

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA**

**BRUNA KELLY DE OLIVEIRA SOUZA**

**BRINCANDO DE MORRER, MORRENDO DE BRINCAR: ESTRATÉGIAS  
DISCURSIVAS E REPRESENTAÇÕES DA MORTE EM *MEMES* NA PANDEMIA**

**VIÇOSA – MINAS GERAIS**

**2024**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA**

**BRUNA KELLY DE OLIVEIRA SOUZA**

**BRINCANDO DE MORRER, MORRENDO DE BRINCAR: ESTRATÉGIAS  
DISCURSIVAS E REPRESENTAÇÕES DA MORTE EM *MEMES* NA PANDEMIA**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Letras, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

Orientador: Dr. Rony Petterson Gomes do Vale

Co-orientadora: Dra. Ana Carolina Reis

**VIÇOSA – MINAS GERAIS**

**2024**

**Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da Universidade  
Federal de Viçosa - Campus Viçosa**

T

S729b Souza, Bruna Kelly de Oliveira, 1997-  
2024 Brincando de morrer, morrendo de brincar: estratégias  
discursivas e representações da morte em *memes* na pandemia /  
Bruna Kelly de Oliveira Souza. – Viçosa, MG, 2024.  
1 dissertação eletrônica (104 f.): il. (algumas color.).

Inclui anexo.

Inclui apêndices.

Orientador: Rony Petterson Gomes do Vale.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Viçosa,  
Departamento de Letras, 2024.

Referências bibliográficas: f. 89-93.

DOI: <https://doi.org/10.47328/ufvbbt.2024.279>

Modo de acesso: World Wide Web.

1. Análise do Discurso. 2. Memes. 3. COVID-19, Pandemia  
de, 2020-. 4. Morte. 5. Comunicação - Análise. I. Vale, Rony  
Petterson Gomes do, 1979-. II. Universidade Federal de Viçosa.  
Departamento de Letras. Programa de Pós-Graduação em Letras.  
III. Título.

CDD 22. ed. 401.41

**BRUNA KELLY DE OLIVEIRA SOUZA**

**BRINCANDO DE MORRER, MORRENDO DE BRINCAR: ESTRATÉGIAS  
DISCURSIVAS E REPRESENTAÇÕES DA MORTE EM *MEMES* NA PANDEMIA**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Meteorologia Aplicada, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

APROVADA: 06 de março de 2024.

Assentimento:



Documento assinado digitalmente

**BRUNA KELLY DE OLIVEIRA SOUZA**

Data: 07/03/2024 08:58:59-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

**Bruna Kelly de Oliveira Souza**  
Autor



Documento assinado digitalmente

**RONY PETERSON GOMES DO VALE**

Data: 07/03/2024 06:43:21-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

**Rony Petterson Gomes do Vale**  
Orientador

*Para meus pais, Paulo Roberto e Cléa, e para meu irmão,  
Guilherme, que sempre me apoiaram e não permitiram que eu  
desistisse do mestrado.*

## AGRADECIMENTOS

Humildemente, agradeço a Deus, por guiar meus passos ao longo desta jornada acadêmica. Sua graça e orientação foram minha força nos momentos desafiadores, e sua luz iluminou o caminho quando a escuridão da insegurança e do medo tentou se instalar.

Sou grata especialmente à minha preciosa família, cujo amor e apoio foram minha sustentação em meio a tantas tristezas, decepções, receios e lágrimas. Agradeço aos meus pais, Paulo Roberto e Cléa, pela confiança inabalável e pelos sacrifícios feitos para tornar possível a realização deste sonho. Sou profundamente grata também ao meu querido irmão, Guilherme, por ter sido uma fonte constante de inspiração, motivando-me a perseverar mesmo diante das dificuldades.

Dedico um profundo agradecimento ao meu orientador, Rony, cuja orientação foi essencial para a realização deste trabalho. Sem seus esforços para me ajudar, este sonho de escrever uma dissertação nunca teria deixado de ser apenas uma vaga esperança. Agradeço também à minha co-orientadora, Ana Carolina, pela disponibilidade em contribuir com a realização desta pesquisa.

Aos meus amigos e colegas de classe, que, mesmo à distância, compartilharam risos e desafios, tornando essa jornada mais significativa e enriquecedora. Ter iniciado a pós-graduação no período pandêmico foi muito difícil, mas tê-los comigo tornou a experiência menos dolorosa. Em especial, gostaria de agradecer à minha querida amiga, Elecíntia, por todo apoio durante esses anos. Obrigada por todas as mensagens perguntando sobre minha saúde emocional, sobre o andamento da escrita e, principalmente, sobre a importância de não desistir do mestrado.

Por fim, manifesto minha gratidão à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo apoio recebido.

## RESUMO

SOUZA, Bruna Kelly de Oliveira, M.Sc., Universidade Federal de Viçosa, Março de 2024. **Brincando de morrer, morrendo de brincar: estratégias discursivas e representações da morte em memes na pandemia.** Orientador: Rony Petterson Gomes do Vale.

Durante a pandemia de COVID-19 em 2020, o Brasil experimentou um aumento significativo no uso das redes sociais. Um estudo da Fundação Getúlio Vargas revelou que 34% das menções no *Twitter* sobre a doença eram *memes*, superando as notícias compartilhadas (17%). A produção de *memes* refletiu não apenas o desafio do momento, mas também a capacidade da cultura digital brasileira de usar o humor como ferramenta de enfrentamento e expressão coletiva. Os *memes* tornaram-se uma forma de conexão e expressão diante das experiências compartilhadas durante esse período histórico desafiador, marcado por um alto número de óbitos. Diante desse contexto, este trabalho visa analisar discursivamente as estratégias de representação da morte durante a pandemia no Brasil, utilizando *memes* coletados no *Facebook*. A coleta de dados abrange 30 *memes* publicados entre 17 de março de 2020, data da primeira morte por COVID-19, e 22 de maio de 2020, momento em que ocorreu o pico de óbitos diários no ano mencionado. Nossa abordagem analítica baseia-se, predominantemente, nos pressupostos teóricos e metodológicos da Teoria Semiociológica. O percurso de análise está organizado da seguinte forma: (a) análise da comunicação real entre *memes* e leitores; (b) análise da comunicação ficcional entre personagens; (c) análise da *mise en scène humorística*, explorando jogo semântico, jogo enunciativo e jogo imagético. Nesta pesquisa, observamos que trabalhar com *memes* é uma tarefa desafiadora, pois esse gênero possui muitas especificidades, como a ampla circulação no ambiente digital, a presença fundamental de elementos imagéticos, a utilização central do humor por meio de recursos variados e uma quantidade limitada de material verbal. Com relação aos resultados, verificamos que a temática da morte é abordada de maneira eufêmica, sendo recorrente a preferência por criar humor por meio de referências e associações indiretas.

Palavras-chave: Análise do Discurso. Semiociológica. Pandemia. *Memes*. Morte.

## ABSTRACT

SOUZA, Bruna Kelly de Oliveira, M.Sc., Universidade Federal de Viçosa, March de 2024. **Playing to die, dying to play: discursive strategies and representations of death in memes in the pandemic.** Adviser: Rony Petterson Gomes do Vale.

During the COVID-19 pandemic in 2020, Brazil experienced a significant increase in social media usage. A study by *Fundação Getúlio Vargas* revealed that 34% of mentions on Twitter about the disease were *memes*, surpassing shared news (17%). The production of *memes* reflected not only the challenge of the moment, but also the capacity of Brazilian digital culture to use humor as a tool for coping and collective expression. *Memes* have become a form of connection and expression given the experiences shared during this challenging historical period, marked by a high number of deaths. Given this context, this work aims to discursively analyze the representation strategies of death during the pandemic in Brazil, using *memes* collected on Facebook. The data collection covers 30 *memes* published between March 17, 2020, the date of the first death from COVID-19, and May 22, 2020, when the peak of daily deaths occurred in the year mentioned. Our analytical approach is predominantly based on the theoretical and methodological assumptions of Semiolinguistic Theory. The analysis path is organized as follows: (a) analysis of real communication between *memes* and readers; (b) analysis of fictional communication between characters; (c) analysis of humorous *mise en scène*, exploring semantic play, enunciative play and imagery play. In this research, we observed that working with *memes* is a challenging task, as this genre has many specificities, such as wide circulation in the digital environment, the fundamental presence of image elements, the central use of humor through varied resources and a limited amount of verbal material. Regarding the results, we found that the theme of death is approached in a euphemistic way, with a recurring preference for creating humor through references and indirect associations.

Keywords: Discourse Analysis. Semiolinguistics. Pandemic. *Memes*. Death.

## LISTA DE QUADROS E FIGURAS

Quadro 01: Técnicas do riso.....	50
Figura 01: Quadro comunicacional.....	36
Figura 02: Quadro comunicacional de Mello (2004) .....	47
Figura 03: Instâncias do ato humorístico.....	48
Figura 04: meme 15.....	60
Figura 05: meme 22.....	61
Figura 06: meme 13.....	62
Figura 07: meme 01.....	63
Figura 08: meme 17.....	64
Figura 09: meme 28.....	65
Figura 10: meme 09.....	66
Figura 11: meme 05.....	68
Figura 12: meme 19.....	69
Figura 13: meme 10.....	70
Figura 14: meme 12.....	70
Figura 15: meme 16.....	71
Figura 16: meme 03.....	72
Figura 17: meme 02.....	74
Figura 18: meme 06.....	75
Figura 19: meme 07.....	77
Figura 20: meme 04.....	79
Figura 21: meme 21.....	81
Figura 22: meme 26.....	82
Figura 23: meme 29.....	82

# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>CAPÍTULO 1 – MORTE, PANDEMIA E MEMES</b> .....	16
1.1. O conceito de morte na cultura ocidental: um brevíssimo panorama.....	17
1.1.1. A morte na Antiguidade clássica.....	17
1.1.1.1. A morte na mitologia grega.....	17
1.1.1.2. A morte na filosofia grega.....	20
1.1.2. A morte no cristianismo.....	21
1.1.2.1. Influências do cristianismo europeu na compreensão da morte.....	23
1.2. A pandemia de Covid-19.....	26
1.3. Os <i>memes</i> .....	30
<b>CAPÍTULO 2 - TEORIA SEMIOLINGUÍSTICA: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E METODOLÓGICA</b> .....	34
2.1. Conceitos gerais da Semiologia.....	35
2.1.1. Discurso, ato de linguagem e quadro comunicacional.....	35
2.1.2. Os sujeitos da linguagem.....	37
2.1.3. Situação de comunicação.....	39
2.2. Os Modos de organização do discurso.....	40
2.3. Representações e imaginários sociodiscursivos.....	42
2.4. Os <i>memes</i> através da perspectiva semiológica.....	44
2.4.1. A problemática da enunciação nos <i>memes</i> .....	46
2.4.2. O humor na perspectiva semiológica.....	47
2.4.3. A função da imagem na compreensão do meme.....	51
<b>CAPÍTULO 3 - ANÁLISE DE MEMES DA PANDEMIA: ESTRATÉGIAS E REPRESENTAÇÕES</b> .....	55
3.1. Proposta metodológica.....	56
3.2. A situação de comunicação entre os <i>memes</i> e seus leitores.....	59
3.3. A situação de comunicação ficcional entre os personagens dos <i>memes</i> .....	61
3.3.1. Elementos do contrato de comunicação da situação ficcional dos <i>memes</i> .....	63
3.4. O humor enquanto estratégia discursiva nos <i>memes</i> da pandemia.....	72

3.4.1. Em busca do jogo semântico nos <i>memes</i> da pandemia.....	73
3.4.2. Os sujeitos protagonistas dos <i>memes</i> e o jogo enunciativo.....	76
3.4.3. Imagens e representações da morte no jogo imagético.....	78
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>84</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>89</b>
<b>ANEXO A – CORPUS .....</b>	<b>94</b>
<b>APÊNDICE A - CARACTERIZAÇÃO DAS PÁGINAS DO FACEBOOK.....</b>	<b>100</b>
<b>APÊNDICE B - INSTÂNCIAS DA CENA NÃO FICCIONAL.....</b>	<b>100</b>
<b>APÊNDICE C - ANÁLISE DOS CONTRATOS DE COMUNICAÇÃO NAS CENAS FICCIONAIS DOS MEMES.....</b>	<b>101</b>
<b>APÊNDICE D - HUMOR: JOGO SEMÂNTICO.....</b>	<b>103</b>
<b>APÊNDICE E - HUMOR: JOGO ENUNCIATIVO.....</b>	<b>103</b>
<b>APÊNDICE F - HUMOR: JOGO IMAGÉTICO.....</b>	<b>104</b>

*Bem aventurados os mortos  
que não suportam mais a estupidez dos vivos*<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Galeão Coutinho (apud Masucci, 1958, p. 167 - verbete “morte”).

# INTRODUÇÃO

Durante a pandemia de COVID-19, iniciada no final de 2019, ocorreu um grande aumento do uso das redes sociais no mundo<sup>2</sup>, que se refletiu também no Brasil. Esse período foi marcado não só pelo compartilhamento de informações sobre o coronavírus na internet, mas também pela alta divulgação de *memes*<sup>3</sup> sobre o assunto. Conforme um estudo realizado pela Fundação Getúlio Vargas, em 2020, o Brasil foi um dos países que mais fez comentários no *Twitter* sobre a doença. Contudo, cerca de 34% dessas menções eram *memes*, ultrapassando o número de notícias compartilhadas, que somavam 17%. Apesar disso, muitas pessoas no Brasil e, em todo o mundo, experimentaram um aumento significativo do medo da morte, associado ao cenário pandêmico.

Ainda no decorrer da pandemia, os brasileiros, assim como muitas outras pessoas ao redor do mundo, compartilharam *memes* na internet como uma forma de expressar emoções, lidar com o *stress* e, humoristicamente, abordar as situações desafiadoras. Os *memes* se tornaram uma maneira popular de comunicação *online*, frequentemente usados para refletir sobre eventos da atualidade, incluindo a pandemia. Os *memes* relacionados à pandemia muitas vezes abordavam temas como distanciamento social, uso de máscaras, *lockdowns*, trabalho remoto, entre outros. O uso de *memes* também destacou a capacidade das redes sociais e da internet em servir como plataformas para a expressão cultural e social, mesmo em tempos de desafios globais.

Levando em conta esse cenário pandêmico de temor, esta pesquisa tem por objetivo principal reconhecer as representações da morte em *memes* publicados durante os primeiros meses de pandemia no Brasil (março a maio de 2020). A perspectiva teórica que fundamenta este trabalho é a Semiologia e a metodologia de análise utilizou os recursos oferecidos pela mesma

---

<sup>2</sup> Em janeiro de 2022, pode-se constatar esse aumento produzido durante a pandemia (2020-2022). A partir da pesquisa *Digital 2022 – global digital overview* (realizada pelo site *We Are Social*, em parceria com a ferramenta *Hootsuite*), foi estimado que mais de 4.95 bilhões de pessoas usavam a internet, ou seja, cerca de 62,5 % da população mundial já estava online. Essa condição proporcionou uma grande modificação na comunicação humana, sendo que nunca se divulgou tantas informações com tamanha rapidez quanto nesse contexto de recursos tecnológicos poderosos para a comunicação. Nesse cenário, eventos sociais e cotidianos tornam-se assunto de discursos diversificados que circulam na internet, materializadas em gêneros como o meme. Os dados completos da pesquisa *Digital 2022 – globais digitais overviews* podem ser acessados através do link: <<https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>>. Acesso em: 04 de março de 2022.

<sup>3</sup> Nesse momento, tomaremos *meme* por um gênero textual, multimodal, que circula amplamente na internet, revelando aspectos culturais do grupo que o compartilha. É atualmente caracterizado como “um termo popular para descrever a rápida absorção e disseminação de uma ideia específica apresentada como texto escrito, imagem, linguagem em movimento ou alguma outra unidade cultural” (KNOBEL; LANKHEAR, 2007, p. 202). A divulgação de memes em redes sociais cria uma espécie de experiência social compartilhada por determinados grupos, ressaltando a posição desse tipo de texto como ferramenta de divulgação cultural. Além disso, os memes são capazes de discutir assuntos variados, possibilitando observar de perto a sociedade, através da divulgação de posicionamentos e de ideologias de comunidades virtuais diversificadas.

perspectiva. Cabe destacar que a Semiologia é uma teoria na área da Análise do Discurso que, ao expandir seu escopo para abranger diversas produções linguísticas, promove o diálogo entre diferentes correntes teóricas. Além disso, ela estabelece interações com outros campos do conhecimento nos quais o discurso desempenha um papel fundamental.

Para entender o estabelecimento de representações da morte em *memes* da pandemia, discutimos, no capítulo 1, o conceito de morte na cultura ocidental. Iniciamos nossa discussão retomando informações sobre a Antiguidade Clássica, observando, por exemplo, como a mitologia grega compreendia o encerramento da vida, e acrescentando a visão da filosofia platônica e da aristotélica a respeito do tema. Salientamos também a compreensão da morte através do cristianismo europeu, com uma breve exposição das contribuições de Santo Agostinho e São Tomás de Aquino. Todo esse percurso tem o intuito de demonstrar quais são as raízes do entendimento que o brasileiro possui sobre a morte, revelando indícios de como foi representada nos *memes* da pandemia. Ainda no capítulo 1, apresentamos uma breve retrospectiva sobre o cenário pandêmico de 2020, as principais características do coronavírus e as consequências do surto do vírus, como as medidas de distanciamento social. Por fim, encerramos o capítulo apresentando a conceituação de *meme* a partir de diferentes perspectivas teóricas.

A compreensão aprofundada e a contextualização de conceitos-chave são fundamentais para a construção de qualquer pesquisa acadêmica. Por isso, o segundo capítulo desta dissertação aborda a Semiologia como alicerce teórico, metodológico e interpretativo para a pesquisa em questão. O capítulo 2 visa explorar conceitos fundamentais da Teoria Semiológica, proporcionando uma compreensão abrangente das dimensões do discurso e suas implicações, através de uma revisão dos elementos essenciais da Teoria, como a concepção do discurso, o ato de linguagem, os sujeitos da linguagem e a situação de comunicação. Cada componente é investigado em sua influência na interpretação e significado dentro do contexto discursivo. A subseção “Modos de Organização do Discurso” explora os diversos padrões e estruturas que moldam a expressão comunicativa na perspectiva semiológica, e, em seguida, explicamos o conceito de representações e imaginários, destacando sua contribuição para a construção de significados no discurso. A análise específica dos *memes* é central na subseção “Os *Memos* Através da Perspectiva Semiológica”, na qual abordamos a problemática da enunciação nos *memes*, a visão semiológica sobre o humor presente neles e o papel das imagens na compreensão de *memes*.

No Capítulo 3, intitulado “Análise de *Memes* da Pandemia: estratégias e representações”, são apresentadas as estratégias e representações utilizadas na construção de *memes* relacionados à pandemia. A proposta metodológica é delineada, oferecendo uma base para a análise subsequente. A discussão se estende para a situação de comunicação entre os *memes* e seus leitores, bem como para a situação de comunicação ficcional entre as personagens dos *memes*, destacando os elementos do contrato de comunicação nesse contexto ficcional. A abordagem se aprofunda na análise do humor como estratégia discursiva, buscando identificar o jogo semântico nos *memes* da pandemia. Adicionalmente, são explorados os sujeitos e o jogo enunciativo, juntamente com as imagens e representações da morte presentes no jogo imagético dos *memes* presentes no *corpus*.

Nas “Considerações finais”, apresentamos uma retomada abrangente dos principais pontos abordados na pesquisa, discutindo resultados significativos em relação aos objetivos estabelecidos. São destacadas as contribuições da dissertação para o conhecimento na área, apontando possíveis lacunas e sugerindo direções para futuras pesquisas.

# **CAPÍTULO 1**

## **MORTE, PANDEMIA E *MEMES***

## 1.1. O CONCEITO DE MORTE NA CULTURA OCIDENTAL

O conceito de morte na cultura ocidental<sup>4</sup> é multifacetado e influenciado por perspectivas filosóficas, religiosas e culturais que se entrelaçam ao longo da história. Com efeito, as raízes da compreensão da morte remontam às antigas tradições filosóficas gregas, nas quais pensadores como Platão e Aristóteles exploraram ideias sobre a mortalidade e a imortalidade da alma. Além disso, a mitologia grega, rica em narrativas que abordam a morte de maneira simbólica, oferece uma visão única sobre o encerramento da vida e reflete os aspectos fundamentais da condição humana. Não obstante, o cristianismo desempenhou um papel fundamental na formação das visões ocidentais sobre a vida após a morte, introduzindo conceitos como céu, inferno, purgatório e ressurreição.

Nesse sentido, levando em consideração que a herança cultural afeta a forma como o homem lida com as mais diversas situações no mundo, é importante observar como o fim da vida é compreendido durante a Antiguidade Clássica (aqui entenda-se: Grécia Antiga), visto que esses posicionamentos influenciaram na construção das representações da morte no Ocidente. Além disso, reconhecendo que o cristianismo também faz parte das bases da cultura ocidental, é relevante destacar como essa doutrina aborda a temática da morte por meio de seus ensinamentos e como ela influenciou na formação cultural dos brasileiros.

### 1.1.1. A MORTE NA ANTIGUIDADE CLÁSSICA

#### 1.1.1.1. A MORTE NA MITOLOGIA GREGA

A forma de se lidar com a morte durante a Antiguidade sofreu grande influência da mitologia, pois os mitos eram a base da cosmovisão religiosa e cultural dos antigos gregos. Para a mitologia grega, segundo explica Vasconcellos (1998), a morte estava ligada ao poder de três entidades, chamadas Moiras, que personificavam o destino. As Moiras controlavam o fio da vida de cada ser humano e eram consideradas inevitáveis e inescapáveis. Seus nomes eram Cloto, Láquesis e Átropos. “Cloto esticava o fio dos destinos, Láquesis o colocava no fuso da roca e Átropos o cortava, determinando a duração de cada vida humana de acordo com o

---

<sup>4</sup> Neste trabalho, entendendo que nosso objetivo não é tratar da complexidade que envolve a determinação dos territórios que compõem o ocidente e o oriente, optamos por considerar que a América Latina faz parte do ocidente. Contudo, reconhecemos a existência de pesquisas postas a esse posicionamento (Cf. NEMO, 2005).

tamanho do pedaço de fio” (VASCONCELLOS, 1998, p. 89). Cloto, a Moira Fiadeira, é responsável por fiar o fio da vida. Ela é frequentemente retratada como uma mulher que segura um fuso e determina o nascimento de cada pessoa, representando o início da vida. Já Láquesis, a Distribuidora, é a Moira encarregada de medir o fio, definindo o destino e a duração da vida de uma pessoa, simbolizando o presente e o momento atual da existência. Por fim, Átropos, a Inflexível, é a Moira responsável por cortar o fio, indicando o momento da morte. Ela representa o destino final e inelutável, muitas vezes, retratada com tesouras ou uma lâmina, simbolizando o fim da vivência terrena (VASCONCELLOS, 1998).

Após a morte, os gregos acreditavam que as almas eram direcionadas ao submundo, governado por *Hades*, o responsável por administrar o reino dos mortos – este também chamado Hades em homenagem ao deus (VASCONCELLOS, 1998). A tradição grega sugere que as almas dos mortos deveriam cruzar o rio Estige para chegar ao mundo inferior, sendo transportadas pelo barqueiro Caronte, que exigia o pagamento de uma moeda (óbolo) ou objeto de valor para permitir a passagem. Por essa razão, os helênicos costumavam enterrar seus mortos com uma moeda ou objeto para garantir que as almas tivessem os meios para atravessar o rio e chegar ao Hades (VASCONCELLOS, 1998). Ao chegar ao reino dos mortos, as almas eram recebidas pelo deus *Hades* e seguiam para o julgamento de Radamanto, Minos e Éaco: os três juízes responsáveis por determinar o destino das almas e atribuir-lhes um lugar específico no submundo com base em suas ações durante a vida, a saber: i) o Tártaro, a região mais profunda e sombria do Hades, destinado a almas que cometeram crimes graves ou ofenderam os deuses, considerado um lugar de punição e tormento; ii) os Campos Elísios, uma região reservada para as almas virtuosas e heróis, associada à felicidade e recompensa pós-morte para aqueles que viveram vidas exemplares; iii) os Campos de Asfódelos, uma área intermediária no submundo, para onde a maioria das almas comuns é enviada. Não é um lugar de tormento nem de recompensa, mas sim um estado neutro, no qual as almas levam uma existência monótona e sem grandes emoções (VASCONCELLOS, 1998).

No mundo inferior, *Hades* era acompanhado por Tânatos, a *personificação da Morte*, cujo equivalente na mitologia romana é Mors ou Leto (Letum). De acordo com Brandão (2014, p. 34), Tânatos inicialmente não é tratado<sup>5</sup> como um agente da morte, sendo considerado uma

---

<sup>5</sup> Segundo Brandão (2014), Tânatos é etimologicamente um vocábulo masculino, por isso fizemos a concordância com o gênero.

“cessação, uma descontinuidade, uma inversão da vida, não um inimigo físico” e demonstrando que o encerramento da vivência na terra não é encarada como um fim para a mitologia grega, mas sim como uma possibilidade de introdução no reino dos espíritos, que seria a vida verdadeira.

Tânatos não tem um papel ativo na administração do submundo, sua presença é significativa em histórias mitológicas que envolvem a representação simbólica da morte (BRANDÃO, 2014). Ele personifica a natureza inevitável e tranquila da morte, contrastando com formas mais violentas ou caóticas de fim de vida representadas por outras divindades. Seus pais são Nix (a Noite) e Érebo (a Escuridão), e ele é frequentemente mencionado junto com seus irmãos, como Hipnos (o Sono) e Geras (a Velhice). Tânatos é, então, a personificação da morte não violenta, ou seja, a morte natural ou o estado de descanso após a vida (BRANDÃO, 2014).

É importante destacar que, na mitologia grega, Tânatos pode ser visto como uma força impessoal ou como uma divindade com características antropomórficas. Iconograficamente, é retratado como uma nuvem escura ou um véu negro que recai sob os olhos e a cabeça do moribundo (BRANDÃO, 2014). Mas, a partir de Hesíodo, a morte passa a ser antropomorfizada, sendo descrita como possuidora de entranhas de bronze e coração de ferro, passando a conduzir as almas até o Hades, como ocorre na tragédia *Alceste*, de Eurípides<sup>6</sup>. Essa representação iconográfica de Tânatos como um jovem alado munido de uma espada embainhada na cintura foi esculpida em uma das colunas do Templo de Ártemis em Éfeso<sup>7</sup>, cerca de 300 anos antes de Cristo. A escultura, atualmente, faz parte do acervo do Museu Britânico, exposta na sala 22 (*The Word of Alexander*) e pode ser acessada virtualmente pelo site da instituição<sup>8</sup>.

Dentro desse contexto mitológico, a filosofia clássica emergiu, muitas vezes respondendo a questões levantadas pelos mitos. Por esse motivo, é relevante observar quais são as visões da

---

<sup>6</sup> Quando Admeto, rei de Feras, estava destinado a morrer jovem, conseguiu persuadir Apolo a permitir que outra pessoa morresse em seu lugar. Nesse contexto, Tânatos é convocado para cumprir essa troca, mas finalmente é enganado pela astúcia de Hércules (Hércules), que salva Alceste do destino de morrer em lugar de Admeto (cf. BRANDÃO, 2014).

