

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE ARTES E LETRAS
BACHARELADO EM LETRAS-PORTUGUÊS/LITERATURAS

Maiara Albuquerque de Aguiar

**UMA ANÁLISE DE ENUNCIADOS INSTITUCIONAIS: O
FUNCIONAMENTO DOS MEMES NAS CAMPANHAS DE VACINAÇÃO
CONTRA A COVID**

Santa Maria, RS
2023

Maiara Albuquerque de Aguiar

UMA ANÁLISE DE ENUNCIADOS INSTITUCIONAIS: O FUNCIONAMENTO DOS MEMES NAS CAMPANHAS DE VACINAÇÃO CONTRA A COVID

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Letras Português Bacharelado, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do título de Bacharela em Letras Português.

Orientadora: Prof^a. Dra. Verli Fátima Petri da Silveira

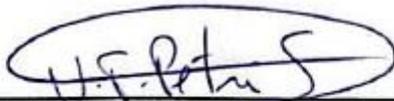
Santa Maria, RS
2023

Maiara Albuquerque de Aguiar

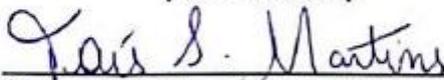
UMA ANÁLISE DE ENUNCIADOS INSTITUCIONAIS: O FUNCIONAMENTO DOS MEMES NAS CAMPANHAS DE VACINAÇÃO CONTRA A COVID

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Letras Português Bacharelado, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharela em Letras Português**.

Aprovada em 30 de janeiro de 2023.



**Verli Fátima Petri da Silveira, Prof^a. Dra. (UFSM)
(Orientadora)**



**Taís da Silva Martins, Prof^a. Dra. (UFSM)
(Membro da banca)**

Santa Maria, RS
2023

RESUMO

UMA ANÁLISE DE ENUNCIADOS INSTITUCIONAIS: O FUNCIONAMENTO DOS MEMES NAS CAMPANHAS DE VACINAÇÃO CONTRA A COVID

AUTORA: Maiara Albuquerque de Aguiar
ORIENTADORA: Verli Fátima Petri da Silveira

A presente pesquisa propõe uma análise de enunciados institucionais que circularam nas mídias digitais oficiais da Prefeitura de Santa Maria, em formato de *memes*, entre os anos de 2021 e 2022, que informavam sobre as campanhas de vacinação contra a covid-19. Assim, através da análise, o estudo tem o objetivo de demonstrar como ocorreram os processos discursivos presentes nos *memes*. Para alcançar o objetivo desejado, os *memes* foram selecionados e coletados, com datas e temas distintos, no *Instagram* oficial da Prefeitura de Santa Maria, sendo analisados através dos fundamentos teóricos da Análise de Discurso de linha francesa. Os resultados desta pesquisa, apoiados na análise e nos índices do “Vacinômetro” da Prefeitura, demonstram que o *meme* foi efetivo na divulgação das campanhas de vacinação contra o vírus SARS-CoV-2, por ser um objeto discursivo que cativa o público e atrai diversas gerações através de sua forma descontraída, amistosa e atemporal. Portanto, em tempos pandêmicos seu uso foi essencial no combate à covid-19 e em prol da saúde pública, permanecendo em circulação com os mesmos objetivos ainda em 2023.

Palavras-chave: Campanha de vacinação. Covid-19. Discurso. *Memes*. Pandemia.

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF INSTITUTIONAL STATEMENTS: THE MEMES BEHAVIOR IN COVID VACCINATION'S CAMPAIGN

AUTHOR: Maiara Albuquerque de Aguiar
ADVISOR: Verli Fátima Petri da Silveira

This research proposes to analyse institutional statements that circulated in official digital media of the Santa Maria city hall, in the form of memes, between the years of 2021 and 2022, which informed about vaccination campaigns about covid-19. Therefore, through the analysis, the study aims to demonstrate how the discursive processes present in memes occurred and how the effective dissemination took place. In order to achieve the desired objectives, the memes were selected and collected, with different dates and themes, on the official Instagram of the Santa Maria city hall, being analyzed through the theoretical foundations of French Discourse Analysis. The results of this research, supported by the analysis and indexes of the City Hall's "Vaccinometer", demonstrates that the meme was effective in publicizing vaccination campaigns against the SARS-CoV-2 virus, as it is a discursive object that captivates the public and attracts several generations through its relaxed, friendly and timeless form. Therefore, in pandemic times, its use was essential in the fight against covid-19 and in favor of public health, remaining in circulation with the same objectives in 2023.

Keywords: Vaccination campaign. Covid-19. Discourse. Memes. Pandemic.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Virou jacaré após a vacina do corona	14
Figura 2 - Meme do gatinho	17
Figura 3 - Entra no carro	18
Figura 4 – Espiadinha	19
Figura 5 - Que vacilo, Márcia!	21
Figura 6 - Ata... ..	22
Figura 7 - O show não pode parar	23

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	7
2	REFLEXÕES SOBRE A ANÁLISE DE DISCURSO	9
2.1	SOBRE A ANÁLISE DE DISCURSO	9
2.2	SOBRE DISCURSO DIGITAL E SOBRE OS <i>MEMES</i>	10
3	O IMAGINÁRIO DA VACINA DURANTE A PANDEMIA	12
4	LANÇANDO UM OLHAR SOBRE OS MEMES	16
5	CONCLUINDO O GESTO DE ANÁLISE	25
	REFERÊNCIAS	26

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo, desenvolvido como requisito parcial para a conclusão do curso de Bacharelado em Letras-Português/Literaturas, da Universidade Federal de Santa Maria - RS, tem como objetivo investigar o funcionamento do discurso através dos *memes* utilizados na divulgação das campanhas institucionais de vacinação contra a covid-19 e compartilhados pela Prefeitura de Santa Maria, órgão público responsável, nas mídias digitais, especificamente o *Instagram*, entre os anos de 2021 e 2022.

