



Enviado 19/02/2023

Aprobado 09/05/2023

Publicado 28/07/2023

ICONOCLASIA DE NOTICIAS FALSAS SOBRE LA VACUNACIÓN CONTRA EL COVID-19 A TRAVÉS DE MEMES DIGITALES

Iconoclastia das Fake News sobre a vacinação de COVID-19 por Meio dos Memes digitais

Dhione Oliveira Santana¹: Universidad Federal de Minas Gerais. Brasil.
odhione@gmail.com

Everton Marques de Andrade: Universidad Federal de Sergipe. Brasil.
everton.stb@gmail.com

Raquel Marques Carriço Ferreira: Universidad Federal de Sergipe. Brasil.
raquelcarrico@gmail.com

Cómo referenciar el artículo:

Oliveira Santana, D., Marques de Andrade, E. y Marques Carriço Ferreira, R. (2024). Iconoclastia de noticias falsas sobre la vacunación contra el COVID-10 a través de Memes digitales. *Revista de Comunicación y Salud*, 14, 1-14. <https://doi.org/10.35669/rcys.2024.14.e334>

RESUMEN

Introducción: Vivimos en la Era de la Post-Verdad donde la opinión pública se basa mucho más en apelaciones a emociones y creencias personales que en hechos objetivos. La ciencia y los hechos sociales han sido, en este contexto, puestos a prueba por movimientos políticos que utilizan el recurso de la irracionalidad para ganar adeptos y votantes. En Brasil, así como en varias partes del mundo, la pandemia de la COVID-19 fue un terreno fértil para la difusión de informaciones falsas, las llamadas *fake news*, sin embargo, aquí encontraron un enemigo importante, los memes, que en internet, eran en este escenario, un arma importante contra la desinformación. La presente investigación, en este sentido, tiene como objetivo observar los argumentos de algunos memes difundidos en la lucha contra las noticias falsas sobre la vacuna COVID-19 y, en consecuencia, juegan un papel importante en la promoción de la vacunación contra la enfermedad en Brasil.

¹ **Dhione Oliveira Santana**: Doctorando en Administración en la Universidad Federal de Minas Gerais, Máster en Comunicación por la Universidad Federal de Sergipe y licenciado en Comunicación Social -- Publicidad y Propaganda.

Metodología: El estudio se basa en el método de análisis crítico del discurso multimodal (MCDA) de Machin y Mayr (2012) y que fueron aplicados posteriormente por Smith (2019) en el estudio de memes y *fake news*, al analizar las relaciones de poder e ideología en Internet Para lograr el objetivo lanzado aquí, utilizamos análisis multimodal en tres memes que contraponen noticias falsas sobre la vacuna COVID-19 en Brasil. **Discusiones:** En los tres memes analizados verificamos referencias al discurso negacionista de *fake news*, humor y elementos de la cultura popular para combatir la idea de no adherencia a la vacunación. **Conclusión:** Los memes fueron así un importante aliado de la ciencia y la salud pública en Brasil.

Palabras clave: Iconoclasia, Noticias falsas, Memes, Vacuna, COVID-19.

ABSTRACT

Introduction: We are living in the Post-Truth Era where public opinion is based much more on appeals to emotions and personal beliefs than on objective facts. Science and social facts have, in this context, been put to the test by political movements that use the appeal of irrationality to win followers and candidates. In Brazil, as well as in several parts of the world, the COVID-19 pandemic was a fertile ground for the spread of fake news, however, here an important enemy was found, the memes, which on the internet, were in this scenario, an important weapon against disinformation. The present research, in this sense, aims to observe the arguments of some memes spread in the fight against fake news about the COVID-19 vaccine, and consequently, playing an important role in promoting vaccination against the disease in Brazil. **Methodology:** The study is based on the method of critical multimodal discourse analysis (MCDA) by Machin and Mayr (2012) and which were later applied by Smith (2019) in the study of memes and fake news, when analyzing the relations of power and ideology in the Internet. In order to achieve the objective launched here, we used multimodal analysis in three memes that oppose fake news about the COVID-19 vaccine in Brazil. **Discussions:** In the three memes analyzed, we verified references to the denialist discourse of fake news, humor, and elements of popular culture to combat the idea of non-adherence to vaccination. **Conclusion:** Memes were thus an important ally of science and public health in Brazil.