<sup>7</sup>Disponível em: <<https://www.agefotostock.es/age/es/detalles-foto/sculpted-marmol-columna-tambor-circa-325-300-a-c-encontrado-efeso-templo-artemisa-this-vista-espectaculo-juvenil-alado-thanatos-muerte/IAM-WHA-425PC>> Acesso em: 27 ago. 2023.

<sup>8</sup>Disponível em: <<https://www.britishmuseum.org/collection/galleries/world-alexander>>. Acesso em: 27 ago. 2023.

morte apresentadas pela filosofia, com o intuito de compreender como o encerramento da vida é compreendido pela cultura ocidental.

#### 1.1.1.2. A MORTE NA FILOSOFIA GREGA

De maneira semelhante à mitologia, em linhas gerais, na filosofia grega a morte é um importante tema de discussões e reflexões. Em *Fédon*, por exemplo, Sócrates argumenta que o corpo não é capaz de conhecer a verdade, pois possui limitações; nesse texto, Sócrates, o personagem principal, está prestes a ser executado e discute a natureza da morte com seus discípulos. Sócrates expressa a ideia de que o verdadeiro filósofo não deve temer a morte. A morte é vista como uma transição natural e, para o filósofo, é uma oportunidade de se libertar das distrações do corpo e de se aproximar da verdade (ARAÚJO, 2009). Sócrates apresenta a morte como o momento de separação do corpo e alma, fazendo com que esta seja liberta para atingir a plenitude do saber. Com efeito, para os verdadeiros filósofos, a morte não deveria ser temida, mas sim almejada, visto que, assim, “estão se exercitando para morrer todos aqueles que, no bom sentido da palavra, se dedicam à filosofia” (PLATÃO, 1972, p. 75).

De acordo com Puente (2002), Aristóteles, ao tratar do fim da vida, fornece uma explicação técnica e concisa sobre o processo biológico de envelhecimento e de morte. O filósofo explora o processo que conduz um organismo vivo à morte. Ele sustenta que, da mesma forma que o vinho não possui a potência de se converter em vinagre, um ser vivo não carrega intrinsecamente a potência de se transformar em um cadáver. A morte, para ele, é concebida como um limite que se interpõe no processo natural de atualização da potencialidade inerente a um organismo biológico, sendo vista como um obstáculo ao processo de reprodução e perpetuação da espécie. Além disso, a reflexão de Aristóteles destaca a esfera da vida humana, social e política, sem atribuir a outras instâncias, como deuses ou influência dos mortos, o controle sobre os destinos e a finalidade dos agentes (PUENTE, 2002). Agir é crucial para atualizar as disposições da alma, e, embora a divindade seja mencionada, a abordagem de Aristóteles é diferenciada.

Segundo agora o próprio Aristóteles (2008), a felicidade humana é considerada o maior bem alcançável por meio da ação. Embora a morte seja inescapável e temível, o filósofo destaca a importância de considerar a morte como externa à potencialidade da vida humana, concentrando-se na excelência da razão e do caráter como elementos internos ao viver

(PUENTE, 2002). A virtude, louvável em sua disposição, desempenha o papel de “imortalizar” os feitos mais belos através das obras. Aristóteles demonstra que, mesmo sendo um evento definitivo, a morte não torna as decisões vazias ou sem propósito (PUENTE, 2002).

### 1.1.2. A MORTE NO CRISTIANISMO

Para o cristianismo, a morte é vista como consequência do pecado de Adão no Jardim do Éden (Gê 2, 22)<sup>9</sup>, pois ao comer do fruto proibido, ele teria perdido o direito de usufruir da árvore da vida. Paulo, em sua epístola aos Romanos, retifica essa ideia e afirma que a morte reinou até Moisés e foi plenamente derrotada por Jesus (Ro 5, 12-14). O cristianismo prega a promessa de vida eterna, sendo que Jesus afirma que quem ouve sua palavra e crê naquele que o enviou [Deus], não entraria em condenação, mas passaria da morte para a vida (Jo 5, 24). É através do sacrifício da crucificação do filho de Deus que a vivência terrena se torna uma oportunidade para o ser humano se reconciliar com Cristo, vencer os pecados e alcançar a vida eterna.

A religião cristã diferencia a morte física da morte espiritual, sendo a primeira consequência da segunda (Ro 5, 12-21). Cristo levará a luz àqueles que estavam assentados em trevas e na sombra da morte (Lc 1, 79), livrando-os da morte do espírito, que é causa pelo pecado. O apóstolo Paulo destaca que a morte é o salário do pecado, reforçando a visão desse fenômeno como um inimigo (1Cor 15, 26) a quem Cristo venceu ao ressuscitar (Ro 6, 9-23). É no livro de Apocalipse que a morte é tratada de forma mais explícita. Jesus é apresentado como quem tem as chaves da morte e do inferno (Ap 1, 8). Nesse livro, apresenta-se a morte como um ser concreto, que aparece montado em um cavalo amarelo, com o poder para matar a quarta parte da terra, com espada, e com fome, e com mortandade, e com as feras da terra (Ap 6, 8).

O Cristianismo ensina a crença na vida eterna através da fé em Jesus Cristo e na ressurreição dos mortos<sup>10</sup>. Os cristãos acreditam que haverá um Juízo Final, no qual Deus julgará todas as almas com base em suas vidas e na relação com Ele. A visão tradicional inclui a existência de um Céu para aqueles que aceitaram a salvação e um Inferno para aqueles que a rejeitaram (BRUSTOLIN; PASA, 2013). A morte física é vista, então, como uma passagem para a vida

---

<sup>9</sup> Todas as citações bíblicas que se seguem foram retiradas da mesma fonte: BÍBLIA. *Sagrada Bíblia Católica*, 2008.

<sup>10</sup> Fonte: <https://www.igrejadecristonobrasil.org.br/ressurreicao-e-vida-eterna-base-de-fe-xiii/>. Acesso em: 26 jan. 2024

eterna. Essa visão oferece consolo e esperança aos crentes, sendo uma fonte de conforto diante da perda e do luto.

Santo Agostinho, um dos mais influentes teólogos e filósofos cristãos<sup>11</sup>, abordou o tema da morte em várias de suas obras. Sua visão da morte está ligada às suas reflexões sobre o pecado, a redenção e a vida eterna<sup>12</sup>. De acordo com Oliveira (2013), em suas obras, Agostinho criticava a busca humana pela imortalidade terrena, afirmando que a verdadeira imortalidade só pode ser alcançada por meio da fé em Deus e da aceitação da graça divina. Agostinho compartilhava a visão cristã tradicional de que a morte é uma consequência do pecado original, argumentando que a humanidade, por meio de Adão e Eva, trouxe o pecado ao mundo, resultando em mortalidade. (SILVA, 2015). Afirma que “como ‘a morte é o castigo do pecado’, o demônio traz de comum com os homens a este, o que faz com que seja condenado à morte juntamente com eles” (AGOSTINHO, 2015, p. 289). E de fato, Santo Agostinho defendia a crença cristã da ressurreição dos mortos, compreendendo-a como uma restauração completa da humanidade, corpo e alma, para a comunhão eterna com Deus. (BOCK, 2018). Agostinho ensinava que a morte não deveria ser temida pelos crentes, pois, ao confiarem na providência divina, eles poderiam encará-la como uma transição para uma existência mais plena e perfeita (BRUSTOLIN; PASA, 2013). Sua abordagem teológica e filosófica influenciou significativamente o pensamento cristão ao longo dos séculos, como pode ser visto na obra de Tomás de Aquino.

Conforme Costa e Silveira (2009), a visão de Santo Tomás de Aquino, filósofo e teólogo medieval, sobre a morte está profundamente enraizada na tradição cristã. É necessário destacar que Aquino buscou integrar a filosofia de Aristóteles à teologia cristã, pois acreditava que a razão e a fé não eram incompatíveis, mas sim complementares (SALATIEL, 2023). Tomás de Aquino considerava a morte como uma consequência dos erros humanos, afirmando que “Deus não fez a morte – deve-se entender a morte como visada em si mesma. Pois, à ordem do universo pertence também a da justiça, exigindo que se inflija uma pena aos pecadores” (AQUINO, 2001, p. 473). Para ele, a morte física não era o fim definitivo, mas uma transição para uma

---

<sup>11</sup> Durante os primeiros séculos do Império Romano, os cristãos foram duramente perseguidos até a publicação do Edito de Milão pelo imperador Constantino, em 313 d.C. Anos depois, em 391, o cristianismo foi proclamado como a religião oficial do Império Romano, sendo amplamente difundido nos territórios administrados por Roma.

<sup>12</sup> Fonte: <https://formacao.cancaonova.com/espiritualidade/cura-interior/reflexoes-de-santo-agostinho-sobre-a-morte/>

existência além da dimensão temporal (COSTA; SILVEIRA, 2009). Nesse sentido, através da ressurreição, corpo e alma seriam reunidos novamente para enfrentar o julgamento divino. Segundo o filósofo, “imortalidade é prometida ao homem como prêmio, conforme a Escritura: não haverá mais morte” (AQUINO, 2001. p. 794).

#### 1.1.2.1. INFLUÊNCIAS DO CRISTIANISMO EUROPEU NA COMPREENSÃO DA MORTE

A relação entre o cristianismo e a cultura europeia é profunda e complexa, sendo moldada ao longo de séculos de influência mútua. De acordo com Castro (2021), o cristianismo desempenhou um papel crucial na formação da identidade europeia durante a Idade Média, associando-se muitas vezes à criação de estados e reinos, fornecendo uma base comum de valores e crenças. A construção imagética da morte que integra a cultura ocidental durante o período medieval passa a ser a figura da morte como ceifador, que possui um corpo esquelético (simbolizando os restos mortais do corpo após a decomposição), segura uma foice (metaforizando a interrupção da vida, como se fosse um corte drástico) e utiliza uma capa preta (indicando a cor do luto na cultura ocidental). Essas representações refletiam a cosmovisão medieval, permeada por uma consciência aguda da mortalidade e uma ênfase na preparação espiritual para a vida após a morte (CASTRO, 2021).

Segundo informações publicadas no portal Enciclopédia Britânica<sup>13</sup>, foi durante a peste negra na Europa que a figura do *ceifador* esquelético passou a ser mais frequentemente associada à morte na região, sendo nomeado como *GrimReaper*. As personificações da morte passaram a ser recorrentes nesse período, possibilitando a circulação da crença de que os esqueletos dos mortos voltariam à terra para buscar os sobreviventes da peste<sup>14</sup>. A morte não era apenas vista como um evento inevitável, mas como uma transição crucial que demandava uma reflexão profunda sobre a natureza efêmera da vida terrena.

Ainda segundo Castro (2021), durante o período medieval, a representação iconográfica da morte era uma presença significativa na arte e na cultura visual. Caveiras e esqueletos eram símbolos comuns da morte, podendo ser encontrados em pinturas, esculturas e manuscritos

---

<sup>13</sup> Disponível em: <<https://www.britannica.com/story/where-does-the-concept-of-a-grim-reaper-come-from>>. Acesso em: 30 ago. 2023.

<sup>14</sup> Disponível em: <<http://www.deathreference.com/Nu-Pu/Personifications-of-Death.html>>. Acesso em: 30 ago. 2023.

medievais, muitas vezes, representando a transitoriedade da vida e a inevitabilidade da morte. Outra representação artística popular durante o período medieval era a *Dança Macabra*: uma série de obras que retratavam esqueletos ou figuras esqueléticas dançando com pessoas de diferentes classes sociais, indicando que a morte é universal e não faz distinção entre ricos e pobres (CASTRO, 2021). Além disso, *O Triunfo da Morte* era um tema artístico que representava a morte como uma força irresistível que triunfava sobre todas as coisas vivas. Pinturas e ilustrações frequentemente retratavam esqueletos montando cavalos e brandindo foices, simbolizando a conquista da vida pela morte (COSTA, 2020).

A arte e a arquitetura europeias também foram fortemente influenciadas pelo cristianismo ao longo dos séculos, com igrejas, catedrais e mosteiros servindo como centros de produção artística e cultural, sendo que essas estruturas expressavam a fé e os ensinamentos cristãos por meio de obras de arte religiosa (OLIVEIRA, 2010). Os princípios éticos e valores cristãos moldaram a formulação de leis e normas sociais na Europa, incorporando ideias como dignidade humana, justiça e caridade na ética ocidental. O cristianismo também influenciou muitas obras literárias e filosóficas na Europa (SOUZA; CASTRO, 2023). A Bíblia e escritos de teólogos cristãos foram fontes importantes de inspiração e referência para muitos autores e filósofos europeus.

A compreensão da morte entre os europeus, incluindo os portugueses, é fortemente influenciada pelo pensamento cristão. Segundo Paula (2019), em Portugal, uma nação com fortes raízes católicas, muitos indivíduos veem a morte como uma parte integrante do ciclo da vida, com rituais religiosos desempenhando um papel significativo no processo de luto. O catolicismo, predominante em Portugal, traz consigo a crença na vida após a morte e rituais como missas fúnebres e enterros que proporcionam conforto espiritual aos enlutados (PAULA, 2019). A relação com a morte frequentemente se estende a tradições populares, como visitas a cemitérios e homenagens aos falecidos em datas específicas, como o Dia de Finados (PAULA, 2019).

Quanto à ideia de morte na cultura e na formação do povo brasileiro, podemos dizer que é resultado de uma complexa interação entre diversas culturas, como a portuguesa, as indígenas e as africanas. Essa diversidade cultural do país contribui para uma ampla gama de perspectivas e práticas em relação à morte. Nesse sentido, a influência do cristianismo no Brasil tem sido significativa, especialmente considerando que a colonização portuguesa trouxe consigo a religião católica. Por influência do cristianismo, por exemplo, a morte é compreendida como

“uma passagem de um mundo a outro, numa metáfora de subida ou descida – algo verticalizado, como a própria sociedade – e jamais como um movimento horizontal, como ocorre na sociedade americana” (DAMATTA, 1987, p. 120). A ideia de uma existência além do plano terreno é comum, seja ela no céu, inferno ou em outros estados espirituais, dependendo da crença religiosa.

No Brasil, além de significar “fim da vida”, o termo *morte* adquire outras acepções se utilizado, por exemplo, de forma conotativa ou quando aparece em determinadas expressões coloquiais (idiomatismos); no primeiro caso, segundo Bechara (2011), pode significar término, desaparecimento, sofrimento, grande pesar, angústia, dor; enquanto na segunda situação é capaz de expressar a ideia de estar diante de um grande perigo (*ver a morte de frente*), parecer distraído (*pensar na morte da bezerra*) ou ainda indicar valor excessivo (*estar pela hora da morte*). Para Santos (1997), há duas categorias de morte para o ser humano: a morte biológica e a morte jurídica. Considera-se que uma vida humana termina, biologicamente, quando as funções vitais do organismo param de funcionar de forma irreversível, sendo perceptível através da paralização dos batimentos cardíacos, da respiração e da atividade cerebral. Já, do ponto de vista jurídico, no que se refere à doação de órgãos no Brasil, a Lei<sup>15</sup> n.º 9.434/1997 determina que um paciente será considerado legalmente morto se apresentar ausência de todas as funções neurológicas, ainda que esteja com os sistemas circulatório e respiratório em funcionamento. A família de um ente que foi diagnosticado com morte encefálica poderá, por exemplo, autorizar (ou não) a retirada de órgãos e/ou tecidos passíveis de transplante para outros indivíduos.

Embora seja um fenômeno inevitável para a vida humana, falar sobre a morte não é tarefa fácil no Brasil. Cerca de 70% dos brasileiros, por exemplo, consideram que a morte é um tabu e sentem dificuldade para conversar sobre o assunto, como aponta uma pesquisa encomendada pelo Sindicato dos Cemitérios e Crematórios Particulares do Brasil (Sincep)<sup>16</sup> em 2018. Outro dado revelado por esse estudo é que 82,4% dos entrevistados afirmam que não há sofrimento maior do que a perda de um ente querido, e 63% acham que a tristeza está ligada à morte.

---

<sup>15</sup> Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19434.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19434.htm)>. Acesso em: 26 jan. 2024.

<sup>16</sup> Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/noticia/2018/09/26/brasileiro-nao-gosta-de-falar-sobre-morte-e-nao-se-prepara-para-o-momento-revela-pesquisa.ghtml>>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Apesar da dificuldade para se lidar com o fim da vida, a sociedade brasileira começou a enfrentar, em 2020, uma experiência de luto coletivo, pois inúmeras famílias enfrentavam a perda de entes queridos devido à COVID-19. Nesse contexto, entender como foi a pandemia de COVID-19 no Brasil auxilia a compreender como a morte é percebida e vivenciada nessa sociedade.

## 1.2. A PANDEMIA DE COVID-19

Em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) recebeu um alerta sobre a ocorrência de um número relevante de casos de uma pneumonia desconhecida no território chinês<sup>17</sup>. Os casos foram registrados na sétima cidade mais populosa da China: a capital da província de Hubei – Wuhan. Sete dias após a sinalização dos casos, em 07 de janeiro de 2020, pesquisadores chineses confirmaram que o agente causador da infecção era um novo tipo de coronavírus, que ainda não tinha sido encontrado em seres humanos. Posteriormente, em 12 de janeiro de 2020, as autoridades chinesas divulgaram a sequência genética do novo vírus, que foi nomeado inicialmente como “2019nCoV” e, em seguida, como “SARS-CoV-2”. A partir de então, muitos casos da doença infectocontagiosa, causada pelo coronavírus, a COVID-19, começaram a ser registrados não só na China, mas também em outros países do mundo, configurando o início de uma das maiores crises sanitárias e humanitárias<sup>18</sup> do século XXI. Conforme Brito *et al.* (2020), o coronavírus, vírus responsável por causar uma síndrome respiratória aguda grave, denominada SARS, foi reconhecido entre 2002 e 2003, mas já havia sido inicialmente isolado em 1937. Esse vírus é propagado diretamente, através do contato com gotículas, secreções respiratórias e contato com indivíduos contaminados, e indiretamente, por meio do toque em superfícies que contenham o vírus em seu período de sobrevivência.

A rápida propagação desse novo coronavírus fez com que a Organização Mundial da Saúde declarasse Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII), em 30 de janeiro de 2020, em Genebra, na Suíça<sup>19</sup>. Na data supracitada, o mundo já contava com 7.771 casos confirmados e 12.167 casos suspeitos na China (constando 170 mortes), além do

---

<sup>17</sup> Fonte: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 23 jun. 2022.

<sup>18</sup> De acordo com Lima, Buss e Paes-Sousa (2020, p. 2), a pandemia de Covid-19 configurou uma crise sanitária e humanitária, devido à “disseminação acelerada da doença pelo mundo e seus efeitos colaterais”.

<sup>19</sup> Fonte: <https://www.paho.org/pt/news/30-1-2020-who-declares-public-health-emergency-novel-coronavirus>. Acesso em: 23 jun. 2022.

reconhecimento de 82 casos do novo vírus em mais 18 países do mundo<sup>20</sup>. Rapidamente o vírus se espalhou, sendo que, no início de março, já havia 118.319 casos da doença no mundo, além de 4.292 mortes registradas (SILVA, *et al.*, 2020). No Brasil, o primeiro caso de COVID-19 foi registrado em 26 de fevereiro de 2020: um homem de 61 anos de idade, que havia viajado para a Itália<sup>21</sup>.

Em meio a esse cenário, Tedros Ghebreyesus, diretor-geral da Organização Mundial da Saúde (OMS), declarou que a COVID-19 passaria a ser caracterizada como uma pandemia a partir de 11 de março de 2020. Como consequência, os países foram orientados pela OMS a tomar medidas para evitar a propagação do vírus, minimizar os impactos sociais e garantir a integridade física dos contaminados. De acordo com o Instituto Brasileiro de Segurança do Paciente (IBSP)<sup>22</sup>, em 17 de março de 2020, aconteceu a primeira morte por COVID-19 no Brasil e, logo depois, em 22 de março, todos os estados brasileiros confirmaram a presença de casos da doença. Sete dias depois, o país já registrava mais de 100 mortes pelo novo coronavírus. O pico de mortes diárias no Brasil em 2020 ocorreu em 22 de maio, alcançando um total de 1.169 óbitos em um único dia<sup>23</sup>.

Em meio a esse cenário de mortes frequentes e de um aumento exponencial de casos confirmados de COVID-19, o início de 2020 foi marcado por um grande temor causado pelo coronavírus. É válido lembrar que, nesse período, ainda não havia vacinas e antivirais específicos para a prevenção e tratamento da COVID-19, por isso a principal medida adotada pelos países para conter a propagação do vírus foi a utilização de medidas de distanciamento social. Silva *et al.* (2020) informam que tais medidas impõem o afastamento físico entre pessoas que possam estar infectadas e aquelas que ainda não tiveram contato com o vírus, objetivando reduzir ou interromper a cadeia de transmissão da doença, além de proporcionar proteção a indivíduos em risco de desenvolver a forma grave da doença. Como exemplos de medidas de distanciamento social, pode-se citar “cancelamento de eventos em massa, fechamento

---

<sup>20</sup> Fonte: <https://www.paho.org/pt/news/30-1-2020-who-declares-public-health-emergency-novel-coronavirus>. Acesso em: 23 jun. 2022.

<sup>21</sup> Fonte: <https://www.sanarmed.com/linha-do-tempo-do-coronavirus-no-brasil>. Acesso em: 23 jun. 2022.

<sup>22</sup> Disponível em: <https://www.segurancadopaciente.com.br>. Acesso em: 23 jun. 2022.

<sup>23</sup> Fonte: <https://www.poder360.com.br/brasil/pico-em-maio-repique-em-julho-as-datas-reais-da-pandemia-no-brasil/>. Acesso em: 23 jun. 2022.

temporário de escolas e locais de trabalho, bloqueio de fronteiras e a recomendação para a população ficar em casa” (SILVA *et al.*, 2020, p. 2).

No Brasil, as primeiras medidas de distanciamento social foram registradas no Distrito Federal, por meio do Decreto Nº 40.509 de 11 de março de 2020<sup>24</sup>, ocorrendo o cancelamento de eventos públicos e/ou privados; atividades educacionais, religiosas, culturais, esportivas e de lazer. Além dessas medidas, outras ações foram tomadas pelas unidades federativas brasileiras ao longo da segunda quinzena de março de 2020. Em 13 de março, por exemplo, o Rio de Janeiro, além de adotar as medidas de suspensão de eventos e atividades variadas, foi o primeiro estado brasileiro a iniciar a quarentena de grupos de risco. Essa medida proporcionou a adoção de um regime de trabalho diferenciado para indivíduos com idade igual ou superior a 60 anos, portadores de doenças crônicas e/ou gestantes e lactantes, ou pessoas que apresentassem sintomas da doença.

Outra medida de distanciamento social adotada pelos estados brasileiros foi a paralisação (plena ou parcial) de atividades econômicas. Por consequência, ocorreu a restrição do número de clientes ou fechamento de centros comerciais e esportivos privados, academias, estabelecimentos alimentícios, estabelecimentos comerciais e atividades industriais classificados como prescindíveis. Além disso, serviços não essenciais de atendimento ao público foram suspensos ou transferidos para o formato de teletrabalho, bem como a circulação de transportes públicos intermunicipais e/ou interestaduais foi restrita ou suspensa. Por fim, ocorreu ainda, em estados como São Paulo e Rondônia, a recomendação de quarentena para toda a população (SILVA *et al.*, 2020). Foi adotada também a utilização de máscaras de proteção, além do uso do álcool 70% para higienizar as mãos e superfícies variadas, dentre outras medidas de proteção<sup>25</sup>.

Todas essas medidas de distanciamento provocaram impactos expressivos na rotina dos brasileiros em 2020, tornando-se tema de comunicações na internet. O aumento do uso das redes sociais no Brasil, a partir de março de 2020, foi marcado não só pelo compartilhamento

---

<sup>24</sup> Fonte: [http://www.buriti.df.gov.br/ftp/diariooficial/2020/03\\_Mar%C3%A7o/DODF%20025%2011-03-2020%20EDICAO%20EXTRA/DODF%20025%2011-03-2020%20EDICAO%20EXTRA.pdf](http://www.buriti.df.gov.br/ftp/diariooficial/2020/03_Mar%C3%A7o/DODF%20025%2011-03-2020%20EDICAO%20EXTRA/DODF%20025%2011-03-2020%20EDICAO%20EXTRA.pdf). Acesso em: 23 jun. 2022.

<sup>25</sup> Fonte: <https://www.saopaulo.sp.leg.br/coronavirus/prevencao-contr-o-novo-coronavirus/>. Acesso em: 23 jun. 2022.

de informações sobre a COVID-19, mas também pela alta divulgação de mensagens humorísticas sobre o assunto. Conforme um estudo realizado pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas sobre o comportamento dos brasileiros nas redes sociais em relação ao novo Coronavírus, em 2020, o Brasil foi um dos países que mais fez comentários no *Twitter* sobre a doença. Segundo Pessanha *et al.* (2020), a quantidade do número de *tweets* relacionados ao tema acompanhou a ampliação do número de casos confirmados de infectados por coronavírus no território brasileiro. Contudo, cerca de 34% dessas menções eram textos com teor irônico, conhecidos como *memes*, ultrapassando o número de notícias compartilhadas, que somavam 17%<sup>26</sup>.

Essa popularidade dos *memes* no Brasil já havia sido identificada antes mesmo do início da pandemia no país. Conforme uma pesquisa da plataforma Gente<sup>27</sup> sobre o comportamento de usuários da internet, realizada em 2019, 85% dos brasileiros estão habituados a “curtir” *memes*. Do total de entrevistados<sup>28</sup>, 75% consideram que a leitura de *memes* ajuda a aliviar o estresse diário, 73% afirmam que já ficaram sabendo de uma notícia política através de um meme, 66% se sentem bem informadas quando entendem um meme, 64% se sentem incluídos quando compreendem um meme, 63% procuram um meme quando querem se distrair, 57% seguem uma página só para acompanhar *memes* e 46% compartilham *memes* que traduzem seus problemas pessoais.

A produção de *memes*, no Brasil, durante a pandemia refletiu não apenas o contexto desafiador, mas também a capacidade da cultura digital brasileira de usar o humor como uma ferramenta de enfrentamento. Os *memes* se tornaram uma forma de conexão e expressão coletiva diante das experiências compartilhadas durante esse período histórico. Com efeito, é importante compreender quais são as possíveis definições para o termo *meme*, a partir de diferentes perspectivas teóricas. Dessa forma, será possível traçar hipóteses sobre como foi tratado o fenômeno da morte durante a pandemia, contextualizá-lo culturalmente e compreender suas implicações mais amplas na sociedade brasileira.

---

<sup>26</sup> Fonte: <https://edicaodobrasil.com.br/2020/04/09/em-tempos-de-coronavirus-brasileiro-tem-compartilhado-mais-memes-que-noticias/>. Acesso em: 24 jun. 2022.

<sup>27</sup> Estudo realizado pela plataforma Gente em parceria com a Consumoteca. Fonte: <<https://gente.globo.com/meme-we-trust/>>. Acesso em: 23 jun. 2022.

<sup>28</sup> Entrevista realizada com mil brasileiros de todo o Brasil das classes A, B e C, sendo 53% mulheres e 47% homens.