Sabe-se que recentemente, no ano de 2020, o mundo passou por um grande impacto nos cenários político, econômico e social, devido à rápida disseminação do vírus SARS-CoV-2, responsável por causar a doença da covid-19. A pandemia, gerada pela alta no número de casos, apresentou a urgência de uma vacina para, ao menos, tentar diminuir a força do vírus mortal no organismo do ser humano. Sendo assim, gestores e cientistas uniram forças para a produção de vacinas eficazes contra o vírus.

No Brasil, inicialmente, ocorreu uma fase de desespero coletivo causado pelo medo do desconhecido. No entanto, após um tempo, o país dividiu-se em uma disputa de discursos políticos entre os que viam a real gravidade do vírus e os que diziam que o vírus não passava de uma “gripezinha”¹. Essa discussão fez com que as vacinas demorassem mais tempo para serem distribuídas, devido ao atraso do governo federal em comprá-las. Foi visto, então, o desfecho de tal litígio, no qual os cidadãos que compreenderam a importância da vacina puderam imunizar-se, enquanto os contra a vacina escolheram não imunizar-se.

Além da vacinação, o contexto pandêmico gerou a necessidade de proteção e fez com que surgissem mais medidas para tentar conter o avanço do vírus. Uma destas medidas foi o isolamento social, com ele as formas de interação diminuíram no presencial e passaram a prevalecer no espaço digital. Assim, tornou-se comum notícias e informações circularem de forma online, sendo, muitas vezes, construídas em formatos mais descontraídos e de maneira mais acessível.

Dentre as diversas formas de divulgação que o mundo online oferece, o *meme* foi uma forma lúdica (e muitas vezes educativa) fortemente utilizada nas mídias

¹ Discurso ligado política ideologicamente ao então presidente Jair Messias Bolsonaro.

digitais por inúmeras pessoas e instituições com o intuito de divulgação de conteúdo ou apenas como forma de diversão, para tentar aliviar as tensões que os problemas de saúde pública vinham causando no mundo. É neste espaço que essa pesquisa se inscreve, o de compreender o funcionamento do *meme* durante a pandemia como uma ferramenta de divulgação para auxiliar no processo de conscientização para a imunização da população e erradicação do vírus da covid-19.

Com a perspectiva desta realidade social, será possível lançar um olhar sobre as formas que os discursos se materializam e funcionam nos *memes* disponíveis no *Instagram* da Prefeitura de Santa Maria - RS. Isso, já com a constatação² que os métodos de divulgação da campanha online também tem sido de fato efetivos para influenciar os cidadãos a se vacinarem. Ficam, então, as seguintes questões a serem respondidas pela presente pesquisa: de que forma os discursos se materializaram nos *memes*? Como ocorreram os processos discursivos e suas implicações? Como funcionou a divulgação da vacinação em conjunto com esta ferramenta digital?

² Cf. <http://www.santamaria.rs.gov.br/vacinacao/?secao=vacinometro>

2 REFLEXÕES SOBRE A ANÁLISE DE DISCURSO

Antes de iniciar a análise propriamente dita, é necessário fazer a contextualização das obras que constituem a bibliografia principal do trabalho, sendo ela composta por textos que compartilham conhecimentos sobre a área de Análise de Discurso (ORLANDI, 2012), Discursos sobre a pandemia (SURDI, 2021) e textos que abordam os Discursos digitais (DIAS, 2018), bem como o funcionamento do objeto escolhido: o *meme*, para definir a importância de seus conceitos neste estudo.

Após uma breve contextualização das discussões sobre vacinas que estavam ocorrendo no país, nos anos de 2021 e 2022, a segunda parte da pesquisa pretende lançar um olhar exclusivo para os *memes*, analisando sua construção e os discursos que os constituem quando utilizados na divulgação da vacinação para o público santamariense durante a pandemia.

2.1 SOBRE A ANÁLISE DE DISCURSO

Partindo da história, a Europa da década de 1960 passou por um contexto de grande efervescência no campo das ideias devido à renovação de pensamento político e social. A França, em especial, foi palco de movimentos revolucionários iniciados por estudantes e operários. Neste contexto, através do estabelecimento de uma série de relações entre questões políticas, sociais e linguísticas, foi fundada a teoria do discurso, hoje designada como Análise de Discurso.

A Análise de Discurso (AD), fundada pelo filósofo francês Michel Pêcheux, foi pensada como uma disciplina de interpretação, que veio para guiar estudiosos através de questões da linguagem para o conhecimento histórico presente no discurso. Sendo assim, esta disciplina mostra que é através do discurso que se luta para que a língua seja um elemento essencial em pleno funcionamento com o social (PETRI, 2006).

A disciplina de AD é uma disciplina de entremeio que não veio para trazer ao analista o interesse de perseguir uma verdade, mas sim de revelar particularidades despercebidas no discurso do objeto de análise. Segundo Petri (2013, p. 40), “é preciso pensar na Análise de Discurso como uma disciplina que está em constante reconfiguração, construindo e reconstruindo o seu dispositivo experimental”. Desta maneira, a pesquisa na área de AD mobiliza noções teóricas que constituem saberes sobre língua e discurso, que são de suma importância para os estudos da linguagem.

