimento” (O que... 2015).

Ao que podemos compreender, a Web 2.0 se torna mais dinâmica e participativa, desse modo, os usuários da rede são capazes de criar informação, compartilhar e, assim, construir uma rede colaborativa. A criação dos conteúdos perpassa as informações produzidas por fontes de informação digitais confiáveis e por usuários que produzem ou reproduzem seus próprios produtos. Esses usuários conseguem ter maior liberdade e criatividade para informarem ou serem percebidos nos dispositivos digitais. Eles utilizam de imagem, frases ou GIFs (*Graphics Interchange Format*) para a criação de conteúdos novos e criativos.

Nesta perspectiva, é preciso observar que, por meio da internet, o meme conseguiu se mesclar às mais diversas propostas, públicos e alvos. Um meme pode, ou não, ser condizente com seu conhecimento comum, como algo que já é esperado e conhecido por esse público, já que “[...] tem interesses específicos e utilizam várias ferramentas para consumir o conteúdo desejado e ter novas experiências” (Tessarolo; Neto Machado, 2017, p. 12).

Ao delinear os princípios básicos que regem o meme, devemos apreender que o seu caráter de replicação, imitação e fecundidade é o que conduz e impulsiona o meme. Para Edyta Jablonka (2012, p. 112), os memes conseguem expressar emoções em imagens rápidas e personalizadas, tendo como principais motivos de existência “[...] expressar as emoções nas situações em que faltam os meios não verbais, expressar a sua atitude perante os assuntos tratados na conversa virtual.”

Os autores Felipe Tessarolo e Arthur Neto Machado (2017) trazem um exemplo relevante quanto à introdução dos memes na sociedade e como conseguem sair do meio virtual para o presencial. Esse exemplo é do primeiro meme virtual que viralizou,¹⁸ o *Trollface*, que, apesar de ter surgido em 2008, ainda reverbera em nossa sociedade, sendo utilizado para denominar quem prega, “trollador”, ou cai em uma pegadinha, “trollagem”. “Utilizado para representar uma pessoa que gosta de fazer piadas e brincadeira com os outros. Em português deu origem a um novo verbo e substantivo, o de trollar e o da trollagem” (Tessarolo; Neto Machado, 2017, p. 14).

Ainda quanto à introdução dos memes na sociedade, temos o exemplo deste fato na Figura 1, na qual apresentamos um exemplo de um meme que saiu do virtual para o social/presencial. O meme “trava na beleza” surgiu em 2020, quando os irmãos Yarley Ara e Rayssa estavam fazendo um vídeo simulando um ensaio fotográfico. Yarley começou a fazer o ensaio, falando a frase “trava na beleza”, para que sua irmã, Rayssa, parasse em uma pose. O momento gerou diversas poses divertidas, contendo uma das poses que Rayssa fez, a “pose de maloqueira”, na qual a pessoa aponta dois dedos para baixo, faz bico e empina o corpo para trás. Apesar de essa pose já ser comumente utilizada entre funkeiras, ela foi disseminada e aprendida por diversas pessoas, como está exemplificado na Figura 1, na qual está a Rayssa (canto superior esquerdo), Pablo

¹⁸ “Viralizar” é um termo utilizado quando algo virtual fica famoso e segue sendo replicado em várias plataformas, podendo sair do ambiente virtual para o físico, quando os usuários utilizam desses elementos para se comunicar.

Vittar (canto superior direito) e a artista americana Sarah Paulson (canto inferior direito) (Lapeloso, [2021]).

Aqui, podemos entender a dimensão mutável do meme, como ele se adapta às necessidades e a criatividade de quem o dissemina e o significa. A característica camaleônica do meme faz com que ele consiga perpassar os mais diferentes âmbitos: culturais, geográficos e econômicos.

Figura 1 – Meme “trava na beleza”





Fonte: imagens previamente coletadas pela pesquisadora (2022).

No entanto seria ingênuo imaginar que, apesar de todo meme ter um potencial replicador, este terá tal destino; há um processo de seleção, de conexão do usuário com o meme que influenciará esse caminho. Raquel Recuero (2009, p. 124) comenta que

A seleção é o elemento que faz com que alguns memes chamem mais a atenção do que outros, permanecendo mais e sendo mais copiados, enquanto outros não são lembrados. A retenção ocorre pela permanência do meme no caldo cultural. É comparável à hereditariedade, que faz com que um novo meme tenha, portanto, muito pouco de originalidade, mas seja produto de variação e recombinação de ideias antigas

que permanecem presentes nas ideias presentes.

Com a visão de Raquel Recuero (2009), é possível discernir que, para um meme se tornar viral e se fixar na sociedade, dependerá de fatores que, atualmente, ainda não são passíveis de serem calculados. Tentar entender o motivo de determinado meme ser replicado em vez de outro é difícil, e é provável que não tenha um cunho estudável.

Entretanto devemos ter em mente que o meme não tem a pretensão, nem a necessidade de ser fidedigno aos fatos, ou de ter caráter formal. Pelo contrário, o meme tem como princípio básico de criação o traço cômico, a mensagem rápida e clara para o seu público, assim, muitos também carregam mensagens satíricas e críticas quanto às questões sociais e políticas (Moraes; Mendes; Lucarelli, 2011).

Deve-se salientar que, nas discussões supracitadas, a internet fez com que a informação fosse disseminada mais rapidamente, mas é necessário delinear que a internet deu espaço para a criação e evolução da forma de comunicação, e isso se deu principalmente pela criação dos sites de redes sociais, destacado por Raquel Recuero (2009) como sites que suportam as redes sociais digitais. A autora utiliza essa terminologia para falar de Facebook, Instagram, Twitter, Tumblr, entre outras redes sociais digitais utilizadas para a comunicação, interação e compartilhamento de opiniões e ideologias.

Dentre essas redes, as que são mais utilizadas e em que há uma grande circulação de memes, ou seja, onde os usuários se comunicam na maior parte do tempo, é por

meio de mensagens rápidas e instantâneas, no Instagram e Twitter. O Twitter é a plataforma em que o uso dos memes para enfatizar um discurso, para se comunicar, é mais frequente. Nessa rede, também surgem os memes que são mais replicados e ressignificados pela comunidade. O Instagram é a rede em que os memes são usados para postar fotos, fazer vídeos, mandar mensagens, entre outros. Ambas as redes sociais digitais são utilizadas para o entretenimento, divulgação de pautas e emissão de opiniões sem “filtro”. Tais opiniões podem abranger filmes, séries, produção de conteúdo ou mesmo opiniões políticas.

A autora Thais Sousa e os autores Estevão Franchini e Paulo Nascimento (2016) explicam que, por meio do viés político dos memes, as pessoas se identificam e marcam quem faz ou não parte de seu grupo. Os autores exemplificam que isso foi observável com as eleições estadunidenses que ocorreram em 2012, em que os eleitores utilizaram dos memes para apoiar seus candidatos e para ironizar posicionamentos.

Trazendo para o contexto brasileiro, a Figura 2 ilustra um meme que ocorreu em plena pandemia da COVID-19,¹⁹ no ano de 2020. O Governo brasileiro ignorou 101 (cento e

¹⁹ A COVID-19 é uma infecção que ataca o sistema respiratório, causando sintomas como febre, tosse, cansaço, perda de olfato e paladar. O vírus assolou mais de 200 países, sendo altamente contaminante e mortal. Surgiu em 2019, tendo a China como primeiro epicentro da doença. Em fevereiro de 2021, houve o primeiro caso confirmado do vírus no Brasil, enquanto a Europa já se encontrava com centenas de casos confirmados e em quarentena para a contenção do índice de contaminação. Em março de 2021, o Brasil entrou em quarentena. Em até o dia 12 de agosto de 2022, já havia 681 mil óbitos confirmados pela doença e mais de 34 milhões de casos confirmados na doença no Brasil (Primeiro..., 2021).

um) e-mails encaminhados pela Pfizer para a venda de vacinas contra o coronavírus (Souza, 2021). Após a divulgação do descaso do Governo na Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Covid, o ator, alcunhado de “seu menino”, fez um vídeo que rapidamente tornou-se viral. Satirizando o ocorrido, o humorista fez o papel da empresa farmacêutica que encaminhou inúmeros e-mails para o governo brasileiro.

Figura 2 – Meme “Tá passada?”



Fonte: <https://www.instagram.com/tv/CP58ByuHWar/>. Acesso em: 19 abr. 2022.

Com frases icônicas, como: “as vacinas estão no grau, mami!”, “tá passada?”, o ator critica usando do humor ácido para manifestar sua indignação com o ocorrido. Na época, milhares de pessoas haviam falecido em decorrência do vírus. Se o Governo brasileiro tivesse assinado o acordo com a empresa, a vacinação teria ocorrido em dezembro de 2021. Em 31 de dezembro de

2021, o Brasil já tinha 194 mil mortes registradas pelo vírus (Souza, 2021).

É perceptível que os memes carregam informações e viabilizam narrativas, como é o caso do vídeo representado pela Figura 1, que, por meio de sua *viralização*, conseguiu noticiar a investigação da CPI da COVID-19 para aqueles que não estavam inteirados sobre as pautas debatidas na investigação. É perceptível que as redes sociais digitais estão modificando a forma como as pessoas se expressam e se comunicam: grupos sociais, antes marginalizados, invisibilizados, e notícias que não conseguiriam chegar às massas sociais estão sendo disseminadas, ganhando potência virtual e sendo perpassadas para as relações presenciais.

Contudo os memes também são propagados como verdadeiros e proliferadores de *fake news*. Ainda no contexto da COVID-19, enquanto parte da população ansiava pela criação da vacina e pela imunização ao vírus, outros propagavam ideias de que ela seria maléfica e apenas uma forma de controle populacional, posto que graças aos avanços tecnológicos e à dedicação de cientistas, as vacinas foram produzidas em tempo recorde. No início da campanha, foi confirmado que alguns voluntários da testagem tiveram fortes efeitos colaterais, alguns resultando em mortes²⁰.

Tais efeitos resultaram em desconfiança e desistência em tomar a vacina. Um desses momentos pode ser visualizado na Figura 3, em que foi produzido um meme

²⁰ Disponível em: <https://exame.com/brasil/brasileiro-que-participava-de-testes-da-vacina-de-oxford-da-covid-19-morre>. Acesso em: 15 ago. 2022.

que instiga o medo, a desconfiança e induz a população ao pânico, fazendo com que não se sintam confiantes em tomar a vacina.

Figura 3 – Instigando inverdades



Fonte: <https://www.memecreator.org/static/images/memes/5244151.jpg>

Durante a criação da vacina, foram surgindo outras formas de indagar se ela era realmente válida e confiável. Na Figura 4, podemos constatar que o meme tem certa ironia, e ainda foi lido e visto como uma verdade pelas pessoas que o visualizaram.

Figura 4 – Vacina para quê?



Fonte: <https://br.ifunny.co/picture/pqvc-quer-tomar-a-vacina-pro-covid-19-anacina-contra-YYNcqeBj7>.

Muitos começaram a entender que a vacina da COVID-19 iria extinguir a infecção, acabando definitivamente com o vírus, contudo, após entenderem que é uma forma de prevenção e contenção dos efeitos colaterais, assim como as demais doenças, parte da população considerou se realmente era válido se vacinar, e motivo de se vacinar, se ainda poderiam pegar o vírus e ter

sintomas, mesmo que seja noticiado que os sintomas são leves, e não letais. Com tamanha desconfiança, o governo adotou medidas para que as pessoas se vacinassem, exigindo comprovante de vacinação para a retomada de trabalhos presenciais, para a entrada em locais fechados, como shoppings, museus, restaurantes, entre outros. Até a data de 12 de agosto de 2022, 83,95% da população se imunizou com a primeira dose e 78,93 % com a segunda dose. Com a flexibilização das medidas de quarentena e a retomada da normalidade, o índice de vacinação caiu, as pessoas se acomodaram e começaram a ponderar que não havia necessidade de prevenção, se o vírus estava contido (Mapa..., 2022).

Nas eleições brasileiras do ano de 2018, um meme se tornou viral e fez com que pautas fossem levantadas e questões reavaliadas: o meme da Barbie Fascista. Ele tinha uma carga cômica, mas, acima de tudo, tinha vertente política, e foi criado para que ficasse claro qual o discurso do opressor para o oprimido, já que a Barbie é uma boneca branca e loira, que, ao entendimento do público, é uma pessoa de classe média que pensa que é rica. Esse meme sempre trazia o discurso da classe elitista brasileira e a colocava em situações e ambientes que contrastavam com a realidade dos mais pobres, de quem debatia e não apoiava essa discussão.

Desta maneira, o meme foi criado para chocar, instigar, fazer com que a sociedade reavalie suas condutas e repassar quem os representa e de quem é o discurso, já que o meme

[...] comumente, nos chamam a atenção para disputas na rede ou discussões públicas e sociais, questões de gênero, discursos sobre preconceito, entre outros assuntos que se tornam populares e são lançados à opinião pública por meio do humor do conteúdo produzido e compartilhado (Oliveira; Porto; Alves, 2019, p. 3).

O meme, apesar de ter uma mensagem crítica e clara, por vezes, pode ser interpretado de diferentes formas, sair do contexto que foi idealizado e ofender, ou surpreender e cativar quem visualizá-lo. Isso não é do controle de quem o produz, é algo que depende unicamente da vivência de quem o consome e, principalmente, de quem irá o replicar, pois “o olhar de quem o avalia e se apropria de um meme se dá sempre em retrospecto, porque é assim que o meme e seu conteúdo ganham força e sentido na rede, a partir da replicação dos conteúdos (Oliveira; Porto; Alves, 2019, p. 3).

A seguir, iremos discutir as relações entre meme, documento e informação.

MEME, DOCUMENTO E INFORMAÇÃO

Ao entendermos como funciona a camuflagem social dos memes, compreendemos que o meme pode ser considerado um artefato imagético, um dispositivo social, já que essa forma de expressão determina características sociais e conseguem modificar e incomodar. Esses dispositivos também têm a propriedade dos documentos,

posto que “[...] possuem uma capacidade intrínseca de gerarem reações nas pessoas, de determinarem novas posturas [...] À vista disso, os documentos cumprem o papel de dispositivos que carregam uma verdade com a função de agenciar institucionalmente” (Gugliotta, 2017, p. 320).

