

Capítulo 7

Memos como estratégia discursiva política no Twitter durante a pandemia da covid-19

*Taiane Volcan
Felipe Bonow Soares
Raquel Recuero*

7.1 Introdução

O uso das mídias sociais para produção e disseminação de conteúdo foi elemento central na campanha do presidente Jair Bolsonaro, quando eleito em 2018. (SOARES et al., 2019) Desde então, Bolsonaro, seus aliados políticos e grupos de militância têm utilizado as mídias sociais para a comunicação direta com a audiência, inclusive através de memes. (CHAGAS; MODESTO; MAGALHÃES, 2019; MENDONÇA; CAETANO, 2021; SANTOS, 2020) O uso de memes em discursos políticos também já foi observado em campanhas eleitorais e, particularmente, nos processos de comunicação com seus apoiadores. (VOLCAN, 2014) Na realidade, o estudo dos memes políticos como estratégia de comunicação tem sido profícuo tanto no Brasil (CHAGAS et al., 2017) quanto fora dele. (ROSS; RIVERS, 2017) Além disso, as mídias sociais também estão mobilizadas para a produção de discurso político sobre a pandemia de covid-19, tanto por membros e apoiadores do governo quanto por opositores. (ARAÚJO; OLIVEIRA, 2020; RECUERO; SOARES, 2021 SOARES et al., 2020)

Neste capítulo, exploramos as seguintes questões de pesquisa: 1) Quais são as estratégias de legitimação utilizadas nos discursos presentes dos memes políticos sobre covid-19?; e 2) Como essas estratégias se utilizam das características e elementos desses memes para gerar essa legitimação? Para isso, analisamos 20 memes publicados por políticos profissionais sobre a pandemia de covid-19. Destes, dez são de políticos da base governista e outros dez são de políticos da oposição. Utilizamos a análise de conteúdo para identificar as estratégias de legitimação e as características dos memes nestas publicações.

7.2 Discurso político e memes

Neste trabalho, mobilizamos a noção de discurso a partir da perspectiva da Análise Crítica do Discurso. (FAIRCLOUGH, 2003) Assim, entendemos o conceito como uma forma de ação social, que mobiliza unidades linguísticas e suas funções de modo a impactar como práticas sociais. (FAIRCLOUGH, 2003; VAN DIJK, 2009)

De forma mais ampla, a noção de discurso é central para as discussões políticas, já que mobiliza práticas sociais e relações de poder na sociedade. (FAIRCLOUGH, 2003) Em particular, vemos a influência dos enquadramentos políticos do discurso em contextos de disputas discursivas. (HARDY; PHILLIPS, 1999) Frequentemente, o enquadramento político mobiliza ideologias e crenças nos contextos de disputa pela hegemonia discursiva da opinião pública (como vimos nas obras de Soares de 2019 e 2020, por exemplo). Como queremos analisar o discurso dos memes como discurso político, é importante também entender as características deste tipo de discurso e de seus dos memes políticos. Van Dijk (2002) define como político o discurso que é produzido por políticos profissionais (presidentes, senadores, deputados etc.) ou em atos políticos (contextos eleitorais, contextos legislativos e manifestações públicas relacionadas a ações políticas). Assim, entendemos os memes políticos como parte de um discurso que busca mobilizar discussões relacionadas à esfera pública e à participação política, produzidos, em um primeiro momento, por atores políticos. De forma geral, os memes políticos são discursos políticos que se apropriam de um elemento gerado por meio da criatividade da cultura (o meme em si), mobilizando elementos do humor e da cultura política para a produção de sentidos a partir de enquadramentos discursivos específicos. (CHAGAS et al., 2017)

Nesta perspectiva, podemos pensar em “estratégias discursivas” que são utilizadas para legitimar práticas sociais. A noção de estratégias discursivas é proposta por Wodak (2001) para se referir a um conjunto de práticas de enquadramento discursivo utilizadas para atingir objetivos sociais, políticos, culturais ou linguísticos em contextos de negociação de poder. Esses enquadramentos visam construir e validar determinados sentidos pensados pelos interlocutores.

As estratégias discursivas são frequentemente utilizadas para legitimar um discurso. Nesse sentido, também podemos pensar a relação entre práticas discursivas e legitimação. Van Leeuwen (2007) descreve quatro formas de legitimação por meio do discurso. (1) *Autorização*, quando são utilizadas referências a autoridades pessoais (“influenciadores”, especialistas etc.) ou impessoais (leis, tradições etc.). Neste caso, é o argumento da autoridade, de sua posição, que serve de apoio para a validação do discurso. (2) *Racionalização*, quando a legitimação é baseada em argumentos lógicos. Neste caso, vemos uma explicação, uma racionalização do argumento que é usada para validar o discurso. No entanto, a racionalização também pode ser construída através de falácias, premissas falsas, silogismos, com a capacidade de estabelecer uma aparência de argumento lógico. (3) *Avaliação moral*, quando são mobilizados valores no discurso, esses valores são associados

ao “bem” vs o “mal”, a julgamentos pelos costumes ou regras de um grupo social. (4) *Mythopoesis*, quando a legitimação se dá por meio de historietas, são construídas narrativas que podem conter uma lição de fundo de cunho moral ou que reforcem algum tipo de alerta. Essas estratégias de legitimação têm sido utilizadas com frequência para validar discursos políticos em diversas plataformas na mídia social. (RECUERO; SOARES; VINHAS, 2021) Entre outras formas de discurso político, as estratégias de legitimação também são apropriadas na produção de memes políticos, tanto para legitimar um discurso, quanto para deslegitimar outra narrativa ou atores políticos de oposição. (ROSS; RIVERS, 2017)

Os memes são modos de expressão típicos e nativos da mídia digital, em particular, profícuos na mídia social. (RECUERO, 2010) A ideia de “meme” foi inicialmente utilizada por Richard Dawkins para se referir a uma entidade que poderia ser transmitida de um cérebro para outro. (CHAGAS et al., 2017; RECUERO, 2010) Essa proposta foi apropriada pelos estudos com foco na circulação de informações, especialmente em ambientes digitais, para se referir a potência de um conteúdo que é ampliado e se propaga em função de sua capacidade de repetição. (RECUERO, 2010) Em função destas características, a noção de meme está associada à discussão *on-line*, já que plataformas digitais são especialmente propícias para a circulação de memes. (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007)

Os memes podem ser identificados a partir de três elementos: fidelidade, longevidade e fecundidade. Knobel e Lankshear (2007) discutem como estes elementos se manifestam na propagação de memes em contextos de conversação *on-line*. A fidelidade acaba frequentemente relacionada com a replicabilidade, que afeta a capacidade de mutação dos memes *on-line*. A longevidade se dá tanto pela reprodução dos memes ao longo do tempo, quanto pelas formas como são arquivados. A fecundidade aparece relacionada aos dois elementos, já que se refere principalmente ao alcance e velocidade que um meme tem em seu espalhamento. Os aspectos da fecundidade são particularmente importantes para o nosso estudo, já que estão especialmente relacionados com a noção de estratégia discursiva. Knobel e Lankshear (2007) apontam três elementos próprios da fecundidade dos memes: 1) o uso do humor, que frequentemente aparece como característica de memes com alta fecundidade; 2) a intertextualidade, como forma de referenciar elementos e fenômenos da cultura popular; e 3) justaposições, quando são utilizadas montagens com imagens e vídeos.

Popularmente, memes são entendidos como discursos multimodais, que geralmente são principalmente imagéticos, com um forte teor intertextual, onde há a referenciação a outros conteúdos semelhantes e ancorados na cultura popular *on-line*, cuja apropriação dá-se por meio do discurso humorístico e de grande espalhamento. O meme é espalhado também

por referência a uma “cultura de pertencimento”, que reconhece sua intertextualidade e cujo valor reside na autorreferência à própria cultura nativa digital.