Através disso, os princípios teóricos e analíticos da AD podem proporcionar a compreensão dos efeitos de sentidos³ produzidos pelos *memes*, ferramentas do meio digital, que protagonizaram as campanhas de vacina em redes sociais. Muito embora a necessidade de vacinação já estivesse bem assinalada, definida na e pela história brasileira: um povo que venceu muitas doenças pela vacinação, a campanha foi fundamental.

Sabe-se que a memória é um saber pré-construído, o já-dito (Orlandi, 2012), e que tudo que é dito é carregado de ideologia, pois “o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia para que se produza o dizer” (ORLANDI, 2012, p. 46). Pensando nisso, é importante compreender os sentidos atribuídos aos discursos produzidos em tempos pandêmicos sobre a vacinação.

Dessa forma, é preciso observar a construção dos discursos que constituem os *memes* e fazer o questionamento de por qual motivo a produção deles foi tão necessária e eficaz. Assim, este acontecimento histórico vivenciado na atualidade mobiliza o analista pelo dispositivo teórico e analítico da AD, estabelecendo relações com a pandemia que foi se materializando nos discursos digitais.

2.2 SOBRE DISCURSO DIGITAL E SOBRE OS MEMES

É notável que os discursos digitais ampliaram sua força durante a pandemia do novo coronavírus, pois a internet tornou-se um meio de manter as pessoas unidas mesmo estando distantes devido ao isolamento social. Segundo Surdi (2021, p. 49): “Um dos legados que esse período nos deixou está registrado em uma “tsunâmica” produção cultural muito bem humorada e também muito crítica de *memes*, *gifs*, *tiras*, *cartuns*, *charges* (...)”. Esse legado se dá como consequência da necessidade de ampliar a interação via digital, já que houve um crescente uso de ferramentas digitais para compartilhar diversos tipos de conteúdo, o que instigou um olhar mais atento de diversos estudiosos e impulsionou este trabalho.

Para Dias (2018, p. 29), “[.] é pela circulação (compartilhamento, viralização, comentários, postagens, hashtags, memes, links...) que o digital se formula e se constitui.” Sabendo disso, observa-se que os enunciados circulam no meio online

³ São produzidos em condições determinadas e que estão de alguma forma presentes no modo como se diz [...] Esses sentidos tem a ver como o que é dito ali, mas também em outros lugares, assim como com o que não é dito, e como o que poderia ser dito e não foi (ORLANDI, 2012, p. 30).

carregando uma série de posições e opiniões que fomentam discussões e movimentam a internet. É através do posicionamento dos sujeitos - em redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* - que é possível ver o discurso funcionar no meio digital.

Paveau (2021) diz que essas figuras que circulam no mundo digital, como *banners* e *memes*, são vistas como um “tecnografismo”, já que são compostas pela relação de texto e imagem (fixas ou animadas). Estas figuras circulam no mundo virtual, em formatos variados, com o intuito de divertir a comunidade online e de divulgar informações de assuntos que estão em destaque no momento, como, por exemplo, a pandemia e a vacinação nos anos de 2021 e 2022.

Segundo Surdi e Silva (2019, s. p.), “A internet trouxe e continua trazendo à tona uma série de materialidades discursivas diferentes, dentre elas, os *memes* que emergiram nos últimos anos e ficaram famosos”. Os *memes* sempre tiveram grande uso nas redes sociais, mas na pandemia, com o aumento do uso da internet devido ao isolamento, tiveram um destaque considerável.

A materialidade discursiva *meme* (BAALBAKI; SILVA, 2020) tem muitas definições, mas aqui serão utilizadas para o trabalho apenas as de Souza e Passos (2021) e Paveau (2021). Sendo assim, o *meme* é definido por Souza e Passos (2021) como: “... algo que se espalha rapidamente na internet ou que é amplamente imitado de forma humorística...”. Já na definição de Paveau (2021, p. 349), “os *memes* de internet ou *memes* digitais são elementos culturais nativos da internet que se propagam na esfera pública por replicação e transformação nas redes e comunidades digitais”. E são essas definições que irão sustentar a pesquisa durante a análise dos *memes* selecionados.

Tendo em vista que o *meme* foi e é um material de destaque nas redes, pois possivelmente era o escolhido das instituições e do público por ser uma figura digital comum, de rápida divulgação e acessada pelas grandes massas, é necessário olhar para os discursos presentes nesta figura com uma nova perspectiva e mobilizar conceitos que outro analista não mobilizaria (ORLANDI, 2012).

3 O IMAGINÁRIO DA VACINA DURANTE A PANDEMIA

É imprescindível contextualizar o momento em que a pandemia vigorou fortemente no país, antes de partir para análise dos *memes*. Para isso, recorrer aos conceitos de história e memória, definição atualizada de vacina e analisar o cenário social e político do Brasil são fundamentais para traçar um caminho até as importantes campanhas de vacinação contra a covid-19.

Como dito anteriormente, a pandemia ocasionou diversas mudanças na vida de muitos(as) brasileiros(as) através da necessidade de inserir novos hábitos, como o isolamento social e uso de máscara. Desta forma, muitas pessoas reagiram positivamente aos métodos para a tentativa de contenção do vírus. Porém, com o início da vacinação contra a covid-19, as discussões sobre a eficácia destes métodos afloraram e, assim, a população ficou dividida entre os pró-vacina e os contra a vacina.