### 1.3. OS MEMES

A palavra *meme* começou a ser utilizada na obra, representante da biologia evolutiva, *The selfish gene* (O gene egoísta), de Richard Dawkins, em 1976. O autor defende que o meme seria uma estrutura biológica semelhante ao gene, responsável pela disseminação e pela cópia de informações culturais. Seguindo as proposições de Dawkins, na década de 1990, a *Memética* desponta no cenário acadêmico como um tipo de ciência empírica e teórica, que apresenta como objeto de estudo a replicação, a propagação e a evolução dos *memes*, ocorrendo, inclusive, entre os anos de 1997 e 2005, a publicação do *Journal of Memetics*, além da circulação de vários livros e artigos.

Atualmente, há outras acepções para o termo relacionadas ao ambiente virtual de comunicação, possibilitada pelo avanço da internet. Opondo-se ao uso do termo na biologia, Cook (1992) afirma que, algumas décadas após a publicação de Dawkins (1976), a palavra *meme* passou a ser usada de maneira genérica para designar textos midiáticos que usavam imagens da chamada cultura *pop* para estimular hábitos de consumo por meio de um diálogo com a sociedade. Chagas (2020, p. 41) considera que foi, possivelmente, a partir da década de 1990 que a palavra *meme* começou a ser utilizada por usuários da internet para fazer referência a “piadas, trocadilhos e outras formas de virais que ganhavam rapidamente alcance nos fóruns de discussão on-line e newsgroups”.

No campo das pesquisas sobre Novos Letramentos, por exemplo, Knobel e Lankshear (2007, p. 202, tradução nossa) afirmam que os usuários da internet usam a palavra *meme* para descrever “a rápida aceitação e disseminação de uma ideia específica apresentada como texto escrito, imagem, linguagem ‘em movimento’ ou outra unidade de ‘material’ cultural”<sup>29</sup>. Nesse sentido, Dynel (2021) ressalta que o *meme* é capaz de compartilhar opiniões sobre questões sociais e políticas recentes, contribuindo para discussões mais sérias, de forma que as escolhas de palavras ou imagens que o autor faz ao construir um *meme* revelam a construção de significados culturais e sociais mais complexos.

---

<sup>29</sup> No original: “the rapid uptake and spread of a particular idea presented as a written text, image, language “move,” or some other unit of cultural “stuff.” (KNOBEL; LANKSHEAR, 2007, p. 202).

Al-Rawi (2021) destaca que o *meme*, quando usado com finalidades políticas, auxilia na compreensão de eventos públicos, podendo ser utilizados para valorizar ou desmerecer a imagem de políticos. Além disso, ressalta-se a difusão de *memes* dentro de grupos sociais específicos, os quais utilizam tal texto como mecanismo disseminador de ideologias<sup>30</sup>. Laurent, Veanu e Literat (2021) apontam para os *memes* como narrativas políticas, nos quais estão embutidas intensas críticas sociopolíticas, voltadas para assuntos atuais, sendo entendidos como unidades informativas capazes de moldar a opinião pública, desempenhando um importante papel na polarização da sociedade. Através dessas plataformas de mídias digitais os *memes* seriam reproduzidos, adaptados e recontextualizados constantemente, sendo que, na maioria das vezes, o humor e a ironia são fatores essenciais para criação, compartilhamento e modificação dos *memes* (VÁSQUEZ; ASLAN, 2021).

Na área da Comunicação, Milner (2016) considera que o meme faz parte de redes de participação cultural e são abertos, colaborativos e adaptáveis, podendo ser usados para produzir outros sentidos além de humor. Fazendo parte dessa mesma vertente de estudos, Shifman (2014) afirma que

os *memes* da internet são (a) um grupo de itens digitais que compartilham características comuns de conteúdo, forma e / ou postura, que (b) foram criados com consciência um do outro, e (c) foram circulados, imitados e /ou transformados pela Internet por muitos usuários (SHIFMAN, 2014, p. 41 – tradução nossa)<sup>31</sup>.

Shifman (2014) destaca a compreensão de *meme* enquanto um item digital que circula no *ciberespaço*, podendo sofrer alterações pelos usuários da rede que o compartilham. Além disso, para a autora, embora sejam muito diversificados estruturalmente, os *memes* contêm características parecidas quanto à forma e ao conteúdo. A autora ainda defende que os *memes* da internet são capazes de refletir profundas estruturas sociais e culturais, possibilitando a compreensão de tendências comportamentais da chamada era da *Web 2.0*, além de terem a capacidade de moldar e refletir a mentalidade de grupos sociais, apresentando a intertextualidade como uma de suas características fundamentais. Com efeito, os *memes* ajudam

---

<sup>30</sup> O termo “ideologia” foi empregado com o sentido formulado pelo senso comum, referindo-se a um “conjunto de ideias, de pensamentos, de doutrinas ou de visões de mundo de um indivíduo ou de um grupo, orientado para suas ações sociais e, principalmente, políticas”. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Ideologia>. Acesso em: 13 mar. 2024.

<sup>31</sup> No original: “(a) a group of digital items sharing common characteristics of content, form, and/or stance; (b) that were created with awareness of each other; and (c) were circulated, imitated, and/or transformed via the Internet by many users” (SHIFMAN, 2014, p. 41)

a analisar a cultura digital, entendida como participativa, na qual sites e redes sociais funcionam como suporte para difusão de *memes*. Nessa acepção, o *meme* é um texto responsável também pela formação de pequenas comunidades digitais, nas quais circulam informações de conhecimento comum aos participantes (SHIFMAN, 2014). Ainda conforme Shifman (2014), a internet, além de viabilizar e intensificar a produção e disseminação de *memes*, aprimorou as três principais características de *memes* de sucesso postuladas por Dawkins (1976): *longevidade* (informações são armazenadas indefinidamente em vários arquivos); *fecundidade* (difusão de qualquer mensagem de forma rápida por vários usuários) e *fidelidade à cópia* (ocorrem transferências sem perdas nos meios digitais).

De maneira semelhante, no cenário de pesquisas brasileiras, Cani (2019) defende que o *meme* apresenta uma estrutura mais ou menos regular, sendo comum a presença de uma imagem conhecida socialmente, à qual é acrescentada uma parte verbal vinda de outro contexto, com o intuito de formar-se uma nova significação, podendo ser organizada por meio de linguagem verbal (texto), não verbal (imagem), mista (texto e imagens), e de recursos audiovisuais (vídeos). Revela também que os *memes*, além de serem altamente replicáveis e interativos, por meio de uma abordagem que envolve crítica e humor, são utilizados nas dinâmicas sociais mediadas pelo ambiente virtual (CANI, 2019). Eles operam como um instrumento de expressão do discurso, manifestando o posicionamento do sujeito enquanto ser participativo do ambiente social, cultural e histórico. Um novo *meme* é criado, no geral, conforme Cani (2019), quando algum tema ganha destaque na Internet e começa a ser, em um curto intervalo de tempo, amplamente compartilhado pelos usuários da *web*. É comum que os *memes* se propaguem rapidamente nas mídias e redes sociais, sendo que seu sucesso pode perder notoriedade com a mesma rapidez que a alcança. Associado à comunicação virtual, o *meme* é, frequentemente, compartilhado, adaptado e recontextualizado pelos usuários da internet. Apesar de serem, frequentemente, permeados de recursos humorísticos, os *memes* são capazes de divulgar a tentativa de explicar emoções intensas, declarações sobre inúmeros assuntos, sentimentos e posições políticas, econômicas e afetivas (CANI, 2019). Considera-se que os *memes* são responsáveis pela formação de uma “experiência cultural compartilhada” (CANI, 2019, p. 252), uma vez que circulam em comunidades digitais associadas e engajadas, além de reforçarem identidades coletivas e moldarem discursos públicos.

Em suma, os *memes* são expressões culturais digitais que refletem a dinâmica da comunicação *online*, sendo reconhecíveis por sua capacidade de propagação rápida e adaptação a diferentes

contextos. Suas características estruturais e linguísticas contribuem para sua popularidade na cultura digital contemporânea. Normalmente eles seguem um formato reconhecível, o que pode incluir uma imagem específica, um estilo de texto ou uma estrutura padronizada. Além disso, *memes* frequentemente fazem referência a eventos culturais, fenômenos da internet, personagens populares ou elementos da cultura contemporânea.

Nesse sentido, para compreender quais são as representações da morte em *memes* da pandemia de COVID-19, é imprescindível recorrer a um aparato teórico consistente, pois é essa perspectiva que determinará a base conceitual, metodológica e interpretativa da pesquisa. Conforme exposto na introdução deste trabalho, adotamos os preceitos teóricos e metodológicos da Teoria Semiológica, os quais serão explicitados no próximo capítulo.

# **CAPÍTULO 2**

## **TEORIA SEMIOLINGUÍSTICA: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E METODOLÓGICA**

## 2.1. CONCEITOS GERAIS DA SEMIOLINGÜÍSTICA

A Teoria Semioliológica é uma vertente da Análise do Discurso baseada nos estudos de Patrick Charaudeau. O objeto de conhecimento da Semioliológica é o discurso e a linguagem, observando sobre o que ela fala e de que maneira isso acontece, reconhecendo que esse processo depende dos sujeitos envolvidos. Essa teoria apresenta pressupostos que se aplicam à análise de diferentes trocas languageiras, compreendendo o discurso como a verdadeira base da linguagem. Charaudeau (2005) indica que a abordagem semioliológica visa tratar do fenômeno da construção do sentido, realizado por meio da interação entre fatores psicológicos, sociais e lingüísticos, com destaque para a intervenção dos sujeitos da linguagem.

O nome *semioliológica* refere-se à junção de *semio*, que destaca a presença de diferentes sistemas sígnicos na constituição do sentido, e *lingüística*, que demonstra o reconhecimento das línguas naturais como matéria prima dos discursos. Por consequência, essa disciplina aborda, de uma perspectiva lingüística ampla, questões internas do fenômeno da linguagem, como a formulação do texto e do sentido, e questões externas, tais como a influência social e lógica das ações (CHARAUDEAU, 2005).

### 2.1.1. DISCURSO, ATO DE LINGUAGEM E QUADRO COMUNICACIONAL

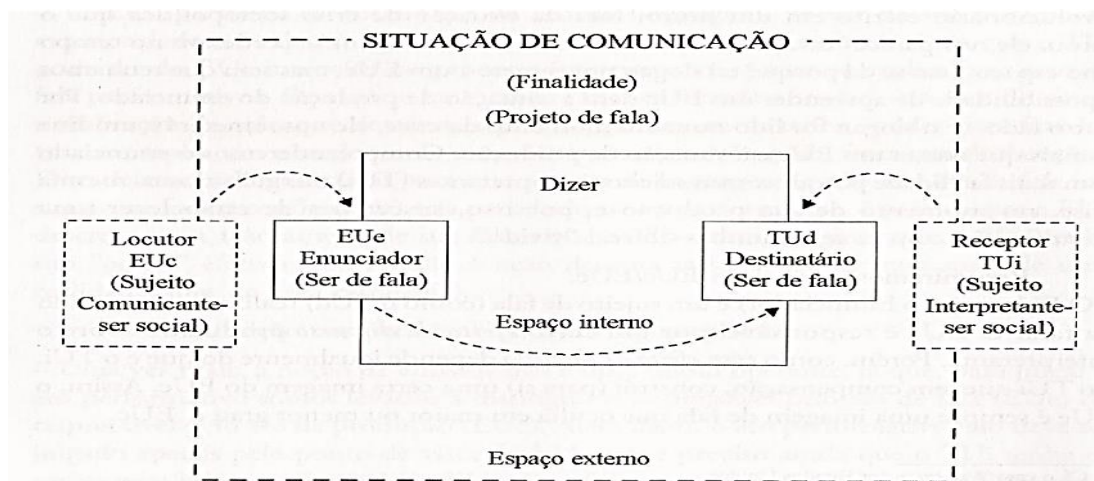
Para a Semioliológica, o discurso não deve ser considerado como a expressão verbal da linguagem, nem como uma unidade que ultrapassa a frase. O discurso é “o lugar da encenação da significação, sendo que pode utilizar, conforme seus fins, um ou vários códigos semiológicos” (CHARAUDEAU, 2001, p. 25). Também não deve ser confundido com texto, que, para essa teoria, representa a materialização da encenação do ato de linguagem, sendo atravessado por vários discursos, que podem ser de gêneros diferentes e produzidos em situações diferentes. O texto é o resultado singular de um processo que depende de circunstâncias particulares de produção e dos sujeitos particulares envolvidos (CHARAUDEAU, 2001).

É possível estudar o resultado do processo de produção do discurso através das características da encenação do dizer, configurada no texto. Ao analisar um texto, podemos entender melhor como o discurso foi produzido, buscando identificar possíveis interpretativos, ao examinar não apenas o que está sendo dito, mas também como é apresentado. Isso inclui considerar aspectos

expostos pela Teoria Semiolinguística, como a configuração do ato de linguagem, os sujeitos do discurso, o contrato de comunicação etc.

O ato de linguagem é um fenômeno complexo, envolvendo aspectos de influência, regulação, estratégias, e a necessidade de considerar tanto o espaço interno quanto o externo à verbalização (CHARAUDEAU, 2005). Esse ato de linguagem pressupõe uma intencionalidade dos sujeitos falantes, que são parceiros de uma troca realizada em dois espaços: um espaço de restrições, que inclui as condições mínimas para a validade do ato, e um espaço de estratégias, que corresponde às escolhas possíveis disponíveis aos sujeitos na execução do ato de linguagem. Esse ato será encenado pelos sujeitos, a depender de uma série de fatores, pois, conforme Charaudeau (2019), a encenação do ato de linguagem depende de um dispositivo formado por um circuito interno e por um circuito externo, que são indissociáveis, como pode ser visualizado do abaixo:

Figura 01: Quadro comunicacional



Fonte: Charaudeau, 2019, p. 52

Segundo Charaudeau (2019), o circuito externo corresponde ao lugar da organização do DIZER, isto é, do discurso; enquanto o circuito interno compreende o lugar do FAZER psicossocial e situacional. A primeira instância é definida pelo espaço que ocupam os responsáveis pelo ato de linguagem, chamados de parceiros, já a segunda instância define-se como a encenação dos seres de papel, intitulados protagonistas. É válido lembrar que a encenação linguageira engloba a encenação discursiva, sendo que nesta se encontram os aspectos situacionais do ato de linguagem, que promovem os gêneros e as estratégias ligados ou não às circunstâncias de produção do discurso (CHARAUDEAU, 2019).

O ato de linguagem apresenta também uma expectativa de significação, produto da ação de seres psicossociais, que são testemunhas mais ou menos conscientes de práticas sociais e representações sociais de suas comunidades. O sujeito é o ser pensante que possui a sede do conhecimento, também considerado uma abstração especificada pelos lugares que ocupa no ato linguagem, sendo o centro da produção e da interpretação, além de ser o lugar de produção da significação linguageira, sendo que essa significação retorna para constituí-lo (CHARAUDEAU, 2001). Em um ato languageiro, há um sujeito produtor e um sujeito interlocutor. Esse sujeito interlocutor não é um simples receptor da mensagem, mas sim um sujeito que constrói uma interpretação baseada no seu ponto de vista sobre as circunstâncias de discurso e sobre o sujeito produtor. O sujeito interlocutor divide-se em Sujeito-Interpretante (TUi) e Sujeito-Destinatário (TUd), conforme Charaudeau (2001).

O ato languageiro é estruturado a partir de três instâncias: nível situacional, nível comunicacional e nível discursivo (CHARAUDEAU, 2005). O primeiro nível apresenta a finalidade do ato, a identidade dos parceiros, o domínio do saber e o dispositivo formado pelos elementos concretos envolvidos na troca linguageira. Já o segundo nível é o lugar no qual se apresentam as formas de organizar a fala e os papéis languageiros dos sujeitos, que devem justificar seu direito à fala, expressar sua identidade e abordar um determinado tema conforme as circunstâncias envolvidas no ato. O terceiro nível é o local no qual os atos de discurso formam textos, através do uso de categorias de língua e modos de organização do discurso, regidos pelas restrições do nível situacional e possibilidades de dizer resultantes do nível comunicacional e do projeto de fala do sujeito comunicante (CHARAUDEAU, 2005).

### 2.1.2. OS SUJEITOS DA LINGUAGEM

De acordo com a Teoria Semiolinguística, há quatro sujeitos envolvidos no ato languageiro: Sujeito Enunciador (EUe), Sujeito Comunicante (EUc), Sujeito Destinatário (TUd) e Sujeito Interpretante (TUi). Os protagonistas são EUe e TUd, seres de papel envolvidos no circuito interno, enquanto os parceiros são EUc e TUi, seres psicossociais envolvidos no circuito externo no ato languageiro.

O sujeito comunicante (EUc) é externo à configuração verbal, sendo um parceiro da encenação discursiva. É ele que encena o dizer em função dos componentes comunicacional, psicossocial e intencional, através de sua percepção sobre o ritual languageiro. O sujeito comunicante está

centrado em estratégias discursivas. Ele é um ser de fala e produtor de fala, sempre presente no ato linguageiro. Não há nenhuma relação de transparência entre o EUC e o EUE, pois o segundo é somente uma representação linguageira do primeiro. Dito de outra forma, o EUE é apenas uma máscara discursiva usada por EUC (CHARAUDEAU, 2001).

O sujeito interpretante (TUi) tem a iniciativa do processo de interpretação, intervindo no ato de linguagem. Segundo Charaudeau (2019), essa interpretação depende das hipóteses que possui sobre o sujeito comunicante. Toda encenação do dizer é interpretada pelo TUi. Esse processo de interpretação escapa do domínio do EUC, pois o TUi é um ser que age fora do domínio de enunciação produzido pelo EUC. Sua relação com o EUC é uma relação de opacidade com as intenções dele, pois não é uma criatura de EUC. O TUi se institui no momento que opera o processo de interpretação. Sua tarefa é recuperar a imagem do TUD que EUC apresentou e aceitá-la ou recusá-la. As experiências pessoais de TUi e seu conhecimento sobre EUC influenciam no processo interpretativo. É um parceiro do ato de linguagem.

O sujeito enunciador (EUE) é um protagonista. É um ser de fala presente na encenação do dizer, mas é somente uma representação linguageira parcial do EUC. No processo de produção, ele é a imagem de enunciador construída pelo sujeito produtor de fala (EUC); e no processo de interpretação é a imagem de enunciador construída pelo TUi como uma hipótese de como é a intencionalidade do EUC realizada no ato de produção. Essa intencionalidade é o conjunto das intenções comunicativas plenamente concebidas e voluntariamente transmitidas. Essas intenções podem ser mais ou menos conscientes, sendo marcadas pelo reconhecimento de uma coerência psicossociolinguageira.

O sujeito destinatário (TUD) também é um protagonista do ato linguageiro. É o interlocutor fabricado pelo EUC como destinatário ideal e adequado. Sempre há um TUD, explícito ou não, pode haver vários TUD para um mesmo ato de linguagem. O TUD é um sujeito de fala dependente do EUE e instituído por ele. O TUD pertence ao ato de produção produzido pelo EUC e EUC tem total domínio sobre ele, pois o coloca em um lugar onde supõe que sua intenção de fala será totalmente transparente para TUD. Logo supõe-se que o TUD esteja em uma relação de transparência com as intencionalidades do EUC.

Em suma, o sujeito produtor se dirige ao sujeito destinatário e espera que esse sujeito seja adequado ao seu propósito de linguagem, mas esse TUD é diferente do TUi, que é o responsável

pela interpretação. O TUi então cria a interpretação e constrói o EUE, que é ao mesmo tempo uma imagem do sujeito comunicante e um falante suposto pelo TUi. Dessa forma, o ato de linguagem é sempre um encontro dialético entre quatro sujeitos.

### 2.1.3. SITUAÇÃO DE COMUNICAÇÃO

A *Situação de Comunicação* é o local no qual atuam os parceiros do ato de linguagem, ou seja, os seres sociais do mundo externo à linguagem (EUC e TUi). Esse espaço de troca é capaz de determinar a identidade psicológica e social dos parceiros e os unir por meio do contrato de comunicação:

a situação de comunicação é o lugar onde se instituem as restrições que determinam a expectativa (*enjeu*) da troca, estas restrições provenientes ao mesmo tempo da identidade dos parceiros e do lugar que eles ocupam na troca, da finalidade que os religa em termos de visada, do *propósito* que pode ser convocado e das circunstâncias materiais nas quais a troca se realiza (CHARAUDEAU, 2004, p. 22).

No que diz respeito aos elementos que compõem a situação de comunicação, é necessário observar como as características físicas, os atributos identitários dos parceiros e as características contratuais influenciam no ato de linguagem. Com relação ao primeiro aspecto, verifica-se a presença/ausência dos parceiros, a existência de um ambiente físico comum aos dois, o tipo de canal de transmissão (gráfico ou oral) e a utilização de mais um código semiológico. Sobre as características da identidade dos sujeitos, observam-se aspectos sociais, socioprofissionais, psicológicos e relacionais. Por fim, averigua-se a possibilidade de uma relação de troca (dialogal) ou não troca (monologal) estabelecida pelo contrato.

A relação contratual não se baseia nos estatutos sociais externos ao ato linguageiro, mas depende do desafio construído no ato de linguagem e pelo ato de linguagem. Esse desafio envolve uma expectativa: o ato de linguagem será bem-sucedido ou não? A relação contratual também é dependente de três tipos de componentes: comunicacional, psicossocial e intencional. Esses componentes são mais ou menos objetivos e são pertinentes pelo jogo de expectativas que envolve o ato linguageiro. O componente comunicacional engloba o quadro físico da situação interacional. Já o componente psicossocial abrange os estatutos que os parceiros são suscetíveis de reconhecer um no outro. E o componente intencional compreende o conhecimento *a priori* sobre o outro, ou seja, os saberes supostamente partilhados.

Acredita-se que os sujeitos que partilham um mesmo conjunto de práticas sociais são capazes de alcançar um consenso a respeito das representações linguageiras. Desse modo, o Sujeito Comunicante pressupõe que o interlocutor tem conhecimento das cláusulas que regem o contrato de comunicação em que se encontram: “Todo domínio de comunicação propõe a seus parceiros um certo número de condições que definem a expectativa (*enjeu*) da troca comunicativa, que sem o seu reconhecimento não haveria possibilidade de intercompreensão” (CHARAUDEAU, 2004, p. 22). Apesar das restrições impostas pelo contrato, o sujeito comunicante dispõe de uma margem de manobra para organizar seu discurso. Assim, EUC utiliza estratégias para encenar suas intenções comunicativas, produzindo efeitos sobre TUi. Por meio dessas estratégias, EUC deixa mais ou menos claro quem seria o destinatário ideal (TUd) do ato de linguagem, mas é possível que TUi não se identifique com TUd.

É por essa razão que Charaudeau (2019) afirma que o ato de linguagem é, ao mesmo tempo, uma expedição e uma aventura: EUC planeja todo o percurso da significação e espera que seus objetivos sejam alcançados por TUi. Contudo, o TUi é independente de EUC, logo não é possível garantir que TUi irá reconhecer as estratégias utilizadas, nem se irá cooperar com o ato de linguagem.

## 2.2. OS MODOS DE ORGANIZAÇÃO DO DISCURSO

Os *Modos de Organização do Discurso* são os procedimentos responsáveis por reunir, ordenar e organizar em grupos as categorias de língua utilizadas para expressar as diferentes finalidades expressivas do ato de comunicação. Mas esses traços linguísticos não são capazes de por si mesmos determinarem um modo discursivo, pois essas categorias de língua atuam como “vestígios” de uma possível caracterização do discurso. Há quatro modos: *Enunciativo*, *Descritivo*, *Narrativo* e *Argumentativo*. É importante destacar que esses modos não são esquematizações do texto, mas sim “condições de construção do discurso que o sujeito falante disporia para organizar sua intenção discursiva” (CHARAUDEAU, 2004, p. 17).

Charaudeau (2004) destaca que Descritivo, Narrativo e Argumentativo contribuem para a construção textual. Cada componente utiliza categorias de língua específicas. O Modo Narrativo organiza o mundo por meio de uma sucessão de acontecimentos, articulando a lógica narrativa e a encenação narrativa, que incluem actantes, processos, sequências, motivação intencional, cronologia, ritmo e localização espaço-temporal. O Modo Descritivo, componente

discursivo não limitado a textos literários, tem a função de nomear, localizar e atribuir qualidades aos seres. Por fim, o Modo Argumentativo depende das qualificações sobre os seres envolvidos no texto para poder explicar as ligações de causa e consequência estabelecidas entre os acontecimentos.

Sobre o modo Enunciativo é importante tecer comentários mais aprofundados, pois ele interfere na encenação dos outros três modos anteriormente citados, visto que sua função envolve demonstrar o posicionamento do locutor no que diz respeito ao seu (a) poder de influência sobre o interlocutor; (b) ponto de vista sobre o mundo; (c) retorno do que já foi dito por um terceiro. Cada função dessas corresponde a um comportamento enunciativo, chamados de *Alocutivo*, *Elocutivo* e *Delocutivo*, respectivamente.

No comportamento *alocutivo*, as categorias de língua dividem-se em dois grupos, a depender do grau de influência do sujeito falante sobre seu receptor. Se existir uma relação de força, na qual o locutor esteja em uma posição de superioridade, capaz de impor ao interlocutor uma ação a ser feita, as categorias de língua serão: *Interpelação*, *Injunção*, *Autorização*, *Aviso*, *Julgamento*, *Sugestão ou Proposta*. Já se for estabelecida uma relação de pedido, na qual o locutor encontra-se numa posição inferioridade, as categorias de língua serão: *Interrogação ou Pedido*.

Já no comportamento *elocutivo*, não há relação de influência, pois o interlocutor não está implicado naquilo que é falado. Dessa forma, o locutor expõe seu ponto de vista sobre o mundo, através das seguintes categorias de língua: *Constatação*, *Saber/ignorância (Modo de Saber)*; *Opinião*, *Apreciação (Avaliação)*; *Obrigação*, *Possibilidade*, *Querer (Motivação)*; *Promessa*, *Aceitação/recusa*, *Acordo/desacordo (Engajamento)*; *Proclamação (Decisão)*.

Por fim, no comportamento *delocutivo*, ocorre a retomada da fala de um terceiro, sem serem estabelecidas relações de influência ou de apresentação de ponto de vista, pois o sujeito falante se apaga e não implica um interlocutor no que é dito. Há apenas duas categorias de língua: *Asserção* (configurada em *Constatação*, *Evidência*, *Probabilidade*, *Apreciação*, *Obrigação*, *Possibilidade*, *Anseio*, *Exigência*, *Aceitação*, *Recusa*, *Confissão* ou *Confirmação*) e *Discurso Relatado* (citado, integrado, narrativizado ou evocado).

### 2.3. REPRESENTAÇÕES E IMAGINÁRIOS SOCIODISCURSIVOS

As *representações sociais* atuam como ferramentas de construção do real, na medida em que constroem “os universos de pensamento, lugares de instituições de verdades, [...] propondo uma descrição e explicação dos fenômenos do mundo e dos comportamentos humanos” (CHARAUDEAU, 2017, p. 579). Dessa forma, as representações sociais são compreendidas como a maneira pela qual o mundo é compartilhado socialmente, referindo-se às formas como as pessoas na sociedade constroem, interpretam e disseminam conhecimentos sobre diversos temas, desde questões cotidianas até conceitos mais abstratos. Além disso, refletem crenças, valores, normas e atitudes comuns dentro de um determinado grupo social, servindo como uma espécie de lente através da qual as pessoas percebem e interpretam a realidade à sua volta, sendo moldadas e influenciadas pelo contexto social em que estão inseridas.