Alexandre Gugliotta (2017, p. 320) discorre que o documento

[...] nunca é natural, ao contrário, é o fruto da ação de uma série de sujeitos que o produzem. Neles, os sujeitos envolvidos procuram traduzir verdades para que sejam estabilizadas, provando assim que os documentos são criados para o exterior, ou melhor, para serem vistos por outros, para que dialoguem e sirvam como motivo de comprovação. Cada documento fala tanto de si como de seu contexto de produção e das condições que o produziram.

Ou seja, o documento não fica preso em apenas uma forma, ele é lúdico e comprehende as mais diversas formas e suportes. Os criadores dos memes estão interagindo com informações plurais, traduzindo e trazendo informações para as massas populares, modificando contextos e criando perspectivas de informatização. Carlos Marcondes (2010) comenta que o documento é um artefato sociotécnico que consegue transferir informações e viabilizar a intenção do transmissor atravessar o tempo e espaço.

Suzanne Briet (2016, p. 59) apresenta alguns conceitos sobre o que seria um documento, ao ponderar:

“uma estrela é um documento? Um seixo rolado pela correnteza é um documento? Um animal vivo é um documento? Não, mas são documentos as fotografias e os catálogos de estrelas, as pedras de um museu de mineralogia, os animais catalogados e expostos num zoológico”. Ela traz uma nova denominação do que seria um documento, contudo ainda o apresenta com uma roupagem tradicional, ao inferir que esses documentos devem estar catalogados, expostos em uma Unidade Informacional. O autor Michael Buckland (1991, on-line, tradução nossa) discorre que o documento é um objeto com potencial informacional, sendo esta uma ordem natural, já que a palavra *documento* tem “[...] origens e o uso inicial da palavra, que derivava do verbo latino *docere*, ensinar ou informar, com o sufixo ‘-ment’, para denotar meios. Portanto, ‘documento’ originalmente denotava um meio de ensinar ou informar, seja uma lição, uma experiência ou um texto”²¹.

Michael Buckland (1991) também disserta que a informação deriva do significado sobre si mesmo, ou sobre a classe de que fazem parte. Ou seja, eles representam algo, e se não simbolizam de forma direta, podem ser considerados um representante indireto da informação. O autor também discorre que, se um objeto não representar algo, não é possível compreender até que ponto ele pode ser uma fonte informativa.

²¹ No original: “[...] is consistent with the origins and early usage of the word, which derived from the Latin verb *docere*, to teach or to inform, with the suffix ‘-ment’ to denoting means. Hence ‘document’ originally denoted a means of teaching or informing, whether a lesson, an experience, or a text.”

O meme emprega um significado para aqueles que interagem com ele, sendo uma fonte informativa que se utiliza de um discurso²² para representar um evento. Desta forma, o meme terá um papel informativo para aqueles que fazem parte do mesmo segmento. Por vezes, ele só fará sentido em determinados grupos, perdendo, assim, o sentido primário para qual foi criado. Descrever todos os memes como fontes informacionais de um único entendimento seria errôneo, visto que muitos correspondem a linguagens que só conseguem ser decifradas tanto por comunidades específicas como por pessoas que irão ler o meme, dessa forma, dependendo do entendimento de cada uma. Um exemplo disso foi quando a série *Game of Thrones* (2016) estava em lançamento, e foi criada uma gama expressiva de memes da série. Um desses momentos foi quando houve a descoberta de que a personagem chamada Melisandre, A Mulher Vermelha, não era jovem como aparentava. Quando essa revelação saiu, surgiram muitos memes, e um deles pode ser visualizado na Figura 5.

Este meme pode ser apreendido como um documento não tangível, que, segundo Liana Ocampo (1991, p. 2 *apud* Dodebei, 2011, online), são documentos que não “[...] se encontram registrados em suportes materiais e que nem por isso deixam de ser resultado de manifestações culturais significativas, tais como mitos de

²² Aqui, trazemos a denominação “discurso” com o significado apresentado por Michael Buckland (1991), que utiliza este termo para denominar documentos que utilizam texto. O autor estende essa palavra para figuras, mapas, gravações sonoras, textos que podem ser lidos não somente através de palavras escritas, mas também da interpretação de figuras, numeração e fala.

criação, lendas, superstições, músicas (bens culturais intangíveis)”.

Figura 5 – A dama de vermelho se revela



Fonte: <https://i0.statig.com.br/bancodeimagens/8e/m3/9d/8em39dp7l6sdpkyipwc3oczqg.jpg> Acesso em: 22 abr. 2022.

Enquanto os documentos não tangíveis são aqueles que tiveram em sua criação e origem aparatos e suportes que não são palpáveis e físicos, os documentos tangíveis têm como base um suporte físico, ou seja, “[...] entendendo-se por tangibilidade não só a visibilidade, mas, sobretudo, a ação de registro material” (Dodebei, 2011, online). Sendo assim, é exemplificado que o documento tem como principal escopo um material palpável em que se apoiar. Ainda sobre tangibilidade e informação, o autor Michael Buckland (1991, online), ao trabalhar os conceitos, os define em três momentos:

- a) Informação-como-processo: quando alguém é informado, aquilo que conhece é modificado. Nesse sentido, “informação” é “o ato de informar...; comunicação do conhecimento ou “novidade” de algum fato ou ocorrência;
- b) Informação-como-conhecimento: “informação” é também usado para denotar aquilo que é percebido na “informação-como-processo”: o “conhecimento comunicado referente a algum fato particular, assunto ou evento; aquilo que é transmitido, inteligência, notícias;
- c) Informação-como-coisa: o termo “informação” é também atribuído para objetos, assim como dados para documentos, que são considerados como “informação”, porque são relacionados como sendo informativos, tendo a qualidade de conhecimento comunicado ou comunicação, informação, algo informativo.

Para Michael Buckland (1991, tradução nossa, online), a “[...] representação é necessária em sua forma tangível (código, sinal, dados, texto, filme, etc.)”. O autor direciona sua argumentação sobre a tangibilidade ao discorrer que, em cada sistema de informação, são trabalhados documentos/representações tangíveis da informação. Ele exemplifica, falando que os museus trabalham diretamente com objetos as bibliotecas com livros, CDs e outros suportes informacionais, enquanto

computadores manipulam dados na forma de *bits* e *bytes*. Michael Buckland (1991) dá suporte para que as imagens online, vídeos, fotos e memes sejam considerados documentos. Já toda a atividade e produção de documentos digitais exercidas em computadores/smartphones são “[...] processado[s] internamente numa sequência de zeros e uns (bits)” (Tedesco, 2021, online). Por meio deste discorrimento, é possível creditar os memes como documentos digitais, pois são codificados em *bytes* e *bits*.

A documentação memética produzida virtualmente sofre influência direta de quem o dissemina, ressignifica e reproduz. Com o contínuo processo de transformação, a documentação digital passa a ser inconstante e influenciável, sendo apropriada e remodelada pelos *prosumers*. A multiplicidade da documentação digital consegue alcançar, dialogar e informatizar comunidades e grupos sociais. Nessa perspectiva, o autor Michael Buckland (1991) conceitua o processo de informar como Informação-como-processo, pois há o objetivo de transmitir informações e notícias. Os memes detêm, em si, o conceito criado por Michael Buckland (1991), pois atinge diferentes massas sociais, modificando conhecimentos e criando formas de pensar.

A produção dos documentos digitais é influenciada, como mencionado anteriormente, por quem produz, utiliza, dissemina e ressignifica essa unidade. Esse constante processo apresenta caráter social intrínseco na esfera cultura, pois “[...] toda prática social tem uma dimensão cultural, da mesma forma que as práticas política e econômica, também possuem uma dimensão cultural”

(Godoy; Santos, 2014, p. 16). Com esse pensamento, os documentos digitais, os memes, tornam-se parte da cultura, introjetando-se na memória social e na identidade dos grupos sociais que disseminam essas informações.

A seguir aprofundaremos a discussão sobre o meme como um produto cultural que faz parte da memória social de comunidades.

MEME E MEMÓRIA SOCIAL

Por meio dos debates propostos nesta pesquisa, é possível ter um entendimento da potência dos memes, bem como sua versatilidade, que dialoga e perpassa as gerações; seu aspecto camaleônico, ao se moldar ao meio social; e sua introjeção à comunicação oral da sociedade. A internet facilitou as interações sociais, promovendo o encontro entre as pessoas em diferentes contextos sociais, econômicos e geográficos (Dodebei, 2016). Com o compartilhamento e disseminação de memes por meio das redes sociais digitais, os vínculos e conexões entre os círculos sociais foram ampliados, transformando a interação, recepção e transmissão da informação, já que

[...] O indivíduo que antes era apenas o receptor, passivo, agora participa ativamente no processo, inclusive como produtor de comunicação: ele recebe, assimila o que lhe é pertinente e está dentro de suas referências e cultura, interage e retransmite a mensagem num fluxo que chega a ser orgânico (Sousa; Franchini; Nascimento, 2016).

A recepção da informação e da cultural é natural e biológica ao ser humano, está no cotidiano e nas primeiras interações interpessoais, desde a mãe com seu filho até amigos de faculdade. A cultura permeia os centros sociais humanos. Stuart Hall (1997, p. 16) comenta que toda ação social é significativa tanto para quem a pratica, como para quem a observa, já que somos seres interpretativos e intuitivos. Sendo assim, a ação social é uma ação cultural, e “[...] todas as práticas sociais expressam ou comunicam um significado e, neste sentido, são práticas de significação”.

As interações sociais e culturais perpassam a memória social de um país, comunidade e grupo. As conexões, sentimentos, objetos e memórias produzidos por meio das relações sociais são fomentadores da ligação entre cultura e memória social. A identidade social é construída e reformulada pela preservação e pelo esquecimento da memória social, “[...] o que nos permite refazer, reforçar ou até mesmo extinguir identidades sociais, dependendo unicamente do interesse de quem detém o poder” (Silva Junior; Oliveira, 2018, p. 7).

A memória tem poder social e institucional. Aqueles que detêm o poder de reformular a identidade conseguem apagar, ressignificar e manipular a forma como as pessoas enxergam outros grupos e o seu, e a representação desses grupos interfere em como eles são percebidos nos contextos sociais. A fomentação da identidade está intrinsecamente ligada ao fator preservação e esquecimento, e é exemplificado pela autora Jô Gondar (2016), ao comentar como o pesquisador Pierre Nora, ao

estudar os lugares de memória da França, não analisa os lugares de esquecimento, ou seja, os conflitos em que a nação francesa participou, a tortura que cometeu com os povos da Argélia e a chamada “guerra suja” contra Argélia e Indochina. O autor dispõe em seu estudo sua ideologia histórica para nortear a sua coleta e assimilação dos dados. Sendo assim, é observável que, quem preserva uma memória para a posterioridade, a narra e a conserva com suas ideologias pessoais, tornando a identidade e o caráter social mutáveis a seu favor.

A autora Jô Gondar (2016) disserta em seu texto “Cinco proposições sobre memória social” sobre a impossibilidade da concepção de um conceito fixo e único sobre a memória social, já que ela é transdisciplinar, ética e política, implícita ao esquecimento, não resumida à identidade e à representação, proposições que se estranham e dialogam, pois, a memória é fluida e transformadora. O conceito perpassa e é produzido em consonância com outras áreas do saber, transpassando campos de pesquisa que utilizam de trabalhos e delimitações preestabelecidas para produzir um conceito que se encaixe às suas necessidades. A memória social está alojada às múltiplas definições:

[...] A memória, contudo, nunca é: na variedade de seus processos de conservação e transformação, ela não se deixa aprisionar numa forma fixa ou estável. A memória é, simultaneamente, acúmulo e perda, arquivo e restos, lembrança e esquecimento. Sua única fixidez é a reconstrução permanente, o que faz com

que as noções capazes de fornecer inteligibilidade a esse campo devam ser plásticas e móveis (Gondar, 2016, p. 19).

Com isso, a memória social, para esta pesquisa, é entendida como a forma com que os países e grupos sociais constroem sua identidade, a manifestação de suas individualidades, que estão entranhadas nas relações sociais, atravessando o “eu” social, a memória individual. O “eu” está inversamente ligado ao círculo pessoal e está conectado com a forma como o macro enxerga o grupo em que o sujeito está inserido.

Antes da introdução dos computadores e das redes sociais digitais, o principal meio central de preservação da memória era realizado através dos objetos que são produzidos, catalogados, compartilhados e expostos em unidades de informação e centros de documentação físicos, onde a única forma de acesso aos documentos expostos se dá presencialmente. Excedendo as palavras escritas e a oralidade, a memória também é preservada e transmitida. Segundo Vera Dodebei (2016), pela corporeidade, a performance, uma manifestação corporal de ritos, dança e sentimentos, que permite e dialoga com a transmissão da memória e cultura. Assim, as expressões corporais “[...] passaram muito recentemente a ser reconhecidas como formas de conhecimento e transmissão da memória que se constituem no corpo” (Dobedei, 2016, p. 231). As múltiplas possibilidades de preservação e disseminação da cultura e memória ainda são fontes primárias dos debates, contudo, as TIC, que se modernizaram e se modificaram a fim de atender as

necessidades informacionais dos usuários, trouxeram novos aparatos para a criação da memória social, principalmente as redes sociais digitais.

Nesse contexto, as redes sociais digitais se tornaram o principal meio de comunicação, reprodução e disseminação de informações. Com o exponencial fluxo informacional e comunicacional que ocorre no meio virtual, a troca de conhecimento e formação de novos círculos sociais que ultrapassam diferenças geográficas, econômicas e de gênero foram impulsionadas, gerando formas de se expressar e de criar informações.

A internet potencializa a reprodução, assimilação, identificação e o sentimento de pertencimento. Com as redes sociais digitais, essas nuances se tornaram constantes e instantâneas: o que antes era o novo, lacração e correto, no outro dia, pode se tornar *old* e *cringe*,²³ e conotativo para o “cancelamento”. As inconstâncias sociais também se sobressaem com o constante fluxo de informações e interações, dessa forma, as linhas sociais convergem, transformando e renovando as conexões realizadas por intermédio das redes sociais digitais (Silveira, 2021).