Entendemos o meme, também, como uma expressão discursiva que busca de alguma forma legitimar um discurso e práticas sociais derivadas do discurso. Neste caso, as estratégias de enquadramento e legitimação podem ser baseadas nas características dos memes. Por isso, precisamos identificar o que caracteriza um meme, de forma a construir a noção de discurso memético que vamos utilizar na análise deste capítulo.

O discurso nos memes se apropria das características desse gênero como forma de enquadramento e legitimação do discurso e de práticas sociais específicas. Entendemos que são quatro as principais características do que chamamos de discurso memético: 1) o humor; 2) a intertextualidade; 3) a multimodalidade; e 4) o sentido socialmente referenciado. A seguir, descrevemos estas características a partir da mobilização dos estudos sobre memes e da fundamentação teórica de discurso, legitimação e estratégias discursivas.

A apropriação do *humor* pelo discurso memético ocorre frequentemente como estratégia de construção de sentidos de temas complexos ou polêmicos na reprodução de memes. (SANTOS; CHAGAS, 2017) O meme, assim, simplifica e suaviza um discurso polêmico e complexo para a audiência e também na construção de outras formas de enquadramento discursivo do humor. (VOLCAN, 2014) Para além da legitimação dos discursos, o humor agrega um caráter de tolerância ao que, de outra forma, não poderia ser dito ou recebido. (FREUD, 1927) Através de chistes, ironias ou memes é possível moldar a aceitação dos sujeitos sobre determinados conteúdos, pois, afinal de contas, é apenas “uma piada”. O humor como estratégia discursiva, especialmente no contexto dos memes, como recurso discursivo tem sido amplamente utilizado no contexto das plataformas de rede social para promover a circulação de conteúdos políticos (CHAGAS, 2018; VOLCAN, 2014), aproximando, assim, temas menos populares de uma nova audiência (VOLCAN, 2014) de outros conteúdos humorísticos que circulam nesses espaços.

A *intertextualidade* aparece como característica dos memes por meio da apropriação de eventos, ícones ou fenômenos da cultura popular como estratégia de referenciação discursiva. (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007) No contexto discursivo, a intertextualidade é entendida a partir da maneira como um texto recontextualiza, incorpora e dialoga com outros textos. (FAIRCLOUGH, 2003) No caso dos memes, parte do humor é derivada da referência que é feita a outros conteúdos ou, até mesmo, a outros memes. No discurso memético, a intertextualidade é principalmente mobilizada por referências a cultura popular, mas também pode ser mobilizada por meio da referência a sentidos compartilhados do cotidiano. Assim, a

intertextualidade no meme faz referência a narrativas anteriores, recuperando sentidos já estabelecidos para legitimar discursos.

A *multimodalidade* é uma característica importante dos discursos na internet, de acordo com Herring (2018). A autora aponta a multimodalidade como uma característica fundamental do discurso mediado por aparatos como computadores, *smartphones* e outros dispositivos. A noção de multimodalidade serve para referir a existência de diversos “modos” de discurso, como texto, imagem, vídeo, áudio, entre outros. Os memes também assumiram a multimodalidade como característica importante, frequentemente reproduzindo imagens, animações e textos. (VARIS; BLOMMAERT, 2015) Além disso, as justaposições aparecem como uma característica importante da fecundidade dos memes, especialmente quando são realizadas montagens anormais ou que geram algum tipo de estranhamento. (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007) O discurso memético, portanto, se apropria das formas de produção de sentido multimodais, utilizando formatos complementares na construção discursiva.

Por fim, temos o *sentido socialmente referenciado*. Esta categoria se refere a forma como o discurso memético se apropria de outros discursos estabelecidos socialmente para a produção de sentidos. O sentido socialmente referenciado lida com elementos sociais, como as instituições e relações de poder e dominação, e com elementos cognitivos, como representações sociais, ideologias e conhecimentos compartilhados. (VAN DIJK, 2009) A utilização do sentido socialmente referenciado é essencial para ir além do texto, ou seja, está diretamente associada à intertextualidade, uma vez que esta autoriza a mobilização de representações e sentidos que produzem um discurso que faz sentido a partir de sua referência social. Está, portanto, relacionada também a intertextualidade, por exemplo. Além disso, pode favorecer a produção de humor, que frequentemente é dependente dos conhecimentos compartilhados. (PROPP, 1992) O sentido socialmente referenciado, é particularmente importante no discurso memético que é mobilizado no contexto político, já que é fundamental para construir também participação e adesão a esses discursos.

7.3 Metodologia

Neste estudo, exploramos duas questões de pesquisa: 1) Quais são as estratégias de legitimação utilizadas nos discursos presentes dos memes políticos sobre covid-19?; 2) Como essas estratégias se utilizam das características e elementos desses memes para gerar essa legitimação? Para isso, realizamos uma análise de 20 memes políticos publicados no Twitter em contas oficiais de sujeitos políticos. Delimitamos a amostra de modo que fosse suficiente

para dar conta da discussão proposta, mas não tão ampla que tornasse a discussão repetitiva. Além disso, a amostra mais limitada possibilitou a coleta equilibrada de publicações apenas em contas de sujeitos políticos declaradamente apoiadores e declaradamente opositores ao governo federal. Para esta coleta, consideramos como memes as publicações multimodais baseadas em imagens e com claro teor intertextual e humorístico, seja pela referência a outros memes populares na internet, ou pela adaptação de situações ou registros imagéticos que resultaram em produções risíveis. Além disso, foi feita uma rodada de discussão entre os autores para a construção final da amostra.

Buscando analisar tanto os memes utilizados para legitimar a narrativa do governo federal sobre a pandemia, como a narrativa da oposição em resposta ao governo federal e ao contexto da crise sanitária do coronavírus, foram coletados memes publicados por atores da base do governo federal e de políticos da oposição. A seleção das contas da base aliada do governo partiu do mais alto escalão do governo (presidente); seguido pelas contas dos ministros¹ de estado e pelos deputados federais da base, que foram selecionados com base em levantamento da *Money Times* sobre as contas de parlamentares mais influentes nas mídias sociais em 2020.² A mesma lista foi utilizada para selecionar as páginas de deputados federais de partidos de oposição. Com base nestas duas listas, coletamos todos os memes que abordaram o tema da pandemia do coronavírus publicados nas páginas dos parlamentares mais influentes nas mídias sociais (20 no total, 16 do governo e 4 da oposição), dos ministros de estado com conta no Twitter e do presidente da República, entre março e dezembro de 2020. No total, coletamos 33 memes. Para a seleção dos 20 memes analisados (10 de apoio ao governo e 10 de oposição), fizemos uma amostra proporcional ao número de memes publicados por esses parlamentares e selecionamos os memes mais curtidos em cada conta. Os 20 memes são descritos no final desta seção. Para a análise dos memes, utilizamos a análise de conteúdo. (BARDIN, 2003 Os memes foram classificados conforme as estratégias de legitimação de Van Leeuwen (2007): 1) autorização; 2) racionalização; 3) avaliação moral; e 4) *mythopoesis*; e conforme as características do discurso memético: 1) humor; 2) intertextualidade; 3) multimodalidade; e 4) sentido socialmente referenciado. A análise foi realizada pelos três autores deste estudo, que atuaram como analistas independentes para a codificação do *corpus*. Com o objetivo de identificar a principal estratégia de legitimação e