Já os *imaginários sociodiscursivos* referem-se às representações mentais coletivas e compartilhadas por um grupo social em relação a determinados temas, conceitos ou situações (cf. Charaudeau, 2017). Esses imaginários são construídos socialmente e influenciam a maneira como os membros desse grupo percebem e interpretam a realidade. Charaudeau (2017) destaca ainda que os imaginários sociodiscursivos são moldados e transmitidos por meio da linguagem, especialmente através dos discursos que circulam na sociedade. Esses imaginários não são simplesmente imagens individuais, mas sim construções simbólicas compartilhadas que desempenham um papel fundamental na formação das representações sociodiscursivas.

Por consequência, ao analisar um discurso, é necessário explorar como esses imaginários se manifestam linguisticamente, como são transmitidos e como contribuem para a construção de significados em contextos específicos, buscando entender como as ideias e as imagens que permeiam esses imaginários influenciam a comunicação e a compreensão entre os membros de uma comunidade ou sociedade, pois os imaginários se constituem através de discursos que “circulam nos grupos sociais, se organizando em sistemas de pensamento coerentes, criadores de valores, desempenhando o papel de justificação da ação social e se depositando na memória coletiva” (CHARAUDEAU, 2017, p. 579). Dessa forma, os imaginários podem se referir aos conhecimentos socialmente construídos e compartilhados por um grupo ou comunidade. Esses saberes estão relacionados à forma como as pessoas percebem e interpretam o mundo ao seu redor, influenciando a maneira como comunicam e constroem significados. Mas é necessário lembrar que os imaginários formam as representações e as representações possibilitam a

formação de imaginários. As representações sociais transformam a realidade em real significante, a partir da significação sobre objetos, seres, fenômenos e comportamentos; enquanto os imaginários sociodiscursivos são o produto do processo de simbolização afeita e racional do mundo, depositado na memória coletiva e originado através das relações intersubjetivas estabelecidas entre os indivíduos (CHARAUDEAU, 2017).

Ainda segundo Charaudeau (2017), a construção das representações sociodiscursivas ocorre por meio da elaboração de discursos, dando origem a conjuntos de saberes que se organizam em categorias de *conhecimento* e *crença*. Os *saberes de conhecimento* buscam estabelecer uma verdade acerca dos fenômenos do mundo, uma verdade que transcende a subjetividade do sujeito, sendo situada fora do domínio pessoal. Essa verdade está fundamentada na presença dos acontecimentos no mundo e na interpretação dos fenômenos apresentados à humanidade, sendo abordada de maneira objetiva e manifesta como um “ele-verdadeiro”. Esse “ele-verdadeiro” emana de um sujeito que busca ser imparcial, sem juízos de valor, sem subjetividade, podendo ser personificado como “a ciência” ou “a ordem estabelecida das coisas”, dando lugar a dois tipos de saber: *saber científico* e *saber de experiência*. O *saber científico*, afirma Charaudeau (2017), desenvolve interpretações sobre o funcionamento do mundo, com base em informações pertencentes ao domínio da racionalidade científica, fundamentando-se em métodos de observação, experimentação e cálculo, utilizando instrumentos, como o microscópio, para visualizar o mundo ou a informática para realizar operações. A certeza objetiva desse tipo de saber deriva do fato de que esses métodos e instrumentos podem ser seguidos e utilizados por qualquer pessoa com a mesma competência. Já o *saber de experiência*, em contraste, formula interpretações sobre o mundo que se aplicam à compreensão global, mas carecem de uma garantia de serem comprovadas, pois não se vale de procedimentos específicos ou instrumentos de verificação. Nesse aspecto, qualquer indivíduo pode adotar um conhecimento baseado na experiência, desde que tenha vivenciado a situação e possa supor que outros, nas mesmas condições, teriam a mesma experiência. Esse tipo de saber limita-se à esfera do vivenciado e da experiência compartilhada universalmente, dispensando a necessidade do conhecimento científico.

Os *saberes de crença*, por sua vez, estão relacionados às avaliações, apreciações e julgamentos sobre fenômenos, eventos e seres no mundo, incluindo seus pensamentos e comportamentos. (CHARAUDEAU, 2017). Enquanto o conhecimento é derivado de uma descrição ou explicação centrada no mundo e independente do ponto de vista do sujeito, as crenças surgem

a partir da perspectiva do sujeito em relação à legitimidade de acontecimentos e ações humanas. Nesse caso, o saber está enraizado no sujeito, originando-se dele e carregando consigo julgamentos pessoais sobre o que é bom, mau, razoável ou louco em situações específicas. Em suma, os saberes de crença, de acordo com Charaudeau (2017), são intrinsecamente subjetivos e permeados pelos julgamentos individuais do sujeito em relação ao mundo ao seu redor, dando origem a dois tipos de saber: *de revelação* e *de opinião*. O *saber de revelação* pressupõe a existência de uma verdade externa ao sujeito, baseada na evidência de um saber fechado em si mesmo (CHARAUDEAU, 2017). Em contraste com o conhecimento científico, essa verdade não é passível de comprovação ou verificação, uma vez que requer uma adesão total do sujeito, ao qual não é permitido criticá-la. A justificativa para essa adesão está associada à presença de textos que atestam essa verdade, frequentemente de natureza transcendental, que indiferentemente da forma, adquirem um caráter sagrado, assumindo o papel de referência absoluta para os valores que se busca aderir. Já o *saber de opinião* se origina de uma avaliação de um elemento, ser ou acontecimento, sobre o qual o sujeito toma posição, envolvendo-se em um julgamento dos fatos do mundo, ao impor sua perspectiva sobre ele. A opinião é resultado de um processo de apropriação, no qual o sujeito seleciona um conhecimento dentre as diversas perspectivas presentes nos grupos sociais. Esse conhecimento é, assim, simultaneamente pessoal e compartilhado, justificando por que não pode ser objeto de debate, ramificando-se em *opinião comum*, *opinião relativa* e *opinião coletiva*.

#### 2.4. OS MEMES ATRAVÉS DA PERSPECTIVA SEMIOLINGUÍSTICA

Os *memes*, no contexto da mídia, podem ser definidos como “publicações em redes sociais materializadas em textos irônicos, de brincadeira ou zombaria” (Vale, 2020, p. 391). Dessa forma, os usuários reconhecem que essas manifestações discursivas divulgadas na internet são marcadas pela presença humor, embora os veículos midiáticos não diferenciem termos como “ironia”, “humor” e “riso”. Por isso, Vale (2020) destaca que são associados aos *memes* termos do campo semântico do riso, tais quais “conteúdo divertido”, “coisa engraçada”, “sorriso”, “comédia”, entre outros.

Ao tratar da natureza genérica dos *memes*, Vale (2020) utiliza como critério a possibilidade de reconhecimento de um gênero pelo sujeito midiático de forma intuitiva, como ocorre ao verificar a oposição entre “notícias” e “*memes*” em publicações jornalísticas ocorridas durante o período pandêmico. No entanto, o autor destaca que atribuir genericidade aos *memes* é uma

tarefa que pode “apresentar dificuldades de compreensão, mesmo para os sujeitos do discurso de informação” (Vale, 2020, p. 398). Isso ocorre devido à intensa instabilidade de forma e de conteúdo que os *memes* apresentam, tornando difícil sua classificação como gêneros primários ou secundários. Com efeito, Vale (2020) propõe a consideração dos *memes* como *gêneros intermediários*, situando-os em um espaço de transição entre os *gêneros primários* e *secundários* (cf. Bakhtin, 2010). Os gêneros primários, de natureza simples, carecem de restrições situacionais e formais, associando-se diretamente às ações cotidianas e imediatas dos sujeitos, como conversas informais, bilhetes e cartas. Em contraste, os gêneros secundários, mais complexos, surgem em contextos formais nos quais a comunicação cultural atinge níveis avançados, como ocorre nas interações sociais nas esferas artística, religiosa, científica e jornalística, exemplificado em editoriais, reportagens, teses, entre outros. A classificação como gênero intermediário decorre das especificidades dos *memes*: grande parte deles são produções individuais vinculadas diretamente ao dia a dia do usuário, logo se assemelhariam com os gêneros primários. Contudo, abordam temas de esferas complexas, como política, economia e cultura, estando mais próximos dos secundários. Com base nisso,

acreditamos ser mais viável estabelecer um espaço de transição entre os gêneros primários e os secundários, no qual se fixariam os gêneros intermediários, isto é, gêneros que, embora possam ser reconhecidos intuitivamente pela forma (mesmo que esta se apresente com grandes variações semiológicas), ainda, assim, mantêm um vínculo imediato com a vida cotidiana do sujeito, mesmo que a esse sujeito, do mesmo modo que o indivíduo criador da piada, não possa ser aferido um identificador ou um localizador espaço-temporal (VALE, 2020, p. 401).

Outra característica dos *memes* é se mostrarem como materializações discursivas do dia a dia capazes de alcançar grandes públicos em poucos minutos, devido ao alto poder de compartilhamento da internet. Além disso, por fazerem parte do grupo dos gêneros intermediários, conforme salienta Vale (2020), possibilitam interatividades sociais discursivas diferenciadas, como a realização de críticas sociais, morais, culturais e estéticas, uma vez que não estão diretamente associados a situações cotidianas. Nessa mesma perspectiva, os *memes* também apresentam certa “imprevisibilidade de cenografias”, isto é, reconhecer que um texto é um meme não possibilita prever como a encenação discursiva ocorrerá. Isso acontece porque esse gênero possui a inovação (semelhante aos gêneros do discurso publicitário) e a surpresa (tal qual ocorre em piadas) como seus aspectos constituidores.

Ao situar os *memes* como próximos de realizações de atos humorísticos, Vale (2020) admite ser possível analisar, de maneira geral, os elementos que compõem a enunciação do humor,

considerando as especificidades desse gênero, como, por exemplo, a presença de uma certa dúvida sobre quem produz o discurso. Por consequência, o sujeito responsável pela produção do meme é dividido em três categorias: *sujeito produtor-criador*, *sujeito compartilhador* e *sujeito produtora*. Enquanto *produtor-criador*, o sujeito é um “cidadão ordinário”, que emprega recursos tecnológicos para criar seus *memes*. Já o *sujeito compartilhador* é um usuário da internet que se identifica com o *meme* e o republica em suas redes sociais, alterando-o ou não. Por fim, o *sujeito produtora* diz respeito a empresas especializadas em criar *memes*, com intenções publicitárias. Assim, a enunciação humorística se constrói de maneiras diferentes a partir desses três tipos de sujeito: no primeiro caso, ao sujeito-produtor é possível ajuizar uma imagem de sujeito do riso, como o bufão, o risista, o humorista (cf. Vale, 2013); no segundo caso, como o sujeito compartilhador não é o criador do *meme*, ele pode se isentar das possíveis críticas aferidas à materialização humorística; no terceiro caso, o sujeito produtora pode apresentar posicionamentos ideológicos “disfarçados” por meio do humor e da simplicidade do gênero. É importante destacar que, independentemente do tipo de sujeito produtor, o meme exige certo domínio de estratégias linguísticas, discursivas e semiológicas para produzir humor, além do conhecimento sobre as ferramentas digitais.

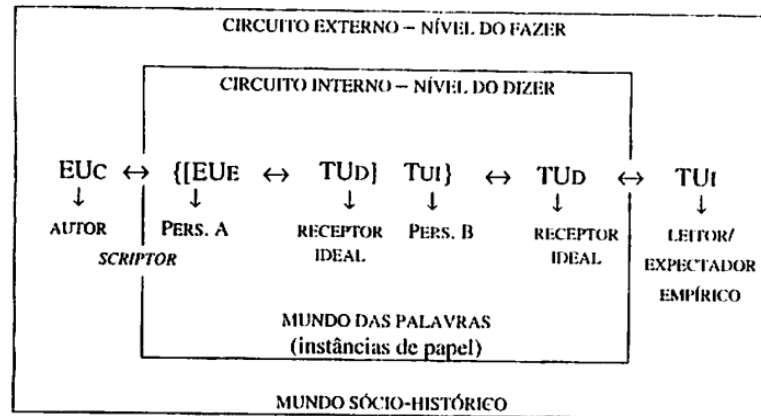
#### 2.4.1. A PROBLEMÁTICA DA ENUNCIÇÃO NOS MEMES

Como vimos, os *memes* podem suscitar diversificadas cenografias, gerando uma situação de comunicação real entre o meme e seus leitores, e uma situação ficcional entre os personagens. Por essa razão, é importante recorrer a um quadro comunicacional que apresente desdobramentos da teoria geral de Charaudeau, visto que além do sujeito produtor e do sujeito interlocutor, haverá outras instâncias envolvidas. Por isso, recorreremos à adaptação de Mello (2004), que, embora tenha sido produzida para tratar das especificidades do texto dramático, mostra-se adequada aos *memes*, já que propicia uma melhor compreensão das relações discursivas estabelecidas na situação ficcional interna.

Conforme Mello (2004, p. 94), “as personagens – sujeitos enunciadore e destinatários – imitam, representam e ‘fingem’ estar no mundo real, com seus interlocutores comunicantes e interpretantes”. Observamos que essas personagens simulam estar em um ambiente real, não apenas se comunicando, mas também desempenhando papéis sociodiscursivos. Por essa razão, eles imitam e representam, sugerindo que a comunicação não ocorre apenas por meio de uma transmissão direta de informações, mas também envolve uma expressão consciente ou

inconsciente de identidades e de intencionalidade (visadas). Ao instituir essas novas instâncias, Mello (2004) realiza um desdobramento da teoria geral de Charaudeau. A nova organização pode ser vista a seguir:

Figura 02: Quadro comunicacional de Mello (2004)



Fonte: Mello, 2004, p.95

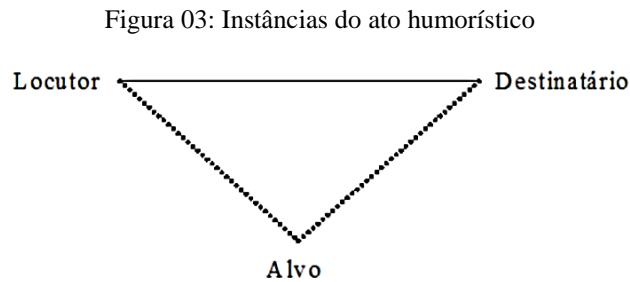
Com relação às instâncias enunciativas da situação ficcional atribuídas aos personagens, Mello (2004, p. 95) apresenta três componentes: EUE' (projeção do EUE-narrador no mundo das palavras), TUD' (destinatário ideal da instância de papel) e TUI' (destinatário "real" da cena ficcional). Além dessas instâncias, é possível identificar os elementos que compõem o contrato de comunicação da cena ficcional, visto que os personagens interagem levando em consideração "as mesmas estratégias comunicacionais de uma enunciação 'real'" (MELLO, 2004, p. 97).

#### 2.4.2. O HUMOR NA PERSPECTIVA SEMIOLINGUÍSTICA

Charaudeau (2006a) afirma que humor também deve ser considerado um ato de comunicação inserido em uma situação de comunicação, no entanto, ele não constitui a totalidade da situação de comunicação em si. Isso é evidenciado pelo fato de que o humor pode surgir em diversas situações, cada uma com contratos distintos, como contextos publicitários, políticos, midiáticos, conversacionais, entre outros. O humor, nesse contexto, representa uma forma específica de expressão dentro dessas diversas situações, configurando-se como um ato de enunciação com objetivos estratégicos voltados para estabelecer uma cumplicidade com o interlocutor. Desse modo, com o intuito de compreender como é estabelecido um ato humorístico, "somos levados

a descrever a situação de enunciação em que ele aparece, o tema sobre o qual se refere, os processos de linguagem que o concretizam e os efeitos que são suscetíveis de se produzir no público”<sup>32</sup> (CHARAUDEAU, 2006a, p. 22 – tradução nossa).

Em um ato de comunicação humorístico, há três componentes envolvidos: *locutor*, *destinatário* e *alvo* (CHARAUDEAU, 2006a), como pode ser observado no esquema abaixo.



Fonte: Vale (2009) com base em Charaudeau (2006a)

O *locutor* é aquele que, dentro de uma determinada situação de comunicação, realiza o ato humorístico: seja o participante de uma conversa, o anunciante em um anúncio, o colunista ou caricaturista em um jornal, o apresentador de um programa de rádio ou televisão, entre outros. O desafio que ele enfrenta diz respeito à sua legitimidade, ou seja, ao que o autoriza a realizar um ato humorístico nessa situação específica, uma vez que um ato humorístico não pode ser executado sem considerar a natureza do interlocutor, a dinâmica da relação entre eles e as circunstâncias em que ocorre. Dependendo do contexto, um ato humorístico pode causar desconforto à outra pessoa ou estabelecer uma cumplicidade.

De acordo com Charaudeau (2006a), o *destinatário* representado pelo ato humorístico pode ser posicionado como *cúmplice* ou *vítima*. Quando atua como cúmplice, é convidado a colaborar com o emissor, o autor do ato humorístico. Seja como consumidor de um anúncio, leitor de um jornal, ouvinte de um programa de rádio ou interlocutor em uma conversa, ele é instigado a compartilhar a perspectiva peculiar do mundo proposta pelo emissor, assim como o julgamento deste sobre o alvo em questão, desempenhando o papel de testemunha do ato humorístico. Por outro lado, ao agir como vítima – o que tende a ocorrer em situações de diálogo –, o destinatário é simultaneamente alvo do ato humorístico, encontrando razões para se sentir atacado. Nesse

---

<sup>32</sup> No original: “Aussi est-on amené, pour étudier l’acte humoristique, à décrire la situation d’énonciation dans laquelle il apparaît, la thématique sur laquelle il porte, les procédés langagiers qui le mettent en oeuvre et les effets qu’il est susceptible de produire sur l’auditoire”.

caso, a resposta do interlocutor pode variar desde concordar e rir de si mesmo até ignorar a situação. Em algumas situações, isso ocorre com ironia, quando uma resposta direcionada ao interlocutor o coloca como vítima de uma avaliação negativa por exemplo.

De acordo com Charaudeau (2006a), *alvo* é uma entidade cambiante. Vale (2009, p.54) afirma que essa natureza cambiante diz respeito à possibilidade do alvo “ora pode representar um sujeito indiretamente presente durante o ato de linguagem, ora se fundir tanto ao locutor (no caso da autoironia) ou ao destinatário (tornando-o cúmplice ou vítima do ato)”. Nessa posição, são destacados aspectos psicológicos ou comportamentais dessa pessoa, evidenciando falhas ou ilogicidades em seus modos de ser e agir, em relação a um julgamento social de normalidade, como pode ser observado em caricaturas na imprensa que satirizam políticos. Além disso, o alvo pode ser uma situação criada por acasos naturais ou pelas circunstâncias da vida em sociedade, cujo caráter absurdo ou irrisório é enfatizado, podendo também envolver uma ideia, opinião ou crença, expondo contradições ou absurdos. Por meio do alvo, o ato humorístico desafia visões convencionais do mundo, introduzindo duplicações, disjunções, discordâncias e dissociações na ordem das coisas (CHARAUDEAU, 2006a).

Com o intuito de analisar o ato humorístico, a Semiolinguística apresenta as categorias que envolvem o *jogo semântico* e o *jogo enunciativo*. Charaudeau (2006a, p. 32) explica que o jogo semântico “consiste em brincar com a polissemia das palavras que permite construir dois ou mais níveis de leitura ao longo da construção da frase (isotopia) em torno de palavras cujo significado é duplo ou triplo”. Assim, se há duas isotopias completamente estranhas uma a outra, temos a categoria chamada *loufoquerie*. Nesse caso, a convergência desses dois universos ocorre através de uma narrativa em que, inicialmente, não conseguimos discernir a relação causal que deveria ser estabelecida entre os eventos descritos, especialmente no que diz respeito a uma lógica natural ou à lógica da experiência humana. Como resultado, o encontro entre esses universos só pode ocorrer de maneira acidental ou por falha na compreensão inicial. Assim como ocorre com a incoerência “loufoquerie”, a incoerência *insólita* também surge da convergência de dois universos distintos. No entanto, a diferença reside no fato de que, desta vez, essas duas isotopias não são completamente alheias uma a outra. Esses dois universos não estão naturalmente conectados; mas a narrativa e/ou a situação em que surgem justifica o seu encontro, torna-se possível explicar as diversas lógicas presentes na história, ou ao menos esclarecê-las (CHARAUDEAU, 2006a). Por fim, a incoerência *paradoxal* é caracterizada por relações contraditórias entre duas lógicas dentro da mesma isotopia. Trata-se de um fenômeno

discursivo que desafia a lógica, não a lógica universal, mas aquela estabelecida pela norma social. Essa forma de incoerência opera em sentido contrário, contrariando o fluxo convencional e instaurando uma norma anti-social.

Já o *jogo enunciativo*, conforme Charaudeau (2006a), envolve o locutor posicionando o destinatário de maneira que este precise calcular a relação entre o que é dito explicitamente e a intenção oculta subjacente a essa explicitação. O resultado é uma separação entre o sujeito enunciador (quem fala explicitamente) e o sujeito falante, cuja intenção por trás das palavras deve ser desvendada. Há duas categorias envolvidas: *ironia* e *sarcasmo*. Quando há *ironia*, aquilo que é expresso (uma avaliação positiva) esconde o que não é expresso (uma avaliação negativa), no entanto, ao mesmo tempo, é anulado assim que revelamos o que foi destinado a ser compreendido. Já o *sarcasmo* destoa do decoro, expressando o que não deveria ser dito; consequentemente, causa desconforto ao interlocutor, ao mesmo tempo em que deixa o falante sujeito a uma resposta que evidencia o desagrado do interlocutor. Ainda de acordo com Charaudeau (2006a), no sarcasmo não há divergência entre a expressão verbal e o pensamento, como ocorre na ironia; simplesmente, observamos que o que é verbalizado é sempre um tanto exagerado em comparação ao pensamento subjacente. Existe uma discrepância de intensidade entre ambos: uma verbalização exagerada, repetitiva e agressiva, contrastando com um pensamento não expresso que permanece negativo, embora não deva ser interpretado na mesma medida da força da expressão verbal.

A fim de entender melhor como se organiza o *jogo semântico*, consideramos ser possível utilizar a proposta de Freud (2017) sobre as técnicas do riso como recurso que auxilia na identificação de marcas do ato humorístico. Essa escolha foi inspirada em Vale (2009), que defende ser possível identificar indícios textuais que auxiliem na compreensão das estratégias discursivas adotadas na construção do humor em piadas através das categorias do autor supracitado. Apresentamos, a seguir, por meio de resumo superficial, as principais técnicas do riso explicitadas por Freud (2017):

Quadro 01: Técnicas do riso

<b>Técnica</b>	<b>Descrição</b>
<i>Condensação</i>	Ocorre uma abreviação do pensamento pela combinação de palavras para formar uma nova ou acontece a modificação do substituto do elemento suprimido.
<i>Uso múltiplo do mesmo material</i>	Baseia-se no jogo de palavras, incluindo a repetição de uma palavra de diferentes maneiras, inversão de vocábulos, troca de letras, desmembramento em sílabas e variações de significado.

<b>Duplo sentido</b>	É caracterizado por uma palavra suscetível a várias interpretações, proporcionando a transição entre pensamentos distintos.
<b>Trocadilhos</b>	São construídos pela semelhança entre palavras, seja na estrutura geral, rima ou compartilhamento de letras, sendo que uma modificação simples, como uma vogal, pode ser suficiente.
<b>Deslocamento</b>	Envolve respostas ilógicas, resultando em um desvio no curso do pensamento.
<b>Réplica direta</b>	Constrói-se a partir do uso de uma resposta que não está vinculada ao sentido pretendido pelo questionador, mas sim a um sentido secundário, havendo a presença de cinismo.
<b>Redução ao absurdo</b>	Consiste em apresentar algo espantoso e fora do comum para destacar e expor algo igualmente estúpido e sem sentido.
<b>Automatismo</b>	Refere-se a erros de raciocínio automáticos, no qual uma pessoa reage de maneira repetitiva, expressando-se da mesma forma, ainda que seja inadequado ou contraproducente.
<b>Unificação</b>	Consiste em contrapor defesa à agressão, estabelecendo uma inesperada unidade entre ataque e contra-ataque.
<b>Alusão</b>	É uma referência indireta a algo que não é expresso diretamente, sendo que há uma omissão dos caminhos do pensamento que levaram à referência, ou seja, o contexto subjacente que conduz à alusão não é explicitamente mencionado.

Fonte: Freud, 2017.

#### 2.4.3. A FUNÇÃO DA IMAGEM NA COMPREENSÃO DO MEME

Vimos que o *meme* possui a multimodalidade como uma de suas características constituidoras, apresentando imagens em sua composição. Por essa razão, com o intuito de tentar explicar a questão da imagem nesse gênero, recorreremos a Joly (2007). Segundo a autora, a análise da imagem requer a escolha de uma abordagem teórica, e Joly opta pela semiótica, centrada na significação em vez da emoção ou prazer estético. Sua proposta não busca realizar uma revisão histórica ou discutir as diferenças e semelhanças entre abordagens, mas sim apresentar de forma sucinta os grandes princípios operacionais para uma melhor compreensão do que é uma imagem e como ela comunica algo.

Para Joly (2007), o princípio essencial da imagem é heterogêneo, englobando três categorias: *imagens* no sentido teórico do termo (signos icônicos), *signos plásticos* e, frequentemente, *signos linguísticos*. É a interação dessas categorias que produz o sentido, que aprendemos a decifrar mais ou menos conscientemente. Apesar de parecermos naturalmente aptos a interpretar imagens, a autora sugere a importância do conhecimento sobre convenções sociais, história e cultura como ferramentas essenciais para a leitura e análise do material não verbal.

Com efeito, a definição de imagem por Joly (2007) é discutida, explorando a relação entre filosofia, religião e cultura. Segundo a autora, o termo *imagem*, originário do latim *imago*, refere-se à máscara mortuária, uma representação da alma nos rituais funerários. “Presente na origem da escrita, das religiões, da arte e do culto dos mortos, a imagem é também um tema

crucial da reflexão filosófica desde a Antiguidade” (JOLY, 2007, p.19). Na Grécia antiga, a filosofia considerava a imagem como algo que engana, mistifica e desvia da verdade, sendo alvo de censura para Platão. No entanto, para Aristóteles, a imagem está associada aos sentidos, à verdade, à morte e ao sagrado, sendo vinculada aos mitos e modos de ser, podendo também representar concepções puramente mentais ou psíquicas. Dando continuidade, Joly (2007) explica que, na tradição judaico-cristã, a crença na criação do homem à imagem de Deus está ligada ao conceito do Belo, do bom e do sagrado. No entanto, há também a proibição de fabricar e adorar imagens. Essa contradição teve impacto significativo entre os séculos IV e VI, com a destruição de imagens em diferentes povos. Durante a Renascença, nos séculos XV e XVI, houve uma separação da representação de imagens sagradas e mundanas. Convém destacar que, atualmente, ainda vemos grupos extremistas de várias religiões, inclusive no Brasil, destruindo imagens e desenhos, considerando que as imagens esquematizam, imitam pessoas, objetos e o mundo real em sua relação com a vida e sociedade<sup>33</sup>.