A memória social atrelada às redes sociais digitais auxilia e desenvolve novas camadas da identidade social dos usuários. Com interações virtuais, as ramificações passíveis para a identificação entre sujeitos e grupos são amplificadas. Um jovem que, no presencial, tem acesso a nichos de interações que não fogem de sua realidade

²³ *Cringe* é uma gíria em inglês para definir algo vergonhoso, constrangedor e ultrapassado.

social, se conectando a pares com quem detém interesses em comum, no ambiente virtual, consegue tecer sua teia comunicacional e se conectar com diferentes camadas sociais, tais como novas culturas e pensamentos que inicialmente não estariam alinhados com o seu círculo social inicial (Silveira, 2021; Damin; Dodebei, 2018).

A construção da identidade e fomentação da memória transpassa diversos moldes documentais e informacionais, sejam eles orais, performáticos, escritos, entre outros. Assim, “[...] pode inscrever-se nos mais variados suportes e sistemas de signos, a língua afigura-se, decerto, como o principal, na medida em que é responsável pela nossa irremediável entrada no simbólico” (Ferreira, 2016, p. 137). Jô Gondar (2016) trabalha o conceito de signos em: simbólicos (palavras escritas e oral), indiciais (marcas corporais) e icônicos (imagens desenhadas ou esculpidas), porém, ao trazer para o ambiente virtual, os signos e símbolos podem ser percebidos nos memes criados no meio virtual e que conseguem se introduzir ao presencial. A autora Lúcia Santaella (2008, p. 37) destaca que as imagens também são signos icônicos, “elas podem ser observadas tanto na qualidade de signos que representam aspectos do mundo visível quanto em si mesmas, como figuras puras e abstratas ou formas coloridas”.

Os signos podem ser manipulados, apropriados e ressignificados por grupos e comunidade, visto que as imagens são mutáveis e dinâmicas em sua própria essência, podendo ser utilizadas em diferentes contextos. A memória social está introjetada nesse constante processo de adaptação e apropriação, promovendo

artifícios que possibilitam a geração de novas formas de se comunicar e interagir (Damin; Dodebe, 2018).

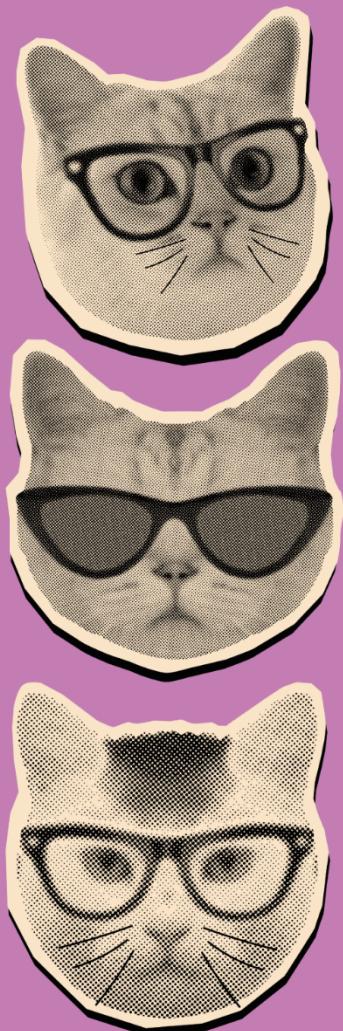
A memória nas redes sociais se transforma e se renova; ela é imediata, efêmera e mutável, é a memória dos registros do nosso cotidiano. As informações são destacadas e esquecidas de forma rápida e ansiosa pelos usuários, pois ela se mescla e se transforma. Ou seja, a memória social nas redes sociais digitais é renovada e esquecida; ela é registrada e apagada. Essas são dicotomias que fazem parte do pertencimento de quem reproduz e assimila. As memórias sociais criadas por intermédio da internet estão entrelaçadas com o “eu” pessoa do usuário, elas são a representação de si e a conexão que realiza com o seu grupo social (Henriques; Dodebe, 2013; Damin; Dodebe, 2018).

Sendo assim, entendemos que os memes são produtos da identificação dos usuários com a mensagem passada, portanto, são mutáveis, adaptáveis e plurais. O meme é um objeto para a preservação da memória social de grupos; é uma ferramenta utilizada para a representação de grupos e identidades. O meme é cultural, efêmero e mutável.

No próximo capítulo, apresentaremos os procedimentos metodológicos e iniciaremos a análise dos dados.

CAPÍTULO 4

“MUNIQUE, EU VOU PASSAR MAL”: METODOLOGIA



O método científico propicia uma convergência entre o saber e a comprovação dos múltiplos conhecimentos humanos: empírico (comum ou do senso comum); filosófico; teológico (religioso); artístico (tácito) e científico. A fomentação, disseminação e reconhecimento dos múltiplos saberes humanos se dá por meio da comprovação, publicação e compartilhamento desses conhecimentos para a sociedade (Pereira; Shitsuka; Shitsuka; Pereira, 2018). Com isso, apesar de haver conhecimentos preconcebidos pela sociedade, é necessário ter uma comprovação/amostragem/exposição desse conhecimento para ele seja disseminado, construindo, assim, novos saberes e vivências.

Nesse sentido, esta pesquisa, assim como Augusto Triviños (1987) descreve, é classificada como pesquisa qualitativa, aquela que analisa os dados trabalhando seus significados, tendo como base a concepção do objeto/fenômeno dentro de seu contexto. Maxwell Oliveira (2011, p. 24) corrobora ao dizer que “o uso da descrição qualitativa procura captar não só a aparência do fenômeno como também suas essências, procurando explicar sua origem, relações e mudanças, e tentando intuir as consequências”.

Com relação ao tipo, esta pesquisa tem característica exploratória, pois tem o “[...] objetivo de proporcionar a visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado” (Gil, 2016, p. 27). Dessa forma, o presente trabalho se encaixa nas características por entrelaçar temas pouco explorados em conjunto na área de

Biblioteconomia e Documentação, a saber: meme, fonte de informação e memória social. Esta pesquisa também detém o caráter descritivo, já que se debruça na descrição de pessoas da comunidade LGBTQIA +, e, segundo Antônio Gil (2016, p. 28), a pesquisa descritiva tem “[...] por objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, nível de renda, estado de saúde física e mental etc.”

A pesquisa é documental, pois utiliza um questionário para realizar a coleta de dados, assim como o levantamento de imagens meméticas da Inês Brasil por meio das respostas obtidas com o questionário. O autor Antônio Gil (2008, p. 51) explica a discussão, ao afirmar que a pesquisa documental utiliza de

documentos de primeira mão, que não receberam qualquer tratamento analítico, tais como: documentos oficiais, reportagens de jornal, cartas, contratos, diários, filmes, fotografias, gravações etc. De outro lado, existem os documentos de segunda mão, que de alguma forma já foram analisados, tais como: relatórios de pesquisa, relatórios de empresas, tabelas estatísticas etc.

Com isso, podemos entender que a pesquisa documental utiliza fontes que não passaram por uma avaliação, nem são fundamentadas em pesquisas e publicações científicas. Antônio Gil (2008, p. 51) define os documentos em primeira e segunda mão:

[...] os documentos de primeira mão, que não receberam qualquer tratamento analítico,

tais como: documentos oficiais, reportagens de jornal, cartas, contratos, diários, filmes, fotografias, gravações etc. De outro lado, existem os documentos de segunda mão, que de alguma forma já foram analisados, tais como: relatórios de pesquisa, relatórios de empresas, tabelas estatísticas etc.

Os memes que serão analisados nesta pesquisa são documentos digitais multifacetados utilizados a depender da necessidade de quem o produz. Eles são produtos do ciberespaço, sendo assim, são considerados documentos de primeira mão. O questionário produzido e aplicado é considerado um documento de segunda mão, já que será analisado pela pesquisadora.

O campo de pesquisa é o Instagram, devido à proximidade desta pesquisadora com a rede. Utilizaremos a página do Instagram “memes da Inês Brasil” e a hashtag #MemedalnêsBrasil no campo de busca na rede social digital para realizar a coleta dos dados imagéticos referentes a Inês Brasil. O Instagram também foi utilizado como um instrumento para a aplicação de questionário organizado no formulário Google, em que é possível encaminhar o formulário via link para usuários.

O questionário obteve 45 respostas e foi aplicado tendo como público-alvo pessoas que fazem parte da comunidade LGBTQIA+ — apesar do público-alvo, a pesquisa obteve respostas de pessoas heterossexuais, e tais respostas formam incluídas na análise dos resultados. Esse grupo foi escolhido por ser o principal público dos shows da Inês Brasil, visto que as performances da artista são alocadas em boates LGBTQIA+, além de ser a

comunidade que ela agradece e cita em suas publicações. Algumas respostas ao questionário foram descartadas, visto que não apresentavam respostas passíveis de serem analisadas ou incluídas na análise de resultados. Para a identificação dos respondentes, foi utilizado o sistema alfabético, que será iniciado em A até Ab.

O questionário é uma técnica de investigação que tem o propósito de “[...] obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado” (Gil, 2008, p. 121). Marina Marconi e Eva Lakatos (2007, p. 203) salientam que o questionário “[...] é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”. O questionário foi elaborado com 8 questões abertas e aplicado entre os dias 26 maio a 02 de junho, com os usuários do Instagram. O link do questionário foi publicado na bio²⁴ pessoal desta pesquisadora. Com o compartilhamento da publicação entre os seguidores do perfil, foi realizado o levantamento de dados. Mediante às respostas obtidas no questionário, foi realizado o levantamento dos memes mais utilizados entre os participantes através da página Memes da Inês e da #MemedalnêsBrasil.

Para atingir os objetivos desta pesquisa, utilizamos duas abordagens metodológicas como método de análise dos dados coletados: a leitura de imagens e netnografia.

²⁴ A bio é um espaço no perfil pessoal do usuário destinado à inserção de emojis, frases e links.

A Leitura de Imagens é uma metodologia para a análise de imagens. A autora Lúcia Santaella (2012) articula o termo conceituando que a leitura textual é apenas uma das formas de ler, inferindo que a leitura de imagens também é uma forma de leitura cotidiana do ser humano. Para a autora, as pessoas já são leitoras de imagens, sejam de placas, sejam de filmes e livros; o ato de ler é natural e subjetivo. Lúcia Santaella (2012, p. 8) comenta que a leitura de imagens

“[...] está presente nas embalagens dos produtos que compramos, nos cartazes, nos pontos de ônibus, nas estações de metrô, enfim, em um grande número de situações em que praticamos o ato de ler de modo tão automático que nem chegamos a nos dar conta disso”.

Com esse pensamento, Lúcia Santaella (2012) explana que a leitura de imagens não é ensinada nas escolas como ocorre com a textualidade, contudo ela disserta sobre o *visual literacy*, uma denominação para a alfabetização visual, uma forma de compreender as imagens, interpretando, induzindo valor e captando as mensagens.

Ou seja, significa adquirir os conhecimentos correspondentes e desenvolver a sensibilidade necessária para saber 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).

A palavra “imagem” detém ambiguidade e polissemia. Para melhor delimitar seus significados, a autora Lúcia Santaella (2012, p. 13-14) definiu três domínios principais para ela:

- a) **O domínio das imagens mentais, imaginadas e oníricas.** Estas brotam do poder de nossas mentes para configurar imagens. Elas não precisam ter necessariamente vínculos com imagens já percebidas. A mente é livre para projetar formas e configurações não necessariamente existentes no mundo físico;
- b) **O domínio das imagens diretamente perceptíveis.** Essas são as imagens que apreendemos do mundo visível, aquelas que vemos diretamente da realidade em que nos movemos e vivemos;
- c) **O domínio das imagens como representações visuais.** Elas correspondem a desenhos, pinturas, gravuras, fotografias, imagens cinematográficas, televisivas, holográficas e infográficas (também chamadas “imagens computacionais”).

A leitura de imagens analisa os significados, se preocupa com o contexto e com as mensagens diretas e indiretas. A análise não despreza a textualidade, ela consegue conversar para criar significâncias, buscando apreender as ações que ocorrem por meio dela. Deste modo, aplicaremos a leitura de imagem para estudar os memes da Inês Brasil mais citados no questionário pelas pessoas da comunidade LGBTQIA+.

O segundo método utilizado foi a netnografia, uma adaptação do processo metodológico etnográfico na qual o pesquisador “[...] conhece e reconhece o universo que se propõe a estudar. [...] delimitar tempo, espaço, meios, manejos que levam em consideração as relações entre os seres que convivem naquele universo pesquisado” (Aguiar, 2019, p. 118). Na abordagem etnográfica, o pesquisador adentra a comunidade que deseja analisar, realizando uma observação participativa, com o intuito de compreender e vivenciar as práticas da comunidade estudada. Com o surgimento da internet e do aumento do fluxo das redes sociais digitais, houve a necessidade da adequação da pesquisa etnográfica para o virtual, fazendo, então, surgir a netnografia, ou, também, como é denominada: etnografia virtual, ciberantropologia, redenografia.

O estudo netnográfico analisa os contextos sociais e culturais, debruça-se em contextualizar e compreender o grupo social observado, entendendo que os comportamentos virtuais modificam as interações sociais dos indivíduos.

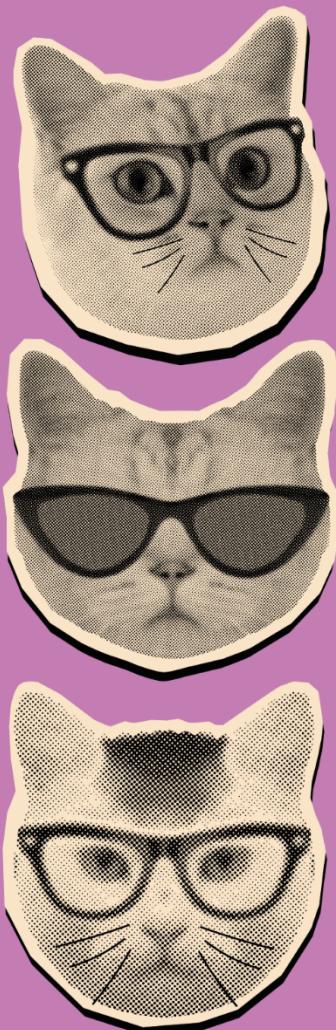
Nesta pesquisa, a netnografia será utilizada para a análise das respostas das pessoas pertencentes à comunidade LGBTQIA+ que responderam ao questionário

aplicado, assim como a identificação dos memes mais disseminados pela comunidade, a fim de realizar o levantamento.