Keywords: Iconoclasm, Fake News, Memes, Vaccine, COVID-19.

ICONOCLASTIA DAS FAKE NEWS SOBRE A VACINAÇÃO DE COVID-19 POR MEIO DOS MEMES DIGITAIS

RESUMO

Introdução: Estamos vivendo na Era da Pós-verdade em que a opinião pública se baseia muito mais nos apelos às emoções e às crenças pessoais do que nos fatos objetivos. A ciência e os fatos sociais têm nesse contexto sido postos à prova por movimentos políticos que usam do apelo da irracionalidade para conquistar seguidores e eleitores. No Brasil, assim como em várias partes do mundo, a pandemia de COVID-19 foi um terreno fértil para espalhamento de informações falsas, as chamadas *fake news*, todavia, aqui se encontraram um importante inimigo, os memes, que na internet, foram nesse cenário, uma importante arma contra a desinformação. **Objetivo:** A presente pesquisa, neste sentido, tem o objetivo de observar a argumentação de alguns memes difundidos no combate das *fake news* sobre a vacina da COVID-19, e consequentemente, exercendo importante papel na promoção da vacinação contra a doença no Brasil. **Método:** O estudo se apoia no método na análise crítica multimodal do discurso (MCDA) de Machin e Mayr (2012) e que foram posteriormente aplicados por Smith (2019) nos estudos dos memes e das *fake News*, ao

analisar as relações de poder e ideologia na internet. Para alcançarmos o objetivo aqui lançado, utilizamos a análise multimodal em três memes que se contrapõem às *fake news* sobre a vacina da COVID-19 no Brasil. **Discussões:** Nos três memes analisados verificamos as referências do discurso negacionista das *fake news*, do humor, e elementos da cultura popular para combater a ideia de não aderência à vacinação. **Conclusão:** Os memes, foram assim, um importante aliado da ciência e da saúde pública no Brasil.

Palavras-chave: Iconoclastia, *Fake News*, Memes, Vacina, COVID-19.

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo analizar cómo algunos memes han desempeñado un papel importante en la lucha contra las noticias falsas sobre la vacuna COVID-19 en Brasil. El estudio se basa en conceptos presentados en el análisis crítico multimodal del discurso (MCDA) de Machin y Mayr (2012). La idea de iconoclastia proviene del rechazo al culto a las imágenes, que surgió en el Imperio Bizantino cuando se inició un movimiento político-religioso contra los íconos e imágenes sagradas y su consiguiente veneración e idolatría. En el trabajo de Smith (2019), esta idea de persecución y rechazo se asocia con un constructo negativo, ya que los autores examinan los memes de Internet con la expresión *fake news*, que, según los investigadores, son creados para manipular la opinión pública y atacar a las agencias de noticias.

En este estudio, al afirmar que las noticias verdaderas son *fake news*, los memes se presentarían como un arma antidemocrática utilizada por algunos movimientos y/o grupos políticos. La iconoclastia, en el caso de esta investigación, se encuentra en la persecución de la verdad real de los hechos, apoyada por grupos políticos y con el objetivo de dañar la credibilidad de los medios de comunicación periodísticos.

A diferencia del trabajo del investigador mencionado, esta investigación propone una visión prepositivamente positiva de los memes, que asocia su discurso multimodal como una fuerte aliada de la ciencia y sus verdades provisionales. En otras palabras, en este trabajo seleccionamos los memes que están siendo difundidos dentro de un movimiento iconoclasta capaz de aumentar la adhesión de las personas a la creencia de que la vacunación COVID-19 se basa en los mejores resultados científicos y que proviene de instituciones tradicionales creíbles, contando con el apoyo de los principales medios de comunicación y, por supuesto, de los organismos oficiales de salud pública.