O país passou a sofrer então, inicialmente, com o atraso na compra de vacinas e, depois da compra, com o negacionismo de parte da população incentivado pelo governo federal, onde os contra a vacina, além de não se vacinarem, também não cumpriam outros métodos de prevenção. Por este motivo, surgiu a necessidade de criar campanhas que fossem de fato eficazes para recuperar a memória da importância da vacinação, direito de todo cidadão (DAVIS, 2020), e convencer o povo a se vacinar.

Segundo Petri (2010, p. 67), “história e memória são duas noções muito caras aos estudiosos do discurso”, e com esse conhecimento que a presente pesquisa se propõe a observar os processos em torno da vacinação que ocorreram durante os anos de pandemia e tentar compreendê-los. Isso, partindo do princípio que a vacina não é uma novidade na vida dos(as) brasileiros(as), que já praticam a vacinação obrigatória desde a infância.

Quanto à definição de história e memória, pode-se compreender que:

A memória é a vida, sempre carregada por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta a dialética da lembrança e do esquecimento, inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações suscetível de longas latências e de repentinas revitalizações. A história é a reconstrução sempre problemática e incompleta do que não existe mais (NORA, 1993, p. 9).

Partindo desta definição, entende-se que há uma história sobre a vacina - quem desenvolveu, onde e quando ela surgiu, etc. –, representação do passado (NORA, 1993) que não é o objetivo do trabalho. Porém, há também uma memória sobre vacina, que diz que esta não é uma coisa nova, pois a eficácia da vacina já é conhecida pela população. No entanto, mesmo com a existência de um discurso já instituído sobre o ato de vacinação, houve o surgimento de um contra discurso fruto do negacionismo, que veio para questionar a eficácia da vacina desenvolvida para tentar combater o avanço do vírus.

A vacina é definida segundo o *Vocabulário da pandemia do novo coronavírus*⁴ como: “uma substância inserida nos corpos das pessoas para produção de anticorpos específicos, com o objetivo de garantir a proteção e reduzir a disseminação de doenças”. Esta definição deixa evidente a importância da vacinação, principalmente em um cenário pandêmico repleto de mortes onde “garantir a proteção” e “reduzir a disseminação de doenças” é de extrema necessidade. Então, surge o seguinte questionamento: por qual motivo uma parcela da população insiste em não se vacinar?

A resposta para esta pergunta vem junto das infelizes falas do presidente do Brasil, à época, Jair Messias Bolsonaro, que, como representante do povo, deixou muito a desejar não levando a sério a gravidade da contaminação do vírus SARS-CoV-2. O então presidente chegou a nomear a covid-19 como apenas uma “gripezinha”, andando no meio de multidões sem máscara e produzindo comentários de deboche contra a vacina, como por exemplo em sua fala sobre os possíveis efeitos colaterais da vacina do laboratório Pfizer: “se você virar um jacaré, é problema seu”, no qual se justifica mais tarde por ter usado uma figura de linguagem⁵. De qualquer forma, este comentário gerou muitos *memes*. Segue um deles:

⁴ Cf. <https://www.ufsm.br/coronavirus/vocabulario-da-pandemia-do-novo-coronavirus/#:~:text=O%20Vocabul%C3%A1rio%20sobre%20a%20pandemia,no%20espa%C3%A7o%20digital%2C%20desde%202020>. O Vocabulário foi escolhido por ser um vocabulário temático sobre a pandemia e também por apresentar uma definição atualizada de vacina.

⁵ Cf. https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/08/22/interna_politica,1388293/bolsonaro-no-jn-sobre- virar-jacare-com-vacina-parte-da-lingua-portuguesa.shtml

Figura 1: Virou jacaré após a vacina do corona

PRIMEIRO CASO CONFIRMADO DE PESSOA QUE
VIROU JACARÉ APÓS A VACINA DO CORONA!

IMAGENS FORTES!



Fonte: [Extra](#)

No entanto, fora as piadas com estas falas para distrair o povo da atual situação, os discursos do presidente influenciaram parte da população, que já compartilhavam da mesma formação ideológica⁶ que ele, a refutarem a vacina e os métodos de contenção do vírus. Assim, a presença do negacionismo foi algo marcante durante a pandemia e ainda é nos dias atuais.

Segundo o *Vocabulário da pandemia do novo coronavírus*, o negacionismo é: “a recusa de aceitar uma afirmação que pode ser comprovada como verdadeira pela ciência ou pela história”. Por isso, o fato desse contra discurso carregado de negacionismo ser tão forte nesse período de grande instabilidade é algo preocupante, pois ele representa a recusa da história com a tentativa de apagamento de uma memória já instituída sobre a eficácia da vacinação.

Os discursos negacionistas, produzidos pelos cidadãos anti-vacina, se espalharam pelo regime de repetição (INDURSKY, 2011), através de notícias falsas, ou *fake news* (termo em inglês muito utilizado durante a pandemia) veiculadas nas redes sociais, como *Facebook* e *Whatsapp*. As notícias passavam por tantas pessoas, que depois de um tempo já estavam parcialmente ou totalmente diferentes e, assim, surgiam novas declarações falsas a serem divulgadas, como: chip durante a aplicação da vacina, mudança do RNA, etc. Isso ocorre, pois, segundo Pêcheux (1999, p. 53), “repetição é antes de tudo um efeito material que funda comutações e variações [...]”.