No próximo capítulo, começaremos a realizar a análise dos dados, assim como a discussão dos resultados obtidos.

CAPÍTULO 5

“E MENAS CONVERSA E BOTA PROFISSIONALIDADE”: ANÁLISES E RESULTADOS



Este capítulo é destinado às análises e resultados da pesquisa. Serão apresentados, analisados e discutidos os objetivos da pesquisa (geral e específicos). Ademais, retomaremos os critérios de avaliação de fontes de informação na internet trabalhados em capítulos anteriores, que são: layout, cores, fundos, adequação da fonte, facilidade de uso, usabilidade e finalidade. A partir daí, analisaremos o contexto da personagem memética “Inês Brasil”, os prelimícios de sua carreira até sua apropriação pela comunidade LGBTQIA+. Em seguida, apresentaremos as respostas obtidas com o instrumento de investigação “questionário” e as analisaremos utilizando a netnografia. Com as respostas obtidas sobre os memes da Inês Brasil mais compartilhados e empregados entre as pessoas respondentes, realizamos o levantamento dos memes da Inês Brasil publicados no Instagram, para que possamos compreender a funcionalidade dos memes como fontes de informação na internet pela comunidade LGBTQIA+. Para isso, analisaremos as imagens aplicando os critérios de avaliação de fontes de informação, empregando o método da leitura de imagens para compreender as imagens meméticas.

INÊS BRASIL: DA PESSOA À PERSONA

Esta seção tem como proposta a resolução do objetivo específico “b) Traçar um perfil histórico sobre a personalidade Inês Brasil”.

Inês Tânia Lima da Silva, mais conhecida pelo nome artístico Inês Brasil, nasceu no Rio de Janeiro em 25 de outubro de 1969, em uma grande família, sendo a oitava

filha entre nove irmãos, filha de um compositor de escola de samba. Ela teve uma criação religiosa, o que reverbera em suas falas e vídeos para o YouTube. Inês é uma cantora, compositora, atriz, modelo, dançarina, vlogueira,²⁵ youtuber e webcelebridade. Iniciou sua vida artística como dançarina em uma casa de espetáculos e sendo musa do autointitulado “mulatólogo”, famoso por revelar passistas para o Carnaval. Ela também ministrou aulas de samba para aumentar a sua renda (Menezes, 2022).

Ao perder o emprego como dançarina e precisando de dinheiro para ajudar a família, Inês passou a se prostituir, e acabou se viciando em cocaína. A artista teve uma caminhada penosa, com histórico de vícios, abusos e outros traumas que ainda a marcam. Em uma publicação que fez no Twitter, comentou sobre essa época, ao dizer: “[...] eu fui prostituta há muitos anos da minha vida, e não julgue nunca quem é também, foi assim que eu consegui sustentar as minhas filhas, mesmo estando na Alemanha. Vocês não sabem metade do que eu passei” (Menezes, 2022).

A artista casou-se com um alemão e mudou-se com ele para a Alemanha, onde permaneceram casados por dez anos. Com a ajuda do marido, ela conseguiu superar o vício das drogas e saiu da prostituição. Contudo, após o divórcio, voltou para a prostituição e a utilizar drogas. Nesse período, continuou vivendo na Alemanha, onde morou por dezoito anos, e o dinheiro que conseguia através de seu trabalho era encaminhado para suas duas filhas, frutos de

²⁵ Diferente de um blog, no qual as postagens contam apenas com textos ou imagens, o vlog é gerado em formato de vídeo, podendo ser postado no YouTube ou Instagram.

relacionamentos anteriores, que viviam com os avós no Brasil. Inês sempre salienta que tentou manter suas filhas afastadas de sua profissão e vícios (Menezes, 2022; Morais, 2019).

Inês Brasil é confundida por muitos como uma travesti em decorrência das cirurgias que realizou e que alteraram significativamente a sua aparência, porém, em um depoimento, ela diz que colocou silicones a fim de se tornar mais “atrativa” em sites de prostituição. Segundo a artista, em uma publicação do Twitter, só fez a cirurgia para sustentar as filhas. Ela também comenta que, com esses procedimentos estéticos, foi eleita a “número um” em um site de prostituição (Morais, 2019).

Após oito anos se prostituindo na Alemanha, Inês Brasil retornou para o Brasil, onde abandonou a profissão e as drogas e passou a investir em uma carreira artística. Devido à insistência de uma amiga, gravou um vídeo para participar da seletiva do Big Brother Brasil (BBB), no ano de 2009, entretanto o seu vídeo não foi selecionado. Inês Brasil não desistiu e continuou encaminhando vídeos de inscrição por mais cinco anos, e no ano de 2012, seu vídeo para o BBB13 viralizou na internet.

Trazendo, na abertura do vídeo, o que se tornaria seu bordão mais conhecido, “Alô, alô, você sabe quem sou eu? Alô, alô, graças a Deus”, em dois dias, conseguiu a marca de 310 mil visualizações no YouTube. Com o vídeo, ela conquistou alguns fãs. Na época, com apenas um vídeo, Inês Brasil conseguiu ter sete *fanpages* criadas por outras pessoas para homenageá-la.

No mesmo ano, após a viralização de seu vídeo, ela logo foi chamada para participar do quadro *Telegrama*

Legal, do programa *Domingo Legal*. Acreditando que iria participar da gravação de um videoclipe, passou por diversas situações que a levaram ao extremo, fazendo-a falar alguns dos memes que se tornaram, novamente, virais: “Monique, se você me ama, sai fora”; “segura a marimba, *monamour*”; “Eu não gosto disso. Dezoito anos de Alemanha, eu tenho responsabilidade”.

Inês Brasil também iniciou sua carreira como cantora com músicas que se tornaram virais, tais como: *Make Love*, *Undererê* e *Adão e Eva, Eva e Adão*. Em 2015, antes da revelação dos indicados ao Grammy 2016, a página da premiação no Facebook realizou uma enquete perguntando quem o público achava que seria indicado para a nomeação. Logo o post foi “bombardeado” pelos brasileiros, que começaram a escrever a frase “Inês Brasil Best Be Nominated”. Esse texto se tornou um dos mais curtidos e comentados, gerando muitos outros. Com tamanha comoção, Inês Brasil parou na página oficial do Grammy, tendo mais de 75 mil audições. Não demorou muito até o Grammy 2016 bloquear os brasileiros e retirar o perfil da Inês de sua página oficial (Berenguel, 2021).

No ano de 2017, a série *Orange is the new black* estava promovendo sua nova temporada. Esse seriado aborda, em sua trama, discussões e problemáticas que ocorrem na vida real das pessoas que fazem parte da comunidade LGBTQIA+, como transfobia, homofobia, racismo e machismo. A série está envolta na liberdade dramaturga, sendo verdadeira com seus temas e múltipla com seus personagens, tendo uma mulher bissexual como protagonista, mas também personagens lésbicas, travestis, entre outras, que sofrem discriminação e supressão de

identidade. Em vista disso, a Netflix chamou Inês Brasil, juntamente a Valeska Popozuda (Valesca Reis Santos) e Narcisa (Narcisa Cláudia Saldanha Tamborindeguy), para promoverem essa nova temporada. Inês Brasil foi chamada por ser uma figura que é exaltada, participativa e ativa ao defender e exaltar a comunidade LGBTQIA+, sendo, então, um chamariz para a divulgação da série. O vídeo promocional rapidamente viralizou, conseguindo a margem de 1,6 milhões de visualizações em três horas (Netflix..., 2017).

No mesmo ano, Inês Brasil quase sofreu um “cancelamento” ao posar ao lado do até então deputado Jair Bolsonaro, entretanto ela rapidamente se retratou em suas redes sociais, dizendo-se arrependida. Esse “cancelamento” decorreria de Inês ser uma pessoa publicamente apoiadora da comunidade LGBTQIA+, porém, já naquela época, o ex-deputado Jair Bolsonaro falava de forma aberta quanto a sua aversão às pautas sociais em apoio à comunidade LGBTQIA+, tendo discursos abertamente homofóbicos e preconceituosos, propagando inverdades como a implementação do “kit-gay”.²⁶ Após a retratação nas redes sociais digitais, Inês foi perdoada pelos seus fãs, contudo, durante um período, ela ficou apagada da internet.

Outro momento que marcou a carreira musical da artista foi a sua entrada, em 2021, no #1 no Spotify com seu hit, *Undererê*. Todavia, a música, lançada em 2016, se

²⁶ Uma cartilha que nunca foi distribuída nas escolas, que tinha como finalidade promover uma escola mais aberta e combatente às práticas de homofobia. O projeto nunca saiu do papel e tinha como objetivo instruir técnicos e professores da escola a combater a homofobia no ambiente escolar.

tornou um *hit* com a utilização da faixa para *trends* do TikTok.

Em 2022, Inês protagonizou uma campanha para a marca de maquiagens Avon, tendo seu vídeo transmitido em rede nacional e não somente nas redes sociais digitais. A artista aproveitou as redes para agradecer aos fãs e demonstrar como ainda sofre preconceito por ser quem é e não se encaixar nos padrões midiáticos: “[...] eu e a minha equipe sabemos o preconceito que sofro por certas ‘marcas’ pelas roupas que uso, por falar errado, por escrever errado. Já ouvi muitos NÃO! Mas continuei a mesma Inês”.²⁷ Podemos, então, perceber que, apesar de ser querida, popularizada e gerar engajamento em suas campanhas publicitárias, Inês ainda sofre repúdio e distanciamento em decorrência da sua origem, vestimenta e liberdade sexual, porém, com o apoio que recebe dos grupos LGBTQIA+, ela consegue pagar suas contas, fazer shows e se manter ativa nas redes.

Para melhor compreender o apoio e o impacto dos memes da Inês Brasil na comunidade LGBTQIA+, iremos analisar as respostas que foram obtidas por meio do instrumento de coleta de dados, o questionário.

APROPRIAÇÃO DO MEME #INÊSBRASIL PELA COMUNIDADE LGBTQIA+

Nesta seção, apresentamos os resultados e análises dos dados coletados com o instrumento de pesquisa

²⁷ Disponível em: <https://twitter.com/inesbrasiltv/status/1503210998051880963>. Acesso em: 17 jun. 2022.

“questionário”, que teve como principal motivação a resolução do objetivo específico “c) Selecionar os memes sobre Inês Brasil a partir da sua apropriação pela comunidade LGBTQIA+”.

O questionário foi aplicado entre os dias 26 maio a 02 de junho e obteve 45 respostas. Iniciamos as perguntas abertas traçando o perfil dos(as) participantes a partir da idade. Com esses dados, percebemos que a geração dos participantes variava entre Y, *Millennial* e geração Z, ou seja, pessoas entre os 17 e 35 anos. Dentre esse percentual, 69% dos participantes tinham entre 17 a 25 anos, sendo as idades de 18 (13%) e 25 anos (20%) os maiores respondentes. Entre 26 e 35 anos, tivemos o percentual de 31%.

Nessa perspectiva, as idades denotam como o fluxo dos memes conseguem transpassar diferenças de idades e períodos. Quem conhece, utiliza e ressignifica os memes da Inês Brasil são pessoas de ciclos e gerações diferentes, tendo um intervalo de mais de dez anos de diferença. Os memes são disseminados em rede e apropriados por grupos; eles não se encontram presos em uma linha temporal, são dinâmicos, podendo ser esquecidos e retransmitidos, renovados e relembrados por uma geração.

Quando perguntamos em que momento eles conheceram a Inês Brasil, 24% dos respondentes apontaram de forma límpida que a conheceram através da viralização do vídeo de inscrição ao BBB13 e a pegadinha em que ela caiu no programa Domingo Legal, no ano de 2013, enquanto 47% das pessoas respondentes mencionaram os anos de 2014 a 2019. Por fim, 16% das pessoas respondentes não apontaram uma provável data,

porém mencionaram contextos, interações e momentos em que tomaram conhecimento da Inês Brasil. Respondente A narra como a conheceu: “*Durante um carnaval, uma das minhas amigas falou um bordão bem famoso dela ‘Se esse mundo existe, graças a Deus pq existe’, aí foi a partir disso que conheci a Inês*”. Respondente B também comenta um fato similar: “*Quando tinha várias pessoas utilizando uma música dela*”. Dentre as pessoas respondentes, 13% pontuaram que conheceram a Inês Brasil por intermédio das redes sociais digitais e pelo YouTube.

Podemos perceber que os memes não permanecem no meio virtual, estes são propagados e contextualizados para o ambiente presencial, comunicacional e afetivo. Portanto os memes se tornaram uma das formas de se comunicar na sociedade moderna, sendo propagados como uma forma de conexão e aproximação entre grupos, assim como foi visualizado na discussão abordada pelos autores Felipe Tessarolo e Arthur Neto Machado (2017).

A provocação para conhecer um meme ou um bordão é instigada entre conversas e trocas de afinidades em contextos descontraídos e em rodas sociais. Respondente C denota esse ponto ao explicitar o momento em que conheceu a Inês Brasil: “*Não consigo estimar uma data mais antiga com exatidão, pois ela sempre fez parte de uma cultura popular antes mesmo das figurinhas do whatsapp... Mas imagino que 2012*”. Aqui, podemos visualizar a dinamização do meme, como ele é canalizado para a cultura, tornando-se parte de uma comunicação unificada entre comunidades.

A próxima pergunta no questionário indagava se as pessoas utilizavam os memes em conversas presenciais ou através das redes sociais digitais: 13% responderam que não fazem uso dos memes da Inês Brasil em conversas tanto presenciais como pelas redes sociais digitais. Dentre esse percentual, a idade dos respondentes estava desnivelada, havendo pessoas entre 19 e 35 anos, sendo assim, é perceptível que, apesar das diferenças geracionais, tanto pessoas mais jovens como mais velhas se esquecem dos memes, pois eles estão num constante fluxo de apropriação, disseminação e esquecimento, dependendo de quem irá transmitir e ressignificar essa informação. Dentro da pesquisa, 87% responderam que fazem o uso dos memes tanto no meio presencial como no virtual, uma significativa quantidade de pessoas que empregam os memes em suas interações sociais, como indicado na resposta: “*Sim, uso muito. Até porque Inês é Inês, né?! A gente bate o olho e entende a mensagem*” (Respondente D).