2. POSVERDAD, NOTICIAS FALSAS, MEMES Y VACUNACIÓN EN BRASIL

Estamos viviendo en la Era de la Posverdad, en la que la verdad y la información son moldeadas por ideologías políticas para influir de manera perjudicial en la opinión pública (Spinelli y De Almeida Santos, 2018; Levitin, 2019; da Silva e Videira, 2020). El término ganó relevancia con la elección del presidente Donald Trump en Estados Unidos y el referéndum para la salida del Reino Unido de la Unión Europea, siendo elegida la "palabra del año" por el Diccionario Oxford en 2016 (de Souza-Cunha, 2020). Según el Diccionario Oxford, la posverdad "se refiere o denota circunstancias en las cuales los hechos objetivos tienen menos influencia en moldear la opinión pública que las apelaciones a las emociones y creencias personales" (Oxford, 2016; Wight, 2018).²

² Versión en Inglés "relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief." <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>

La verdad objetiva de los hechos, en este caso, es despreciada por una verdad que es creada para engañar y disfrazar la realidad.

Es importante destacar que la noción de "verdad" a lo largo de la historia de la humanidad siempre ha sido objeto de debates. En la Antigua Grecia, los sofistas creían que la verdad no era absoluta y que dependía del punto de vista y las circunstancias en las que ocurrieran los hechos. La verdad está asociada a la retórica, el arte de argumentar, es decir, los argumentos son un factor esencial para el reconocimiento de lo que es la verdad (EL-JAICK, 2019). Por otro lado, Platón, en oposición a los sofistas, creía que la verdad era universal, basada en la realidad de los hechos, y que las ideas sofistas podrían manipular fácilmente la opinión pública (Wight, 2018). Foucault (1981) aporta una importante reflexión sobre la verdad al dividirla en dos partes: en un primer momento, está relacionada con las normas, leyes y creencias de una cultura determinada, y luego pasa a una verdad ligada a los nichos (contextos específicos).

Muchos de los principios sofistas y las ideas de Foucault se apoyan en la noción de la posverdad, donde la verdad puede ser moldeada para servir a intereses privados. En el escenario actual, la posverdad está vinculada a la búsqueda de ventajas políticas y/o económicas, generalmente por parte de políticos que intentan moldear y manipular la opinión pública mediante el uso de falsas informaciones (Sawyer, 2018). Es un hecho que la relación entre política y verdad es problemática, ya que las mentiras son constantemente utilizadas en los discursos políticos para influenciar la opinión pública (Arendt, 1967).

Las *fake news* (noticias falsas) en este contexto serían la expresión legítima de la posverdad, el concepto está asociado a la noción de que la información puede ser manipulada y difundida, principalmente a través de las redes sociales, pero no solo eso, con el objetivo de crear una verdad basada en convicciones políticas y/o económicas que no corresponde a la realidad de los hechos, creando deliberadamente desinformación (Seixas, 2019).

"Sin embargo, las noticias falsas o *fake news* son más que una antigua estrategia de engaño adaptada a los tiempos digitales. También se han convertido en un tropo utilizado por políticos, comentaristas y activistas de derecha para castigar a las organizaciones de noticias críticas" (Waisbord, 2018, p. 2). En el contexto brasileño, con la elección del presidente Jair Bolsonaro, considerado el 'Trump de los trópicos', la desinformación con la proliferación de *fake news* se ha convertido en un fenómeno recurrente en la esfera pública nacional y una herramienta política constantemente utilizada. La pandemia de COVID-19 ha sido un terreno fértil para la proliferación de innumerables noticias falsas y ha servido como trasfondo para las artimañas de la extrema derecha del grupo político en el poder. La vacuna contra el COVID-19, en particular, ha sido una de las principales víctimas de ataques políticos, con una amplia propagación de información falsa, principalmente en redes sociales como Twitter, WhatsApp y Telegram (Soares *et al.*, 2021).