⁶ Segundo Haroche, Pêcheux e Henry (2019) formação ideológica é o “conjunto complexo de atitudes e de representações que não são nem ‘individuais’ e nem ‘universais’, mas que se relacionam mais ou menos diretamente a posições de classes em conflito umas em relação às outras”

Dessa forma, tendo o conhecimento que as *fake news* eram e são divulgadas grande parte nas redes sociais, é interessante estudar como os discursos institucionais pró-vacina funcionaram utilizando também do meio digital. Assim, já tendo consciência dos contra discursos existentes nas redes, no subtítulo a seguir será possível observar como os discursos pró-vacina atuaram para fortalecer a importância das vacinas na divulgação da campanha de vacinação no *Instagram* da Prefeitura do Município de Santa Maria.

4 LANÇANDO UM OLHAR SOBRE OS MEMES

Os *memes* com a temática da pandemia surgiram desde o início de 2020, com teor humorístico, muitas vezes comparando o nome da cerveja Corona e o coronavírus⁷, humor sobre estar “enlouquecendo” durante o isolamento social, representadas com os *memes* da personagem Nazaré⁸, piadas sobre se vacinar e virar jacaré, já apresentada acima, entre outras. Assim, através do deslocamento de sentidos, que segundo Campos (2020) “são formações do inconsciente que estão fora do controle do sujeito”, a produção mêmica foi trilhando um caminho até chegar nos *memes* de divulgação da vacina.

Desse modo, a pesquisa busca lançar um olhar sobre *memes* utilizados pela Prefeitura de Santa Maria para a divulgação das campanhas de vacinação contra a covid-19. Esses *memes* continham informações sobre lugares onde iam ocorrer a vacinação, informações do site da prefeitura e do calendário vacinal, desmitificação sobre a vacina, etc. Segundo Surdi (2021, p. 53) “essa cartografia digital mêmica surpreende tanto em termos numéricos quanto nos possíveis sentidos que circulam...” e essa questão é vista no uso criativo feito pela instituição com esse objeto discursivo como forma de divulgação.

Para compor esse olhar, foram selecionados seis *memes* do *Instagram* oficial da Prefeitura. Durante a coleta dos *memes* foi observada uma grande variedade, mas às vezes *memes* diferentes traziam um formato igual. Por isso, a seleção foi feita buscando essas figuras com modos diferentes de informar sobre a vacinação. As datas também foram levadas em conta, pois os *memes* selecionados vieram desde maio de 2021 até setembro de 2022. Sendo assim, os objetos selecionados mostram como foram feitas as divulgações da prefeitura no período de aproximadamente um ano e três meses.

Os *memes* selecionados serão apresentados em ordem cronológica, de 2021 até 2022, sendo suas datas de publicação as seguintes: o primeiro (Figura 2), publicado em 25 de maio de 2021; o segundo (Figura 3), publicado em 9 de fevereiro de 2022; o terceiro (Figura 4), publicado em 27 de abril de 2022; o quarto (Figura 5),

⁷ Cf. <https://agenciacaracara.com.br/sobrou-para-a-cerveja-corona-na-crise-do-coronavirus/>

⁸ Cf. <https://www.terra.com.br/diversao/tv/blog-sala-de-tv/nazare-na-quarentena-preciso-sair-ver-gente-bater-perna,5cb27a89d9b6cf562d16bf422500238e5zv210cl.html>

publicado em 10 de agosto de 2022; o quinto (Figura 6), publicado em 30 de agosto de 2022; e por último o sexto (Figura 7), publicado em 5 de setembro de 2022.

A análise inicia pelo *meme* da Figura 2, intitulado pela autora “Meme do gatinho”. Essa figura é composta por duas imagens: 1. Uma moça fazendo uma acusação aos prantos; e 2. Um gato sentado à mesa, rindo e usando um chapéu que representa um profissional da área da saúde. Junto das imagens acompanham dois enunciados: o primeiro, produzido pela moça, diz, “Mas você disse que se eu me vacinasse eu não ia pegar mais coronavírus” e o segundo, produzido pelo animal, diz “Não! Eu disse que, se tomar todas as doses, não vai manifestar a forma grave da doença”:

Figura 2: Meme do gatinho



[Fonte: Instagram oficial da Prefeitura de Santa Maria](#)

O gatinho que aparece no *meme* é o Smudge, que viralizou nas redes por seu carisma, ganhando até seu próprio perfil no *Instagram*. A moça gritando aos prantos é a empresária americana Taylor Armstrong, participante do reality show *The Real Housewives of Beverly Hills*. O gatinho e a moça não se conhecem, mas a união das suas imagens ficou famosa nas redes sociais dos(as) brasileiros(as) sendo utilizada para compartilhar diversos assuntos e divertir o público.

O enunciado recupera uma fala produzida por muitos(as) cidadãos(ãs) que, com pouco conhecimento sobre o funcionamento da vacina no organismo, espalhavam *fake news* que diziam que a vacina impedia os indivíduos de pegar a

doença da covid-19. Obviamente, os responsáveis sobre as vacinas e o Ministério da Saúde nunca alegaram tal coisa e sempre buscaram desmistificar alguns ideais criados sobre a vacina. Então, o gato utilizando chapéu com o símbolo da Cruz Vermelha representa esses órgãos responsáveis da área da saúde que trazem as informações corretas para o povo.