Os memes conseguem transmitir de forma cristalizada o sentimento que a pessoa deseja passar, e podem ser vistos tanto em momentos presenciais como nas redes sociais. Respondentes E e F explicam respectivamente esse momento ao dizer: “*Uso as expressões dela no dia a dia principalmente*”; “*Os dois, mas uso mais em conversas presenciais*”. Como salientado anteriormente pela autora Edyta Jablonka (2012) e Felipe Tessarolo e Arthur Neto Machado (2017), os memes conseguem expressar sentimentos; eles não se encontram presos ao virtual, caracterizando-se como fluviais, e

seguem as necessidades de quem os utiliza, podendo ser manejados para interações sociais.

Para definir quais os memes mais viralizados e apropriados entre os respondentes, perguntamos quais eram os que eles mais usavam. Nesse ponto, houve uma expressiva quantidade de bordões, e os mais citados foram os memes criados a partir do vídeo de inscrição ao BBB13 e o Telegrama Legal. Alguns dos memes comentados estão expostos no Quadro 2 a seguir.

Quadro 2 – Quais os memes que você mais usa?

Respondente G	<i>Segura essa marimba ai, mon amour!"; "Ah o dreigui, iiiiiiiih!"; "Você num me arrasa não!"; "Alô alô vocês sabem quem sou eu?.</i>
Respondente H	<i>Eu utilizo figurinhas dela no WhatsApp e vídeos no Instagram/TikTok. Nos memes, ela geralmente está dançando, falando ou fazendo "caras e bocas"</i>
Respondente I	<i>Pelas crianças eu dou a minha vida, alô alô graças a Deus</i>
Respondente E	<i>"pela criança eu dou a vida" "iiiih o dregue" "se me ataca eu vô atacá"</i>
Respondente J	<i>"Ah o dreig iih" e aquele vídeo dela indignada falando "eu não aceito"</i>
Respondente K	<i>O cachorro com olhar da Inês; O gif da Inês disfarçando que não gostou da comida; o estático "/quietinha"; o print de um stories do Instagram da Inês onde ela aparece gemendo acompanhado da legenda "Tesão".</i>
Respondente L	<i>Alô Alô graças a Deus; não mexe com a criança não; qual o nome da menina?.</i>
Respondente M	<i>o citado anteriormente, "meu amor, sou professora de dança!", "ah lá, nem vou ler",</i>

	<i>"o dinheiro não me compra!", se me chamar de matadora, assassina...", "uuui, que delíciaaaaa", "SANGUE de JESUS tem PODER!", "NÃO SE METE COM CRIANÇA NÃO!".</i>
Respondente N	<i>Gifs com expressões</i>
Respondente O	<i>O único que ainda uso é o sticker-gif dela derrubando a garrafa de Coca-Cola.</i>

Fonte: elaborado pela autora (2022).

Por meio de algumas das respostas, podemos visualizar uma esfera do macro, que está ligada ao discernimento humano de se conectar com a imagem, de transmitir uma mensagem sem precisar contextualizar ou “textualizar” a mensagem, como está explanada na resposta das pessoas Respondentes K, N e O. Os memes não precisam de um texto, eles são imagens que “falam” por si só. Inicialmente, eram disseminados como imagens estáticas ou apenas frases soltas para expressar o sentimento que a pessoa estava tentando contextualizar, mas com os avanços tecnológicos, os memes estão sendo propagados em formatos de GIFs e stickers. O ser humano consegue ler e reconhecer as expressões corporais, já que elas são as primeiras leituras que fazemos em nossas vidas; antes da alfabetização, aprendemos a ler expressões, movimentos, então analisamos e armazenamos esses conhecimentos apreendidos para serem utilizados nas interações sociais. Com os memes, não é diferente: com a bagagem pessoal, conseguimos entender a mensagem visual e performática dos memes de forma quase instantânea (Dodebei, 2016).

Partindo do ponto dos memes, perguntamos às pessoas respondentes se elas acreditavam que os memes impactavam sua forma de se expressar e se comunicar. Destas, 11% disseram que não achavam que os memes impactavam sua forma de se comunicar, contudo 89% disseram como os memes impactam ou impactaram a forma de se expressar e se comunicar com seus grupos sociais. Respondente J manifesta como os memes modificaram sua forma de se expressar e se inserir, transformando o seu eu social para seu grupo:

Os memes da Inês ajudaram bastante na minha comunicação durante a adolescência, já que naquela época era a época onde os memes delas mais bombavam e utilizar os memes dela, tanto pelas redes sociais quanto presencialmente, dava um toque de irreverência na minha personalidade e fazia a conversa fluir divertidamente.

A partir desse relato, podemos compreender que estar informado sobre memes do “momento” ou aqueles que representam determinado grupo é um artifício para se encaixar e se entrosar. A linguagem e a memória social de determinados grupos determinam quem faz ou não parte dessa unidade, assim, a constante construção da identidade é um processo que leva em conta pequenos instrumentos que permeiam o grupo em que se deseja inserir. As conexões construídas utilizando essas ferramentas ramificam os grupos, tornando a esfera do

social amplificada e diversificada (Ferreira, 2016; Silveira, 2021).

Duas pessoas respondentes norteiam essa discussão ao especificar suas interações sociais e o impacto dos memes:

Acho que acabam trazendo mais expressividade à fala e me aproximando de comunidades específicas da qual faço parte, como a LGBT e a do Twitter (Respondente P).

Me ajudaram a expressar meus sentimentos de forma descontraída e facilmente reconhecível entre outros amigos/colegas no presencial e virtual que também são LGBT e compartilham da bolha de memes lgbt da internet (Respondente G).

Com as respostas, podemos ter, então, uma clara visão de como as interações sociais são atravessadas por pequenos tracejados sociais, pontos que são delineados a fim de serem encaminhados para uma direção. Ser reconhecido, aceito e conseguir se perceber é um ponto vital nas conexões, portanto, conseguir transmitir sua mensagem e entender a comunicação do próximo é essencial para que haja uma ponte para a construção da memória social das comunidades do sentimento de pertencimento. Respondente Q expõe bem esse sentimento: “*Acredito que todo meme faça parte de uma cultura de pertencimento. É como se você, ao utilizar, se mostre pertencente aquele grupo*”.

Dando seguimento a essa linha de raciocínio, perguntamos às pessoas respondentes quais tipos de

informações eles achavam que os memes conseguem transmitir e compartilhar. As respostas foram plurais, denotando que os memes não são apenas marcadores do humor e do deboche, eles também exprimem críticas, marcadores sociais, sexualidade, entre outros. Estas são algumas respostas destacadas:

Os memes conseguem trazer a contextualização de fatos que marcaram as pessoas de forma positiva ou negativa. As informações levantadas pela linguagem visual garantida pelos memes concentram-se na reprodução de discursos e narrativas baseadas na realidade das pessoas normalmente envolta de uma roupagem descontraída, sarcástica, irônica e crítica (Respondente R).

Qualquer tipo de informação, meme é vida (Respondente S).

Expressões corporais e reações compartilhadas por um grupo (Respondente N).

De humor... e de que apesar de acreditar em Deus, vc pode também brincar livremente com a sua sexualidade. Levar a vida com mais leveza (Respondente T).

Mensagens políticas, advertência de forma mais sutil de repudiar atos que desrespeitem ao próximo (Respondente U).

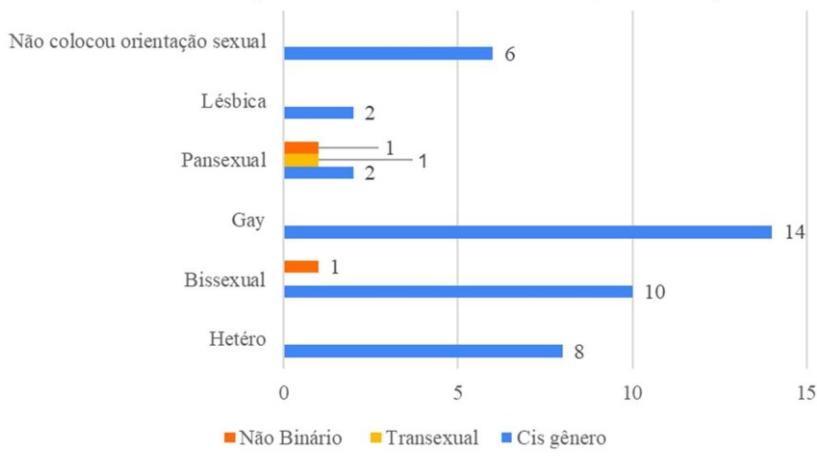
Essas são algumas das 45 respostas; são múltiplas, expressam diferentes formas de ver a mesma unidade, de perceber um objeto comunicacional em diferentes ângulos. Com esses relatos, podemos perceber que os memes são empregados em diferentes contextos para nuances variadas de uma mesma comunidade. Eles não se prendem a uma esfera e ficam estagnados, e sim, conseguem fluir como uma memória social que se transforma e se renova a depender de quem o manuseia.

As pessoas enviaram suas respostas cientes de que eram sobre os memes da Inês Brasil, como está pontuado pela pessoa Respondente T. Isso salienta que, apesar da figura performática, ela consegue transmitir informações em contextos e realidades que não eram inicialmente desejados.

O questionário tinha como público-alvo pessoas pertencentes à comunidade LGBTQIA+. Para isso, pedimos às pessoas respondentes para dizer sua identificação de gênero e orientação sexual. Assim, os dados coletados estão apresentados no Gráfico 1.

Deixamos essa pergunta mais livre, pois quem se sentisse à vontade para responder sua orientação, poderia fazê-lo. É possível, então, visualizar que 6 dentre os 45 responderam apenas sua identificação de gênero, sendo todas as pessoas cisgênero. Apesar de os memes da Inês Brasil serem mais propagados na comunidade LGBTQI+, podemos perceber que uma expressiva quantidade de respostas é de pessoas heterossexuais, indicando que, apesar de o principal público da Inês ser pessoas da comunidade, eles ainda são presentes em outros grupos sociais.

Gráfico 1 – Identificação de gênero e orientação sexual das pessoas respondentes



Fonte: elaborado pela autora (2022).

Contudo 86,67% dos respondentes fazem parte da comunidade, como está explicitado no Gráfico 1. Dividimos em identidade e orientação, pois são nuances que fazem parte da essência humana, havendo ramificações dos padrões patriarcais e arcaicos em que a sociedade inicialmente foi instituída. Visibilizar não somente a orientação sexual de uma comunidade, como também sua identificação, é dar voz para que eles se expressem e se reconheçam dentro de seu grupo, da sociedade e desta pesquisa.

A última pergunta do questionário foi direcionada ao foco central desta pesquisa: os memes da Inês Brasil são mais consumidos por pessoas da comunidade LGBTQIA+? Podemos iniciar essa análise com a pontual frase da pessoa Respondente V, que abre sua afirmação ao dizer: “*Sim. Porque ekq (sic) ama as gays kkkk*”. Esse ponto é a principal

característica para se amar, compartilhar e fazer de uma pessoa um meme dela, e torná-la uma das representações da comunidade. Apoiar, amar, e agradecer ao público, como evidencia a pessoa Respondente X “[...] creio que por ela sempre estar defendendo a comunidade e se mostrando uma aliada em suas falas”.

Algumas pessoas respondentes argumentam que os memes da Inês Brasil não são somente virais, como também são partes da identidade cultural de grupos, uma identidade visual que faz com o que receptor consiga facilmente demarcar a qual grupo o outro pertence:

Acho que são um dos mais consumidos, não sei se hoje em dia eles são os mais consumidos por conta da profusão de memes que viralizam nas redes sociais. Sinto que os da Inês Brasil não são virais e sim memes consagrados entre os lgbts (Respondente G).

eu acho que sim, e acho que seja algo cultural da comunidade até (não só os memes dela mas acho que esse costume de usar esse tipo de meme em conversas eu vejo como algo cultural dos lgbt brasileiros). Principalmente no twitter você percebe isso nas discussões nos ‘debates’ que acontecem se tem alguém usando as imagens (que também são chamados de estáticos) ou gif da Inês provavelmente a pessoa faz parte da comunidade ou é próxima de alguém que faz parte e acabou aderindo esse costume de usar os memes dela. [...] Eu uso bastante twitter e eu tenho a impressão de que esses memes da Inês estão mais inseridos no meio dos homens

gays/bi fãs de diva pop, mas no geral eu acredito que seja algo cultural da comunidade lgbt brasileira mesmo, pq eu nao vejo pessoas de fora (estadunidense europeu e etc) usando os memes em geral dessa forma que a gente usa (Respondente Y).

As pessoas respondentes salientam a profusão dos memes da Inês Brasil entre a comunidade LGBTQIA+, desse modo, a consagração dela entre aqueles(as) que fazem parte deste grupo é uma apropriação imagética, um delineamento pessoal e social. Tal delineamento ocorre com todos os grupos sociais, classificados e “etiquetados” em unidades. Os memes sofrem as mesmas classificações, sendo mapeados e catalogados em pequenas descrições, como: “meme de tio”, “meme de gay” “meme de hétero topzera”, entre muitos outros. Essas são apenas algumas das classificações sociais que intuitivamente fazemos ao interagirmos com outras comunidades de forma direta ou indireta.

Com as respostas selecionadas, podemos compreender a essência do meme, a integração social que ocorre através de um objeto imagético afetivo e social, e conhecer seu grupo. Portanto sua ramificação dentro desse grupo é uma forma de alinhar as suas memórias pessoais, sociais e conceber sua identidade perante a sociedade e a si mesmo.

Para atingirmos os objetivos desta pesquisa, quanto à análise dos memes da Inês Brasil como fontes de informação na internet, levantamos imagens meméticas das publicações do Instagram baseadas nas respostas

obtidas quanto aos memes mais utilizados da Inês pelas pessoas respondentes. A seguir, daremos seguimento a essa discussão.

AVALIAÇÃO DOS MEMES IMAGÉTICOS

Nesta seção, como dito anteriormente, faremos as análises dos memes aplicando os critérios de avaliação de fontes de informação na internet apresentados na seção “Avaliação das fontes de informação na internet”, conforme o objetivo específico “d) Avaliar os memes como fontes de informação na internet de acordo com os critérios identificados”.