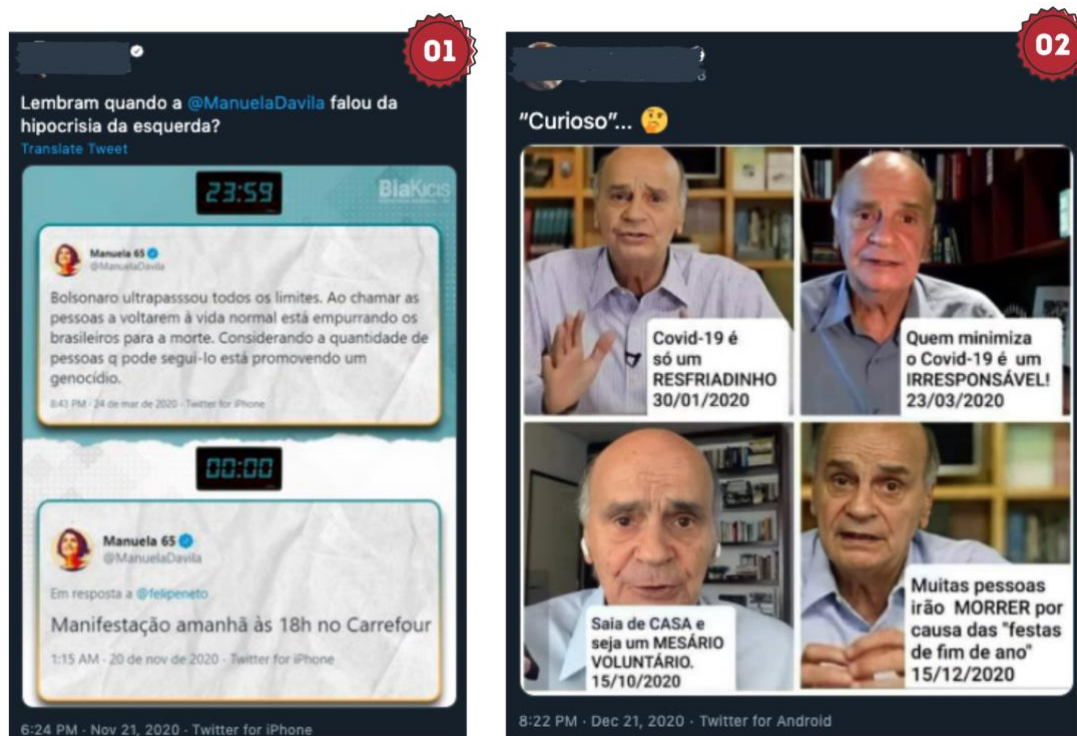
¹ Foram analisadas as contas de todos os ministros na plataforma e selecionadas apenas as publicações que se adequaram ao proposto pelo trabalho.

² Foram analisadas as contas dos deputados presentes na lista de mais influentes. SIMÕES, L. E. Veja quem são os 20 deputados e 15 senadores mais influentes nas redes sociais. *Money Times*, São Paulo, 10 ago. 2020. Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/veja-quem-sao-os-20-deputados-e-15-senadores-mais-influentes-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 28 jan. 2022.

característica do discurso memético, cada analista atribuiu um valor em escala para cada meme. Ou seja, cada analista apontou a ordem de importância de cada categoria de legitimação e discurso memético (1 a 4). Para a construção da classificação final, cruzamos as três classificações e identificamos a mediana para cada categoria e cada meme. A partir das medianas, identificamos a categoria mais bem classificada na ordem de importância. Em casos de empate na mediana, consideramos a média para desempate. Assim, identificamos para cada meme a principal estratégia de legitimação do discurso e a característica do discurso memético mais central para a produção de sentido.

Abaixo, descrevemos os 20 memes analisados. Começamos pelos memes publicados por atores da base governista, seguidos pelos memes da oposição. Todos os memes estão numerados para facilitar a referência na discussão dos resultados. Optamos por anonimizar a autoria dos memes, porque a relevância se dá em função do cargo público que ocupam e não do indivíduo em questão. A única exceção foi o meme de Jair Bolsonaro, em que a autoria é fundamental na compreensão das estratégias discursivas.

Figura 1-Memes 01 e 02.



Fonte: Twitter com edição dos autores.

Meme 1: Uma combinação multimodal de texto e *prints* de tweets, que reproduz um modelo de meme popular nas mídias sociais e que faz referência a mudanças rápidas de

posicionamento, por isso a referência da posição às 23h59 e 00h00. Aqui, temos um recorte de tweets da ex-candidata à presidência Manuela D'Ávila³ (PCdoB) primeiramente criticando as aglomerações promovidas pelo presidente, no segundo momento, ela aparece convocando seus seguidores na rede para uma manifestação em resposta ao assassinato de um homem negro em uma unidade da rede Carrefour, em Porto Alegre. A manifestação ocorreu no momento em que o tema do racismo estrutural era foco de debates em todo o mundo, com a notoriedade do movimento Black Lives Matter.⁴

Meme 2: Uma combinação multimodal de texto e *prints* de vídeos do médico Drauzio Varella comentando a situação da pandemia. Na montagem, são apresentadas diferentes manifestações do médico sobre as recomendações em relação à pandemia. Uma fala assim que o vírus entrou nos noticiários; uma segunda fala em um momento de agravamento do quadro pandêmico; uma no contexto das eleições e uma última sobre as festas de final de ano. A montagem apresenta manifestações do médico em contextos distintos da pandemia como forma de apresentar uma suposta contradição sobre a necessidade dos protocolos de prevenção ao avanço do vírus, especialmente o distanciamento social.

Figura 2 – Memes 03 e 04.



Fonte: Twitter com edição dos autores.

³ Manuela D'Ávila é uma jornalista e política brasileira. Filiada ao Partido Comunista do Brasil, foi candidata a vice-presidente da República na eleição de 2018.

⁴ *Black Lives Matter* é um movimento ativista internacional, com origem na comunidade afro-americana, que luta contra a violência direcionada às pessoas negras.

Meme 3: Combinação multimodal de foto com texto sobreposto. Na imagem, o governador do estado de São Paulo, João Dória, aparece sem máscara fazendo compras em Miami, de acordo com o texto. Publicamente um defensor do isolamento social e do uso da máscara, o texto questiona e ironiza o flagrante, durante as férias de final de ano do governador. Aqui, não temos uma adaptação de outro meme popular, mas uma criação a partir de um registro fotográfico, com um texto irônico.

Meme 4: Adaptação de meme popular, que utiliza a ilustração de um dinossauro emulando pose de pensativo. Combinação multimodal com texto sobreposta que dá conta de adaptar o meme ao contexto desejado. Neste caso, o meme é adaptado com frases que questionam a lógica da diferença de abordagem entre o horário de funcionamento do comércio e do horário de votação das eleições municipais de 2020, em função da pandemia. Na legenda, a mensagem cita o governador João Dória.

Figura 3 – Memes 05 e 06.



Fonte: Twitter com edição dos autores.

Meme 5: Novamente, o meme 5 apresenta uma combinação multimodal de texto e imagem que retoma um meme popular nas mídias sociais “23h59/00h00”. De forma bastante semelhante ao meme 1, aqui a diferença está na figura política questionada, o então candidato

a prefeito de São Paulo pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), Guilherme Boulos. Na primeira imagem, o candidato aparece questionando as aglomerações incentivadas pelo presidente; na segunda, uma manchete destaca os eventos de campanha que Boulos compareceu após uma correligionária ser diagnosticada com covid-19.

Meme 6: No sexto meme analisado, temos uma produção de sentidos condicionada pela combinação da imagem – a capa de um gibi da Turma da Mônica⁵ – mais uma legenda. Na imagem, temos uma capa da série em quadrinhos que presta uma homenagem à China. Na legenda, a escrita emula o modo de fala de um dos personagens da série de quadrinhos, que substitui a letra “R” pela letra “L”, a troca também é uma forma popular de zombar a fala dos orientais. No texto, é questionada a natureza da pandemia do coronavírus e que país poderia, eventualmente, sair fortalecido da crise sanitária.

Figura 4 – Memes 07 e 08.



Fonte: Twitter com edição dos autores.