Ainda para Joly (2007), a compreensão dos elementos visuais não implica automaticamente em uma interpretação precisa, pois uma imagem, por si só, não constitui uma linguagem universal que todos possam entender de imediato. Isso evidencia que reconhecer padrões nas mensagens visuais e interpretá-los são operações mentais complementares. Por esse motivo, a aprendizagem para ler imagens precede, em muitos casos, a habilidade de ler palavras, já que alguns códigos visuais podem parecer naturais, mas fazem parte de um processo de aprendizagem cultural, social e histórico. De fato, a função da análise, conforme Joly (2007), não se limita à contemplação ou ao entretenimento, mas pode ser pedagógica, ensinando a interpretar e conceber mensagens visuais de maneira mais eficaz. Por isso, a ação de analisar o conteúdo imagético deve assumir a perspectiva da recepção, considerando o contexto e a situação que podem ser distintos daqueles do criador. Assim, é essencial definir o momento e as circunstâncias que orientam e, por vezes, restringem o processo analítico. Além disso, destaca o entendimento de que a imagem é uma linguagem específica e heterogênea, exigindo conhecimento das ferramentas dessa linguagem e uma compreensão dos fundamentos para

---

<sup>33</sup> Alguns exemplos de destruição de imagens religiosas no Brasil recentemente: <https://www.brasildefato.com.br/2022/03/24/homem-invade-terreiro-e-destroi-imagens-de-orixas-no-distrito-federal>; <https://oglobo.globo.com/brasil/noticia/2022/10/destruicao-de-22-imagens-de-santos-em-paroquia-no-parana-e-atribuida-a-intolerancia-religiosa-e-a-momento-eleitoral.ghtml>; <https://g1.globo.com/sp/baurumaria/noticia/2023/08/21/igrejas-catolicas-tem-imagens-de-santas-vandalizadas-apos-ataque-durante-madrugada-em-barra-bonita.ghtml>. Acesso em: 02 fev. 2024.

garantir liberdade intelectual. Essa compreensão também leva à busca e verificação das causas da mensagem e de seu funcionamento, ampliando ainda mais a utilidade da análise de imagem.

A fim de avaliar o nível de compreensão e o modo de interpretação das mensagens visuais, Joly (2007) retoma as contribuições de Roland Barthes, que foi um dos pioneiros a explorar a imagem publicitária no campo da semiologia, fornecendo uma base metodológica. Um dos primeiros passos para abordagem é a descrição da imagem, uma ferramenta aparentemente simples, mas fundamental para catalogação. Assim, ao descrever a imagem, é essencial separar os elementos plásticos (texturas, cores, formas) e os elementos icônicos (estilos de roupas, móveis e ações). Essa abordagem é crucial tanto para a análise quanto para a construção da imagem. O processo é denominado de denotação, identificando o que é visualmente perceptível, e, a partir disso, conduzindo à conotação, ou seja, à construção de significado.

Existem três tipos de mensagens: linguística, icônica codificada e icônica não codificada (JOLY, 2007). Na mensagem linguística, é essencial compreender não apenas o que está escrito ou falado, mas também sua retórica e figuras de linguagem. A mensagem icônica, codificada, busca entender a primeira mensagem simbólica, como a primeira conotação. A terceira mensagem é a icônica não codificada, relacionada à aparente naturalidade da mensagem e à interação do observador com a imagem. Essa mensagem pode passar como uma ilusão perfeita, provocando ou gerando uma sensação profunda.

Acerca da mensagem linguística, Joly (2007) recorre à teoria de Barthes, que ao diferenciar diversos tipos de mensagens na imagem publicitária, optou por isolar, durante a análise, a mensagem linguística. Barthes se dedicou a estudar o tipo de relação que essa mensagem poderia estabelecer com a imagem e como ela orientaria a interpretação. Além disso, identificou dois casos principais de figuras: o conteúdo verbal pode ter, em relação à imagem, uma função de âncora (*ancoragem*), ou então uma função de substituição (*revezamento*). A ancoragem tem como objetivo interromper o movimento fluido do significado, resultante da inescapável polissemia da imagem. Essa função aponta para um nível adequado de compreensão e destaca o que deve ser enfatizado entre as diversas interpretações que uma única imagem pode evocar. Exemplos diários dessa função de âncora da mensagem linguística são comumente encontrados na imprensa, sendo também referidos como a legenda da imagem. Já o *revezamento* torna-se evidente quando a mensagem linguística entra em cena para suprir as lacunas expressivas da imagem, funcionando como sua representante. Apesar da riqueza expressiva e comunicativa de

uma mensagem puramente visual, como demonstrado pela extensão da nossa análise, há aspectos que ela não pode comunicar eficazmente sem o uso do verbal. Isso inclui informações específicas de lugar ou tempo, duração, pensamentos ou falas das personagens. Nesses casos, recorre-se a uma variedade de artifícios, como o uso de imagens estereotipadas para representar lugares (por exemplo, a Torre Eiffel para Paris) ou a utilização de objetos visíveis, como calendários ou relógios, para indicar a passagem do tempo.

# CAPÍTULO 3

## ANÁLISE DE *MEMES* DA PANDEMIA: ESTRATÉGIAS E REPRESENTAÇÕES

### 3.1. PROPOSTA METODOLÓGICA

O *meme* apresenta características específicas, como a circulação no ambiente digital, a presença de elementos imagéticos, a utilização do humor e a baixa quantidade de material verbal. Todas essas especificidades exigem que a análise seja feita por etapas bem definidas, com o intuito de se alcançar o objetivo principal desta pesquisa, que é reconhecer as representações da morte em *memes* da pandemia de COVID-19. Para isso, recolhemos os dados na rede social Facebook, por ser uma plataforma digital que permite a pesquisa de informações com base na filtragem por data. Nesse sentido, selecionamos os *memes* que tiveram sua publicação entre o dia da primeira morte por COVID-19 no Brasil, 17 de março de 2020, até 22 de maio de 2020 – data em que ocorreu o pico de mortes diárias<sup>34</sup> por coronavírus no país em 2020.

Ainda sobre a busca, ela foi feita em páginas do Facebook que possuem acesso liberado a qualquer usuário da internet, por isso todos os *memes* podem ser acessados através dos links, mesmo que a pessoa não tenha uma conta no Facebook. Os trinta *memes* apresentados nesta pesquisa foram retirados de onze páginas diferentes, os quais estão dispostos e identificados em uma tabela (vide anexo A, p. 89). Além disso, apresentamos informações complementares sobre cada *meme*, como o nome da página na qual foi publicado, a data de publicação e o link para acesso. Para organizar essa tabela, utilizamos uma grade (*apêndice A*, p. 95) e acrescentamos dados sobre as páginas, como a categoria e o número de seguidores, como pode ser visto abaixo:

Nome da Página <sup>35</sup>	Quantidade de <i>memes</i>	Categoria <sup>36</sup>	Seguidores <sup>37</sup>	Link <sup>38</sup>
Artes Depressão	4	Criador (a) de conteúdo digital	1,5 milhão	<a href="https://www.facebook.com/ArtesDepressao">https://www.facebook.com/ArtesDepressao</a>

Fonte: autoria própria

<sup>34</sup> Fonte: <https://www.poder360.com.br/brasil/pico-em-maio-repique-em-julho-as-datas-reais-da-pandemia-no-brasil/>. Acesso em: 04 de ago. 2023.

<sup>35</sup> Embora algumas páginas possuam o mesmo nome, elas constituem perfis diferentes na rede social. Disponível em: <https://www.facebook.com/>. Acesso em: 04 de ago. 2023.

<sup>36</sup> Descrição exposta pela própria página no dia 04 de agosto de 2023. Disponível em: <https://www.facebook.com/>. Acesso em: 04 de ago. 2023.

<sup>37</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/>. Acesso em: 04 de ago. 2023.

<sup>38</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/>. Acesso em: 04 de ago. 2023.

Como já salientamos, nossa proposta de análise usa como base os pressupostos teóricos e metodológicos da Semiologia, associados a outras teorias que se mostraram relevantes para auxiliar na tarefa de analisar as representações da morte em *memes* da pandemia. O primeiro passo escolhido foi evidenciar as instâncias enunciativas que se mostram presentes nos *memes*, levando em consideração o quadro comunicacional do ato de linguagem proposto por Charaudeau (2019). Formulamos uma grade apresentando as instâncias enunciativas (*apêndice B*, p. 95).

Grade 2: Apêndice B

Meme	Sujeito Comunicante (EUc)	Sujeito Enunciador (EUe)	Sujeito Destinatário (TUd)	Sujeito Interpretante (TUí)
18	Administrador da página Piadas Do Ted	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página	Qualquer pessoa com acesso ao meme

Fonte: autoria própria

Em seguida, reconhecendo que dentro de um meme, existem personagens que também estabelecem uma dinâmica de interlocução, optamos por aplicar o quadro comunicacional proposto por Mello (2004), que é um desdobramento da teoria geral, para aprimorar nossa compreensão sobre como a enunciação se manifesta entre os sujeitos ficcionais, que encenam estarem no mundo real. Nessa linha, ao tratar da situação ficcional, utilizamos uma grade com os elementos de análise da encenação discursiva (*apêndice C*, p. 96), contendo a descrição dos seguintes componentes contratuais da instância ficcional: (a) identidade dos personagens; (b) finalidade (visada predominante); (c) propósito (tema); (d) circunstâncias. Acrescentamos nessa grade a análise dos modos de organização do discurso, levando em consideração as categorias do ato locutivo e suas respectivas modalidades.

Grade 3: apêndice C

Meme	Contrato de comunicação na cena ficcional				Ato locutivo/Modalidades
	Identities das personagens	Finalidade (visada predominante)	Propósito (tema)	Circunstâncias	
1.	A Morte/ um transeunte	Solicitação	Isolamento social	Dialogal	Alocutivo: Sugestão ( <i>Você quer ir para casa</i> )/ Aviso ( <i>ou já quer ir comigo para adiantar?</i> )

Fonte: autoria própria

Retomando as características do gênero *meme*, o próximo passo da análise foi a identificação dos elementos que fazem parte da *mise en scène* humorística com base em Charaudeau (2006a), já que o humor se apresenta como uma estratégia discursiva constitutiva nos *memes*. Assim, seguindo Charaudeau (2006a), assumimos também que o humor integra as diversas estratégias discursivas disponíveis a um falante, visando cativar o interlocutor dentro de um contexto comunicacional específico, ou o público, produzindo vários efeitos de cumplicidade. Por essa razão, analisamos como o humor acontece nos *memes* sobre morte na pandemia, identificando os elementos do *jogo semântico*, do *jogo enunciativo* e do *jogo imagético*.

Com relação aos procedimentos linguísticos que possibilitam o humor (jogo semântico), recorreremos aos tipos de incoerência propostas por Charaudeau (2006a). Associamos também a esse momento da análise a busca pelo reconhecimento de pistas linguísticas e discursivas associadas ao humor nos *memes*, com base nas técnicas do riso propostas por Freud (2017). Reconhecendo que os *memes* possuem semelhanças com as piadas, consideramos que seja útil empregar tais categorias nesta pesquisa. Essa grade (apêndice D, p. 98) ficou organizada da seguinte forma:

Grade 4: apêndice D

Meme	Jogo semântico	
	Técnica do Riso	Incoerência
<b>02</b>	Alusão	Insólita

Fonte: autoria própria

Sobre o jogo enunciativo, levamos em consideração as categorias que integram o ato humorístico (*locutor*, *destinatário* e *alvo*) dentro da cena ficcional, além de averiguar se o destinatário se classificava como *cúmplice* ou *vítima*. Com base em Charaudeau (2006a), verificamos se a categoria predominante era *ironia* ou *sarcasmo*. A grade ficou organizada da seguinte forma (vide apêndice E, p. 98):

Grade 5: apêndice E

Meme	Jogo enunciativo (cena ficcional)				
	Locutor'	Destinatário'	Alvo'	Classificação do destinatário'	Categoria predominante
<b>22</b>	Um rapaz	Uma moça	Destinatário	Vítima	sarcasmo

Fonte: autoria própria

Por fim, a última etapa foi a análise do jogo imagético, no qual reconhecemos a existência de uma relação entre o material linguístico e conteúdo imagético, com base em Joly (2007), buscando reconhecer se ocorreu *ancoragem* ou *revezamento*. Vale dizer que, no primeiro caso, o material linguístico serve de apoio para o processo interpretativo; enquanto no segundo caso, há uma espécie de “redundância” entre o extrato linguístico e o icônico (JOLY, 2007). A grade utilizada pode ser vista a seguir:

Grade 6: apêndice F

Meme	Jogo imagético Relação entre imagem e texto
01	Revezamento

Fonte: autoria própria

Resumindo, esse capítulo foi organizado da seguinte maneira: (a) análise da situação de comunicação real entre o meme e seus leitores, com base em Charaudeau (2019); (b) análise da situação de comunicação ficcional entre as personagens, fundamentando-se em Mello (2004); (c) análise da *mise en scène* humorística, observando o jogo semântico, o jogo enunciativo e o jogo imagético, tendo como base, dentre outros materiais, Charaudeau (2006a).

### 3.2. A SITUAÇÃO DE COMUNICAÇÃO ENTRE OS MEMES E SEUS LEITORES

No que diz respeito ao *corpus* desta pesquisa, levamos em consideração a *categoria*<sup>39</sup> presente na página do Facebook da qual o meme foi coletado, para encontrar indícios do sujeito-produtor. Nesse sentido, das páginas consultadas, três se apresentam como “Humorista”, três como “Site de entretenimento”, duas como “Criador (a) de conteúdo digital”, duas como “Blogueiro/Blog pessoal” e duas outras como “Interesse” (cf. apêndice A, p. 95). No entanto, essas informações não permitiram que afirmássemos que o Sujeito Comunicante (EUc) do *meme* 15 (vide figura 04), por exemplo, seja um *sujeito-produtora*, somente pelo fato de ter sido publicado em uma página que se autointitula “criador (a) de conteúdo digital”.

Por conta de todas essas especificidades que envolvem a autoria dos *memes*, optamos por afirmar que a instância EUc, nesse *corpus*, é o organizador da página que publicou o *meme*, reconhecendo que este pode ser um criador, um compartilhador ou uma produtora. Nossa

<sup>39</sup> A “categoria” de uma página refere-se à classificação que descreve o tipo de conteúdo ou propósito da página, ajudando a definir e organizar diferentes tipos de páginas na plataforma Facebook.

análise revelou a presença de onze organizadores diferentes, aos quais foram associados *memes* da pandemia contendo algum aspecto sobre a morte durante o período de 17 de março a 22 de maio de 2020. A página *Só humor e piadas* publicou o maior número de *memes* que se enquadravam nos critérios anteriormente dispostos, apresentando um total de oito publicações. Os demais resultados obtidos sobre a quantidade de *memes* de cada página pode ser conferida no apêndice A.

Com relação à outra instância disposta no circuito externo, o Sujeito Interpretante (TUi), devido à configuração do meme como um gênero que circula nas redes sociais, consideramos que o TUi seja qualquer pessoa que entre em contato com o meme através da internet. Nosso objetivo não é determinar com exatidão quem seja esse sujeito. Temos a intenção de reconhecer a presença dessa instância no processo de comunicação, observando sua importância dentro do circuito externo. Conforme Charaudeau (2019), reconhecemos que estamos em uma posição de buscar os *possíveis interpretativos* que circundam cada *meme* que compõe nossa pesquisa. Considerando o meme 15, por exemplo, reconhecemos que o sujeito comunicante (EUc) é o administrador da página *Artes Depressão*, enquanto o sujeito enunciador (EUe) é a identidade enunciativa do administrador dessa página, que realizou a ação de publicar o *meme*:

Figura 04: meme 15<sup>40</sup>



Como dito anteriormente, não podemos afirmar categoricamente que o *meme* 15 foi criado ou compartilhado por esse sujeito. Com relação ao sujeito destinatário (TUd), observamos que se

<sup>40</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/ArtesDepressao/photos/a.196281473834625/2693475890781825/>

trata do público-alvo da página. Por fim, o sujeito interpretante (TUi) é qualquer indivíduo que tenha tido (ou venha a ter) acesso ao *meme*.

### 3.3. A SITUAÇÃO DE COMUNICAÇÃO FICCIONAL ENTRE OS PERSONAGENS DOS MEMES

Como mencionado anteriormente, o conhecimento dos sujeitos envolvidos, tanto na produção quanto na recepção de um ato de linguagem, é fundamental para uma compreensão inicial do funcionamento do discurso. Seguindo o quadro comunicacional de Mello (2004), a análise das instâncias enunciativas presentes na cena ficcional, estabelecida entre os personagens dos *memes*, baseou-se na identificação do EUe', do TUD' e do TUi'. Iniciemos com a apresentação do *meme* 22 (vide figura 05). O *meme* 22 apresenta dois personagens que estão conversando através de mensagens de celular. No primeiro momento da cena o EUe' (personagem moça) se dirige ao TUi' (personagem rapaz), afirmando que estava com medo de pegar coronavírus:

Figura 05: meme 22<sup>41</sup>



Nesse *meme*, a resposta inusitada do rapaz, dizendo que o coronavírus deveria estar com medo da moça por ela ter pegado o marido dos outros e ainda permanecer viva, demonstra que não ocorreu uma identificação plena entre TUD' e TUi', reforçando a independência deste sobre aquele. Com relação à classificação das entidades enunciativas, é necessário notar também que ocorre uma inversão dos papéis devido à natureza dialogal da cena ficcional: a moça torna-se TUi' e o rapaz passa a ser o EU' ao respondê-la. Essa alteração de papéis também ocorre no *meme* 13 (figura 06):

<sup>41</sup> Fonte: [https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/912090519225254/?\\_rdc=1&\\_rdr](https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/912090519225254/?_rdc=1&_rdr)

Figura 06: meme 13<sup>42</sup>

O *meme* 13 mostra uma garotinha conversando com seu pai, enquanto um garoto aparece próximo a eles. Inicialmente o personagem menina é o EUE’ e o personagem pai é o TUI’, sendo TUD’ o receptor ideal formulado por EUE’. Em seguida, eles trocam de papéis: TUD’ agora é constituído pelo pai, que é o EUE, e se dirige à menina, classificada agora como TUI’. O menino que está acompanhando a situação também profere uma fala, constituindo-se em EUC e EUE’ no lugar do pai. Nesse caso, a menina permanece sendo TUI’ da cena. Essa troca de turnos de fala na cena ficcional é importante para compreender melhor a presença da morte nos memes analisados. Vejamos.

Sobre os papéis languageiros dos personagens da cena ficcional, destacamos que a morte apareceu em apenas um meme como EUE’. No *meme* 01 (vide figura 07), a imagem de um ser esquelético usando capa preta possibilita, através do conhecimento prévio sobre a cultura ocidental, a identificação da morte como uma entidade que produz o ato de comunicação dentro da cena ficcional. EUE’, no *meme* 01, é a Morte que se dirige a um transeunte na rua. Os dados revelam que a maioria dos *memes* desta pesquisa (29 memes) não apresenta a morte como EUE’ nem como TUI’ da situação de comunicação ficcional. A representação da morte como uma entidade concreta possui baixa ocorrência nos *memes* da pandemia analisados (apenas 1 meme). Verificamos que predomina a visão da morte como uma *ação* (ato de perder a vida) e não como uma *entidade* (ser mítico responsável pelo falecimento das pessoas). Tal fato pode ser visualizado também por meio da identificação das identidades dos parceiros, ou seja, dos

<sup>42</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/ArtesDepressao/photos/a.196281473834625/2765363053593108/>

protagonistas que fingem estar no mundo real (vide anexo C). A morte aparece apenas no meme 01, como comentaremos melhor na seção seguinte que trata dos elementos do contrato ficcional.

### 3.3.1. ELEMENTOS DO CONTRATO DE COMUNICAÇÃO DA SITUAÇÃO FICCIONAL DOS MEMES

Nesta seção, analisaremos os elementos que compõem o contrato da situação ficcional, iniciando pela *finalidade*. Vale lembrar que essa análise só é possível porque esses contratos, bem como as personagens, se apresentam como se fossem reais, por isso possuem finalidades, propósitos (temas), circunstâncias e identidades dos “parceiros” (protagonistas que fingem ser parceiros), conforme Mello (2004).

Figura 07: meme 01<sup>43</sup>

Para aqueles que ficam na rua sem motivo



Observemos, a título de exemplo, o *meme* 01 (vide figura 07), com o intuito de verificar essa organização interna dos elementos que compõem a encenação ficcional. A finalidade (visada predominante) apresentada no meme 01 é a solicitação, pois o “*eu* quer ‘saber’, e ele está, então, em posição de inferioridade de saber diante do *tu*, mas legitimado em sua demanda; *tu* está em posição de ‘dever responder’ à solicitação” (CHARAUDEAU, 2004, p. 23). Nesse caso, a Morte quer saber se o transeunte prefere ir para casa ou acompanhá-la “para adiantar”. O *tu* deve responder ao seu questionamento, pois ela tem legitimidade para fazer esse tipo de

<sup>43</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/memeioporemgraduadoOFICIAL/photos/a.100557734938326/121343732859726/>

questionamento, por isso o interlocutor reconhece sua identidade (morte como aquela que é capaz de tirar a vida).

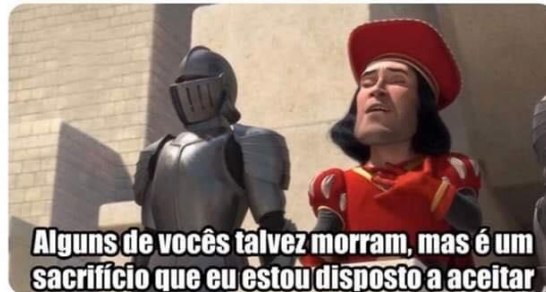
Ainda falando sobre as visadas, a maioria dos *memes* que compõem o *corpus* apresentaram a visada de informação (vide apêndice C). De acordo com Charaudeau (2004, p. 23), na finalidade de informação, o “*eu* quer ‘fazer saber’, e ele está legitimado em sua posição de saber; *tu* se encontra na posição de ‘dever saber’ alguma coisa sobre a existência dos fatos, ou sobre o porquê ou o como”. Com relação às finalidades, identificamos os seguintes resultados: informação 83,33% (24 memes), incitação 13,33% (4 memes) e solicitação 6,67% (2 memes).

A fim de visualizar como a visada mais recorrente aparece nos *memes* analisados, apresentamos o meme 17 (figura 08):

Figura 08: meme 17<sup>44</sup>

Outras empresas : suspendemos o  
trabalho devido ao coronavírus

Minha empresa :



O meme 17 é construído a partir de uma imagem retirada do filme *Shrek* (animação da DreamWorks, lançado em 2001), apresentando o personagem Lord Farquaad. Ele é retratado como o antagonista principal do filme e é o governante da cidade de Duloc. O nome *Farquaad* é uma paródia fonética da frase em inglês *fuckwad*, e seu personagem é uma sátira de personagens de contos de fadas tradicionais e de certos líderes autoritários<sup>45</sup>. Retomando a análise da visada de informação, o interlocutor da cena ficcional (o povo que escuta o pronunciamento) se encontra na posição de “dever saber”, enquanto o personagem Lord

<sup>44</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/ajudaDP/photos/a.478994919540183/446251686147840/?type=3>

<sup>45</sup> Fonte: [https://viloes.fandom.com/pt-br/wiki/Lorde\\_Farquaad#:~:text=Farquaad%20depois%20de%20escolher%20a,The%20Ghost%20of%20Lord%20Farquaad](https://viloes.fandom.com/pt-br/wiki/Lorde_Farquaad#:~:text=Farquaad%20depois%20de%20escolher%20a,The%20Ghost%20of%20Lord%20Farquaad). Acesso em 12 fev. 2024.

Farquaad está na posição de “fazer saber”. Dizendo de outra forma, o enunciador apresenta a informação de que está disposto a aceitar a possibilidade de *óbito* (ou seja, a morte se faz materializada discursivamente) de alguns moradores de seu reino, enquanto os interlocutores devem saber da sua autoridade e reconhecer o informe que está sendo dado. No *meme* 17, o personagem é irônico e, ao mesmo tempo, utiliza eufemismo, como se entendesse a morte como um evento comum e aceitável. Além disso, a morte aparece nesse *meme* como uma ação que talvez aconteça com o interlocutor, mas ela não é dita de forma explícita, ou seja, o locutor, personagem Lord Farquaad não afirma categoricamente que o povo do seu reino irá morrer, por isso é necessário realizar uma inferência para que o sentido seja compreendido plenamente.

Continuando a observação dos elementos do contrato de comunicação, de acordo com Charaudeau (2006b, p. 187), o *propósito* é “aquilo de que se fala, o projeto que se tem em mente ao tomar a palavra; o que é, afinal proposto”, ou seja, *é do que se trata* o ato de linguagem. No que diz respeito ao propósito, foram identificados os seguintes temas nos *memes* do *corpus*: isolamento social (9 memes); mortes por coronavírus (11 memes); histórico de atleta (2 memes); aparência fúnebre do ex-ministro Teich (2 memes); sintomas do coronavírus (1 meme); medo da morte (1 meme); características do coronavírus (2 memes); sacrifício para fim da pandemia (1 meme). Vejamos o próximo meme a ser analisado.

Figura 09: meme 28<sup>46</sup>

Rato morre em supermercado, vítima de infarto após ver o preço do queijo, mas segundo a globo, foi de Coronavírus...



Como exemplo do tema “mortes por coronavírus”, observemos o *meme* 28 (figura 09). Esse *meme* menciona que um rato morreu em um supermercado, supostamente devido a um infarto causado pelo preço do queijo, mas a causa do falecimento, segundo a Rede Globo, foi atribuída

<sup>46</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/PiadasDoTedOficial/photos/a.512559295433574/3062968667059278/>

ao coronavírus. A Rede Globo, como uma das principais redes de televisão no Brasil, concentrou parte significativa de sua programação jornalística e informativa na cobertura da pandemia, destacando as últimas informações, entrevistas com especialistas, análises e reportagens sobre diversos aspectos da crise de saúde. Por hora, não entraremos no mérito de explicar como o humor aparece nesse *meme*, mas é possível perceber que se trata de uma crítica à interpretação equivocada de eventos por parte da mídia e à grande exposição que o tema “pandemia” recebeu na época.

Outro propósito frequente nos *memes* analisados foi o isolamento social (cf. anexo C), como pode ser exemplificado através do meme 09 (figura 10):

Figura 10: meme 09<sup>47</sup>



O *isolamento social* para idosos durante a pandemia de COVID-19 foi uma medida crucial para proteger esse grupo de maior risco, pois os mais velhos, especialmente aqueles com condições de saúde subjacentes, apresentavam maior susceptibilidade a complicações graves decorrentes da infecção pelo coronavírus. O *meme* 09 aborda essa temática na medida em que retrata o desejo de um idoso de sair de casa e descumprir o isolamento social, mas ele não toma essa atitude por conta dos “homens estranhos” que estão olhando-o pela janela. Para compreender esse *meme*, é necessário reconhecer que esses homens ficaram conhecidos na internet por um vídeo que mostrava a realização de uma dança com um caixão durante um funeral em Gana<sup>48</sup>.