Com as respostas coletadas por intermédio do questionário, levantamos o total de 10 dos memes mais comentados entre os respondentes. Dentre as respostas, foi observado que 22,22% usam os memes da Inês Brasil de forma estática e sem texto: eles o manuseiam de forma a expressar sem textualidade o que querem passar, ou, então, para publicar com alguma mensagem textual pessoal, como está apresentado na Figura 6.

Com as imagens selecionadas, podemos utilizar os atributos gráficos conceituados pela autora Rosamelia Parizotto (1997): o primeiro aspecto a ser analisado é o **layout**, a apresentação da imagem e organização da informação. Nas postagens coletadas, podemos visualizar que os memes originais foram compartilhados, não há modificação da qualidade, assim, a imagem em sua essência é o ponto para que os memes sejam propagados, sendo as expressões faciais da Inês o centro dessas

publicações, não havendo mais nenhum artifício ou texto dentro da imagem.

Figura 6 – “Não me arrasa”



Fonte: coletado previamente pela pesquisadora (2022).

Ambas as figuras são comunicativas, simples e objetivas, conseguindo transmitir, por si só, a mensagem e a textualidade visual. Outro ponto a ser analisado é a **fonte**, a organização da informação e o aumento da compreensão do receptor. O texto inserido na legenda da foto tem o objetivo de orientar e facilitar a mensagem, sendo a legenda um texto fora da imagem e elaborada pelo autor da publicação com o desejo de transmitir uma mensagem e/ou comunicar algo. Dessa forma, é possível ver que ela não é o

foco central da publicação, tornando-se uma complementação da imagem. Visualizamos, então, que a mensagem (**fonte**) pode ser considerada a informação secundária, aquela que será percebida após leitura da imagem.

Maria Tomaél e colaboradores (2000) trabalham o critério de adequação da fonte, que é a coerência da linguagem utilizada, seus objetivos e o público ao qual se destina. Os memes da Figura 4 se inserem e dialogam com a página e com o público que interage com ela, ocorrendo, assim, a identificação que, consequentemente, gera engajamento e comentários de usuários que marcam seus amigos para que eles possam dialogar e criar vínculos com uma correspondência em comum. A autora Renata Vilella (2003) aborda a **usabilidade**, parâmetro que denota a facilidade na interatividade da informação da imagem e da facilidade de uso. Essas características estão presentes nos memes e na rapidez em comunicar em apenas uma postagem, gerando uma dinâmica interativa entre a imagem, a página e os usuários.

Os memes não necessitam de complexidade e textualidade; eles são simples, diretos e precisos, tanto para quem transmite, como para quem faz uso. Destarte, textualizar gramaticalmente uma informação antes ou depois de utilizar os memes exprime um sentimento, uma externalização “dramática” para esse momento. Podemos perceber isso ao contemplar a Figura 7.

Aqui, a **fonte** e o **texto** estão alinhados tanto dentro da imagem, como na parte superior dela. Enquanto a fonte aumenta a capacidade de o receptor compreender a mensagem, o texto é direto e preciso, detendo o objetivo de

transmitir a informação para os usuários, fazendo com que eles possam captar a informação de forma rápida e dinâmica.

Figura 7 – Vê se eu tô mentindo



Fonte: imagens previamente coletadas pela autora (2022).

As duas linguagens textuais das imagens chamam a atenção: enquanto a primeira (acima da imagem) sinaliza o sentimento e a informação primária de quem compartilha, o segundo texto (dentro da imagem) externaliza o sentimento de quem compartilhou a publicação, possibilitando a expressividade e a comicidade entre os grupos (Parizotto, 1997).

Também é possível perceber a textualidade de outras formas nas publicações e interações no Instagram, sendo observável a textualidade imagética e textual do meme, uma forma similar à Figura 6. Contudo, enquanto nas figuras anteriores, as expressões faciais da Inês Brasil eram o foco, aqui os seus bordões meméticos são a chave

central do diálogo, assim como é possível visualizar na Figura 8.

Figura 8 – É aquele ditado



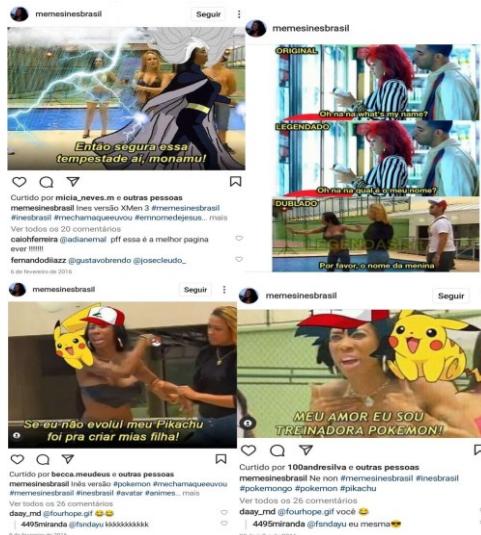
Fonte: imagens previamente coletadas pela autora (2022).

É possível perceber que, na publicação à esquerda, o **texto** dentro da imagem é grande, chama a atenção e não é esteticamente convidativo, o que difere da figura à direita, na qual o **texto** é padronizado para uma fonte típica de legendas, destacada na cor amarela e na fonte *Sans Serif*. Os memes, então, são padronizados para ter uma fonte que exprime de forma simples e estreita a frase memética, tornando-a esteticamente mais limpa e clara. Não por menos esse fato ocorreu: quem produziu esse meme tinha a pretensão de chamar a atenção, de rapidamente ser consumido, facilitando a interpretação e assimilação para

quem visualizasse a imagem. Podemos perceber outro fator, a quantidade de interações que ocorreram com a imagem à esquerda, a **finalidade** que alinha a comunicação e o feedback da publicação. O Instagram é uma plataforma que tem como finalidade a interação e a comunicação entre usuários, criando, assim, afinidades e conexões. Desse modo, a publicação produziu afinidade e interação com os demais usuários, criando comentários e uma propagação desse meme (Vilella, 2003; Parizotto, 1997).

Com a expressiva quantidade de informações e publicações, possíveis por meio das redes sociais digitais, os *prosumers* conseguem ter liberdade para criar, se expressar e traduzir para seu contexto memes e situações. Tais expressividades podem ser observadas na Figura 9.

Figura 9 – Apropriações e memetizações



Fonte: imagens previamente coletadas pela autora (2022).

Com a coleta imagética apresentada na Figura, podemos visualizar como os usuários são dinâmicos em suas apropriações e releituras, criando conexões e interações com diversão. Aqui, os pontos a serem analisados são: **cores**, **texto**, **fundo**, **finalidade** e **adequação da fonte**. Esses critérios são perceptíveis em todas as imagens: as **cores** das montagens são vivas e com maior definição que a imagem original da Inês Brasil, então, se ressalta e dramatiza o contexto, escancarando o que desejam transmitir.

A **textualidade** foi alterada pelos produtores de informação, mesclando com o original para que fosse feita uma afinidade ainda mais ressaltada e profunda. O **fundo** é cômico, não há uma preocupação estética, portanto, é possível perceber que foi criado de forma a ser divertido, e não ser levado a sério.

A **finalidade** relaciona-se com a adequação da fonte ao público que deseja alcançar, que, pela figura, é perceptível corresponderem aos fãs de cantoras pop, assim como de filmes e desenhos da cultura pop. São culturas atuais e presentes nas diferentes gerações, visto que músicas e conteúdos visuais não são expressões de idade ou outras características sociais, mas sim, manifestações de gostos e identificação. A **adequação da fonte** é a linguagem empregada entre as pessoas da mesma comunidade que conseguem decodificar e entender a mensagem que está sendo transmitida (Parizotto, 1997; Vilella, 2003; Tomaél *et al.*, 2000).

Assim como a autora Maria Tomaél (2008) salienta, a qualidade da fonte de informação está ligada ao público que ela almeja alcançar e dialogar. Os memes modificados

e produzidos pela internet se propõem a informar de forma simples e direta, portanto, não almejam contextualizar e serem levados a sério; configuram-se como uma camuflagem social que consegue atravessar diferentes comunidades nas redes sociais digitais, e apresenta nível de alcance indefinido. Quem propaga um meme comprehende seu espaço, o impacto que almeja e sua viabilidade, por isso, os memes são livres em seu cerne, assim como sua mensagem. Outro ponto é que a qualidade das fontes é condizente com a necessidade informational dos usuários da transmissão, assim como a pessoa Respondente J pontua: “*meme bom é meme com qualidade de imagem ruim*”.

Com os debates promovidos nesta seção, é possível ter o entendimento das mesclas capazes de serem realizadas com os memes. Eles detêm um fluxo informational regido por quem os publica e dissemina, como também por quem os ressignifica e modifica, para que, assim, sua mensagem seja transmitida. Mediante a análise das imagens utilizando os critérios de avaliação de fontes de informação na internet, podemos contemplar como as novas fontes de informação são diversas e inovadoras. Elas não são empregadas de forma robusta ou somente para fins científicos e criteriosos, mas sim, as fontes de informação se adequam ao seu público e à comunidade que está transmitindo a informação. Diante disso, contemplar e estudar essas modificações e inovações comunicacionais é imprescindível para entender as interações sociais e humanas.

A seguir, abordaremos as conexões entre o meme e a sociedade, assim como os vínculos construídos e

fortalecidos pela memória social da comunidade LGBTQIA+.

DISCUSSÕES

Nesta seção, iremos focar na resolução do objetivo específico “e) Discutir sobre as conexões entre meme e sociedade e os vínculos que constroem e fortalecem a memória social da comunidade LGBTQIA+”, bem como as pontes que são cruzadas através das conexões criadas pelas comunidades e grupos, as encruzilhadas que surgem em meio aos vínculos e a identificação e o reconhecimento social de si e de seu grupo.

Os debates realizados nas seções anteriores são um complexo aparato para o entendimento das conexões entre meme e sociedade, assim como os vínculos que constroem e fortalecem a memória social da comunidade LGBTQIA+.

Observamos que os memes são utilizados como artifícios para a comunicação. Eles apregoam sentimentos e expressões, como salienta a pessoa Respondente H: *“Eles traduzem alguns sentimentos e reações que tenho, aliado ao humor”*. Os memes são canais para a “encenação” dos sentimentos, já que as redes sociais digitais não permitem que as pessoas consigam dosar o quanto sério o outro está falando. Dessa maneira, empregar tonalidades digitais como emojis, hashtags e memes são as chaves para impactar e conectar os usuários. A pessoa Respondente Z salienta bem isso, ao dizer que “[os memes] me ajudam a demonstrar (sic) o que estou sentido (sic) de maneira mais exagerada”.

As conexões são realizadas socialmente por meio dos diálogos, interações e objetos em comum, sejam personagens, sejam diálogos ou imagens. Identificação cultural é uma ação social natural, e projetar isso para outras direções é uma das formas de criar vínculos e moldar as conexões. Os memes conseguem se introduzir nesse meio por serem dinâmicos, ágeis e lúdicos, visto que quem faz uso dos memes já sabe o que quer transmitir e para quem: “[...] quando os uso, meus amigos entendem como está meu humor ou que eu quero passar com a mensagem” (Respondente Aa).

Os vínculos construídos e movidos são personificações da cultura que vão sendo moldados e instigados pelas comunidades e grupos, alocados em um ponto convergente entre o cultural e, consequentemente, com o social. Posto que as ações culturais são ações sociais, as relações produzidas são pontos que modificam o ser social, assim como o entendimento da memória individual (eu).

As redes sociais digitais amplificam o discurso, e as interações ganham maior potência. Assim, as relações são apoiadas pelos instrumentos presentes no virtual, os signos e símbolos são inseridos e manuseados pelas comunidades, tornando-se um aparato maleável e suscetível para quem os modifica e com quem interage com esses produtos sociais. Como apresentado em discussões anteriores, os memes da Inês Brasil se introduzem nesse meio, sendo mecanismos para a descrição e entrosamento social, podendo ser manipulados pelos usuários para que haja integração e assimilação em comum entre os grupos e as ramificações dentro desse grupo macro, como pontua a

pessoa Respondente Ab: “[os memes] me fizeram começar a adotar uma linguagem mais específica quando estava em determinados grupos de amigos”.

A memória social apresenta-se entre a profusão da cultura com o social, na qual os grupos demarcam suas assinaturas, representações e “marca” social, criando camadas pessoais perante a sociedade, delimitando, assim, como outras comunidades irão percebê-los. Essas caracterizações e afirmações são a pontuação e formulação de suas individualidades; é a tomada do poder, trazendo para si a independência em escrever suas memórias, o poder cultural perante o macrossocial, tomando para si a afirmação e preservação de suas verdadeiras identidades, tendo em vista que os detentores do poder social eram os únicos que tinham a “autoridade ideológica” para modificar, suprimir, subscrever e esquecer distinções sociais. Produzir e transformar sua voz de “outro” para “eu” é um passo significativo para que as comunidades, tanto LGBTQI+ como outras que também são suprimidas, consigam escrever suas histórias com sua linguagem, identidade e verdade.

Diante disso, os memes são apenas um espaço em uma linha ramificada, documentos que conseguem ser lidos e repassados para outros núcleos sociais, dialogando, desse modo, com diversificadas comunidades.

Sendo assim, os resultados desta pesquisa evidenciam como os memes da Inês Brasil são mesclas sociais, personificações da personalidade de um grupo e uma identidade pessoal de quem os dissemina e ressignifica. Os memes são instrumentos para a contação de histórias pessoais, fontes de informações

despreocupadas e interativas; são armas sociais de alcance indefinido, podendo ser lidos, textualizados, apreendidos e reproduzidos por pessoas com diferenças sociais, econômicas e geográficas, criando conexões e laços com indivíduos que não conseguiram se conectar em interações presenciais.

CAPÍTULO 6

“MEU AMOR, EU SOU PROFESSORA DE DANÇA!”: CONSIDERAÇÕES FINAIS



Esta pesquisa foi iniciada tendo como objetivo geral a análise dos memes da Inês Brasil como fontes de informação na internet, entendendo os vínculos entre os memes e a sociedade, bem como a construção e o fortalecimento da memória social da comunidade LGBTQIA+.