Como había anunciado desde el inicio de su gobierno y reforzado durante el transcurso de la pandemia en Brasil, Bolsonaro utilizó Twitter como un "registro oficial" de sus opiniones sobre COVID-19 y las medidas de combate al virus. Basado en una lógica neoliberal y siguiendo los actos del ex presidente estadounidense Donald Trump, trazó tres líneas de acción contra la enfermedad: 1) relajamiento de las medidas de aislamiento a favor de la economía; 2) fomento del "tratamiento temprano" de la enfermedad mediante el uso de medicamentos sin comprobación científica; y 3) promoción de la vacunación contra COVID-19 de manera no obligatoria, enfocada en la libertad individual (Monari *et al.*, 2021).

Ante la postura política dominante con respecto a la vacunación, se han difundido innumerables noticias falsas para legitimar el discurso político del gobierno, como por ejemplo, que la vacuna contra la COVID-19 altera el ADN (CRF, 2022); que aquellos que se vacunen tendrán un chip implantado con el objetivo de controlar a la población mundial (Domingos, 2021); que la vacuna contra el COVID-19 transmite el VIH (Rocha, 2021); que la vacuna no tiene comprobación científica (Monteiro, 2021); que quienes se vacunen se convertirán en caimanes (Mundi, 2020); y que la vacuna es más peligrosa que el propio virus y es responsable de la muerte de varias personas (Monteiro, 2021).

Aunque no es un fenómeno exclusivo en Brasil, las noticias falsas fueron fuertemente ridiculizadas mediante memes que ayudaron a impulsar la campaña contra la COVID-19 en el país. Los memes son una fuente importante de argumentación en las redes sociales y forman parte del día a día y la cultura de los brasileños debido a su facilidad de compartir, utilizando el humor como forma de protesta para expresar una opinión sobre un tema específico, así como para generar interacciones entre los receptores y participar en debates políticos contemporáneos (Guerra y Botta, 2018).

El término "meme" fue acuñado por el biólogo Richard Dawkin en 1976. El biólogo comparó los memes con los genes, ya que serían unidades de información transmitidas culturalmente de persona a persona y que podrían provocar una evolución. En la década de 1990, con la comercialización de Internet, el término comenzó a asociarse con mensajes que se difundían rápidamente en línea y que utilizaban el humor y/o la imitación (Wilkins, 2008; Marwick, 2013; Chagas, 2021). En la cultura digital, el término se refiere a un tipo de comunicación mediada por computadoras caracterizada por el fenómeno de "viralización" de información, ya sea un video, una imagen, una frase, una idea o una canción, que se difunde rápidamente entre varios usuarios, alcanzando gran popularidad. El término está asociado a la imitación y al humor. Los memes son entendidos aquí como una forma viral de comunicación mediática que se propaga en las redes sociales en línea, con un lenguaje lúdico y humorístico que genera interacciones entre los individuos, re-significando y problematizando causas/situaciones, con un fuerte potencial de compromiso y activismo político (Chagas y Santos, 2017; Ferreira y Vasconcelos, 2019). Por lo tanto, en el caso de la vacuna COVID-19, los memes han demostrado ser una poderosa aliada en la lucha contra las noticias falsas.

3. METODOLOGÍA

Metodológicamente, nuestro estudio se basa en Smith (2019) para realizar un análisis multimodal de los memes de la vacuna COVID-19 en Brasil. El enfoque multimodal comprende un determinado fenómeno de comunicación a través del análisis de diversos elementos intramodales y extramodales. El enfoque principal es ir más allá de las modalidades lingüísticas y de los signos visuales y observar el contexto de los mensajes que están siendo transmitidos.

El análisis multimodal proporciona una comprensión del discurso de un objeto comunicativo específico, teniendo en cuenta los elementos sociales y posibles relaciones de ideología y poder (Jewitt *et al.*, 2016; Kress y Van Leeuwen, 2002; Machin y Mayr, 2012; Smith, 2019).