O segundo *meme*, apresentado no Figura 3, é intitulado pela autora de “Entra no carro”. Ele é composto pela imagem retirada do filme “Meninas malvadas” (2004), dirigido por Mark Waters e escrito por Tina Fey, onde estão as personagens Regina George e Gretchen Wieners e a frase “Entra no carro, nós vamos tomar a vacina no drive-thru da UFSM”. Além disso, há também os logos dos órgãos representantes e atuantes na campanha de vacinação de Santa Maria:

Figura 3: Entra no carro



[Fonte: Instagram oficial da Prefeitura de Santa Maria](#)

O enunciado recupera uma frase icônica do filme na qual as personagens convidam a mocinha, Cady Haron, para entrar no carro e ir para a escola com elas, o que representava o auge da popularidade. É interessante reparar que o *meme* é construído com linguagem escrita e visual muito significativas, pois além da frase informando sobre a possibilidade de vacinação no *drive-thru* da UFSM as personagens também estão utilizando máscara, uma exigência durante a pandemia na data em que foi publicado.

Com isso, provavelmente o *meme* foi criado para atingir um público jovem/adulto, que entende a referência desse filme icônico lançado no início dos anos 2000 e é seguidor da rede social da instituição. Compreendendo a importância na vida da protagonista de entrar nesse carro, o leitor entende que o *meme* traz o significado de que pessoas “populares” se protegem do vírus, ao utilizar a máscara quando saem de casa, e fazem a vacinação corretamente. Essa conexão é bem estabelecida porque a palavra “popular” evoca o significado de algo importante e almejado na adolescência, o que recupera o já-dito da memória discursiva que fica no inconsciente (Orlandi, 2012).

O terceiro *meme* é apresentado pela Figura 4 e é intitulado de “Espiadinha”. Nele contém a frase “agora, vamos dar uma espiadinha no calendário vacinal”, um casal, uma moça, o logo do reality show “Big Brother Brasil” (BBB) com a divulgação do *pay per view* e a imagem do calendário de vacinação da Prefeitura:

Figura 4: Espiadinha



Fonte: [Instagram oficial da Prefeitura de Santa Maria](https://www.instagram.com/prefeitura.santamaria)

Este *meme* é bem intrigante porque comporta uma série de referências. O primeiro ponto a destacar é a imagem em si, que viralizou nas redes após alguém fotografar um rapaz comprometido sendo flagrado ao lançar um olhar com segundas intenções a outra mulher. A imagem é utilizada para fazer um trocadilho com o famoso BBB e o calendário de vacinação. Vale ressaltar que o *meme* foi publicado um dia

após o término do reality e que essa estratégia de deixar de dar uma espiadinha faz referência a um termo utilizado pelo ex-apresentador Pedro Bial no programa.

Ele ainda traz o rapaz segurando a mão da moça que representa o *pay per view* junto do BBB, que é uma opção paga da Globo para os fãs do programa assistirem 24h por dia. Porém, mesmo com essa facilidade, o moço da imagem sente mais interesse pela possibilidade de dar uma espiadinha no calendário de vacinação. Essa ideia é reforçada pela frase “O BBB acabou, mas você tem que seguir dando aquela espiadinha no calendário semanal de vacinação lá no site da Prefa: santamaria.rs.gov.br”, no qual os objetivos do humor ficam bem explícitos.

Um outro detalhe que é presente nas publicações da instituição é o fato de se chamarem de “Prefa”, uma abreviação criada provavelmente para ampliar o contato e a intimidade com o público. Essa abreviação aparece em vários *memes* da rede social da instituição. Isso ocorre nesse meio pois, segundo Dias (2009, p. 902):

[...] há uma liberdade da escrita sustentada pela velocidade da troca entre os sujeitos, que permite aos usuários desses meios criarem uma forma de escrita que se utiliza muito da abreviação das palavras, do uso das onomatopéias, da ausência de acentuação, da troca de letras, enfim, dos recursos técnicos que o próprio programa permite utilizar e os muitos que o sujeito pode criar.

O quarto *meme* (Figura 5) é denominado de “Que vacilo, Márcia!”. Ele é composto por quatro imagens de um cachorrinho que produz expressões de preocupação ao falar no celular. O conjunto de imagens viralizou pela fofura do animal e pela possibilidade de criar *memes* com diálogos divertidos. Então, servindo-se dessas qualidades mêmicas, a Prefeitura de Santa Maria aproveitou para elaborar o seguinte diálogo:

Figura 5: Que vacilo, Márcia!



[Fonte: Instagram oficial da Prefeitura de Santa Maria](#)

O diálogo entre o animalzinho e a personagem Márcia⁹ traz uma pauta importante, que é a de não parar de se vacinar na segunda dose. Esse assunto circulou com frequência durante a pandemia, pois as pessoas imaginavam que com apenas com uma dose estavam imunizadas contra o vírus. Porém, infelizmente, não funcionava bem assim. O vírus SARS-CoV-2 tem a facilidade de se modificar e, assim, criar novas variantes. Então, as vacinas vão sendo atualizadas para conseguir proteger a população das novas cepas que vão surgindo.