Para alcançarmos o objetivo geral desta pesquisa, construímos 5 objetivos específicos. O primeiro foi a identificação dos critérios que caracterizam as fontes de informação na internet. Esse objetivo foi contextualizado quando apresentamos as principais características das fontes de informação na internet, marcando a facilidade do manuseio das fontes de informação e suas propriedades implícitas. Com o aparato dos múltiplos critérios, identificamos os parâmetros que melhor se adequaram aos objetivos desta pesquisa. Rememoramos os critérios para a realização da avaliação dos memes da Inês Brasil como fontes de informação na internet. Com isso, foi possível contemplar que os memes da Inês Brasil são fontes de informação relevantes para a comunicação e informatização das comunidades que interagem e compartilham os memes com cunho informal, porém com conotação a informar e se conectar com as pessoas.

O segundo objetivo específico foi o delineamento do perfil histórico da personalidade Inês Brasil. Apresentamos a história entre a pessoa Inês Brasil para a personagem memética que conhecemos atualmente, sua apropriação e disseminação entre as pessoas da comunidade LGBTQIA+ e ascensão midiática virtual. Destacamos, também, alguns dos preconceitos sofridos em sua carreira como artista e digital influencer. Com esse objetivo, concebemos que,

apesar de a Inês Brasil gerar engajamento e movimentar uma comunidade para consumir e disseminar suas publicações, ela ainda sofre preconceito por sua origem, sendo inferiorizada, taxada e discriminada por sua vivência e identidade. Quem se identifica com sua personagem e história são pessoas também marginalizadas, discriminadas e taxadas por não se encaixarem em padrões e estéticas padronizadas e concebidas como as “normais” ou “corretas”. A construção desta pesquisa direcionou-se a uma visão social da comunidade e suas múltiplas visões sobre o meme. Direcionamos a pesquisa aplicando um questionário para que fosse possível pontuar e identificar as questões centrais que respaldassem os objetivos delineados, fazendo, assim, com que houvesse comunicação entre os agentes centrais deste estudo, que são as pessoas da comunidade LGBTQIA+. As perguntas e respostas colhidas e analisadas delinearam a importância dos memes e a linguagem construída por intermédio dos memes da Inês Brasil pela comunidade LGBTQIA+, como os sujeitos de determinado grupo dialogam e ramificam suas relações sociais.

O terceiro objetivo foi a seleção dos memes da Inês Brasil mais apropriados pela comunidade LGBTQIA+. Traçamos esse objetivo indagando, por meio da aplicação do questionário, quais os memes da Inês Brasil que os respondentes mais utilizam. A partir das respostas coletadas, tornou-se evidente a apropriação não somente das frases, mas também dos gestos, das expressões e das performances. As expressividades corporais e a leitura de imagens foram pontos chaves para compreender que a concepção e assimilação de mensagens não ocorrem

somente por textos escritos, mas pela observação das expressões corpóreas.

Com as respostas alcançadas por intermédio do questionamento dos memes da Inês Brasil mais utilizados entre os respondentes, realizamos o levantamento desses memes no Instagram e aplicamos os critérios de avaliação de fontes de informação. A análise dos memes como fontes de informação na internet se deu de forma dinâmica. Estudamos não somente a mensagem empregada nas imagens, mas a essência e construção dos memes pelos usuários das redes sociais digitais, contemplando as expressivas e distintas formas de conceber, produzir e disseminar conteúdos com poucas palavras. Com a avaliação, foi possível conceituar a amplitude das fontes de informação na internet, as conexões e informatizações que ocorrem por intermédio de uma imagem propagada e ressignificada entre uma comunidade.

O quinto e último objetivo foi a discussão entre as conexões entre meme, sociedade e os vínculos que constroem e fortalecem a memória social da comunidade LGBTQIA+. Trabalhamos esse objetivo contemplando de forma sucinta a complexidade dos memes, os concebendo como expressões que perpassam as imagens, gestos e textualidade, conseguindo observar e compreender os memes como ferramentas sociais para a identificação e conexão entre grupos e comunidade, uma teia dinâmica que consegue atingir diferentes camadas de determinado grupo e se mesclar em outros universos não idealizados originalmente. Nesse objetivo, foi possível visualizar as possíveis narrativas dentro de uma comunidade por intermédio dos memes, a dinâmica entre o humor, a

informatização e apropriação, que, juntas, criam e intensificam as conexões que, apesar de extrínsecas, se tornam complementares.

Com os resultados alcançados, percebemos que os memes da Inês Brasil são caracterizações multiversais, contextualizações de situações e interações escrachadas. Portanto não se limitam a um propósito, são dinâmicas e plurais, sendo transpassadas para diferentes camadas sociais. Os memes surgem e são criados por interações e troca de culturas e memórias, contudo ele não detém a finalidade de ser viral — isso ocorre pela sua constante disseminação, identificação e apropriação e interações de grupos e comunidades. O constante compartilhamento tanto no meio virtual, como no presencial, das expressões e bordões, torna o meme uma marca identitária de uma comunidade. Eles são documentos e imagens passados e disseminados em um grupo, em consequência, a constante disseminação, apropriação e uso os torna essenciais para uma comunidade que interage com esse objeto. Os memes, então, passam a ser um signo efêmero, uma assinatura capaz de transmitir qual grupo o transmissor faz parte, criando laços entre a memória social e a fomentação da identidade, a completude de uma narrativa pessoal e social.

Apesar de os memes da Inês Brasil serem cômicos e divertidos, eles conseguem carregar marcas e variações que são lidas e compreendidas de forma natural por um grupo. As análises e resultados obtidos por meio da visualização de uma forma dinâmica de comunicação é apenas uma das ações que o bibliotecário deve se ater. Destarte, olhar para as diferentes fontes de informação na

internet e integrar-se à comunicação e ao diálogo que ocorrem nas redes sociais digitais devem ser pautas desses profissionais. Compreender e conceber essas práticas de criação, propagação, disseminação e ressignificação dos memes no meio virtual é assimilar as novas nuances sociais, sendo um profissional participativo e integrado das diásporas sociais.

Entender as interações que ocorrem dentro da sociedade é visualizar e contemplar a criação de vínculos culturais e sociais que encadeiam a construção da memória social. Os(as) profissionais da informação devem apreender esses novos documentos e instrumentos de informatização, estando atentos e conscientes de seu papel como agentes ativos na avaliação das fontes de informação na internet fora da rota preestabelecida, visualizando e contemplando novas interações, grupos e comunidades não padronizadas, amplificando, assim, o enfoque do profissional e seu papel social.

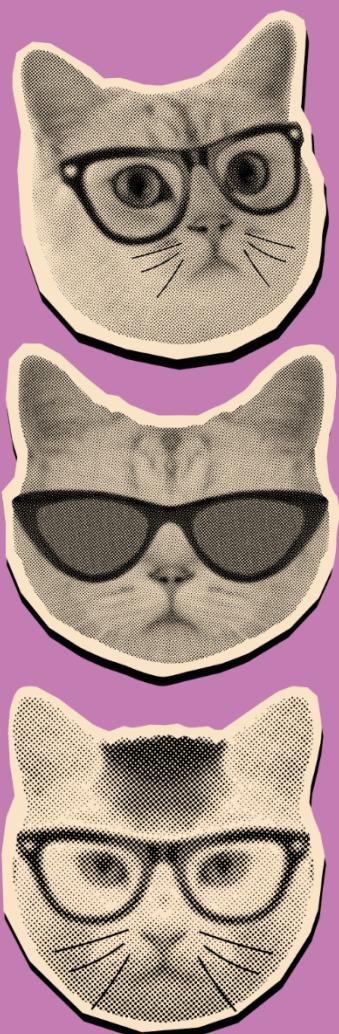
Esta pesquisa manteve a coleta no ambiente do Instagram e restrito aos(as) seguidores desta pesquisadora, atendo-se com o compartilhamento da publicação entre as redes dos(as) demais usuários(as), o que dificultou e limitou a quantidade e pluralidade dos(as) respondentes. A pesquisa ainda tem potencial de crescimento, visto que a comunidade LGBTQIA+ tem especificidades e características próprias em cada ramificação, assim como os memes coletados são apenas uma fração das criações e produções que são disseminadas, sendo, também, restrita a coleta da hashtag e da página no Instagram.

Por meio do referencial teórico, resultados e análises, é possível perceber que o campo da memética,

fontes de informação, interações interpessoais e memória são vastos, mas não são explorados em conjunto. Em contrapartida, os memes são estudados em outros campos do saber, como a comunicação e educação; estes conseguem ser trabalhados, assim como a memória social, por outras áreas do conhecimento, por serem diversificados, conseguindo se integrar e serem interpretados por vertentes ímpares. Diante disso, as pesquisas futuras devem perceber outras dimensões para além dos tradicionais e conceituados temas trabalhados da área de formação, visualizar as macro atmosferas e trabalhar a interdisciplinaridade da área, visto que contemplaria novas narrativas e espaços.

Assim, entendemos que as interações sociais são apoiadas por documentos e objetos que respaldam essas interlocuções e expressividades. Os memes são fontes de informação plurais que auxiliam na troca e compartilhamento de conhecimento, utilizados como instigadores dinâmicos para enxergar debates, problemáticas e culturas propagadas além do círculo social pessoal de um indivíduo. Desse modo, os memes são fontes de informação na internet que se propagam de forma intuitiva, leve e despreocupada, configuram-se como formas que devem ser analisadas e contempladas como um documento digital com cobertura indefinida; enfim, são peças que dialogam com o meio e estão presentes no cotidiano das pessoas, seja de forma consciente ou inconsciente.

REFERÊNCIAS



AGUIAR, Jaqueline Gomes de. A pesquisa etnográfica online em tempos de cultura da convergência. **Revista Observatório**, Palmas, v. 5, n. 6, p. 109-131, out./dez. 2019.

BERENGUEL, Fernando. O dia em que Inês Brasil foi parar no badalado site do Grammy. **Observatório de Música**, [s.l.], 2021.

BLATTMANN, Ursula; FRAGOSO, Graça Maria (org.). **O zapear a informação em bibliotecas e na Internet**. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

BRIET, Suzanne. **O que é a documentação?** Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2016.

BUCKLAND, Michael. Information as thing. **Journal of the American Society of Information Science**, [s.l.], v. 42, n. 5, p. 351-360, June 1991.

CAMPELLO, Bernadete Santos; CENDÓN, Beatriz Valadares; KREMER, Jeannette Marguerite (org). **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2000.

CASAROTTO, Camila. Dossiê das gerações: o que são as gerações Millennials, GenZ, Alpha e como sua marca pode alcançá-las. **Rock Content!**, São Paulo, jul. 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/dossie-das-geracoes/>. Acesso em: 31 maio 2022.

CEREJA, William Roberto; COCHAR, Thereza Cochar. **Texto e interação:** uma proposta de produção textual a partir de gêneros e projetos. São Paulo: Atual, 2009.

CHAGAS, Viktor (org). **A cultura dos memes:** aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital. Salvador: EdUfba, 2020.

CONHEÇA a origem do meme ‘Reage, mulher, bota um cropped. **Márcia Travessoni**, Fortaleza, 4 fev. 2022.

Disponível em: <https://marciatravessoni.com.br/entretenimento/conheca-a-origem-do-meme-reage-mulher-bota-um-cropped/>. Acesso em: 12 abr. 2022.

CORRÊA, Maurício de Vargas; ROZADOS, Helen Beatriz Frota. A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação. **Encontros Bibli:** revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, Florianópolis, v. 22, n. 49, p. 1-18, maio/ago., 2017.

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

DAMIN, Marina Leitão; DODEBEI, Vera. Objetos digitais com extinção programada: ‘histórias’ e rastros memoriais no Instagram. **Memória e Informação**, [s.l.], v. 2, n. 2, p. 45- 57, jul./dez. 2018.

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

DODEBEI, Vera. Cultura Digital: novo sentido e significado de documento para a memória social? **DataGramZero**, [s.l.], v. 12 n. 2 abr. 2011.

DODEBEI, Vera. Ensaio sobre memória e informação. In: DODEBEI, Vera; FARIAS, Francisco R. de; GONDAR, Jô (org.) **Por que memória social?** Rio de Janeiro: Híbrida, 2016. p. 227-243.

FERREIRA, Lucia M. A. Memória e esquecimento na língua. In: DODEBEI, Vera; FARIAS, Francisco R. de; GONDAR, Jô (org.) **Por que memória social?** Rio de Janeiro: Híbrida, 2016. p. 137-147.

FONSECA, Marcelo Jacques; GONÇALVES, Manuela Albornoz; OLIVEIRA, Marta Olivia Rovedder de; TINOCO, Maria Auxiliadora Cannarozzo. Tendências sobre as comunidades virtuais na perspectiva dos prosumers. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 3., 2008, Curitiba. **Anais** [...]. Curitiba: Anpad, 2008.

GARCIA, Valdenise César; REDIGOLO, Franciele Marques. Indexação e recuperação da informação: uma relação de causa e efeito. **Tendências da Pesquisa Brasileira e Ciência da Informação**, [s.l.], v. 13, n. 1. 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2016.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLEISER, Marcelo. Brinquedos perigosos. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 11 jun. 2006.

GODOY, Elenilton Vieira; SANTOS, Vinícius de Macedo. Um olhar sobre a cultura. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 30, n. 3, p.15-41, jul./set. 2014.

GOMES, Alan Antunes. Fontes de informação na internet: análise de sites sobre hipertensão revocados pelo Google. **Múltiplos olhares em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, n. 1, v. 2, 2012.

GONDAR, Jô. Cinco proposições sobre memória social. In: DODEBEI, Vera; FARIAS, Francisco R. de; GONDAR, Jô (org.). **Por que memória social?** Rio de Janeiro: Híbrida, 2016. p. 19-40.

GOUVEIA, Luis Manuel Borges. **Sociedade da informação:** notas de contribuição para uma definição operacional. [s.n.], Porto, 2004.

GUGLIOTTA, Alexandre Carlos. Pensando e repensando o documento. **Revista Ibero-americana de Ciência da Informação (RICI)**, Brasília, DF, v. 10, n. 2, p. 314-331, jul./dez. 2017.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. Rio de Janeiro, Vertice, 1990.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, n. 2, v. 22, p .5, 1997.

HENRIQUES, Rosali Maria Nunes; DODEBEI, Vera. A virtualização da memória no facebook. **Ces Revista**, Juiz de Fora, v. 27, n. 1, p. 257-273, jan./dez. 2013.