El análisis multimodal proporciona elementos para analizar el evento discursivo, es decir, el texto, y tiene en cuenta elementos como la descripción, el léxico, la gramática, la cohesión y la estructura; las prácticas discursivas, que incluyen elementos como la interpretación, la fuerza, la coherencia, la intertextualidad y la interdiscursividad; y las prácticas sociales, que incluyen las relaciones políticas de ideología, hegemonía y poder (Meurer, 2005). En el análisis multimodal, hay una

triangulación entre el texto, la imagen y las prácticas sociales en sus relaciones de poder e ideología (Bonifácio, 2013).

El corpus de análisis está compuesto por tres memes difundidos en las redes sociales, principalmente en Twitter, que se contraponen a algunas noticias falsas sobre la vacuna COVID-19. Estos tres memes fueron elegidos porque representan algunos de los memes más importantes contra las noticias falsas sobre la vacuna COVID-19. En el estudio, además de realizar una descripción denotativa de los memes a analizar, también presentamos un análisis connotativo, explicando los significados creados a partir de los memes analizados y por qué los memes son iconoclastas con las noticias falsas sobre la vacuna COVID-19.

Además, la elección de Twitter como plataforma de análisis se debió al hecho de que Twitter es una plataforma que facilita el activismo digital debido a la facilidad con la que los mensajes son difundidos. La selección de los tres memes a continuación se realizó de forma aleatoria y representa una muestra dentro de un universo muy grande de memes similares que se crearon para combatir las noticias falsas y/o promover la vacunación. El meme de la primera persona vacunada forma parte de un conjunto de memes que mostraban la felicidad de la población con la aprobación de la vacuna, al mismo tiempo que criticaban al gobierno por desalentarla mediante la creación de noticias falsas. El meme del "Jacaré" forma parte de una serie de otros memes con jacarés que buscaban combatir las noticias falsas difundidas por el presidente de la república, que afirmaba que quienes se vacunaran se convertirían en "jacarés" (cocodrilo en español). Por último, "Vacina Salva, o Que Mata e..." representa una respuesta de la población a la difusión de noticias falsas que afirmaban que la vacuna mataba. Es importante destacar que los memes fueron creados de manera espontánea, en su mayoría por personas comunes o páginas de humor, y la muestra refleja esta realidad.

4. RESULTADOS

4.1. Análisis del meme "chora bolsonaro" con la primera persona vacunada en Brasil

El primer meme a ser analizado es el meme "Chora Bolsonaro", que surgió en el día de la vacunación de los primeros brasileños con la vacuna Coronavac del laboratorio Sinovac, la cual contó con el apoyo del Gobernador del Estado de São Paulo, João Dória, defensor de la vacuna contra la COVID-19 y opositor al Presidente de la República, quien se muestra contrario a la vacunación y defiende tratamientos sin eficacia comprobada contra la COVID-19, como el tratamiento temprano con cloroquina. A continuación, algunas declaraciones del presidente antes de la aprobación de la vacuna contra la COVID-19: "Como siempre, nunca escapé de la verdad, te lo digo: no voy a tomar la vacuna. Punto final. Si alguien piensa que mi vida está en riesgo, es mi problema. Punto final"; "Si te conviertes en un caimán, es tu problema"; "Tuve la mejor vacuna: el virus"; "¿Sabes cuántos por ciento de la población se va a vacunar? Según lo que sé, menos de la mitad se va a vacunar"³ (Poder 360, 2022). El meme a ser analizado fue extraído de Twitter y puede verse en la figura 1.

³Las declaraciones fueron sintetizadas por el sitio poder360 <https://www.poder360.com.br/governo/relembre-declaracoes-de-bolsonaro-sobre-a-vacinacao/> Acceso el día 18 de febrero de 2022

Figura 1. Meme “Chora Bolsonaro”.