Meme 7: Na sétima publicação analisada temos, novamente, a apropriação de um meme popular nas mídias sociais. Trata-se de uma imagem de um cachorro refletido no céu

⁵ Turma da Mônica é uma série popular de histórias em quadrinhos brasileira criada pelo cartunista e empresário Maurício de Sousa.

com o texto sobreposto “enfim a hipocrisia”. A produção de sentido, ou pelo menos de contexto, para o uso deste meme é relevada pela legenda que o acompanha. No caso do meme analisado, temos uma legenda que apresenta uma contradição entre o comportamento dos sujeitos diante de um suposto apoio ao aborto e o referido uso de recursos para financiamento de cestas básicas. O meme faz referência tanto à narrativa disseminada pela extrema-direita sobre um suposto movimento global de apoio ao aborto e, também, ao escândalo envolvendo recursos que deveriam ser destinados ao combate da pandemia e que acabaram em um programa coordenado pela primeira-dama.⁶

Meme 8: No meme 8 temos uma combinação multimodal de fotos e textos sobrepostos. Na imagem, temos a fotografia dos dois candidatos à prefeitura de São Paulo, Bruno Covas (PSDB) e Guilherme Boulos (PSOL), sobreposto com textos que apresentam um suposto dilema e apontam "deméritos" dos dois candidatos que chegaram ao segundo turno na capital paulista. O meme faz referência, assim, aos pontos considerados negativos de cada candidato, no caso de Bruno Covas, prefeito concorrendo à reeleição, o texto remete às medidas de isolamento social adotadas durante a pandemia; já no caso de Guilherme Boulos, é retomada a sua trajetória como líder do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST), bem como os estigmas e preconceitos contra o MTST.

Figura 5 – Memes 09 e 10.



Fonte: Twitter com edição dos autores.

⁶ REZENDE, C. Governo Bolsonaro repassou a programa de Michelle R\$ 7,5 milhões doados para testes de Covid. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 30 set. 2020. Poder. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/09/governo-bolsonaro-repassou-a-programa-de-michelle-r-75-milhoes-doados-para-testes-de-covid.shtml>. Acesso em 28 de janeiro de 2022.

Meme 9: Na nona publicação, temos uma fotografia e um texto, em forma de legenda, que complementa o sentido desta e produz o efeito memético do discurso. Na imagem, aparece o presidente da República fazendo sinal de positivo acompanhado de um cachorro. Na legenda, a afirmação de que vacina obrigatória somente no “Faísca”, que no contexto apresentado indica ser o cachorro da imagem. A discussão sobre “vacina obrigatória”, também aparece no contexto em que o Supremo Tribunal Federal (STF) estava avaliando a possibilidade de obrigatoriedade da vacina contra o coronavírus.⁷

Meme 10: O décimo meme analisado apresenta uma imagem acompanhada de uma legenda não sobreposta. Na imagem, temos uma ilustração do governador João Doria ao lado de uma foto com elementos gráficos sobrepostos da deputada Carla Zambelli (PSL). Os elementos, bem como a legenda que a acompanham a publicação, indicam que a imagem faz referência à figura popular da cultura brasileira, a vidente Mãe Dináh.⁸ A legenda aponta as supostas “previsões” da parlamentar sobre investigações que foram realizadas no estado de São Paulo, no mesmo período, a parlamentar foi acusada de vazamento de informações sobre operações da polícia federal.⁹

Figura 6 – Memes 11 e 12.

⁷ FALCÃO, M.; VIVAS, F. Vacinação obrigatória será analisada pelo plenário do STF, define Lewandowski. *GI*, Brasília, DF, 23 out. 2020. Política. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/10/23/vacinacao-obrigatoria-sera-analisada-pelo-plenario-do-stf-define-lewandowski.ghtml>. Acesso em: 28 jan. 2022.

⁸ Benedicta Finazza, mais conhecida como Mãe Dináh foi uma vidente brasileira que ganhou notoriedade ao aparecer em público no início dos anos de 1990 revelando várias previsões e por ter sido apontada pela mídia como vidente pessoal do presidente Fernando Collor de Mello. Após isso, em 1996, ela teve muita exposição em programas de televisão, supostamente por ter previsto o acidente fatal dos Mamonas Assassinas.

⁹ CARLA Zambelli antecipou, a rádio, que governadores seriam alvos de operações da PF. *GI*, [s. l.], 26 maio 2020. *Jornal Nacional*. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/05/26/carla-zambelli-antecipou-a-radio-que-governadores-seriam-alvos-de-operacoes-da-pf.ghtml>. Acesso em: 28 jan. 2022.



Fonte: Twitter com edição dos autores.

Meme 11: Combinação multimodal de imagem com texto. A imagem utilizada remete a um popular programa da televisão brasileira chamado Casos de Família¹⁰ – a referência aparece na legenda da foto, que utiliza a vinheta do programa e o estilo de chamada utilizado por este. Na foto, aparece ainda a figura de Clodovil,¹¹ personagem popular na cultura brasileira, frequentemente utilizado em memes semelhantes. O meme é uma adaptação que faz uso de elementos populares nas mídias sociais e foi publicado no dia 31 de dezembro de 2020 com o texto "essa festa virou um enterro", uma referência às aglomerações de final de ano pelo país, como indicado na legenda que acompanha a publicação.

Meme 12: Aqui temos um meme que replica o *print* de um tweet, a produção de sentidos aqui está centrada no texto do tweet replicado, que sugere o registro da vacina (Coronavac) como agrotóxico, com o objetivo de facilitar a obtenção da liberação. A afirmação faz uma referência ao recorde dos registros de agrotóxicos no país no último ano,¹² que seria ironicamente mais fácil do que o registro de uma vacina.

Figura 7 – Memes 13 e 14.

¹⁰ Casos de Família é um programa de televisão brasileiro produzido e exibido pelo SBT desde 18 de maio de 2004. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Casos_de_Fam%C3%ADlia. Acesso em: 28 jan. 2022.

¹¹ Clodovil Hernandez foi um estilista, ator, apresentador de televisão, político e filantropo brasileiro. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Clodovil_Hernandes. Acesso em: 28 jan. 2022.

¹² WARLENDOFF, R. Com 493 novo agrotóxicos em 2020, Brasil bate recorde de registros. *Valor*, Brasília, DF, 14 jan. 2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/agronegocios/noticia/2021/01/14/com-493-novos-agrotoxicos-em-2020-brasil-bate-recorde-de-registros.ghml>. Acesso em: 28 jan. 2022.



Fonte: Twitter com edição dos autores.

Meme 13: Novamente, temos a reprodução do *print* de um tweet, composto por uma imagem com dezenas de bonecas expostas em uma escada acompanhada da legenda “os stories das pessoas no feriadão”, uma referência às aglomerações oriundas das festividades de final de ano, muitas vezes expostas pelos próprios usuários na plataforma do Instagram. O meme ironiza o comportamento desaconselhado pelas autoridades de saúde, que é a promoção de aglomerações no período da pandemia.

Meme 14: Neste meme, temos uma imagem que se popularizou na internet em julho de 2020¹³ e acabou virando meme. Nela, o presidente Jair Bolsonaro aparece mostrando uma caixa de hidroxiquina para uma ema do Palácio do Planalto, que dispara em seguida. Durante toda a pandemia, o presidente brasileiro se manteve como um dos principais defensores do medicamento, sem eficácia comprovada,¹⁴ o que acabou virando motivo de piada, especialmente após o registro com a ema. Na publicação, além da fotografia, uma legenda incentiva que todos façam o mesmo que a ema, “dar as costas” para o medicamento.

¹³ BOLSONARO oferece hidroxiquina para ema e web não se aguenta. *Catraca Livre*, [s. l.], 23 jul. 2020. Disponível em: <https://catracalivre.com.br/cidadania/bolsonaro-oferece-hidroxiquina-para-ema-e-web-nao-se-aguenta/>. Acesso em: 28 jan. 2022.

¹⁴ VIDALE, G. Hidroxiquina não é eficaz na prevenção da Covid-19, diz estudo. *Veja*, [s. l.], 12 out. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/hidroxiquina-nao-e-eficaz-na-prevencao-da-covid-19/>. Acesso em: 28 jan. 2022.

Figura 8 – Memes 15 e 16.



Fonte: Twitter com edição dos autores.