HODGE, Karl. It's all in the memes. **The Guardian**, Londres, 10 ago. 2000.

HORTA, Natália Botelho. **O meme como linguagem da internet**: uma perspectiva semiótica. 2015. 191 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

JABLONKA, Edyta. Do emoticon ao meme: evolução dos símbolos na comunicação virtual. **Revista acta semiótica et lingvística**, João Pessoa, v. 17 n. 1, 2012.

JESUS, Karine Amorim de. **O tabuleiro da Baiana**: um documento de raiz ancestral. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Arquivologia) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018.

LAPELOSO, Mariana. Meme trava na beleza, destrava. **Dicionário Popular**, [s.l.], [2021].

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

MAPA da vacinação contra Covid-19 no Brasil. **G1**, Rio de Janeiro, 12 ago. 2022.

MARCONDES, Carlos Henrique. Linguagem e documento: fundamentos evolutivos e culturais da Ciência da

Informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 15, n. 2, p. 2-21, maio/ago. 2010.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2007.

MARQUES, Lidiany Kelly da Silva; VIDIGAL, Frederico. Prosumers e redes sociais como fontes de informação mercadológica: uma análise sob a perspectiva da inteligência competitiva em empresas brasileiras. **TransInformação**, Campinas, v. 30, n. 1, p. 1-14, jan./abr., 2018. DOI: <https://doi.org/10.1590/2318-08892018000100001>.

MENEZES, Bruno. Inês Brasil conta do passado: “Fui prostituta e usei cocaína por anos”. **Metrópoles**, Brasília, DF, 24 jan. 2022.

MEYER, Antonia Izabel da Silva. Hipertextos e gêneros digitais: conceitos e características. **Núcleo do Conhecimento**, São Paulo, 5 nov. 2020.

MORAIS, Kuan de. Inês, um retrato do Brasil. **Conexões Mistas**, [s.l.], fev. 2019.

MORAES, Franciane; MENDES, Gustavo; LUCARELLI, Talita. Memes na internet: A web 2.0 como espaço fecundo para propagação. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 34., 2011, Recife. **Anais** [...]. São Paulo: Intercom, 2011.

NETFLIX junta Valesca, Narcisa e Inês Brasil e quebra a internet. **Exame**, [s.l.], 8 jun. 2017.

O QUE é a web 3.0. **Aquarela**, São Paulo, 2015. Disponível em: <https://www.aquare.la/web-3-0-e-sua-importancia-nos-negocios/>. Acesso em: 13 out. 2019.

OLIVEIRA, Kaio Eduardo de Jesus; PORTO, Cristiane de Magalhães; ALVES, André Luiz. Memes de redes sociais digitais enquanto objetos de aprendizagem na Cibercultura: da viralização à educação. **Acta Scientiarum**, Maringá, v. 41, 2019.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica**: um manual para a realização de pesquisas em administração. Catalão: UFG, 2011.

PARIZOTTO, Rosamelia. **Elaboração de um guia de estilos para serviços de informação em ciência e tecnologia via Web**. Florianópolis, 1997. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 1997.

PEREIRA, Adriana Soares; SHITSUKA, Dorlivete Moreira Shitsuka; SHITSUKA, Ricardo; PEREIRA, Fabio José Parreira. **Metodologia da pesquisa científica**. Santa Maria: Universidade de Santa Maria, 2018.

PRIMEIRO caso de covid-19 no Brasil completa um ano. **Agência Brasil**, Brasília, 26 fev. 2021.

PRIMO, Alex; RECUERO, Raquel da Cunha. A terceira geração da hipertextualidade: cooperação e conflito na escrita coletiva de hipertextos com links multidirecionais. **Líbero**, São Paulo, v. IX, p. 83-93, 2006.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo**: elementos para discussão. [S.l.: s.n], 2009.

ROSA, Lucas Rodrigues. “**Berenice, segura, nós vamos bater!**”: processos de circulação, apropriação e uso do ciberacontecimento #bereniceday no twitter. 2021.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Biblioteconomia e Documentação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2021.

SALES, Rodrigo; ALMEIDA, Patrícia Pinheiro de. Avaliação de fontes de informação na Internet: avaliando o site do NUPILL/UFSC. **Revista digital de Biblioteconomia e Ciência da informação**, Campinas, v. 4, n. 2, p. 67-87, jan./jun. 2007.

SANTAELLA, Lúcia. **Imagen**: Cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminar, 2008.

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

SANTOS, Dioclecina Ferreira dos. **Fontes de informação na internet**: avaliação de blogs sobre meio ambiente. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em

Biblioteconomia) – Universidade Federal De Goiás, Goiânia, 2016.

SILVA JUNIOR, Josemar Elias da; TAVARES, Ana Lúcia de Oliveira. Patrimônio cultural, identidade e memória social: suas interfaces com a sociedade. **Ciência da informação em revista**, Maceió, v. 5, n. 1, 3-10, 2018.

SILVA, Leyde Klebia Rodrigues da. 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.

SILVA, Leyde Klebia Rodrigues da. **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, Silvio Profirio da. O texto hipertextual: um novo formato de leitura? **Revista Educação Pública**, Rio de Janeiro, 23 jun. 2015.

SILVEIRA, Pedro Telles da. Lembrar e esquecer na internet: memória, mídias digitais e a temporalidade do perdão na esfera pública contemporânea. **Varia Historia**, Belo Horizonte, v. 37, n. 73, p. 287-321, jan/abr, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0104-87752021000100010>.

SOARES, Iarema. LGBTQIA+: saiba o que significa cada parte integrante da sigla. **GZH**, Porto Alegre, 2021.

SOUZA, Thais; FRANCHINI, Estevão; NASCIMENTO, Paulo. Os memes como representações políticas nas redes sociais: uma análise de forma e conteúdo na produção de sentido e construção de identificação com grupos e movimentos. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 11., 2016, Salto. **Anais** [...]. São Paulo: Intercom, 2016.

SOUZA, Alice Regina Pacó de. Cibercultura: um estudo contextualizador e introdutório. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. **Anais** [...]. São Paulo: Intercom, 2010.

SOUZA, Gabriela de Oliveira; JORENTE, Maria José Vicentini. A importância da Folksonomia e do Design da Informação para a Competência em Informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 17, 2021.

SOUZA, Talita de. Lista de e-mails da Pfizer ignorados pelo governo aumenta: são 101 tentativas. **Correio Braziliense**, Brasília, DF, 18 jun. 2021.

TEDESCO, Kennedy. Bits, bytes e unidades de medida. **TreinaWeb**, São Paulo, 2021.

TESSAROLO, Felipe Maciel; NETO MACHADO, Arthur Santiago. Game of Memes: uma análise sobre os memes e a série televisiva Game of Thrones. **Comunicação -**

Reflexões, Experiências, Ensino, Curitiba, v. 13, n.13, p. 09-22, 2017.

TOMAÉL, Maria Inês (org.). **Fontes de informação na internet**. Londrina: EDUEL, 2008.

TOMAÉL, Maria Inês; VALENTIM, Marta Lígia Pomim; ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de; SILVA, Terezinha Elisabeth; ALCAR, Adriana Rosecler; SELMINI, Daniela; MONTANARI, Fabiana Ramos; YAMAMOTO, Silvia; ALMEIDA, Carlos Cândido de; CURTY, Renata Gonçalves; GODOY, Pedro Augusto de. *Fontes de informação na internet: acesso e avaliação das disponíveis nos sites de universidades*. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 12, 2000, Florianópolis. **Anais** [...]. [S.l.: s.n.], 2000.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

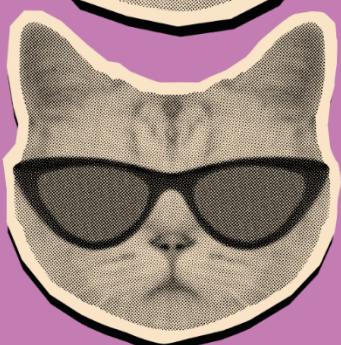
VILLELLA, Renata Moutinho. **Conteúdo, usabilidade e funcionalidade**: três dimensões para a avaliação de portais estaduais de governo eletrônico na web.2003. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da Informação, 2003.

VIOLA, Helouíse Hellen De Godoi. **Fontes de informação na internet**: avaliação do site da nutrição em foco. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em

Biblioteconomia) – Universidade Federal de Goiás,
Goiânia, 2019.

VITAL, Luciane Paula. Fontes e canais de informação
utilizados no desenvolvimento de sistemas em empresa de
base tecnológica. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 11, n. 2,
2006.

NOTAS SOBRE OS MEMES



Aqui explicaremos um pouco a situação que os memes utilizados no livro foram proferidos. Traremos uma breve contextualização para que o sentido seja apreendido por aqueles que se debruçarão na leitura e para quem não conhece as frases meméticas utilizadas.

1 - Meme que consta na epígrafe do Livro com a Inês Brasil:

A imagem é uma produção que mescla duas imagens de objetivos diferentes em apenas uma. Inês Brasil foi recortada de sua imagem original, que é seu vídeo de inscrição ao Big Brother Brasil (BBB) e colada em cima do desenho original das meninas Super Poderosas onde no lugar da Inês Brasil há uma bolsa com giz de cera.

2 - Meme que dá o título ao capítulo de introdução “Se o mundo existe, graças a Deus, por que existe?”: Inês Brasil, que possui uma criação religiosa, postou um vídeo no YouTube utilizando falas cristãs para falar sobre Deus, Bíblia, pecados e perdão. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wY1qZO-t1Lw>.

3 – Meme que está no escopo da introdução “Reage, bota um cropped”: O meme surgiu após Maria Gabriela Gomes, uma estudante, ter levado um bolo, e estava triste. Com isso, sua irmã mais velha gritou: “reage, mulher, bota um cropped”. Maria comentou a situação no Twitter em outubro de 2021 e acabou viralizando. Em apenas três dias, a publicação já estava com mais de 80 mil curtidas (CONHEÇA... 2022).

4 – Memes utilizados na abertura dos capítulos “Vamo devargazinho, conversa tudinho gostosinho”; “Segura a marimba aí, monamu”; “Munique, eu vou passar mal”; “E menas conversa e bota profissionalidade”; “Meu amor, eu sou professora de dança!”: Pensando que estava participando de um vídeo clipe depois de seu vídeo de inscrição ao Big Brother Brasil (BBB) em 2013 cair nas graças da internet Inês caiu na pegadinha do quadro *Telegrama Legal*, do programa *Domingo Legal*, em 2013. Durante sua participação as frases memeticas supracitadas foram proferidas pela Inês. A pegadinha está disponível

em:

<https://www.youtube.com/watch?v=dYcgOJxWJrE>.

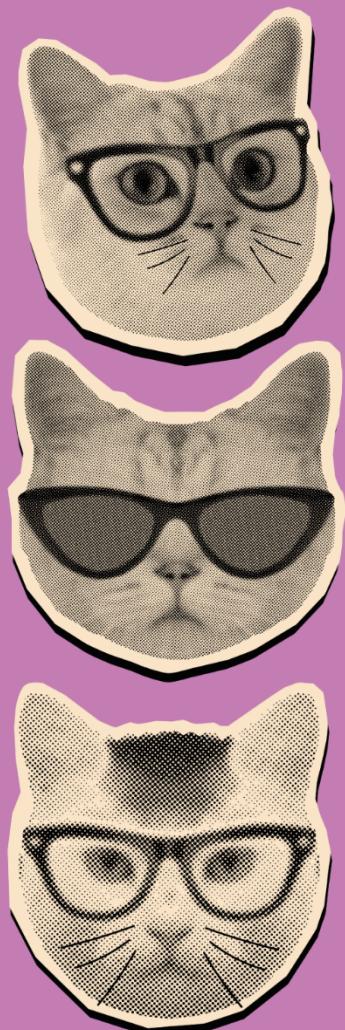
5 – Meme da Figura 6 e 7 “Não me arrasa” “Vê se eu tô mentindo”: Também foi proferido durante a participação da Inês Brasil ao quadro *Telegrama Legal* do programa *Domingo Legal*.

6 – Meme da Figura 8 “É aquele ditado”: Esta frase foi retirada do seu vídeo Inês Brasil em ela utiliza frases cristãs e filosóficas para falar sobre o sentido da vida, Deus, Bíblia e pecados. Disponível

em:

<https://www.youtube.com/watch?v=wY1qZO-t1Lw>.

SOBRE A AUTORA



JADE DE JESUS DOS SANTOS

Bacharela em Biblioteconomia pela Universidade Federal da Bahia. Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFBA. Interessa-se desde suas primeiras aulas metodológicas da graduação pelo estudo dos memes, interações sociais, culturais e pelos debates acerca da memória individual e social dos indivíduos. Atualmente seus trabalhos são focados em fontes de informação, memória, gênero e mediação cultural.

Ganhadora do Prêmio Abecin 2023, na Categoria Melhor TCC Nacional com o trabalho “Alô, alô, você sabe quem eu sou? Memes da Inês Brasil como fontes de informação na internet pela comunidade LGBTQIA+”.

E-mail: jade.santtos16@gmail.com

CV: <https://lattes.cnpq.br/1595376022790411>

A obra "Memes como fontes de informação" não é apenas uma leitura; é uma experiência que nos desafia a reconsiderar o que entendemos por informação na era digital. Ao final da leitura, você verá os memes sob uma nova perspectiva, não apenas como divertidos desenhos ou frases, mas como poderosas fontes de informação que moldam nossas interações sociais. A obra se destaca como um recurso valioso para aquelas pessoas que buscam entender as dinâmicas da cultura digital e as interações sociais que dela emergem. Prepare-se para refletir, rir (também faz parte), e, quem sabe, usar um meme ou outro para expressar o que você realmente sente!

Leyde Klébia Rodrigues da Silva
Apresentação

Ao pesquisar sobre memes e ao propor o meme como uma fonte de informação, a autora intenciona desconstruir a hierarquização sobre o fenômeno estudado, que, por ser uma manifestação da cultura de massas, ainda é frequentemente entendido como menos digno de ser estudado nos espaços acadêmicos ou mesmo como um dispositivo menos informativo, quando se observa o campo da Biblioteconomia e CI.

Jobson Francisco da Silva Júnior
Prefaciador