<sup>47</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/Memesdasouthamericamemes/photos/a.1124909314341378/1623207771178194/>

<sup>48</sup> Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/entenda-meme-do-caixao-viral-que-tomou-internet-durante-quarentena-24364792>. Acesso em: 12 fev. 2024.

O ritual é popular em Gana, mas chamou a atenção dos usuários da internet por ser algo inusitado para a cultura brasileira. Vários *memes* foram divulgados durante a pandemia com a imagem dos carregadores de caixão, ficando popularmente conhecido como *Meme do Caixão*. De acordo com *site #MUSEUdeMemes* (2024)<sup>49</sup>: “sobretudo no Brasil, o *Meme do Caixão*, com os carregadores de caixão ganeses, passou a refletir os acontecimentos acerca da Covid-19, como os prováveis efeitos trágicos da suposta demissão do Ministro da Saúde pelo Presidente”.

Em todos os casos verificados nesta pesquisa<sup>50</sup>, a figura dos carregadores de caixão dançarinos indica que o resultado de uma ação poderá ser o fim da vida, mas não há a presença explícita do termo “morte” nesses *memes*, entrando em cena os implícitos trazidos pela intertextualidade. No *meme* 09 (vide figura 10), por exemplo, infere-se que o idoso desiste de sair de casa por medo de morrer, mas isso não é falado explicitamente em nenhum momento. A ideia da morte é *suavizada* por meio da ação irônica de mostrar a figura dos carregadores de caixão ganeses. Essa situação foi tão explorada durante a pandemia no Brasil que virou tema de campanhas de conscientização contra o coronavírus no país. Em Sorocaba (SP), foram fixados outdoors mostrando a imagem dos carregadores de caixão, acompanhados pela frase “Fique em casa, ou venha dançar com a gente”<sup>51</sup>. Já em São João da Boa Vista (SP), a prefeitura municipal utilizou em outdoors a mesma imagem com a frase “Use máscara e não dance com a gente”<sup>52</sup>. Também foram verificadas campanhas semelhantes nas cidades de Poços de Caldas (MG)<sup>53</sup>, Cachoeiro de Itapemirim (ES)<sup>54</sup>, Itamajuru (BA)<sup>55</sup>, dentre outros municípios.

Retomando a análise dos componentes do contrato de comunicação da cena ficcional, as circunstâncias, monologal ou dialogal são um importante elemento a ser analisado. Nesse caso,

---

<sup>49</sup> Disponível em: <https://museudememes.com.br/collection/meme-do-caixao>. Acesso em: 12 fev. 2024.

<sup>50</sup> Dos 30 memes analisados, três deles apresentaram a imagem dos carregadores de caixão dançarinos (vide anexo A).

<sup>51</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2020/04/16/empresario-usa-meme-do-caixao-para-alertar-sobre-quarentena-fique-em-casa.ghtml>. Acesso em: 12 fev. 2024.

<sup>52</sup> Disponível em: <https://www.omunicipio.jor.br/wordpress/2020/05/02/outdoor-do-meme-do-caixao-chama-atencao-em-avenida/>. Acesso em: 12 fev. 2024.

<sup>53</sup> Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/04/09/outdoor-usa-meme-do-caixao-para-pedir-que-pessoas-fiquem-em-casa-em-mg.htm>. Acesso em: 12 fev. 2024.

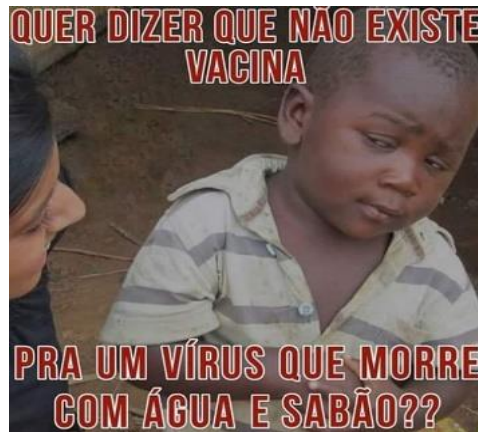
<sup>54</sup> Disponível em: <https://revistaleia.com/outdoor-com-meme-do-caixao-alerta-cachoeirenses-para-ficar-em-casa/>. Acesso em: 12 fev. 2024.

<sup>55</sup> Disponível em: <https://www.sulbahianews.com.br/meme-com-caixao-vira-tema-de-campanha-contracoronavirus-em-itamaraju/>. Acesso em: 12 fev. 2024.



contradição, questionando por que ainda, à época, não havia vacina contra o coronavírus, se ela era muito necessária. Com isso, temos uma situação em que o contrato de troca é estabelecido, logo recebe a classificação de “circunstância dialogal”: Isso ocorre porque a fala do garoto pressupõe a da mulher.

Figura 12: meme 19<sup>58</sup>



Do total de *memes* analisados, 40% (12 memes) apresentam circunstancial monologal, 53,3% (16 memes) possuem circunstância dialogal e 10% (3 memes) contêm conteúdo linguístico que atua somente como contextualização. Sobre esse resultado comentado anteriormente, vale ressaltar que o meme 10 (vide figura 13) apresentou duas circunstâncias diferentes, por isso a soma dos valores anteriores está acima de 100%. Nesse *meme*, observa-se uma situação humorística relacionada aos possíveis efeitos gerados por um espirro em 2019 e outro durante a pandemia. No primeiro quadro, em 2019, as pessoas apenas desejavam “saúde” de maneira casual. Já no quadro seguinte, em oposição, a imagem dos carregadores de caixão remete ao cenário pandêmico e ao medo de contaminação (e morte) por coronavírus. Na primeira parte do meme 10, há circunstância dialogal, já que se está sendo encenada uma conversa, mas na segunda parte não se estabelece um diálogo entre os envolvidos, por conta disso os elementos linguísticos atuam apenas como contextualização:

---

<sup>58</sup> Fonte: [https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/958779881222984/?\\_rdc=1&\\_rdr](https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/958779881222984/?_rdc=1&_rdr)

Figura 13: meme 10<sup>59</sup>

Por fim, analisamos os modos de organização do discurso nessa parte da pesquisa, sendo que, devido à pequena quantidade de elementos linguísticos presente nos *memes*, nos detivemos na análise do modo enunciativo. Como exemplo do comportamento alocutivo, citamos o meme 12 (figura 14):

Figura 14: meme 12<sup>60</sup>

Nesse meme, uma senhora idosa está tentando se livrar de um cachorro, que está preocupado com a segurança da mesma, sugerindo que ela deveria ficar em casa para evitar o risco de

<sup>59</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/Memesdasouthamericamemes/photos/a.1124909314341378/1617248568440781/>

<sup>60</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/laelebrazil/photos/a.2027155267522538/2493213394250054/>

contaminação pelo coronavírus. O comportamento alocutivo aparece através de uma injunção (Fica em casa/ Amarra ela) e de uma interrogação (Quer morrer?). No primeiro caso, seguindo as proposições de Charaudeau (2019), existe uma relação de força, na qual o emissor ocupa uma posição de vantagem, sendo capaz de impor ao interlocutor uma determinada ação ou seu ponto de vista, através do uso da injunção. Na segunda situação, por ser um questionamento, o locutor reconhece que está numa posição de inferioridade nessa dinâmica e espera receber uma resposta.

O modo elocutivo é aquele em que o interlocutor não está implicado e o sujeito falante apresenta suas opiniões sobre os fatos e os seres do mundo (CHARAUDEAU, 2019). Isso pode ser visualizado no *meme* 16 (figura 15), que utiliza a figura de um cachorro com uma expressão confusa para satirizar as mudanças nas percepções sobre a situação durante a pandemia, referindo-se ao ex-presidente Bolsonaro e à volatilidade das decisões em relação às medidas de enfrentamento da COVID-19. No que diz respeito aos modos de organização do discurso, o *meme* 16 apresenta duas categorias do comportamento elocutivo: *apreciação*, ao qualificar o governante (*Presidente louco*) e *saber/ignorância*, ao apresentar uma informação que é pressuposta e reconhecida por ele como uma verdade (*Vamos passar fome sem trabalhar/Vamos morrer se voltar a trabalhar*):

Figura 15: meme 16<sup>61</sup>



Por fim, o comportamento delocutivo é retratado em um número menor de textos desse *corpus*, como acontece em um trecho do meme 03 (vide figura 16), que sugere que idosos que

<sup>61</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=2019007061576512&set=a.116451355165435>

sobrevivem ao coronavírus possuem uma saúde equiparável à da Rainha Elizabeth, logo são “opponentes” dignos para ela. Vale destacar que Rainha Elizabeth possuía 94 anos em 2020 e era conhecida por ter muita saúde. Esse texto apresenta um discurso relatado, pois transcreve o trecho de uma notícia, na qual um veterano de 95 anos da Segunda Guerra Mundial superou a batalha contra o coronavírus, assim ocorreu um relato de um discurso já enunciado, configurando o comportamento delocutivo:

Figura 16: meme 03<sup>62</sup>



À guisa de conclusão, encontramos os seguintes dados numéricos referentes aos comportamentos locutivos do modo enunciativo, lembrando que 6 *memes* apresentaram mais de uma categoria: alocutivo, 30% (9 memes); elocutivo, 86,67% (26 memes) e delocutivo 13,33% (4 memes). O que evidencia uma predominância do comportamento elocutivo, demonstrando que os memes são altamente subjetivos.

#### 3.4. O HUMOR ENQUANTO ESTRATÉGIA DISCURSIVA NOS *MEMES* DA PANDEMIA

Nessa seção, analisamos o humor a partir da sua função como estratégia discursiva presente em *memes* da pandemia que apresentam a temática da morte, seguindo os preceitos teóricos de

<sup>62</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/SouthAmericaMemexXX/photos/a.277519073030950/648940985888755/>

Charaudeau (2006a). As considerações feitas baseiam-se na encenação discursiva que ocorre entre as personagens da cena ficcional, que fingem estar no mundo real (MELLO, 2004).

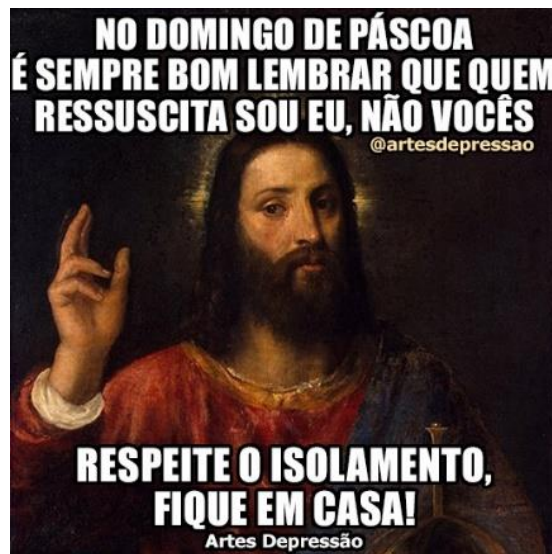
#### 3.4.1. EM BUSCA DO JOGO SEMÂNTICO NOS *MEMES* DA PANDEMIA

Com o objetivo de fazer uma análise mais detalhada do *jogo semântico*, além de falar sobre os tipos de *incoerência* (conforme CHARAUDEAU, 2006a), apresentamos informações sobre as técnicas do riso de Freud (2017). Essa proposta serve como indicador de atos de comunicação humorísticos, pois apresenta detalhes sobre pistas linguísticas que podem ser identificadas no texto e que, de alguma forma, estão relacionadas ao humor.

O *meme* 01 (vide figura 07), por exemplo, apresenta um desdobramento da técnica alusão, chamada “alusão sem duplo sentido”. Ela ocorre quando a conexão é acionada por uma semelhança fônica, mas que se dá entre expressões inteiras. Nesse caso, semelhança fônica entre as expressões “você **quer ir** para casa” ou “já **quer ir** comigo para adiantar”. No *meme* 01, a Morte não diz explicitamente “você irá morrer se for comigo”. Ademais, “em toda alusão há algo que é omitido, a saber, os caminhos do pensamento que conduziram à alusão” (FREUD, 2017, p.112), ou seja, ir adiantando com a Morte significa “morrer”. Nesse *meme*, compreende-se, por meio de inferência, que o descumprimento do isolamento social poderá causar morte. O interlocutor chega a essa conclusão ao ativar seu conhecimento prévio: devido ao elevado número de mortes por COVID-19, o isolamento social foi indicado para evitar a propagação do coronavírus durante a pandemia de 2020. Dessa maneira, infere-se que, no *meme* 01, ir para casa significa manter-se vivo e permanecer na rua/ir com a Morte é o mesmo que morrer.

O *meme* 01 possui *incoerência insólita*, pois liga dois universos diferentes entre si, mas que não são completamente estranhos um ao outro. O universo 1 é o isolamento social e o universo 2 é a morte. Essas isotopias não são estranhas entre si, porque, durante a pandemia de COVID-19, o isolamento social foi indicado para evitar possíveis mortes. Por esse motivo, reconhecemos que a conexão entre universos se torna evidente devido à narrativa ou à situação em que esses universos são convocados a se relacionar, o que fundamenta a própria conexão.

No *meme* 02 (figura 1) ocorre também *incoerência insólita*, pois as isotopias (isotopia 1 - ressurreição; isotopia 2 – morte) não são estranhas uma a outra, pois não há ressurreição sem morte:

Figura 17: meme 02<sup>63</sup>

A técnica do riso utilizada no *meme* 02 é a alusão, pois há uma omissão dos elementos que explicam a ressurreição de Jesus (ser o próprio Deus) – “porque eu sou um deus e vocês são simples mortais”. A inferência presente é o fato de que somente Jesus ressuscita, logo qualquer pessoa que descumprir o isolamento social poderá morrer. O conhecimento prévio acionado relembra que, conforme o cristianismo, Jesus é o filho de Deus que morreu na cruz para salvar a humanidade e ressuscitou ao terceiro dia, representando uma vitória contra a morte.

Já no *meme* 06 (figura 18), apresentado a seguir, a técnica do riso utilizada foi a condensação, com formação de palavra composta por meio de um cruzamento vocabular, às vezes, “incompreensível”. O texto do *meme* 06 apresenta a palavra “Corongavírus”, uma junção entre “Coringa” e “coronavírus”, fazendo uma referência ao vilão fictício da DC Comics. O Coringa é um dos principais antagonistas do super-herói Batman, sendo conhecido por sua personalidade caótica e imprevisível, bem como por sua aparência distintiva, caracterizada por cabelos verdes, pele branca e uma expressão sorridente grotesca. Nesse *meme*, também constatamos a presença de incoerência paradoxal, pois são apresentadas ideias completamente opostas dentro do mesmo plano isotópico (1- mortes por coronavírus; 2- diversão em meio ao caos). Sobre a morte, ela é representada nesse *meme* através da referência ao filme *Titanic*, de James Cameron:

<sup>63</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/ArtesDepressao/photos/a.196281473834625/2732358296893584/>

Figura 18: meme 06<sup>64</sup>

Na cena do filme, o navio está naufragando e não há forma de todos se salvarem. Em meio ao desespero da morte iminente, alguns músicos começaram a tocar a seus instrumentos. O *meme* utiliza essa cena e a readapta ao contexto da pandemia. O leitor infere que o coronavírus está provocando muitas mortes, como ocorrido com o naufrágio do Titanic. Além disso, os brasileiros decidiram adotar o mesmo posicionamento diante da pandemia, como fizeram os músicos do filme. Vale destacar que a palavra “coronavirus” foi sobreposta à figura do mar, sugerindo que o vírus é causa da destruição da humanidade, assim como ocorreu com o navio que foi destruído pelo oceano. Novamente, não há a presença da palavra “morte” no *meme*, mas a construção imagética e linguística possibilita que o leitor compreenda que se trata do fim da vida humana nesse texto.

Conforme exposto na seção 3.1., *Proposta metodológica*, organizamos uma grade de coleta de dados, na qual informamos os elementos do jogo semântico de cada *meme* (vide apêndice C, p. 96). A técnica do riso predominante no *corpus* analisado foi a alusão, aparecendo em 86,67% dos *memes* (26 *memes*). As demais técnicas identificadas foram a condensação (1 *meme*), redução ao absurdo (1 *meme*), deslocamento (1 *meme*) e réplica direta (1 *meme*). A predominância da alusão revela que, para o leitor identificar o humor, é necessário realizar associações e inferências, fazendo com que a temática da morte seja abordada de uma forma

<sup>64</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/SAM.MEMES.TV/photos/a.477851389251253/1057896797913373/>

mais suave. Em toda alusão, como afirma Freud (2007, p. 112), “há algo que é omitido, a saber, os caminhos do pensamento que conduziram à alusão”, fazendo com essa omissão *atenue* a ideia desagradável da morte nos *memes* da pandemia. A incoerência insólita predominou, apresentando-se em 86,67% dos *memes*, e a paradoxal apareceu em 13,33% (4 *memes*).

#### 3.4.2. OS SUJEITOS PROTAGONISTAS DOS MEMES E O JOGO ENUNCIATIVO

Analisaremos nessa parte as instâncias do ato humorístico (*locutor*, *destinatário* e *alvo*) e a categoria predominante (*ironia* ou *sarcasmo*) de acordo com Charaudeau (2006a). Começamos abordando os elementos do *meme* 22 (figura 05), que retrata humoristicamente a preocupação de uma moça com o coronavírus. No primeiro quadro, ela expressa seu medo da doença. No segundo quadro, um rapaz responde de forma irônica, sugerindo que, dado seu histórico (ter pegado o marido dos outros), o vírus deveria, na verdade, temê-la. Com efeito, o rapaz atua como locutor do ato ao proferir sua resposta, pois é a pessoa que cria e expressa o humor. O destinatário é quem é convidado a participar da situação humorística, nesse caso, a moça. O alvo da situação humorística é o próprio destinatário, ou, mais especificamente, o comportamento da jovem, porque o rapaz sugere que, dado o histórico dela, até o vírus teme infectá-la. Nesse caso, o destinatário é classificado como vítima, uma vez que é chamado a rir de si mesmo ou se fazer de desentendido. A categoria predominante nesse *meme* é o sarcasmo, pois o locutor não age com decoro, insinuando diretamente ao destinatário que ele tem o hábito de trair (pegar o marido de outros). O rapaz disse o que não deveria ser dito, sem haver discordância entre o que foi pensado e o que foi expresso, fazendo com que o interlocutor se encontrasse numa situação desconfortável ao ouvir o comentário.

No *meme* 01 (figura 07), o texto superior estabelece a situação, com a frase “Para aqueles que ficam na rua sem motivo”, sugerindo que a pessoa está vagando sem propósito aparente. A imagem mostra a Morte interagindo com o transeunte, e o texto inferior intensifica a ironia ao oferecer duas opções aparentemente indiferentes: “Você quer ir para casa ou já quer ir comigo para adiantar?”. Há dissociação entre o que é dito e o que é pensado, pois a Morte não diz exatamente “se você ficar na rua irá morrer”. O interlocutor precisa compreender que quem está falando tem poder sobre a vida, segundo a cultura ocidental, para entender o que realmente está sendo expresso na fala. Por essa razão, a ironia é a categoria predominante no *meme* 01, sendo que o locutor é a própria Morte e o destinatário é o transeunte. Essa pessoa que transitava na

rua sem justificativa é o alvo do ato humorístico dentro da cena ficcional, por isso é classificado como vítima.

No meme 02 (figura 17) também há a presença da *ironia* como categoria predominante. Nesse texto, o enunciador da cena ficcional não afirma explicitamente que o interlocutor não deve sair de casa porque é um mortal. Jesus apenas expressa que Ele é o único capaz de ressuscitar. O interlocutor precisa deduzir que o locutor tem um *status* diferente, para chegar à conclusão de que vai morrer, logo há um comportamento irônico. Nesse texto, o locutor é Jesus e o destinatário são interlocutores do ato que, embora não apareçam na cena, são inferidos pela constituição do *meme*, ou seja, ao fingir estar no mundo real, reconhecemos que o interlocutor fala para alguém. A marca linguística que confirma nossa afirmação é o pronome de tratamento “você”. O *alvo* desse *meme* são os interlocutores, por isso recebem também a classificação de vítima.

Figura 19: meme 07<sup>65</sup>



Seguindo com a análise, discutiremos o ato humorístico do *meme* 07 (vide figura 19), que apresenta uma observação inusitada sobre o ex-ministro da saúde do governo Bolsonaro, Nelson Teich. O texto superior desse *meme* pede para as pessoas pararem de falar mal do ministro da saúde, sugerindo que ele foi um bom homem quando estava vivo. A ironia, enquanto categoria predominante, reside no fato de que, na realidade, Nelson Teich está vivo, mas o texto brinca com a ideia de que ele já não está entre os vivos, como se tivesse morrido, devido à sua

<sup>65</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/southamericamemes29/photos/a.115431080099127/131827231792845/>

aparência física. No início de abril de 2020, quando Nelson Teich assumiu como Ministro da Saúde no auge da pandemia no Brasil, ele foi notado por ter uma expressão apática e pouco agradável<sup>66</sup>. Em um discurso do então presidente Jair Bolsonaro, em 24 de abril de 2020, a reação de Teich virou tema de inúmeros *memes* que questionavam se o ex-ministro estava saudável<sup>67</sup>. A imagem do ex-ministro nesse *meme* reforça o humor, pois ele ainda está na posição de ministro da saúde, contrariando a ideia humorística de que ele foi um bom homem “quando era vivo”, mas sua expressão facial é fúnebre.

Através da grade analítica utilizada, que está disponível no apêndice E, os dados revelaram que, embora a Morte não apareça como sujeito do ato humorístico da maioria dos *memes*, ela atua como *alvo* da cena ficcional em 50% do *corpus* (15 *memes*).

### 3.4.3. IMAGENS E REPRESENTAÇÕES DA MORTE NO JOGO IMAGÉTICO

Conforme discute Joly (2007), o processo interpretativo das imagens depende de saberes históricos, culturais e sociais, pois a análise do conteúdo imagético deve levar em consideração elementos contextuais. Com o objetivo de identificar as representações da morte no jogo imagético, o primeiro passo dessa etapa analítica será descrever a imagem, diferenciando os elementos plásticos (cores, texturas, formas, composição etc.). Depois disso, investigaremos as relações estabelecidas entre o material linguístico e as imagens, verificando se ocorre uma relação de *ancoragem* ou de *revezamento*.

Começamos com o *meme* 04 (vide figura 20), que retrata um outro efeito das mortes por COVID-19, sugerindo que alguns setores da sociedade puderam tirar algum proveito da situação, como os agentes funerários. Para descrever a imagem do *meme* 04, começamos falando sobre os elementos plásticos. As cores predominantes na cena são o preto (tom da pele do personagem e terno dele) e o branco (presente no fundo da cena). Vale lembrar que, para a cultura ocidental, o preto é a cor que representa o luto, induzindo a uma “interpretação socioculturalmente codificada”, como afirma Joly (2007, p. 84). Ainda sobre os elementos

---

<sup>66</sup> Fonte: <https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/teich-muitos-memes-e-poucas-propostas.html>. Acesso em: 25 jan. 2024.

<sup>67</sup> Outros *memes* sobre Teich podem ser acessados pelo link: <https://www.portaldoholanda.com.br/bolsonaro/reacao-do-ministro-da-saude-ao-discurso-de-bolsonaro-rouba-cena-n>. Acesso em: 25 jan. 2024.

plásticos, o enquadramento da imagem focaliza o personagem, mostrando apenas parte de seu corpo. Não é possível ver se há elementos no fundo, como se tivesse ocorrido um recorte. Sobre os elementos icônicos temos a figura de um homem negro sorrindo, usando óculos e terno.

Figura 20: meme 04<sup>68</sup>

**\_Corona vírus está matando**  
**\_99% das pessoas preocupadas**  
**\_1%**



Para compreender o sentido do *meme*, é necessário que o leitor observe o material imagético em conjunto com a mensagem linguística. Sem a parte verbal, observamos apenas a figura de um homem que aparenta estar feliz. Sem a parte imagética, as frases estão incompletas. É a partir da junção desses dois elementos que o sentido é constituído, porém é fundamental que o interlocutor possua um conhecimento prévio sobre quem é o personagem mostrado na figura.

A imagem presente no *meme* 04 exibe o personagem senhor Omar, interpretado pelo ator Ernest Lee Thomas<sup>69</sup>. Essa personagem é um agente funerário da série *Todo Mundo Odeia o Chris*, que comemora as mortes que ocorrem no bairro onde a trama se desenvolve. É comum na *série* que o personagem demonstre reações positivas diante de casos de morte. Em um dos episódios, por exemplo, Senhor Omar se mostra contrário à reeleição de Lamar Johnson, pois o político estaria atrapalhando o seu negócio desde sua entrada na Câmara. Segue abaixo a transcrição de um dos diálogos do referido episódio:

<sup>68</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/SouthAmericaMemesXXX/photos/a.277519073030950/634237600692427/>

<sup>69</sup> Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Ernest\\_Lee\\_Thomas](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ernest_Lee_Thomas). Acesso em: 05 jan. 2024.

**Senhor Omar:** Eu estou tentando evitar a eleição deste indivíduo maligno.

**Rochelle:** Lamar Johnson não é maligno.

**Senhor Omar:** Sabia que desde que esse homem entrou para a Câmara o meu negócio caiu 35%?

**Rochelle:** Porque a taxa de homicídio diminuiu 35%<sup>70</sup>.

Dessa forma, o *meme* 04 também sugere que a morte deixa seu lugar de motivo de sofrimento para ser a causa de rendimentos financeiros para o setor funerário. A relação entre o material linguístico e o conteúdo imagético é do tipo *ancoragem*, pois o conteúdo do material linguístico que acompanha a imagem é utilizado como suporte para facilitar o processo de interpretação. Toda essa compreensão do texto depende do reconhecimento do personagem da imagem, pois se o destinatário não o identificar, a interpretação do *meme* será prejudicada. Nesse *meme*, a morte aparece como resultado da ação do coronavírus, pois a parte verbal explicita isso (“coronavírus está **matando**”).

Há outros *memes* no *corpus* em que a morte é retratada através dos elementos não verbais, como no *meme* 01 (figura 07). Nele, a morte é representada como uma entidade concreta, que possui estrutura física e utiliza vestimentas específicas. É importante tecer um comentário sobre esse *meme*: só podemos afirmar que o personagem da cena é a Morte ao observar a imagem do *meme*. São as características imagéticas do *meme* que conferem significado a esse discurso, pois sem o entendimento de que é a Morte que está conversando com o transeunte, o sentido do *meme* seria totalmente modificado. Percebemos que o leitor identifica que é a personificação da morte por conta do conhecimento prévio que o interlocutor possui sobre a cultura ocidental (vide aqui: capítulo 1). Se o interlocutor pertencesse a outra cultura, possivelmente não entenderia que uma figura esquelética com capa preta representa a morte. Diferentemente do que ocorre no *meme* 04, no *meme* 01 há uma relação de *revezamento*, pois o conteúdo linguístico faz uma espécie de “redundância” com os elementos imagéticos. Nesse caso, o texto superior do *meme* já estabelece que o diálogo acontece na rua (*Para aqueles que ficam na rua sem motivo*) e o elemento icônico apresenta novamente esse cenário da rua.