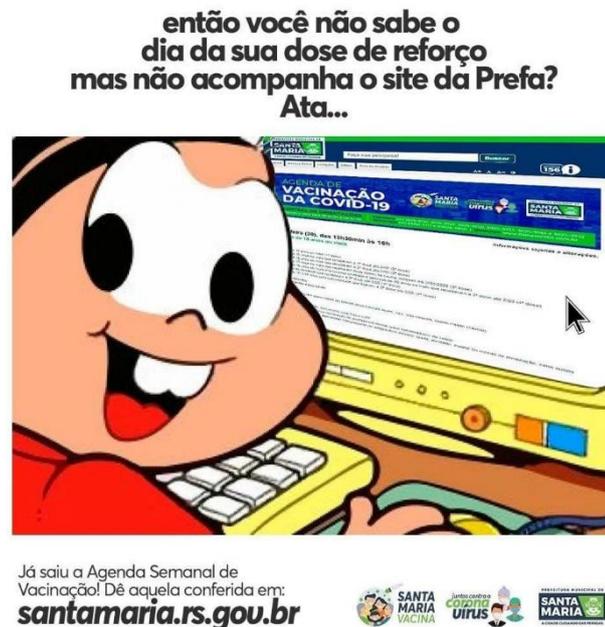
Por este motivo, há importância em falar sobre a necessidade de continuar realizando a vacinação e deixar o ciclo em dia. A Prefeitura traz isso através do animalzinho, que continua se cuidando e se vacinando corretamente, e da Márcia, que aparentemente está “vacilando” por não tomar todas as doses ofertadas de forma gratuita pelo Ministério da Saúde.

O quinto e penúltimo *meme* (Figura 6) é nomeado de “Ata...”. Ele apresenta a personagem Mônica do desenho “A turma da Mônica”, criada por Maurício de Sousa, pesquisando o calendário de vacinação e a seguinte fala: “então você não sabe o dia

⁹ Não se sabe ao certo quando os memes com o nome Márcia começaram, mas essa personagem desde o início foi utilizada como referência a dona de algum animal (na maioria das vezes um gato).

da sua dose de reforço mas não acompanha o site da Prefa? Ata...”. Na figura também há o site disponível e os logos dos órgãos responsáveis:

Figura 6: Ata...



Fonte: [Instagram oficial da Prefeitura de Santa Maria](#)

Este *meme* resgata uma memória afetiva, pois a turma da Mônica foi uma animação que acompanhou a infância de muitas gerações. Os personagens queridos do público têm uma significativa trajetória¹⁰, já que foram publicados primeiramente em tirinhas de jornal no de 1959. O sucesso foi tanto que em 1970 a turma ganhou seu próprio gibi e assim perdurou até os personagens chegarem nas telas de televisão, ganhando até filmes próprios. Por essa constante presença e adaptação para diversas gerações, a turma da Mônica foi sendo trazida para a atualidade e ficando presente na memória dos(as) brasileiros(as), o que foi utilizado pela “Prefa”. Além da vacinação, essa imagem é constantemente utilizada para gerar *memes* de diversos assuntos na redes.

Como visto anteriormente, os *memes* da Prefeitura quase sempre buscam divulgar o calendário de vacinação e o site oficial. Nesse caso, o *meme* com a imagem da Mônica no computador foi criado exatamente com esse objetivo: o de lembrar os

¹⁰ Cf. <https://ufmg.br/comunicacao/noticias/primeira-revista-da-turma-da-monica-era-publicada-ha-50-anos#:~:text=Cinquenta%20anos%20atr%C3%A1s%2C%20em%20maio,exclusiva%3A%20Turma%20da%20M%C3%B4nica>

seguidores de acessar o site para ver a agenda semanal de vacinação. Vale ressaltar a organização da Prefeitura em disponibilizar um calendário vacinal para o público acessar, o que foi fundamental para o sucesso de vacinação da cidade.

Por último, o sexto *meme* (Figura 7) é intitulado de “O show não pode parar”. Ele é o mais recente das figuras selecionadas para a pesquisa e faz referência ao festival de música Rock in Rio. Na imagem há o símbolo do evento, as frases “O show não pode parar”, “Agenda in Site”, “Confira os públicos e os palcos da vacinação desta semana em: www.santamaria.rs.gov.br” e o calendário de vacinação ao fundo:

Figura 7: O show não pode parar



[Fonte: Instagram oficial da Prefeitura de Santa Maria](#)

A criação desse *meme* para divulgação foi pensada na mesma lógica da figura 4, pois o *meme* foi publicado no dia 5 de setembro de 2022 e o evento estava em alta por estar ocorrendo do dia 2 até o dia 11 de setembro de 2022, ou seja, novamente usaram as datas como aliadas. Os detalhes dessa publicação chamam atenção, como a seringa no lugar da guitarra e o fato de eles utilizarem o trocadilho de palcos de show (há vários diferentes durante o festival) e palcos de vacinação (diferentes locais de vacinação para cada idade).

De fato, as estratégias são bem pensadas e conseguem alcançar o objetivo da instituição, que é divulgar a agenda de vacinação disponível no site via *Instagram*. Assim, através da frase “O show não pode parar”, os responsáveis também passam

a informação de que o ato de vacinação é importante e é um evento que deve continuar. Por este motivo esse *meme* foi escolhido por último, por trazer a questão central de todos os *memes* e o objetivo principal da Prefeitura: salientar à população que a vacinação é importante e não deve parar.