Meme 15: Novamente, no meme 15 temos a imagem do presidente com a ema, replicando a figura memética. No entanto, a legenda neste caso – publicada por outro parlamentar da oposição – faz uma associação diferente, a partir da expressão “gado”, utilizada para designar os apoiadores do presidente. A imagem aparece sem texto sobreposto, mas é acompanhada por uma legenda “Bolsonaro aprendendo que ema não é gado”, ou seja, que o animal não seria tão suscetível às investidas do presidente como seus apoiadores.

Meme 16: Combinação multimodal de imagem sobreposta por textos e acompanhada de legenda complementar. Na imagem de fundo, um registro do presidente Jair Bolsonaro dormindo durante uma sessão da câmara, quando era deputado. Sobre a fotografia, um contador marca os dias que se passaram desde que a renda básica emergencial foi aprovada pelo congresso, sem que o governo federal tenha iniciado o pagamento. A imagem de Bolsonaro dormindo é bastante popular e frequentemente utilizada em memes, já o contador de dias, com o texto específico que o acompanha, remete aos contadores de dias sem acidente de trabalho, que são expostos nas empresas e também aparecem com frequência em memes nas mídias sociais. A legenda que acompanha a imagem reforça o texto que aparece no meme.

Figura 9 – QR Code para os memes 17 e 18.



Fonte: Twitter com edição dos autores.

Meme 17: Combinação multimodal de imagem sobreposta por texto e acompanhada de legenda. Na imagem, uma fotografia manipulada de Jair Bolsonaro o apresenta com o nariz e o chapéu do personagem Pinóquio,¹⁵ uma referência ao personagem mentiroso. No texto que sobrepõe a imagem, a acusação é reforçada pelos trechos “o grande mentiroso” e “1º de abril #bolsonaroday”, uma referência ao dia 1º de abril ser popularmente conhecido como dia da mentira. Além das acusações, outros textos que sobrepõem a imagem apresentam afirmações feitas pelo presidente durante a pandemia do coronavírus e que são apontadas como mentiras.

Meme 18: Imagem manipulada acompanhada por um texto na forma de legenda. A imagem utilizada é a mesma que deu origem ao meme da ema (memes 14 e 15), no entanto, no lugar da ema, foi colocado digitalmente a imagem do presidente americano Donald Trump e de sua esposa. Trump aparece com a mão levantada, como se negasse algo, enquanto Bolsonaro aparece mostrando a caixa de cloroquina. Em maio, os EUA anunciaram o envio de milhões de doses do medicamento para o Brasil;¹⁶ em junho a agência de saúde americana revogou a autorização para uso da cloroquina no tratamento da covid-19. Na legenda, a ideia de negação do medicamento é reforçada pelo texto “Não, obrigado. Não sou otário!”.

¹⁵ Personagem criado por Carlo Collodi que apresenta um boneco que sonha em ser menino, mas que, cada vez que conta uma mentira, seu nariz aumenta. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/As_Aventuras_de_Pin%C3%B3quio. Acesso em: 28 jan. 2022.

¹⁶ BULLA, B. Casa Branca anuncia envio de 2 milhões de doses de hidroxiclороquina para o Brasil. *Estadão*, São Paulo, 31 maio 2020. <https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,casa-branca-anuncia-envio-de-2-milhoes-de-doses-de-hidroxiclороquina-para-o-brasil,70003320511>. Acesso em: 28 jan. 2022.

Figura 10 – Memes 19 e 20.



Fonte: Twitter com edição dos autores.

Meme 19: Neste meme, temos uma fotografia acompanhada de legenda localizada acima da imagem. A fotografia utilizada é da personagem do Sítio do Picapau Amarelo¹⁷ chamada de Cuca, uma criatura fantástica da obra com aparência de jacaré. Na legenda, temos a frase “Só pela vacina !!”, uma referência à fala do presidente Jair Bolsonaro que sugeriu que as pessoas poderiam virar jacaré, caso tomassem a vacina contra o coronavírus.¹⁸ A fala do presidente virou meme na internet e diversos jacarés do cinema, literatura e televisão foram espalhados pelas mídias sociais em resposta ao comentário.

Meme 20: Combinação multimodal de imagem sobreposta por texto e acompanhada de legenda. A imagem é composta predominantemente por elementos vetorizados, com temática natalina, no lado esquerdo, um Papai Noel apresenta uma foto recortada do rosto do presidente Jair Bolsonaro. Nos textos que sobrepõem a imagem, são citadas algumas medidas controversas do governo, que são ironicamente chamadas de “presentes” para os brasileiros,

¹⁷ O Sítio do Picapau Amarelo é uma série de 23 volumes de literatura fantástica, escrita pelo autor brasileiro Monteiro Lobato e que foi adaptada para a televisão. Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADtio_do_Picapau_Amarelo. Acesso em: 28 jan. 2022.

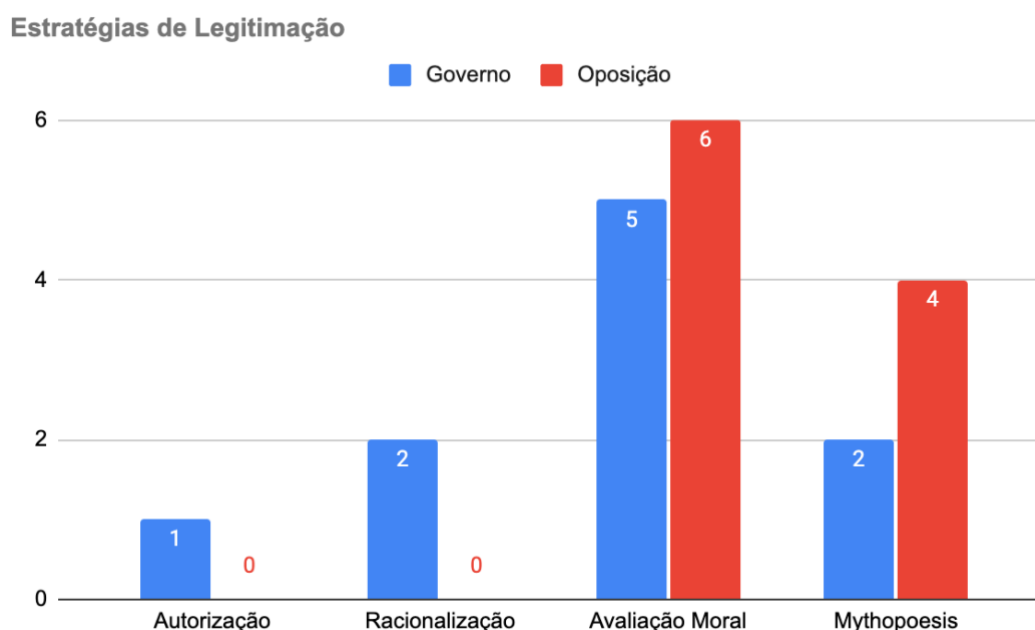
¹⁸ BOLSONARO sobre vacina da Pfizer: ‘Se você virar um jacaré, é problema seu’. *Isto É*, [s. l.], 18 dez. 2020. Mundo. Disponível em: <https://istoe.com.br/bolsonaro-sobre-vacina-de-pfizer-se-voce-vice-um-jacare-e-problema-de-voce/>. Acesso em: 28 jan. 2022.

como o “fim do auxílio emergencial”,¹⁹ aprovado pelo congresso nacional e pago pelo governo federal às famílias mais vulneráveis para reduzir os efeitos econômicos da pandemia do coronavírus.

7.4 Análise e discussão

A nossa primeira questão de pesquisa está relacionada com as estratégias de legitimação (VAN LEEUWEN, 2007) utilizadas nos memes políticos sobre covid-19. Como forma de explorar os dados, separamos os memes de políticos da base governista e da oposição. Assim, podemos observar sobreposições e diferenças nas estratégias discursivas dos grupos políticos. Na figura abaixo, detalhamos a classificação dos memes conforme a estratégia de legitimação predominante no discurso. Embora a sobreposição de categorias seja possível, optamos por enquadrar cada meme em apenas uma categoria considerada a predominante, para fim de organização e clareza da análise.