Já no *meme* 21 (vide figura 21), a morte é representada por meio da imagem de uma cova para caixão. Não há nenhuma palavra “morte” no texto, mas o interlocutor infere que se haverá um enterro, ocorrerá, possivelmente, uma morte. Esse *meme* faz uso de humor ao abordar a

---

<sup>70</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=soIIs6ibOp4>. Acesso em: 27 jan. 2024.

experiência de quarentena. O texto superior indica que é o 8º dia de quarentena, sugerindo um período prolongado de isolamento:

Figura 21: meme 21<sup>71</sup>



Ainda sobre o *meme* 21, a imagem de uma cova para caixão ao lado do texto pode, inicialmente, transmitir uma ideia de morbidez, mas o texto ao lado da imagem revela uma reviravolta. A pessoa acorda mais cedo durante a quarentena e vê a esposa criando um novo canteiro no quintal, levando a uma pergunta humorística sobre o que ela está prestes a plantar. A representação da morte nesse *meme* é inferida através da imagem da cova, sugerindo, ironicamente, que a esposa do locutor poderá estar planejando o sepultamento de alguém. A relação é de *ancoragem*, pois a imagem auxilia na compreensão do conteúdo verbal.

Já o *meme* 26 traz outra figura que representa a morte: um urubu. Nesse meme (vide figura 22), a imagem de um urubu pousado em um telhado sugere uma representação da morte, já que essa ave é frequentemente associada a carniças. O texto inferior, por outro lado, adiciona uma reviravolta humorística ao associar uma simples tosse com a morte. Isso ocorre devido ao contexto de publicação do meme, pois ele circulou em meio à pandemia de COVID-19. Por essa razão, entende-se que a tosse é um sintoma do coronavírus e, devido ao alto número de mortes, o locutor já estaria sendo visto como uma vítima da morte. Toda essa compreensão seria prejudicada se não houvesse a imagem do urubu. Portanto, a ancoragem nesse *meme*

<sup>71</sup> Fonte: [https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/921106324990340/?\\_rdc=1&\\_rdr](https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/921106324990340/?_rdc=1&_rdr)

permite que a representação da morte se estabeleça através do conhecimento prévio do leitor sobre o urubu ser uma ave que se alimenta de animais mortos.

Figura 22: meme 26<sup>72</sup>



Já no meme 29, a seguir, a morte não é representada pelo componente imagético, mas sim pela parte verbal do texto.

Figura 23: meme 29<sup>73</sup>



Nesse caso, o Coronavírus, apresentado pela imagem, realiza uma comparação entre sua forma anterior e sua forma atual. É uma brincadeira com o formato de um brinquedo infantil, que remete ao formato do vírus. A morte nesse *meme* é representada como o resultado da ação do agente infeccioso, pois é ele mesmo que afirma que irá matar as pessoas. Em relação a esse

<sup>72</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/memeioporemgraduadoOFICIALL/photos/a.100557734938326/102276961433070/>

<sup>73</sup> Fonte: <https://www.facebook.com/fanaticosDosMEMES/photos/a.204927676948896/659356321506027/>

*meme*, a imagem é imprescindível para o entendimento do texto, mas a morte não é representada por ela, mas sim pelo conteúdo verbal.

A análise do *jogo imagético* revelou que a maioria (25 memes) dos *memes* apresenta a relação de *ancoragem*, revelando que a articulação entre o conteúdo verbal e o não verbal é muito importante para a compreensão dos *memes*. Já por *revezamento* (5 memes), embora a porcentagem de ocorrência seja menor, o conteúdo imagético possui importância para a compreensão do significado do *meme*.

A morte por sua vez é representada, imageticamente, de maneiras variadas. Há a representação por meio da figura que a cristandade faz da morte no *meme* 01 (figura 07); no *meme* 02 (figura 17) e no *meme* 14 (anexo A), a figura de Jesus ressuscitado pressupõe a morte, uma vez que só pode ressuscitar quem morreu. Prosseguindo, no *meme* 04 (figura 20) a imagem do personagem senhor Omar traz a morte para o *meme*, porque ele é um agente funerário; no *meme* 05 (figura 11), o personagem Gato a Jato desafia a morte em um jogo de arremesso de facas contra si mesmo; no *meme* 06 (figura 18), a cena do naufrágio do navio Titanic introduz a morte no texto. Nos *memes* 09 (figura 10), 10 (figura 13) e 20 (vide anexo A) a imagem dos carregadores de caixão dançarinos faz com que o leitor os associe à morte, embora ela não apareça escrita. No *meme* 15 (figura 04), a escultura de Perseu segurando a cabeça cortada de Medusa cria uma comparação com a situação pandêmica no Brasil, na qual pessoas que se consideram saudáveis fisicamente (reconhecidos pela expressão “histórico de atleta”) acreditavam que iriam vencer o coronavírus. No *meme* 21 (figura 21), a cova para caixão faz com que a morte seja inferida no *meme* e no *meme* 26 (figura 22) um urubu representa o fim da vida. Nos demais *memes*, a morte é apresentada por elementos verbais.

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

O início da pandemia de COVID-19 no primeiro semestre de 2020 teve um impacto significativo no Brasil, assim como em muitos outros países ao redor do mundo. Desde o início da disseminação do coronavírus, o Brasil experimentou várias ondas da doença, enfrentando desafios significativos em termos de saúde pública, impactos econômicos e sociais. O país registrou um grande número de casos confirmados de COVID-19 e um alto índice de mortes relacionadas à doença. Com efeito, o medo da morte tornou-se uma realidade presente para muitos brasileiros, especialmente diante da perda de entes queridos devido ao coronavírus. A incerteza, as preocupações com a saúde e as mudanças na vida cotidiana contribuíram para altos níveis de estresse e ansiedade na população. No entanto, foi observado o recorrente uso de *memes* para tratar de assuntos relacionados ao cenário pandêmico, incluindo a morte. Dessa forma, nesse contexto sociodiscursivo despertou-nos o interesse em analisar como o fim da vida foi retratado nesse período por meio do gênero multimodal *meme*.

Com o propósito de entender as representações da morte, recorreremos à Teoria Semiociológica de Patrick Charaudeau, com o apoio de outras referências, notadamente nas definições de *meme* e na análise do conteúdo imagético que permeia esse gênero. A abordagem analítica foi realizada de maneira gradual, começando pela consideração dos sujeitos envolvidos na cena real de comunicação. Nessa etapa identificamos o Sujeito Comunicante (EUC), o Sujeito Enunciador (EUE), o Sujeito Destinatário (TUD) e o Sujeito Interpretante (TUI). A primeira etapa de análise demonstrou que o reconhecimento do EUC não é uma tarefa fácil, pois a ideia de autoria é muito vaga nesse gênero, visto que não é possível identificar se o indivíduo que publicou o *meme* foi o responsável por sua criação. Além disso, concordamos com o posicionamento de Vale (2020) ao afirmar que o sujeito produtor de um *meme* pode se apresentar de três formas diferentes: *criador*; *compartilhador* e *produtora*. Embora reconheçamos que essa problemática merece ser mais profundamente discutida em pesquisas futuras, consideramos que a ausência de uma identificação específica do sujeito produtor não causou impacto na análise das representações da morte nos *memes* da pandemia. Nesse *corpus*, ocorreu a predominância do sujeito compartilhador, que é aquele que não se assume como criador do *meme* e nem é uma empresa especializada na produção desse tipo de texto.

A respeito do receptor do texto, entendemos que o produtor formula uma imagem de destinatário ideal (TUD), a partir das suposições que faz sobre o saber do receptor, no que se refere às práticas sociais partilhadas e à existência de pontos de vistas semelhantes entre produtor e interlocutor. Compreendemos que o TUD dos *memes* analisados está associado às

situações de isolamento social, pois o leitor não irá rir de *meme* se não reconhecer com um indivíduo nessa situação. Contudo, reconhecemos que o sujeito interpretante poderá não corresponder sempre a essa imagem criada por EUc, pois os *memes* desta pesquisa podem ser lidos por qualquer pessoa com acesso à internet.

No segundo momento da análise, recorremos ao quadro comunicacional de Mello (2004) para observar o funcionamento das instâncias enunciativas que compõem a cena ficcional. No interior dos *memes*, observamos que as personagens fingiam estar no mundo real, criando uma situação de comunicação fictícia, por isso analisamos os elementos que constituíam o contrato dessa encenação. A morte apareceu como personagem em apenas um dos *memes*, mas foi o assunto de todos os outros. Sobre as finalidades, a maioria dos *memes*, o que corresponde a 83,33% dos 30 *memes* que compõem o *corpus*, apresenta a visada da informação. Em seguida, 13,33% dos *memes* constituem-se através da visada da incitação, buscando provocar uma reação ou reflexão por parte dos espectadores. Uma parcela menor, representando 6,67%, possui uma natureza de solicitação, indicando que os *memes* também são utilizados para requisitar algo do público-alvo. Com relação ao propósito, a avaliação dos 30 *memes* evidenciou a prevalência de diferentes temas, distribuídos da seguinte forma: isolamento social (33,33%); mortes por coronavírus (36,67%); histórico de atleta (6,67%); aparência fúnebre do ex-ministro Teich (6,67%); sintomas do coronavírus (3,33%); medo da morte (3,33%); características do coronavírus (6,67%); sacrifício para fim da pandemia (3,33%). Esses resultados destacam a diversidade de assuntos abordados durante a pandemia pelos *memes* na amostra analisada. Sobre as circunstâncias do contrato, da totalidade dos *memes* examinados, observou-se que 40% deles apresentam circunstância monologal, 53,3% possuem circunstância dialogal, e 10% contêm conteúdo linguístico que desempenha o papel de contextualização, embora não haja diálogo direto entre os personagens.

Dando prosseguimento, com relação ao jogo semântico, os dados revelam aspectos significativos relacionados ao humor nos *memes*. A técnica do riso proeminente, representada pela alusão destaca a preferência por criar humor por meio de inferências e associações, presentes em uma expressiva parcela de 86,67% dos *memes* analisados. Entendemos que essa predominância diz respeito ao tabu e à dificuldade de a morte ser tratada diretamente em nossa comunidade sociodiscursiva. Além disso, outras técnicas de construção do riso, como condensação, redução ao absurdo, deslocamento e réplica direta, também foram identificadas, indicando uma diversidade de abordagens utilizadas para provocar o riso. A predominância da

incoerência insólita (86,67%) em relação à chave paradoxal (13,33%) destaca como os *memes* frequentemente recorrem a elementos surpreendentes e inesperados para criar humor.

No que se refere ao *jogo enunciativo*, o desfecho da análise revelou que 23,33% dos *memes* retratam o destinatário como vítima, enquanto 66,67% convidam o destinatário a se tornar cúmplice, compartilhando o riso do alvo. Quanto às categorias predominantes, a ironia foi identificada em 21 *memes*, e o sarcasmo em 7. Vale mencionar que os *memes* 05 e 06 não apresentaram diálogo na cena, impossibilitando a identificação dessas instâncias. Nestes dois casos, o conteúdo verbal atuou exclusivamente como um recurso de contextualização. Esses resultados ressaltam a participação ativa do destinatário na construção do humor, seja como vítima seja cúmplice, evidenciando a variedade de estratégias humorísticas empregadas nos *memes* analisados. No que se refere à morte no *jogo enunciativo*, ela apareceu como locutor apenas no meme 01, mas foi o alvo do humor em 50% dos *memes*.

Os resultados da análise do *jogo imagético* nos *memes* destacam a relação entre o conteúdo linguístico e a composição visual, classificando essa interação em dois tipos principais: *ancoragem* e *revezamento*. A ancoragem, presente em 83,33% dos *memes* examinados, revela que o conteúdo linguístico serve como suporte, facilitando a interpretação da imagem. Em contraste, o revezamento, identificado em 16,67% dos *memes*, caracteriza-se pela redundância entre o conteúdo linguístico e os elementos visuais. A análise dessas relações indica que a ancoragem busca direcionar a interpretação ao destacar elementos específicos da imagem, interrompendo a multiplicidade de significados. Essa função, frequentemente observada na imprensa, é comparável à legenda que acompanha uma imagem. Por outro lado, o revezamento ocorre quando a mensagem linguística atua como representante, preenchendo lacunas expressivas na imagem. Apesar da expressividade de mensagens visuais, a presença do verbal é crucial para transmitir informações específicas, como lugares, tempos, pensamentos ou diálogos de personagens. Assim, a combinação de elementos verbais e visuais nos *memes* contribui para uma comunicação mais eficaz e abrangente. A morte apareceu de variadas maneiras por meio do conteúdo imagético. No meme 01, ela é apresentada como um ser mítico da cristandade, mas há *memes* em que ela foi representada através de um animal (urubu) ou de um grupo de pessoas (carregadores de caixão dançarinos).

Sobre as representações da morte nos *memes*, observamos que ocorreu uma forte presença de eufemismo: do seu sentido estilístico (figura de linguagem na qual se utiliza uma expressão

mais suave, agradável ou atenuada para substituir uma outra considerada mais direta, grosseira, dura ou desagradável) para o discursivo (uma maneira de suavizar ou disfarçar uma mensagem, tornando-a menos impactante, ofensiva ou incômoda para o interlocutor). No caso desta pesquisa, constatamos que a morte é abordada de forma indireta e eufêmica. Ou seja, o leitor precisa usar seu conhecimento prévio para criar associações e inferências (a todo instante) para compreender como a morte está sendo referenciada em cada *meme*. Compreendemos que cada *meme* apresenta pistas de imaginários sociodiscursivos, os quais se referem a representações mentais coletivas sobre temas, conceitos ou situações. Esses imaginários são depositados na memória coletiva, refletindo a forma como um grupo social percebe e interpreta o mundo ao seu redor. Percebemos que os *meme* analisados geram um imaginário do povo brasileiro como aquele que opta não por falar da morte de forma taxativa e prefere usar de alusão e ironia para retratar o tema.

# REFERÊNCIAS

- AGOSTINHO, S. *Confissões*. 6. ed. São Paulo: Vozes, 2015. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 11 dez. 2023.
- AL-RAWI, A. *Political Memes and Fake News Discourses on Instagram*. Media and Communication, 2021.
- AQUINO, T. *Suma teológica*. Vários tradutores. São Paulo: Loyola, 2001-2006, 9 vols.
- ARAÚJO, H. F. *A dualidade corpo/alma, no Fédon, de Platão*. 2009. 96 f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) - UFPB, João Pessoa, 2009. Disponível em: [https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/5614?locale=pt\\_BR](https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/5614?locale=pt_BR). Acesso em: 26 jan. 2024.
- ARISTÓTELES. *Ética a Nicômaco*. Tradução de Edson Bini. 4 ed. São Paulo: Edipro, 2018.
- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000 p. 279-326.
- BARROS, C. C. *O ministério da polêmica: humor, representações sociais e a gestão da Saúde durante a pandemia*. 2023. 104f. Dissertação (mestrado) - Departamento de Letras, PPGLETRAS, UFV, Viçosa. Disponível em: <https://www.locus.ufv.br/bitstream/123456789/31238/1/texto%20completo.pdf> Acesso em: 30 jul. 2023.
- BECHARA, E (org). *Dicionário escolar da Academia Brasileira de Letras: língua portuguesa*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2011.
- BÍBLIA. *Sagrada Bíblia Católica: Antigo e Novo Testamentos*. Tradução: José Simão. São Paulo: Sociedade Bíblica de Aparecida, 2008.
- BOCK, V. M. *O culto aos mortos como lugar teológico a partir do tratado: o cuidado devido aos mortos em Santo Agostinho*. 2018. 116f. Dissertação (mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Teologia, PUCRS, Porto Alegre. Disponível em: <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/8306>. Acesso em: 24 jan. 2024.
- BRANDÃO, J. S. *Dicionário Mítico-Etimológico*. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.
- BRITO, S. B. P. et al. Pandemia da COVID-19: o maior desafio do século XXI. *Revista Vigilância Sanitária em Debate*, n. 8, v. 2, p. 54-63, 2020. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1103209>. Acesso em: 23 jun. 2022.
- BRUSTOLIN, L. A.; PASA, F. M. L. A morte na fé cristã: uma leitura interdisciplinar. *Revista Teocomunicação*, v. 43. n. 1, p. 54-72, jan. /jun., 2013. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/teo/article/view/14187>. Acesso em: 24 jan. 2024.
- CANI, J. B. Multimodalidade e efeitos de sentido no gênero meme. *Revista Periferia*, v. 11, n. 2, p. 242- 267, maio/ago. 2019. ISSN: 1984-9540. DOI: 10.12957/periferia.2019.36955. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/periferia/article/view/36955>. Acesso em: 08 mar. 2022.
- CASTRO, D. H. A. A iconografia da morte no final da Idade Média: um estudo sobre a Dança Macabra. *Ícone: Revista Brasileira de História da Arte*, [S. l.], v. 5, n. 6, p. 62–85, 2021. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/icone/article/view/107550>. Acesso em: 24 jan. 2024.
- CHAGAS, V. *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital [online]*. Salvador: EDUFBA, 2020. ISBN: 978-65-5630-178-5.

- CHARAUDEAU, P. *Des catégories pour l'humour*. Questions de communication: humor et média. Définitions, genres et cultures. Nancy: Presses Universitaires de Nancy, n. 10, p. 19-41, 2006a. Disponível em: <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7685>. Acesso em: 28 nov. 2023.
- \_\_\_\_\_. Discurso político. Tradução de Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006b.
- \_\_\_\_\_. *Linguagem e discurso: modos de organização*. 2. ed., 4ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2019.
- \_\_\_\_\_. *Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor*. Traduzido por André Luiz Silva e Rafael Magalhães Angrisano. *Entrepalavras*, Fortaleza, v. 7, p.571-591, jan./jun. 2017. Disponível em: <http://www.entrepalavras.ufc.br/revista/index.php/Revista/article/view/857/0> Acesso em: 21 jul. 2023.
- \_\_\_\_\_. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, M. A. L. e GAVAZZI, S. (Orgs.) *Da língua ao discurso: reflexões para o ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005, p. 11-27., 2005. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Uma-analise-semiolinguistica-do.html>. Acesso em: 28 nov. 2023.
- \_\_\_\_\_. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, H. *et. al. Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso – FALE/UFMG, 2001. p. 23-37.
- \_\_\_\_\_. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, I. L; MELLO, R. (org.). *Gêneros: reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, p. 13-41, 2004. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Visadas-discursivas-generos.html> Acesso em: 02 ago. 2023.
- \_\_\_\_\_; MAINGUENEAU, D. *Dicionário de análise do discurso*. 3 ed., 4ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2020.
- COOK, G. *The Discourse of Advertising*. London: Routledge, 1992.
- COSTA, R. O Triunfo da Morte (c.1562) de Bruegel, o Velho (c.1525-1569): Uma leitura sonora do macabro espetáculo artístico. In: *Brathair*, v. 20. n. 2, 2020, p. 320-352. ISSN 1519-9053.
- COSTA, R.; SILVEIRA, S. A morte em Santo Tomás de Aquino. In: SANTOS, F. S. (org.). *A Arte de Morrer - Visões Plurais*. V. 2; Bragança Paulista, SP: Editora Comenius, 2009, p. 209-217.
- CUNHA, A. G. *Dicionário etimológico da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Lexikon, 2012.
- DAMATTA, R. *A casa e a rua: Espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- DAWKINS, R. *The selfish gene*. Oxford e Nova York: OUP, 1976.
- DAVIDSON, G. *A dictionary of angels: including the fallen angels*. Nova York: The Free Press, 1971.
- DYNEL, M. COVID-19 memes going viral: On the multiple multimodal voices behind face masks. *Discourse & Society*, v. 32, n. 2, p. 175-195, 2020. DOI:10.1177/0957926520970385. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0957926520970385>. Acesso em: 08 mar. 2022.

- JOLY, M. *Introdução à análise da imagem*. Lisboa, 2007.
- KNOBEL; M.; LANKSHEAR, C. *A new literacies sampler*. London: Routledge, 2007.
- LAURENT, C. S.; VEANU, V. P.; LITERAT, I. *Internet Memes as Partial Stories: Identifying Political Narratives in Coronavirus Memes*. Social Media, 2021.
- LIMA, N. T.; BUSS, P. M.; PAES-SOUSA, R.. A pandemia de COVID-19: uma crise sanitária e humanitária. *Cadernos de Saúde Pública*, v. 36, n. 7, p. e00177020, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/yjBt8kkf6vSFf4nz8LNDnRm/#>. Acesso em: 26 jan. 2024.
- MASUCCI, F. *Dicionário humorístico*. 2 ed. São Paulo: Editora Leya, 1958.
- MELLO, R. Teatro, Gênero e Análise do Discurso. In: MACHADO, I. L; MELLO, R. (org.). *Gêneros: reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, p. 13-41, 2004. Disponível em: <<http://www.patrick-charaudeau.com/Visadas-discursivas-generos.html>> Acesso em: 02 ago. 2023.
- MILNER, R. M. *The world made meme*. The MIT Press: Cambridge, MA, 2016.
- NEMO, P. *O que é o ocidente?* Editora Martins Fontes, 2005.
- OLIVEIRA, D. D. F. *Produção do espaço sagrado na arquitetura contemporânea: a interpretação da tradição católica a partir do século XX*. 2010. 116f. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, UFMG, Belo Horizonte. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/RAAO-8CUQ5P>. Acesso em: 24 jan. 2024.
- OLIVEIRA, J. E. *Santo Agostinho: a busca da verdade e a descoberta da felicidade*. 2013. 115f. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-graduação em Filosofia, CFCH, UFPE, Recife. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/10521>. Acesso em: 24 jan. 2024.
- PAULA, G. S. *A morte e o morrer e suas representações sociais para ateus e fiéis de diferentes religiões*. 2019. 352 f. Tese (doutorado) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível: <https://www.btd.uerj.br:8443/handle/1/11116>. Acesso em: 24 jan. 2024.
- PESSANHA, G. R. G. *et al.* #FIQUEEMCASA: Análise dos sentimentos dos usuários do Twitter em relação ao COVID-19. *Revista Holos*, n. 36, v.5, e11147, 2020. Disponível em: <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/11147>. Acesso em: 24 jun. 2022.
- PIDKU\*IMUKHA, L.; KISS, N. *Battle of narratives: Political memes during the 2019 Ukrainian presidential election*. Cognitive Studies, 2020.
- PLATÃO. *Diálogos: o banquete, Fédon, sofista, político*. São Paulo: Abril, 1972.
- PUENTE, F. R. A morte como término, mas não como finalidade da vida em Aristóteles. *Síntese – Revista de Filosofia*, n. 93. v. 29, 2002. Disponível em: <https://www.faje.edu.br/periodicos/index.php/Sintese/article/view/539>. Acesso em: 24 jan. 2024.
- RÜPPELL JÚNIOR, I. S. *Cristianismo*. Curitiba: Contentus, 2020.
- SALATIEL, José Renato. *Tomás de Aquino – razão a serviço da fé*. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/filosofia/santo-tomas-deaquino/>. Acesso em: 10 nov. 2023.
- SANTOS, M. C. C. L. dos. Conceito médico-forense de morte. *Revista da Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, [S. l.]*, v. 92, p. 341-380, 1997. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rfdusp/article/view/67369>. Acesso em: 26 jan. 2024.

SHIFMAN, L. *Memes in digital culture*. London, England: Massachusetts Institute of Technology - MIT press essential knowledge, 2014.

SILVA, D. *Pecado original: uma herança agostiniana? O tema da “falta das origens” e suas consequências*. 2015. 176f. Dissertação (mestrado) –, Programa de Estudos Pós-Graduados em Teologia, PUC-SP, São Paulo. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/18369>. Acesso em: 24 jan. 2024.

SILVA, L. L. S. *et al.* Medidas de distanciamento social para o enfrentamento da COVID-19 no Brasil: caracterização e análise epidemiológica por estado. *Cadernos de Saúde Pública*, n. 36, ed.9, 2020. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1124343>. Acesso em: 23 jun. 2022.

SOUZA, C. M. de; CASTRO, W. Diálogos sobre o cristianismo na literatura: espiritualidade e dramas sociais. *TEOLITERARIA - Revista de Literaturas e Teologias*, [S. l.], v. 13, n. 30, p. 212–236, 2023. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/teoliteraria/article/view/61881>. Acesso em: 24 jan. 2024

VALE, R. P. O riso na pandemia: a hipertrofia do humor nas redes sociais e a construção da imagem do brasileiro no enfrentamento da Covid-19. In: BRAIGHI, A. A; LESSA, C. H.; AZEREDO, L. A. S. (org). *Vozes na pandemia*. Editora-laboratório do curso de Letras (LED), CEFET-MG, 2022. Disponível em: [https://www.led.cefetmg.br/wp-content/uploads/sites/275/2022/12/Vozes\\_final\\_dez.pdf](https://www.led.cefetmg.br/wp-content/uploads/sites/275/2022/12/Vozes_final_dez.pdf). Acesso em 29 jan. 2024.

VALE, R. P. G. *A mulher nas piadas de almanaque: estratégias discursivas e representações sociais*. 2009. 135f. Dissertação (mestrado) – Faculdade de Letras, POSLIN, UFMG, Belo Horizonte. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/LETR-8T2NVY>. Acesso em: 30 jul. 2023.

VALE, R. P. G. *O discurso humorístico: um percurso de análise pela linguagem do riso*. 2013. 279f. Tese (doutorado) – Faculdade de Letras, POSLIN, UFMG, Belo Horizonte. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/LETR-9ARN7W>. Acesso em: 31 jul. 2023.






VASCONCELLOS, P. S. *Mitos gregos*. São Paulo: Editora Objetivo, 1998.

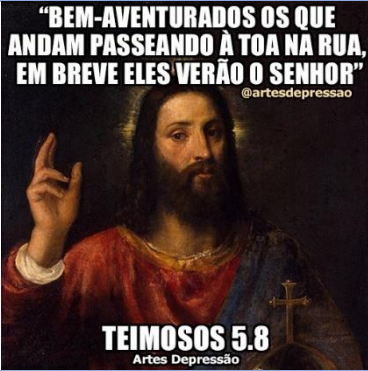


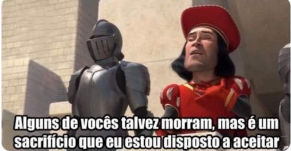

VÁSQUEZ, C.; ASLAN, E. “*Cats be outside, how about meow*”: Multimodal humor and creativity in an internet meme. *Journal of Pragmatics*, v. 171, 2021.