Fuente: Jornal Gazeta. Reproducción/Twitter.

En la figura 1, desde el punto de vista denotativo, vemos la imagen de una mujer negra sosteniendo un papel. La mujer está vestida de blanco, con una ropa que parece ser una bata y lleva puesta una mascarilla. En el papel que la mujer sostiene, aparece escrita la frase "Chora Bolsonaro" (Llora Bolsonaro) y hay una leyenda en la imagen que dice "Coronavac. Enfermera de São Paulo es la primera persona vacunada en Brasil". En la composición de la imagen, también tenemos en la parte superior izquierda, en rojo, un logotipo y las palabras "URGENTE NEWS - AO VIVO - SÃO PAULO"; y en la parte superior derecha, tenemos el hashtag #Edicao10. La imagen denota que la mujer del meme fue la primera persona en recibir la vacuna en Brasil, es una enfermera y está sosteniendo una tarjeta de vacunación. La imagen fue transmitida en el programa periodístico "Jornal Globo News Edição das 10h" del canal de televisión por cable brasileño Globo News. Además, el meme contradice las prerrogativas del deseo del presidente Jair Bolsonaro, quien se oponía a la vacunación, y muestra que la vacunación se llevaría a cabo de todos modos, por lo que él debería "llorar" ante la situación establecida que no le agrada.

Al analizar la composición del meme, se destaca el énfasis en la tarjeta de vacunación que la enfermera está sosteniendo. La frase escrita en la tarjeta de vacunación, "Chora Bolsonaro", hace una provocación directa al presidente de la república y su discurso antivacuna. El hecho de que la primera persona vacunada sea una mujer, negra y enfermera también tiene un valor simbólico, ya que representa a la mayoría de la población brasileña, compuesta por mujeres y personas negras y pardas. También se destaca el papel de ser una enfermera la primera brasileña vacunada, lo cual representa a los profesionales de la salud que trabajaron en la primera línea de la pandemia.

El meme "Chora Bolsonaro" es iconoclasta, ya que representa el sentimiento de repudio hacia el discurso negacionista del presidente Jair Bolsonaro, quien se opuso a la vacuna COVID-19 y fue un gran difusor de noticias falsas sobre el tema. El presidente Jair Bolsonaro fue un líder de extrema derecha que se oponía a la vacuna COVID-19 y defendía tratamientos no comprobados como la Hidroxicloroquina como forma de combatir la enfermedad (Sacramento *et al.*, 2020; Seibt e Dannenberg, 2021).

4.2. ANÁLISIS DEL MEME DEL "JACARÉ"

Los memes relacionados con el jacaré (cocodrilo) surgieron a raíz de la declaración del presidente Jair Bolsonaro de que no había garantías de que aquellos que recibieran la vacuna no se convertirían en jacarés o experimentarían algún otro efecto secundario negativo, cuando cuestionó los efectos secundarios de la vacuna Pfizer. Ante esta declaración, se crearon numerosos memes que

relacionaban la figura del jacaré con la vacunación contra el COVID-19 y se difundieron en las redes sociales. En este sentido, analizaremos un meme que corresponde a una reacción al discurso del presidente Jair Bolsonaro. El meme a ser analizado fue extraído de Twitter y puede ser visto en la figura 2.

Figura 2. “Meme del Jacaré”.



Fuente: Extra. Reproducción/Twitter.

En la figura 2, desde el punto de vista denotativo, vemos la imagen de una persona disfrazada de un animal que parece ser un jacaré. Al observar la cultura popular brasileña, podemos identificar que este animal es "Cuca", un personaje de la serie infantil de televisión brasileña "Sítio do Picapau Amarelo", que forma parte del imaginario popular nacional. La imagen está acompañada de un texto en la parte superior que dice: "Mi tío diciendo que no se va a vacunar porque se va a convertir en un jacaré. Yo, sentadita esperando la vacuna", lo que evidencia una actitud pro-vacunación por parte del emisor.