Gráfico 1 – Estratégias de legitimação nos memes analisados



Fonte: elaborada pelos autores.

A avaliação moral foi a estratégia mais comum, aparecendo em 55% (N = 11) dos memes, com maior frequência nas mensagens da oposição (60%, N = 6). Esta estratégia foi

¹⁹ GARCIA, D. Fim do auxílio e redução de empregos afetam consumo e produção. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 15 jan. 2021. Indústria. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/01/fim-do-auxilio-e-reducao-de-empregos-afetam-consumo-e-producao.shtml>. Acesso em: 28 jan. 2022.

frequentemente utilizada para gerar uma oposição entre “nós” e “eles”, em que “eles” eram enquadrados de forma crítica, reforçando a dualidade de “bem” versus “mal”. Entre os memes do grupo governista, a avaliação moral tinha como foco algum ator da oposição, criticado nos memes (João Doria, Guilherme Boulos, Manuela D’Ávila e Bruno Covas – memes 1, 3, 5, 8 e 10). Entre os seis memes da oposição, quatro utilizavam a avaliação moral como estratégia para legitimar discursos de crítica a Bolsonaro (memes 16 a 19), enquanto os outros dois se referiam a indivíduos que não respeitam as medidas de isolamento social (memes 11 e 13). Vemos, portanto, que a avaliação moral foi utilizada principalmente como reforço da polarização política em um contexto de disputa.

A *mythopoesis* foi a segunda estratégia mais utilizada, presente em 30% (N = 6) das mensagens, sendo novamente mais frequente nos memes da oposição (40% x 20%). A *mythopoesis* foi utilizada por meio de historietas, que traziam alguma forma de lição moral ou aviso. No caso dos memes do governo, a *mythopoesis* foi utilizada para fazer a referência a mudança de posicionamentos ao longo da pandemia (meme 2) e a uma suposta conspiração da China relacionada a pandemia (meme 6). No grupo da oposição, foi utilizada para criticar Bolsonaro por meio do acontecimento com a emenda do Congresso (memes 14 e 15), fazer referência ao papel da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) na aprovação de agrotóxicos e disputa política sobre a vacina (meme 12) e remeter ao Natal como data comemorativa (meme 20).

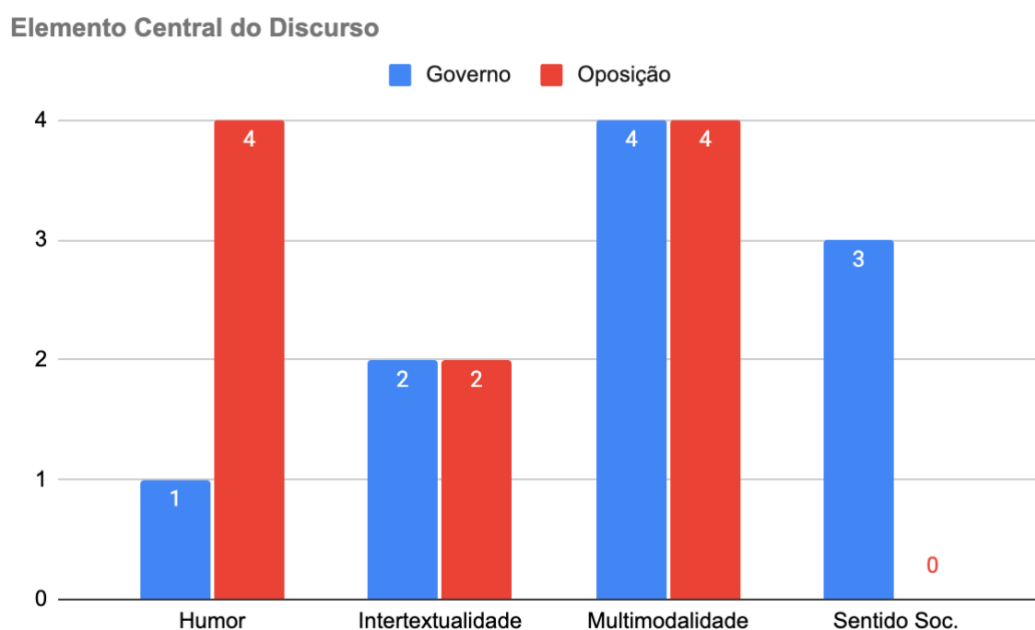
Racionalização (10%, N = 2) e autorização (5%, N = 1) foram utilizadas apenas em memes de atores do governo. A racionalização foi utilizada como modelo de argumento lógico para apontar a hipocrisia na comparação entre duas ações, sendo no caso do meme 4 a comparação entre o horário de funcionamento do comércio (que foi reduzido) e o horário de votação durante as eleições municipais (que foi ampliado), já no meme 7 a relação entre imprensa, que apoiaria organizações pró-aborto, mas agiria de outra forma com organizações contrárias ao aborto que distribuíram alimentos durante a pandemia. Assim, a racionalização é utilizada para apontar incoerências nos comportamentos mencionados. Por fim, a autorização está presente em uma publicação de Jair Bolsonaro, em que afirma que vacinas somente serão obrigatórias em seu cachorro (meme 9). A autorização se manifesta em função da posição social de Bolsonaro, que é presidente, em associação a sua autoridade também em decidir sobre a vida do animal.

Até aqui, exploramos o nosso primeiro problema de pesquisa: quais são as estratégias de legitimação utilizadas nos discursos presentes dos memes políticos sobre covid-19? Identificamos uma predominância da avaliação moral nos memes do governo e da oposição.

A *mythopoesis* também apareceu com alguma centralidade, especialmente no grupo da oposição. Racionalização e autorização foram menos frequentes, aparecendo apenas nos memes de apoio ao governo. De forma geral, notamos que estas estratégias foram utilizadas principalmente para deslegitimar adversários políticos (semelhante ao que foi identificado por Ross e Rivers em sua obra de 2017).

É importante notar que estes memes emergem em um contexto de disputa na esfera pública, em que narrativas opostas disputam a hegemonia na opinião pública por meio da produção de discursos políticos nas mídias sociais. (HARDY; PHILLIPS, 1999; SOARES et al., 2019) Assim, os memes são produzidos neste contexto de disputa, favorecendo o discurso do governo ou oposição e visando principalmente criticar adversários políticos e deslegitimar suas narrativas sobre a pandemia. Além disso, buscamos explorar quais as características dos memes eram utilizadas para a legitimação do discurso político, isto é, como o discurso memético foi mobilizado para a produção de sentidos nestas mensagens. A figura abaixo detalha as características mais centrais nos memes analisados.

Gráfico 2 – Elemento mais central do discurso memético nos memes analisados



Fonte: elaborada pelos autores.

A multimodalidade foi a característica central de maior frequência nos memes analisados (40%, N = 8), alcançando a mesma frequência entre memes da base do governo e da oposição. Ou seja, nestes oito memes a produção de sentido é gerada principalmente através da relação de texto e imagem. Este resultado mostra a relevância da produção do

discurso em diferentes níveis nos memes políticos. Na sequência, identificamos o humor (25%, N = 5), especialmente em função de sua centralidade nos memes da oposição (40%, N = 4). Nestes casos, o discurso era produzido por meio de ironias e elementos risíveis, utilizados de forma a “suavizar” o discurso político. A intertextualidade foi a terceira característica mais prevalente nos nossos dados (20%, N = 4), aparecendo com a mesma frequência entre oposição e governo. A intertextualidade foi utilizada principalmente para fazer referência a outros discursos e para elementos da cultura popular. Por fim, o sentido socialmente referenciado (15%, N = 3) foi utilizado apenas em memes da base do governo, em que eram mobilizados cruzamentos entre discursos políticos baseados em valores e ideologias distintas.

De forma mais específica, analisamos como as características do discurso memético estavam relacionadas com as estratégias de legitimação. Analisamos, portanto, os pares identificados como mais centrais em cada meme. A Tabela 1 detalha os resultados.