5 CONCLUINDO O GESTO DE ANÁLISE

Ao longo do texto, é possível observar que a Prefeitura de Santa Maria empenhou-se fortemente nos trabalhos de divulgação das campanhas de vacinação contra a covid-19, sendo mais forte que os contra discursos existentes nas redes e para além delas. Tendo em vista a necessidade de proteção, esse empenho foi necessário para impulsionar e incentivar a vacinação do público santamariense, instruindo-os sobre a importância da vacina além das medidas tomadas para tentar conter o avanço do vírus.

A análise dos seis *memes* ajuda a compreender como a instituição buscou atingir seu objetivo cativando o público através do uso de um discurso íntimo, amistoso e descontraído. A recuperação da memória discursiva faz os *memes* funcionarem através das imagens que remetem a um sentimento de afeto, quando: trazem um evento, como o Rock in Rio; um filme, como Meninas Malvadas; um desenho, como A turma da Mônica; uma figura da internet, como gatinho Smudge; etc.

Por conta disso, o discurso presente nesse objeto é mais livre de regras ortográficas e utiliza de abreviações e trocadilhos divertidos. Isso ocorre porque o discurso da internet é elaborado justamente para ser criativo e fluido (DIAS, 2009), e é com esse conhecimento e usando do “internetês” (DIAS, 2009) que a Prefeitura conseguiu atingir um grande público através de sua rede social.

Então, é possível concluir que os discursos presentes nos *memes* seguem o modelo das redes e trazem discursividades que perpassam gerações. Desse modo, essa materialidade discursiva foi e é de suma importância para o combate contra a covid-19, pois tem seu funcionamento garantido no espaço das redes sociais e nas práticas que auxiliaram a Prefeitura de Santa Maria a obter êxito no processo de vacinação.

Portanto, mesmo com o passar dos anos desde o início da pandemia e o retorno a “normalidade” da população, as publicações da instituição continuaram ativas na divulgação das vacinas e sempre lembrando que a covid-19 está presente e tem que ser prevenida. Isso demonstra a eficiência do uso da materialidade discursiva *meme* em prol da saúde pública durante os anos de pandemia.

REFERÊNCIAS

- BAALBAKI, A. C. F.; SILVA, L. F. A. **Discursos da pandemia: entre dores e incertezas**. 1 ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2020.
- DAVIS, M. A crise do coronavírus é um monstro alimentado pelo capitalismo. In Davis, M. et al. **Coronavírus e a luta de classes**. Terras sem Amos: Brasil, 2020.
- DIAS, C. **A língua no imaginário da internet: duas experiências através da escrita**. Anais Abralín, 2009. Disponível em: <http://www.leffa.pro.br/tela4/Textos/Textos/Anais/ABRALIN_2009/prin_total.htm>. Acesso em: 21 de dez. de 2022.
- DIAS, C. **Análise do discurso digital: sujeito, espaço, memória e arquivo**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2018.
- CAMPOS, L. J. de. **Acontecimento, deslocamento e estranhamento**. YouTube, 31 jan. 2020. Disponível em: <<https://m.youtube.com/watch?v=IKvyCI567lq>>. Acesso em: 13 de dez. de 2022.
- HAROCHE, C. PÊCHEUX, M. HENRY, P. A Semântica e o Corte Saussuriano: Língua, Linguagem, Discurso. **Linguasagem** – Revista Eletrônica de Popularização Científica em Ciências da Linguagem, 2019. Disponível em: <<https://www.marxists.org/portugues/pecheux/1971/mes/semantica.htm>>. Acesso em: 12 de jan. de 2023.
- INDURSKY, F. A memória na cena do discurso. In **Memória e história na/da análise do discurso**. INDURSKY, F.; MITTMANN, S.; FERREIRA, M. C. L. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2011.
- NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, v. 10, 1993.
- ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios & procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 2012.
- PAVEAU, Marie-Anne. **Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas**. Tradução: Julia Lourenço da Costa e Luciana Lima Alcântara. 1 ed. Campinas, SP: Ponte Editores, 2021
- PÊCHEUX, M. et al. **Papel da memória**. Tradução de José Horta Nunes. Campinas, SP: Pontes, 1999.
- PETRI, V. De “garganta do diabo” para “ponte sobre o vale do menino Deus”: reflexões acerca das práticas sociais e dos modos de designar o espaço público. **Rua**, n. 16, v. 1, 2010. Disponível em: <<https://www.labeurb.unicamp.br/rua/anteriores/pages/home/capaArtigo.rua?id=84>>. Acesso em: 05 de dez. de 2022.

PETRI, V. Michel Pêcheux e a teoria do discurso nos anos 60. Santa Maria, RS: **Expressão – Revista do Centro de Artes e Letras**, 2006.

PETRI, V. O funcionamento do movimento pendular próprio as análises discursivas na construção do “dispositivo experimental” da Análise de Discurso. In PETRI, V.; DIAS, C. **Análise de Discurso em perspectiva: teoria, método e análise**. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2013.

SOUZA, T. A. DE; PASSOS, M. Y. Os memes em pauta: uma análise discursiva das apropriações midiáticas do humor. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, ed. 44, 2021.

SURDI, M. I.; LUZ, M. N. S. da.; SURDI, M. S. Representações sobre o sujeito-professor no contexto de pandemia: o que os *memes* têm a nos dizer. In PETRI, V. et al. **Ditos e não-ditos: discursos da, na e sobre a pandemia**. Campinas, SP: Pontes, 2021.

SURDI, M. I.; SILVA, C. O. da. Uma análise discursiva de memes do enem 2015. **Periferia**, vol. 11, 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5521/552159358010/html/>>. Acesso em: 20 de jun. de 2022.