## ANEXO A – CORPUS

Meme	Página	Data	Link de acesso
<p>Para aqueles que ficam na rua sem motivo</p> <p>Você quer ir para casa ou já quer ir comigo para adiantar ?</p>	Memeiro, porém graduado.	19/04/2020	<a href="https://www.facebook.com/memeioporemgraduadoOFICIALL/photos/a.100557734938326/121343732859726/">https://www.facebook.com/memeioporemgraduadoOFICIALL/photos/a.100557734938326/121343732859726/</a>
<p><b>NO DOMINGO DE PÁSCOA É SEMPRE BOM LEMBRAR QUE QUEM RESSUSCITA SOU EU, NÃO VOCÊS</b></p> <p><b>RESPEITE O ISOLAMENTO, FIQUE EM CASA!</b></p>	Artes Depressão	12/04/2020	<a href="https://www.facebook.com/ArtesDepressao/photos/a.196281473834625/2732358296893584/">https://www.facebook.com/ArtesDepressao/photos/a.196281473834625/2732358296893584/</a>
<p>Americano de 95 anos que lutou na Segunda Guerra Mundial sobrevive ao coronavírus</p> <p>Um veterano da Segunda Guerra Mundial, de 95 anos, que vive no Oregon, nos Estados Unidos, venceu a luta contra o novo coronavírus. Bill Kelly terminou extra.globo.com</p> <p>Finalmente... um oponente digno!</p>	Só Humor e Piadas	13/04/2020	<a href="https://www.facebook.com/SouthAmericaMemesXXX/photos/a.277519073030950/648940985888755/">https://www.facebook.com/SouthAmericaMemesXXX/photos/a.277519073030950/648940985888755/</a>
<p><b>_Corona vírus está matando</b></p> <p><b>_99% das pessoas preocupadas</b></p> <p><b>_1%</b></p> <p>COPIA NÃO COMEDIA EVILGEM</p>	Lixeira Memes	21/03/2020	<a href="https://www.facebook.com/SouthAmericaMemesXXX/photos/a.277519073030950/634237600692427/">https://www.facebook.com/SouthAmericaMemesXXX/photos/a.277519073030950/634237600692427/</a>
<p>Coronavirus</p> <p>Morte</p>	South América Memes	25/03/2020	<a href="https://www.facebook.com/SAM.MEMES.TV/photos/a.477851389251253/1065365057166547">https://www.facebook.com/SAM.MEMES.TV/photos/a.477851389251253/1065365057166547</a>

<p>06</p>	 <p>A meme featuring a large cruise ship at night with the word "HUMANIDADE" written on its side. Below the ship, a group of men are playing stringed instruments, with the word "BRASILEIROS" written in yellow over them. A small circular logo in the top right corner says "CÓPIA NÃO COMÉDIA".</p>	<p>South América Memes</p>	<p>16/03/2020</p>	<p><a href="https://www.facebook.com/SAM.MEMES.TV/photos/a.477851389251253/1057896797913373/">https://www.facebook.com/SAM.MEMES.TV/photos/a.477851389251253/1057896797913373/</a></p>
<p>07</p>	 <p>A meme with a white text box at the top containing the text: "PAREM DE FALAR MAL DO MINISTRO DA SAUDE, TENHO CERTEZA QUE ELE FOI UM BOM HOMEM QUANDO ERA VIVO." Below the text is a photograph of a man in a suit, likely a politician, looking serious.</p>	<p>South America memes</p>	<p>29/04/2020</p>	<p><a href="https://www.facebook.com/southamericamemes29/photos/a.115431080099127/131827231792845/">https://www.facebook.com/southamericamemes29/photos/a.115431080099127/131827231792845/</a></p>
<p>08</p>	 <p>A meme featuring a man in a suit with his arms crossed. The text "ter aparencia de um morto pra enganar o coroa virus e não ser infectado" is at the top. Below the man is a stock market chart with the word "stonks" written over it. A circular logo in the top left corner says "CÓPIA NÃO COMÉDIA".</p>	<p>Lixeira Memes</p>	<p>29/04/2020</p>	<p><a href="https://www.facebook.com/SouthAmericaMemesXXX/photos/a.277519073030950/659699374812916/">https://www.facebook.com/SouthAmericaMemesXXX/photos/a.277519073030950/659699374812916/</a></p>
<p>09</p>	 <p>A meme showing a man in a grey shirt looking out a window. The text "VONTADE DE SAIR..." is at the top. Below the man, the text "MAIS TEM UNS HOMENS EXTRANHOS ME OLHANDO PELA JANELA" is written in white. A small emoji of a person with a red face is at the bottom right.</p>	<p>South América Memes</p>	<p>14/04/2020</p>	<p><a href="https://www.facebook.com/Memesdasouthamericanemes/photos/a.1124909314341378/1623207771178194/">https://www.facebook.com/Memesdasouthamericanemes/photos/a.1124909314341378/1623207771178194/</a></p>

10	<p>Quando vc espirrava em 2019:</p>  <p>Quando vc espirra hoje:</p> 	South América Memes	10/04/2020	<a href="https://www.facebook.com/Memesdasouthamericamemes/photos/a.1124909314341378/1617248568440781/">https://www.facebook.com/Memesdasouthamericamemes/photos/a.1124909314341378/1617248568440781/</a>
11	<p>aí você pega uma gripe quando o assunto do momento é o corona vírus</p> 	Lixeira Memes	14/03/2020	<a href="https://www.facebook.com/SouthAmericaMemesXXX/photos/a.277519073030950/626441141472073/">https://www.facebook.com/SouthAmericaMemesXXX/photos/a.277519073030950/626441141472073/</a>
12		Humorama Humor e Comédia	26/03/2020	<a href="https://www.facebook.com/laelebrazil/photos/a.2027155267522538/2493213394250054/">https://www.facebook.com/laelebrazil/photos/a.2027155267522538/2493213394250054/</a>
13		Artes Depressão	26/04/2020	<a href="https://www.facebook.com/ArtesDepressao/photos/a.196281473834625/2765363053593108/">https://www.facebook.com/ArtesDepressao/photos/a.196281473834625/2765363053593108/</a>

14		Artes Depressão	25/03/2020	<a href="https://www.facebook.com/ArtesDepressao/photos/a.196281473834625/2689933244469423/">https://www.facebook.com/ArtesDepressao/photos/a.196281473834625/2689933244469423/</a>
15		Artes Depressão	26/03/2020	<a href="https://www.facebook.com/ArtesDepressao/photos/a.196281473834625/2693475890781825/">https://www.facebook.com/ArtesDepressao/photos/a.196281473834625/2693475890781825/</a>
16	<p><b>Ontem</b> <b>Hoje</b></p>  <p>Presidente louco, Vamos passar fome Sem trabalhar</p> <p>Vamos morrer se voltar a trabalhar</p>	Leandro Arturiano	25/03/2020	<a href="https://www.facebook.com/photo/?fbid=2019007061576512&amp;set=a.116451355165435">https://www.facebook.com/photo/?fbid=2019007061576512&amp;set=a.116451355165435</a>
17	<p>Outras empresas : suspendemos o trabalho devido ao coronavírus</p> <p>Minha empresa :</p> 	E agora, DP?	20/03/2020	<a href="https://www.facebook.com/ajudaDP/photos/a.478994919540183/446251686147840/?type=3">https://www.facebook.com/ajudaDP/photos/a.478994919540183/446251686147840/?type=3</a>
18	<p>"Vou comer mesmo. Ninguém sabe se vai sair vivo dessa"</p> <p>*eu viva depois da quarentena:</p> <p>Traduire le Tweet</p> 	Piadas Do Ted	10/05/2020	<a href="https://www.facebook.com/PiadasDoTedOficial/photos/a.512559295433574/3073031162719695/">https://www.facebook.com/PiadasDoTedOficial/photos/a.512559295433574/3073031162719695/</a>

19	<p>QUER DIZER QUE NAO EXISTE VACINA PRA UM VIRUS QUE MORRE COM ÁGUA E SABÃO??</p>	Só Humor e Piadas	22/05/2020	<a href="https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/958779881222984/?_rdc=1&amp;_rdr">https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/958779881222984/?_rdc=1&amp;_rdr</a>
20	<p>O salão ta aberto galera</p>	Só Humor e Piadas	13/05/2020	<a href="https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/952187488548890/?_rdc=1&amp;_rdr">https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/952187488548890/?_rdc=1&amp;_rdr</a>
21	<p>8° DIA DE QUARENTENA</p> <p>8° DIA DE QUARENTENA Acordei mais cedo e vi a esposa fazendo um canteiro novo no quintal. Oq será que ela vai plantar???</p>	Só Humor e Piadas	31/03/2020	<a href="https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/921106324990340/?_rdc=1&amp;_rdr">https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/921106324990340/?_rdc=1&amp;_rdr</a>
22	<p>Cara, tô com medo de pegar esse corona vírus</p> <p>Vc pegou marido dos outros e ainda tá viva. Eu acho q o vírus q tá com medo de vc.</p>	Só Humor e Piadas	19/03/2020	<a href="https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/912090519225254/?_rdc=1&amp;_rdr">https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/912090519225254/?_rdc=1&amp;_rdr</a>
23	<p>O Governador diz: FIQUEM EM CASA! O Presidente diz: SAIAM DE CASA! O Povo brigando por política. Eu?</p> <p>A gente vai morrer!</p>	Só Humor e Piadas	28/04/2020	<a href="https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/941594546274851/?_rdc=1&amp;_rdr">https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/941594546274851/?_rdc=1&amp;_rdr</a>
24	<p>Coronavirus: a Brasileiros: SE VAMOS MORRER</p> <p>Que seja com o cu limpo</p>	Memeiro, porém graduado.	30/03/2020	<a href="https://www.facebook.com/memeioporemgraduadoOFICIAL/photos/a.100557734938326/102782641382502/">https://www.facebook.com/memeioporemgraduadoOFICIAL/photos/a.100557734938326/102782641382502/</a>

25	<p>Pensando no tanto que já sofri na faculdade pra depois morrer com coronavírus</p> 	Memeiro, porém graduado.	29/03/2020	<a href="https://www.facebook.com/memeioporemgraduadoOFICIAL/photos/a.10055773493826/102276961433070/">https://www.facebook.com/memeioporemgraduadoOFICIAL/photos/a.10055773493826/102276961433070/</a>
26	 <p><b>Pássaro fdp, dei uma tossidinha e ja me segue a 4 quarteirões.</b></p>	Só Humor e Piadas	26/04/2020	<a href="https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/940875059680133/?_rdc=1&amp;_rdr">https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/940875059680133/?_rdc=1&amp;_rdr</a>
27	<p>eu to começando a achar que esse negócio de auxílio é uma armadilha pra matar os pobres mais rápido</p> 	Só Humor e Piadas	26/04/2020	<a href="https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/940187679748871/?_rdc=1&amp;_rdr">https://www.facebook.com/715158665585108/photos/a.715160145584960/940187679748871/?_rdc=1&amp;_rdr</a>
28	<p>Rato morre em supermercado, vítima de infarto após ver o preço do queijo, mas segundo a globo, foi de Coronavírus...</p> 	Piadas Do Ted	05/05/2020	<a href="https://www.facebook.com/PiadasDoTedOficial/photos/a.512559295433574/3062968667059278/">https://www.facebook.com/PiadasDoTedOficial/photos/a.512559295433574/3062968667059278/</a>
29	<p>Antes vcs brincavam cmg / agr eu cresci e vou matar vcs</p> 	MEMES BR	18/03/2020	<a href="https://www.facebook.com/fanaticosDosMEMES/photos/a.204927676948896/659356321506027/">https://www.facebook.com/fanaticosDosMEMES/photos/a.204927676948896/659356321506027/</a>
30	 <p>Alguns povos antigos tinham o costume de sacrificar seus políticos aos Deuses para combaterem uma epidemia... Sei lá... só estou dando uma idéla...</p>	Piadas Do Ted	24/04/2020	<a href="https://www.facebook.com/PiadasDoTedOficial/photos/a.536766243012879/3036814686341343/">https://www.facebook.com/PiadasDoTedOficial/photos/a.536766243012879/3036814686341343/</a>

## APÊNDICE A – CARACTERIZAÇÃO DAS PÁGINAS DO FACEBOOK

Nome da Página <sup>74</sup>	Quantidade de memes	Categoria <sup>75</sup>	Seguidores <sup>76</sup>	Link <sup>77</sup>
<b>Artes Depressão</b>	4	Criador(a) de conteúdo digital	1,5 milhão	<a href="https://www.facebook.com/ArtesDepressao">https://www.facebook.com/ArtesDepressao</a>
<b>Piadas Do Ted</b>	3	Interesse	998 mil	<a href="https://www.facebook.com/PiadasDoTedOficial">https://www.facebook.com/PiadasDoTedOficial</a>
<b>South América Memes</b>	2	Site de entretenimento	583 mil	<a href="https://www.facebook.com/SAM.MEMES.TV">https://www.facebook.com/SAM.MEMES.TV</a>
<b>MEMES BR</b>	1	Site de entretenimento	373 mil	<a href="https://www.facebook.com/fanaticosDosMEMES">https://www.facebook.com/fanaticosDosMEMES</a>
<b>Lixeira Memes</b>	3	Humorista	327 mil	<a href="https://www.facebook.com/SouthAmericaMemesXXX">https://www.facebook.com/SouthAmericaMemesXXX</a>
<b>Só Humor e Piadas</b>	8	Interesse	301 mil	<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100071195763058">https://www.facebook.com/profile.php?id=100071195763058</a>
<b>Humorama Humor e Comédia</b>	1	Humorista	131 mil	<a href="https://www.facebook.com/laelebrazil">https://www.facebook.com/laelebrazil</a>
<b>Leandro Arturiano</b>	1	Criador(a) de conteúdo digital	60 mil	<a href="https://www.facebook.com/people/Leandro-Arturiano/100004017149066/">https://www.facebook.com/people/Leandro-Arturiano/100004017149066/</a>
<b>South America memes</b>	1	Humorista	53 mil	<a href="https://www.facebook.com/southamericamemes29">https://www.facebook.com/southamericamemes29</a>
<b>Memeiro, porém graduado.</b>	3	Blogueiro(a)	47 mil	<a href="https://www.facebook.com/memeiroporemgraduadoOFICIAL">https://www.facebook.com/memeiroporemgraduadoOFICIAL</a>
<b>E agora, DP?</b>	1	Blog pessoal	21 mil	<a href="https://www.facebook.com/ajudaDP">https://www.facebook.com/ajudaDP</a>
<b>South América Memes</b>	2	Site de entretenimento	4,1 mil	<a href="https://www.facebook.com/Memesdasouthamericamemes">https://www.facebook.com/Memesdasouthamericamemes</a>

## APÊNDICE B – INSTÂNCIAS DA CENA NÃO FICCIONAL

Meme	Sujeito Comunicante (Euc)	Sujeito Enunciador (Eue)	Sujeito Destinatário (Tud)	Sujeito Interpretante (Tui)
01	Administrador da página Memeiro, porém graduado.	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
02	Administrador da página Artes Depressão	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
03	Administrador da página Lixeira Memes	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
04	Administrador da página Lixeira Memes	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
05	Administrador da página South América Memes	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
06	Administrador da página South América Memes	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
07	Administrador da página South America memes	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
08	Administrador da página Lixeira Memes	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
09	Administrador da página South América Memes	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
10	Administrador da página South América Memes	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
11	Administrador da página Lixeira Memes	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
12	Administrador da página Humorama Humor e Comédia	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
13	Administrador da página Artes Depressão	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme

<sup>74</sup> Embora algumas páginas possuam o mesmo nome, elas constituem perfis diferentes na rede social. Acesso em: 04 de ago. 2023.

<sup>75</sup> Descrição exposta pela própria página no dia 04 de agosto de 2023.

<sup>76</sup> Em: 04 ago. 2023.

<sup>77</sup> Acesso em: 04 de ago. 2023

14	Administrador da página Artes Depressão	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
15	Administrador da página Artes Depressão	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
16	Administrador da página Leandro Arturiano	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
17	Administrador da página E agora, DP?	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
18	Administrador da página Piadas Do Ted	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
19	Administrador da página Só Humor e Piadas	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
20	Administrador da página Só Humor e Piadas	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
21	Administrador da página Só Humor e Piadas	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
22	Administrador da página Só Humor e Piadas	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
23	Administrador da página Só Humor e Piadas	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
24	Administrador da página Memeiro, porém graduado.	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
25	Administrador da página Memeiro, porém graduado.	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
26	Administrador da página Só Humor e Piadas	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
27	Administrador da página Só Humor e Piadas	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
28	Administrador da página Piadas Do Ted	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
29	Administrador da página MEMES BR	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme
30	Administrador da página Piadas Do Ted	Identidade enunciativa do administrador dessa página	Público-alvo da página (seguidores)	Qualquer pessoa com acesso ao meme

## APÊNDICE C – ANÁLISE DOS CONTRATOS DE COMUNICAÇÃO NAS CENAS FICCIONAIS DOS MEMES

Meme	Contrato de comunicação na cena ficcional				Ato locutivo/Modalidades
	Identidades das personagens	Finalidade (visada predominante)	Propósito (tema)	Circunstâncias	
2.	A morte/ um transeunte	Solicitação	Isolamento social	Dialogal	Alocutivo: Sugestão ( <i>Você quer ir para casa</i> )/ Aviso ( <i>ou já quer ir comigo para adiantar?</i> )
3.	Jesus/ outrem	Parte 1 – Incitação Parte 2 - Informação	Isolamento social	Dialogal	Elocutivo: Saber/ignorância ( <i>No domingo de páscoa é sempre bom lembrar que quem ressuscita sou eu, não vocês</i> ) Alocutivo: Sugestão ( <i>Respeite o isolamento, fique em casa!</i> )
4.	Rainha Elizabeth	Informação	Mortes por coronavírus	Monologal	Delocutivo: Discurso relatado ( <i>Americano de 95 anos ...</i> ) Elocutivo: Apreciação (indireta)
5.	Outrem/ Sr. Omar	Informação	Mortes por coronavírus	Dialogal	Delocutivo: Discurso relatado ( <i>Corona vírus está matando</i> ) Elocutivo: Saber/ignorância (99% das pessoas preocupadas)
6.	Gato a Jato	Informação	Histórico de atleta	O conteúdo linguístico atua como contextualização, não há diálogo direto entre os personagens	-
7.	Humanidade/ brasileiros	Informação	Mortes por coronavírus	O conteúdo linguístico atua como contextualização, não há diálogo direto entre os personagens	-
8.	Ex-ministro Teich/ outrem	Incitação	Aparência fúnebre do ex-ministro Teich	Dialogal	Alocutivo: Sugestão ( <i>Parem de falar mal do ministro da saúde</i> ) Elocutivo: Opinião – Convicção ( <i>Tenho certeza que ele foi um bom homem quando era vivo</i> )

9.	Ex-ministro Teich/outrem	Informação	Aparência fúnebre do ex-ministro Teich	Monologal	Elocutivo: Saber/Ignorância ( <i>ter aparência de um morto pra enganar o corona vírus e não ser infectado</i> )
10.	Um idoso/ quatro homens (carregadores de caixão dançarinos)	Informação	Isolamento social	Dialogal	Elocutivo: Querer- Desejo ( <i>Vontade de sair...</i> )
11.	Parte 1: Um rapaz (Everson Zoio) / dois amigos Parte 2: Um rapaz (Everson Zoio)/ quatro homens (carregadores de caixão dançarinos))	Informação	Sintomas do coronavírus	Parte 1: Dialogal Parte 2: O conteúdo linguístico atua como contextualização, não há diálogo direto entre os personagens	Parte 1 Alocutivo: Interpelação ( <i>Saúde mano/ Saúde ae consagrado / Vlw ae rapaziada</i> )
12.	Mestre Oogway/outrem	Informação	Mortes por coronavírus	Monologal	Elocutivo: Opinião – Suposição ( <i>Minha hora chegou</i> )
13.	Uma senhora idosa e dois cachorros	Incitação	Isolamento social	Dialogal	Alocutivo: Injunção ( <i>Fica em casa/ Amarra ela</i> ) Interrogação ( <i>Quer morrer?</i> )
14.	Parte 1: Uma menina (filha) /Um homem (pai) Parte 2: Menino (filho)/ Uma menina filha/irmã	Solicitação	Mortes por coronavírus	Dialogal	Alocutivo: Interpelação ( <i>Papai/ Jennifer</i> ) Interrogação: (Como o senhor sobreviveu ao corona? / Falando sozinha de novo?) Asserção
15.	Jesus	Informação	Isolamento social	Monologal	Elocutivo: Apreciação ( <i>Bem-aventurados os que andam passeando à toa na rua</i> ) Declaração – Afirmação ( <i>Em breve eles verão o Senhor</i> )
16.	Perseu e Medusa	Informação	Histórico de atleta	Monologal	Elocutivo: Opinião – Suposição ( <i>Parece verídico</i> )
17.	Um cachorro	Informação	Isolamento social	Monologal	Elocutivo: Apreciação ( <i>Presidente louco</i> ) Saber/ignorância ( <i>Vamos passar fome sem trabalhar/Vamos morrer se voltar a trabalhar</i> )
18.	Lord Farquaad/outrem	Informação	Isolamento social	Dialogal	Elocutivo: Opinião – Suposição ( <i>Alguns de vocês talvez morram</i> )
19.	Gato	Informação	Medo da morte	Monologal	Elocutivo: Opinião – Suposição ( <i>ninguém sabe se vai sair vivo dessa</i> )
20.	Um menino/ uma mulher	Informação	Características do coronavírus	Dialogal	Alocutivo: Interrogação ( <i>Quer dizer que não existe vacina pra um vírus que morre com água e sabão??</i> )
21.	Clientes em um salão de beleza/ carregadores de caixão dançarinos	Informação	Isolamento social	Monologal	Elocutivo: Constatação ( <i>O salão ta aberto galera</i> )
22.	Esposo	Informação	Isolamento social	Monologal	Elocutivo: Constatação ( <i>Acordei mais cedo e vi a esposa fazendo um canteiro novo no quintal.</i> ) Alocutivo: Interrogação ( <i>Oq será que ela vai plantar???</i> )
23.	Uma moça/ Um rapaz	Informação	Características do coronavírus	Dialogal	Elocutivo: Apreciação ( <i>tô com medo de pegar esse corona vírus/ Eu acho q o vírus q tá com medo de vc</i> )
24.	Sid	Informação	Mortes por coronavírus	Dialogal	Delocutivo: Discurso Relatado ( <i>O governo diz/ O presidente diz</i> ) Elocutivo: Opinião – Convicção ( <i>A gente vai morrer!</i> )
25.	Pai/ Filho	Informação	Mortes por coronavírus	Dialogal	Elocutivo: Saber/ignorância ( <i>Se vamos morrer que seja com o c* limpo</i> )
26.	Graduando	Informação	Mortes por coronavírus	Monologal	Elocutivo: Constatação ( <i>Pensando no tanto que já sofreu na faculdade pra depois morrer com coronavírus</i> )
27.	Urubu/ Eu	Informação	Mortes por coronavírus	Dialogal	Elocutivo: Apreciação ( <i>Pássaro fdp</i> ) Constatação ( <i>dei uma tossidinha e ja me segue a 4 quartos</i> )

28.	Eu/ Aglomerado de pessoas	Informação	Isolamento social	Monologal	Elocutivo: Opinião – Suposição ( <i>EU to começando a achar que esse negócio de auxílio</i> )
29.	Rato	Informação	Mortes por coronavírus	Monologal	Delocutivo: Asserção ( <i>Rato morre em supermercado, vítima de infarto após ver preço do queijo</i> )
30.	Coronavírus	Informação	Mortes por coronavírus	Dialogal	Elocutivo: Constatação ( <i>Antes vcs brincavam cmg</i> ) Alocutivo: Aviso ( <i>Agr eu cresci e vou matar vcs</i> )
31.	Eu/Políticos	Incitação	Sacrifício para fim da pandemia	Dialogal	Delocutivo: Asserção ( <i>Alguns povos tinham o costume de sacrificar seus políticos aos Deuses</i> ) Elocutivo: Saber/Ignorância ( <i>Só estou dando uma ideia</i> )

## APÊNDICE D – HUMOR: JOGO SEMÂNTICO

Meme	Jogo semântico	
	Técnica do Riso	Incoerência
01	Alusão (b) sem duplo sentido	Insólita
02	Alusão	Insólita
03	Alusão	Insólita
04	Alusão	Insólita
05	Alusão	Insólita
06	Condensação	Paradoxal
07	Alusão	Insólita
08	Redução ao absurdo	Insólita
09	Alusão	Insólita
10	Alusão	Insólita
11	Alusão	Insólita
12	Alusão	Insólita
13	Deslocamento	Insólita
14	Alusão	Insólita
15	Alusão	Insólita
16	Alusão	Insólita
17	Alusão	Insólita
18	Alusão	Insólita
19	Alusão	Insólita
20	Alusão	Insólita
21	Alusão	Insólita
22	Réplica direta	paradoxal
23	Alusão	Insólita
24	Alusão	paradoxal
25	Alusão	Insólita
26	Alusão	Insólita
27	Alusão	Insólita
28	Alusão	Paradoxal
29	Alusão	Insólita
30	Alusão	Insólita

## APÊNDICE E – HUMOR: JOGO ENUNCIATIVO

Me me	Jogo enunciativo (cena ficcional)				
	Locutor'	Destinatá rio'	Alvo'	Classificação do destinatário'	Categoria predominante
01	A Morte	Um transeunte	Destinatário (um transeunte)	vítima	ironia
02	Jesus	Outrem	Destinatário (outrem)	vítima	ironia
03	Rainha Elizabeth	Outrem	Morte	cúmplice	ironia
04	Outrem	Sr. Omar	Destinatário	vítima	ironia
05	Não há diálogo na cena, por isso não é possível identificar tais instâncias. O conteúdo verbal atua como recurso de contextualização				
06	Não há diálogo na cena, por isso não é possível identificar tais instâncias. O conteúdo verbal atua como recurso de contextualização				
07	Outrem	Outrem	Nelson Teich	cúmplice	ironia

08	Nelson Teich	Outrem	Nelson Teich	cúmplice	ironia
09	Um idoso	Outrem	Morte	cúmplice	ironia
10	Um jovem	Outrem	Morte	cúmplice	ironia
11	Mestre Oogway	Outrem	Morte	cúmplice	ironia
12	Um cachorro	Uma idosa	Idosa	vítima	sarcasmo
13	Um menino	Uma menina	Morte	cúmplice	ironia
14	Jesus	Outrem	Morte	cúmplice	ironia
15	Outrem	Outrem	Histórico de atleta	cúmplice	ironia
16	Um cachorro	Outrem	Presidente	cúmplice	sarcasmo
17	Lord Farquaad	Povo do seu reino	Povo do reino	vítima	sarcasmo
18	Gato	Outrem	Morte	cúmplice	ironia
19	Um menino	Uma mulher	Morte	cúmplice	ironia
20	Outrem	Cientes de salão de beleza	Cientes	vítima	ironia
21	Esposo	Outrem	Morte	cúmplice	ironia
22	Um rapaz	Uma moça	Moça	vítima	sarcasmo
23	Sid	Outrem	Morte	cúmplice	ironia
24	Pai	Filho	Morte	cúmplice	ironia
25	Graduando	Outrem	Morte	cúmplice	ironia
26	Outrem	Outrem	Morte	cúmplice	ironia
27	Outrem	Outrem	Morte	cúmplice	sarcasmo
28	Outrem	outrem	Mídia	cúmplice	ironia
29	Coronavírus	outrem	Outrem	vítima	ironia
30	Outrem	outrem	Morte	cúmplice	ironia

## APÊNDICE F – HUMOR: JOGO IMAGÉTICO

Meme	Jogo imagético Relação entre imagem e texto
01	Revezamento
02	Ancoragem
03	Ancoragem
04	Ancoragem
05	Ancoragem
06	Ancoragem
07	Revezamento
08	Revezamento
09	Ancoragem
10	Ancoragem
11	Ancoragem
12	Ancoragem
13	Ancoragem
14	Ancoragem
15	Ancoragem
16	Ancoragem
17	Ancoragem
18	Ancoragem
19	Ancoragem
20	Revezamento
21	Ancoragem
22	Ancoragem
23	Ancoragem
24	Ancoragem
25	Ancoragem
26	Ancoragem
27	Ancoragem
28	Revezamento
29	Ancoragem
30	Ancoragem