Tabela 1 – Relação entre discurso memético e estratégias de legitimação

Categorias		Grupo político		
Discurso memético	Estratégias de legitimação	Governo	Oposição	Total
Multimodalidade	Av. Moral	2	3	5
	<i>Mythopoesis</i>	1	1	2
	Autorização	1	0	1
Humor	<i>Mythopoesis</i>	0	3	3
	Av. Moral	1	1	2
Intertextualidade	Av. Moral	1	2	3
	<i>Mythopoesis</i>	1	0	1
Sentido Soc. Ref.	Racionalização	2	0	2
	Av. Moral	1	0	1

Fonte: elaborada pelos autores.

No geral, observamos diferentes cruzamentos entre discurso memético e estratégia de legitimação. Ainda assim, aparecem com maior frequência a relação entre multimodalidade e avaliação moral (25%, N = 5), que também foram as categorias mais frequentes no discurso memético e legitimação, humor e *mythopoesis* (15%, N = 3) e intertextualidade e avaliação moral (15%, N = 3). Além disso, sentido socialmente referenciado e racionalização aparecem relacionados (10%, N = 2), ainda que a frequência de ambos seja reduzida no *corpus* analisado. Abaixo, discutimos os memes que utilizaram estes pares destacados.

Os dois memes da base do governo que possuem multimodalidade e avaliação moral como estratégias principais se apropriam do meme popular 23:59/00:00, que é utilizado para apontar contradições no discurso de algum indivíduo (memes 1 e 5). Nestes casos, a avaliação moral é mobilizada pela contradição em relação a medidas de isolamento na pandemia e só pode ser entendida por meio da relação entre texto e imagem, que destacam os discursos contraditórios por meio do meme 23:59/00:00. Entre os memes da oposição, a multimodalidade é central porque o sentido só é produzido por meio da relação entre legenda e imagem nos memes 11 e 18, enquanto no meme 17 a relação se dá entre o texto da imagem e os elementos visuais da imagem. Nos três casos, a avaliação moral é mobilizada por meio do sentido produzido entre imagem e texto, que servem para criticar Bolsonaro (17 e 18) ou pessoas que não respeitam as medidas de combate à covid-19 (11).

Os três memes que possuem como elementos centrais o humor e a *mythopoesis* estão entre os memes da oposição. Nos três casos, são geradas historietas para a produção do humor. Ou seja, a *mythopoesis* é apropriada para gerar um elemento risível na publicação. Em duas, são criadas narrativas com base no caso da ema do Planalto (memes 14 e 15), que mobilizam o humor pela comicidade do acontecimento e geram como lição de moral a crítica a Bolsonaro e seus apoiadores. Já no meme 12, é produzido um chiste (humor) por meio de uma historieta, utilizada para criticar a facilidade na aprovação de agrotóxicos para uso no Brasil e a dificuldade na aprovação de vacinas para covid-19. Assim, a *mythopoesis* é utilizada tanto para produzir humor, quanto para mobilizar uma lição de cunho moral, que se mostra crítica a Bolsonaro e medidas de seu governo.

A intertextualidade e a avaliação moral aparecem relacionadas em três memes, sendo dois da oposição e um do governo. Neste (meme 10), a intertextualidade aparece principalmente no uso da figura de Mãe Dinah, vidente brasileira que ganhou notoriedade em função de suas previsões na década de 1990. Este uso da intertextualidade é apropriado para colocar Zambelli (associada a Mãe Dinah) em posição privilegiada para reforçar a crítica a Doria e suas medidas de governo, especialmente no combate à pandemia (avaliação moral).

No meme 16, a intertextualidade é utilizada na referência a “estamos a X dias sem...”. Neste caso, a referência é utilizada para criticar Bolsonaro, que não pagava a renda emergencial a brasileiros. Já no meme 19, a intertextualidade aparece tanto na referência ao discurso de Bolsonaro, de que vacinados poderiam virar jacaré, quanto a personagem Cuca, do programa Sítio do Pica Pau Amarelo. Estes elementos são mobilizados para defender a vacina contra a covid-19, mobilizando elementos de crítica a Bolsonaro e seu posicionamento de desconfiança das vacinas. Assim, vemos que nos três casos a intertextualidade mobiliza sentidos da cultura popular para enquadrar a legitimação por meio da avaliação moral, seja na crítica a Doria (meme 10), quanto a Bolsonaro (memes 16 e 19).

Ainda que sentido socialmente referenciado e racionalização tenham aparecido com menor frequência nos nossos dados, essas categorias aparecem relacionadas em dois memes, ambos de atores do governo. Como mencionado na análise das estratégias de legitimação, estes memes (4 e 7) buscam apontar incoerências por meio de um argumento lógico. Nos dois casos, o sentido socialmente referenciado é utilizado para mobilizar a disputa ideológica em torno do tema debatido. No meme 4, é mobilizada a crítica a ações de combate à covid-19 em São Paulo, que incluem a redução do horário do comércio. O sentido socialmente referenciado é central porque remete a disputa discursiva em curso no Brasil sobre a melhor forma de lidar com a pandemia, sendo que Bolsonaro e seus apoiadores criticam medidas como reduzir o horário do comércio. Já no meme 7, o sentido socialmente referenciado mobiliza o debate sobre o aborto, de forma que o sentido é produzido principalmente em um enquadramento contrário a legalização do aborto, além de associar organizações contrárias ao aborto com ações de distribuição de alimentos na pandemia. Assim, o sentido socialmente referenciado e a racionalização são diretamente relacionadas, porque o sentido produzido nos memes só pode ser compreendido a partir da combinação de ambos elementos.

Novamente, vimos que as características do discurso memético são mobilizadas para um contexto de disputa política, reforçando o processo de deslegitimação do outro (ROSS; RIVERS, 2017), identificado na análise das estratégias de legitimação pelo discurso. (VAN LEEUWEN, 2007) Vemos, portanto, que os memes surgem como uma arma do discurso político em contextos de disputa pela legitimação de narrativas na esfera pública. Assim, elementos do discurso memético e estratégias discursivas são mobilizados em um contexto de disputa pela hegemonia da opinião pública. (HARDY; PHILLIPS, 1999) Os memes políticos são utilizados também como uma estratégia discursiva (WODAK, 2001) em função de suas características, que discutimos a partir da ideia de discurso memético. Como apontamos

acima, estas características possuem papel central na legitimação do discurso, já que se apresentam diretamente relacionadas com as estratégias discursivas identificadas.

Estas questões estão relacionadas com a nossa segunda questão de pesquisa: 2) Como essas estratégias se utilizam das características e elementos desses memes para gerar essa legitimação? Em geral, identificamos que a inter-relação entre características do discurso memético e estratégias de legitimação foi central para a produção de sentidos dos memes. Assim, vemos que características específicas do discurso memético são mobilizadas para enquadrar o discurso de uma determinada forma e gerar legitimação no debate público.

7.5 Considerações finais

Este estudo teve como objetivo analisar o uso do discurso memético como estratégia discursiva de sujeitos políticos nas mídias sociais. Para isso, partimos de duas questões centrais: 1) Quais são as estratégias de legitimação utilizadas nos discursos presentes dos memes políticos sobre covid-19?; e (2) Como essas estratégias se utilizam das características e elementos desses memes para gerar essa legitimação? Analisamos 20 memes publicados por sujeitos políticos no Twitter durante a pandemia do coronavírus, 10 representando a narrativa da base do governo sobre temas relacionados à crise sanitária e 10 representando a narrativa dos partidos de oposição ao governo sobre o tema. Teoricamente, discutimos as estratégias de legitimação do discurso (VAN LEEUWEN, 2007) utilizadas e apresentamos quatro estratégias de mobilização do discurso memético nas mídias sociais: 1) humor; 2) multimodalidade; 3) intertextualidade; e 4) sentido socialmente referenciado.

Em relação à primeira questão de pesquisa, identificamos uma centralidade da avaliação moral como estratégia de legitimação do discurso memético. Neste sentido, não apenas esta, mas as demais estratégias foram utilizadas em um contexto de disputa política discursiva, ou seja, foram utilizadas para legitimar uma narrativa discursiva, ao mesmo tempo em que deslegitimam outras narrativas opostas. Em relação à nossa segunda questão levantada, descobrimos que as características do discurso memético são mobilizadas justamente no sentido de favorecer a produção do discurso político no contexto das mídias sociais, de forma que são apropriadas para reforçar as estratégias de legitimação utilizadas nos memes.

Este trabalho apresenta algumas limitações. Como optamos por analisar apenas memes relacionados à pandemia do coronavírus, um tema delicado e que envolve questões éticas que podem condicionar as publicações dos sujeitos políticos de modo geral. Assim, as estratégias

observadas neste *corpus* não dão conta necessariamente do comportamento geral do discurso memético dos sujeitos políticos brasileiros, refletindo apenas como a base do governo e a oposição utilizaram o discurso memético na legitimação de suas narrativas sobre a pandemia. Além disso, em função do caráter mais qualitativo da análise, foi necessário realizar um recorte tanto no número de páginas de políticos monitoradas quanto nas publicações analisadas. Desta forma, observamos as estratégias nos memes de contas mais "populares", mas não podemos generalizar tais resultados para todos os memes publicados por políticos profissionais. Com isso, é recomendada a realização de análises mais amplas sobre o uso do discurso memético como estratégia do discurso político nas mídias sociais.

Referências

- ABIDIN, C. Meme factory cultures and content pivoting in Singapore and Malaysia during COVID-19. *Misinformation Review*, [United States], v. 1, p. 1-20, 15 jul. 2020. Special Issue: Covid-19. Disponível em: <https://doi.org/10.37016/mr-2020-031>. Acesso em: 19 de maio de 2023.
- ARAÚJO, R.; OLIVEIRA, T. A Desinformação e mensagens sobre a hidroxicloroquina no Twitter. *SciELO Pré-prints*. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.1113>. Acesso em: 19 de maio de 2023.
- Bardin, L. (2003). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Ed. 70.
- CHAGAS, V. A febre dos memes de política. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 1-26, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2018.1.27025>. Acesso em: 19 de maio de 2023.
- CHAGAS, V.; MODESTO, M.; MAGALHÃES, D. O Brasil vai virar Venezuela: medo, memes e enquadramentos emocionais no WhatsApp pró-Bolsonaro. *Esferas*, vol. 14, 2019. Acesso em: 19 de maio de 2023.
- CHAGAS, V. *et al.* A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014. *Intexto*, Porto Alegre, n. 38, p. 173-196, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201738.173-196>. Acesso em: 19 de maio de 2023.
- FAIRCLOUGH, N. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London: Routledge, 2003.
- FREUD, S. O humor (1927). In: *Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas*. Rio de Janeiro: Imago, 1974, v. XXI.
- HARDY, C.; PHILLIPS, N. No joking matter: discursive struggle in the Canadian refugee system. *Organization Studies*, [United Kingdom], v. 20, n. 1, p. 1-24, 1999. Disponível em:

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0170840699201001>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

HERRING, S. The coevolution of computer-mediated communication and computer-mediated discourse analysis. In: BOU-FRANCH, P.; BLITVICH, P. G.-C. (ed.). *Analysing digital discourse: new insights and future directions*. London: Palgrave Macmillan, 2018. p. 25-67.

KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C. Online memes, affinities, and cultural production. In: KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C. (ed.). *A New Literacies Sampler*. New York: Peter Lang, 2007. p. 199-227.

MENDONÇA, R. F.; CAETANO, R. D. Populism as parody: the visual self-presentation of Jair Bolsonaro on Instagram. *The International Journal of Press/Politics*, [United States], v. 26, n. 1, p. 210–235, 2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1940161220970118>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

MILNER, R. M. Pop polyvocality: internet memes, public participation, and the occupy wall street movement. *International Journal of Communication*, Los Angeles, v. 7, p. 2357-2390, 2013. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1949>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

PROPP, V. *Comicidade e riso*. São Paulo: Ática, 1992. (Série Fundamentos, n. 84)

RECUERO, R. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

RECUERO, R.; ZAGO, G.; BASTOS, M. T. O discurso dos #ProtestosBR: análise de conteúdo do Twitter. *Galáxia*, São Paulo, v. 28, p. 199-216, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-25542014217911>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

RECUERO, R.; SOARES, F. (2021). O Discurso Desinformativo sobre a Cura do COVID-19 no Twitter: Estudo de caso. *E-Compós*, 24. <https://doi.org/10.30962/ec.2127>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

RECUERO, R.; SOARES, F. B. ; VINHAS, O. I. . Discursive strategies for disinformation on WhatsApp and Twitter during the 2018 Brazilian presidential election. *FIRST MONDAY (ONLINE)*, v. 26, p. 1-17, 2021. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

ROSS, A. S.; RIVERS, D. J. Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 U.S Presidential candidates. *Discourse, Context & Media*, [Netherlands], v. 16, p. 1-11, 2017. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211695816301684?via%3Dihub>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

SANTOS, J. G. B.; CHAGAS, V. A revolução será memetizada: engajamento e ação coletiva nos memes dos debates eleitorais em 2014. *E-Compós*, Brasília, DF, v. 20, n. 1, p. 1-22, 2017. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1252>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

SANTOS, N. Fontes de informação nas redes pró e contra o discurso de Bolsonaro sobre o Coronavírus. *E-Compós*, Brasília, DF, v. 24, p. 1-19, 2020. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2210>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

SOARES, F. B. Circulação de informação no Twitter: como líderes de opinião ressignificam as notícias. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 29., 2020, Campo Grande, MS. *Anais [...]*, [S. l.]: Galoá, 2020. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2020/trabalhos/circulacao-de-informacao-no-twitter-como-lideres-de-opinioao-ressignificam-as-not?lang=pt-br>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

SOARES, F. B. *et al.* Desinformação e esfera pública no Twitter: disputas discursivas sobre o assassinato de Marielle Franco. *Revista Fronteiras - estudos midiáticos*, [São Leopoldo], v. 21, n. 3, p. 2-14, 2019. Disponível em: <https://revistas.unisinus.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2019.213.01>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

SOARES, F. B. *et al.* Disputas discursivas e desinformação no Instagram sobre o uso da hidroxicloroquina como tratamento para o Covid-19. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., 2020, [s. l.]. *Anais [...]*. Salvador: Intercom, 2020. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-0550-1.pdf>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

VAN DIJK, T. A. Critical discourse studies: a sociocognitive approach. In: WODAK, R.; MEYER, M. *Methods for critical discourse analysis*. London: Sage, 2009. p. 62-85.

VAN DIJK, T. A. Political discourse and ideology. In: MUR, C. U. L.; BISBAL, M. R. (org.). *Anàlisi del discurs polític: producció, mediació i recepció*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2002. p. 15-34.

VAN LEEUWEN. Legitimation in discourse and communication. *Discourse & Communication*, [United Kingdom], v. 1, n. 1, p. 91–112, 2007. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1750481307071986>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

VARIS, P.; BLOMMAERT, J. Conviviality and collectives on social media: virality, memes, and new social structures. *Multilingual Margins*, [South Africa], v. 2, n. 1, p. 31-45, 2015. Disponível em: <https://multimargins.ac.za/index.php/mm/article/view/55>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

VOLCAN, T. de O. *O papel do humor no discurso político: uma análise dos perfis Dilma Bolada e Dilma Rousseff no Facebook*. 2015. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Católica de Pelotas, Pelotas, 2014. Disponível em: <http://tede.ucpel.edu.br:8080/jspui/handle/tede/488>. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

WARDLE, C. *First draft's essential guide to: understanding information disorder*. [S. l.]: First Draft, 2019. Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x76701. Acesso em: [19 de maio de 2023](#).

WODAK, R. The discourse historical approach. *In*: WODAK, R.; MEYER, M. (ed.). *Methods of critical discourse analysis*. London: SAGE, 2001. p. 64-94.