El meme crea una intertextualidad con el folclore brasileño al presentar a uno de los personajes más famosos de la cultura popular nacional: la Cuca, que en la cultura popular es representada como una bruja con cabeza de jacaré, cuya función es asustar y secuestrar a niños desobedientes y malcriados. Este personaje fue caracterizado en la serie infantil de TV Globo "Sítio do Pica-pau Amarelo", basada en la obra del escritor brasileño Monteiro Lobato. Al describir la composición del meme, podemos ver que la Cuca se encuentra en posición central de la imagen, sentada y con una mirada confiada hacia el lector. En el meme, la Cuca no parece ser una figura malévola, sino una figura de la cultura popular que trae una sensación positiva en el contexto presentado.

En la parte superior de la imagen aparece el texto, y desde el punto de vista de la creación de significados, la construcción simbólica del meme, mediante la unión del texto verbal y la imagen, transmite la idea de que, a pesar de las declaraciones del presidente de la república de que quienes se vacunen podrían convertirse en jacaes, el emisor está ansioso y contento de tener la oportunidad de vacunarse.

Al utilizar el humor y traer un personaje de la cultura popular para defender la vacunación, respondiendo indirectamente a las declaraciones de Jair Bolsonaro y promoviendo silenciosamente la importancia de la vacunación, el meme se presenta de manera silenciosamente iconoclasta ante las noticias falsas de que quienes se vacunen se convertirán en jacaes. El éxito fue tan grande que, además de los memes del jacaré, como forma de protesta contra las declaraciones de Jair Bolsonaro y para rebatir las noticias falsas de que quienes se vacunen se convertirán en jacaes, varias personas

se disfrazaron de jacaré en los puntos de vacunación y lo compartieron en las redes sociales.

4.3. ANÁLISIS DEL MEME "¡VACUNA SALVA! LO QUE MATA ES..."

El tercer meme a analizar surgió de la necesidad de defender la vacuna frente a las numerosas noticias falsas creadas en su contra, ya que en las redes sociales se difundieron varias noticias falsas que afirmaban que la vacuna contra el COVID-19 era responsable de la muerte de varias personas (Monteiro, 2021). A nivel básico, los memes consisten en una frase que debe ser completada, y la frase era "¡Vacuna Salva! Lo que mata es...", el complemento podía ser muy variado y estaba relacionado con cosas de la vida cotidiana o de la cultura popular, como por ejemplo, "lo que mata es esa maldita bebida alcohólica de ustedes"; "lo que mata es ser fiel a alguien con quien no tienes una relación formal"; "lo que mata es el chisme y los chismosos".

Los memes creados con esta frase se generaron y difundieron de manera orgánica tanto en redes sociales, especialmente en Twitter, como en los puntos de vacunación en todo el país, con personas sosteniendo carteles con la frase y los diversos complementos. El meme a analizar es uno de los ejemplos que utilizó la frase y fue extraído de Twitter, y puede verse en la figura 3.

Figura 3. Meme "Vacina Salva. O que mata é"



Fuente: TechTudo. Reproducción/Twitter.

En la figura 3, vemos que la parte visual se divide en cuatro cuadros. De forma denotativa, aparecen cuatro escenas en las que el mismo hombre aparece llorando y triste. Encima de los cuadros, hay un texto que dice: "¡Vacuna salva! Lo que mata es ver a mi bebito así". El hombre de la imagen es el personaje principal de la serie juvenil estadounidense de Netflix que narra los dramas juveniles de Jonh B., un joven que reúne a sus amigos para descubrir qué le pasó a su padre, que desapareció en Outer Banks. A lo largo de la serie, los jóvenes descubren un tesoro y viven situaciones y emociones típicas de la juventud (amores, angustias, miedos, peleas, entre otras). El meme forma parte de una serie de otros memes en los que la población advertía que la vacuna salva, y lo que puede ser peligroso son situaciones específicas. En el caso de la serie, fue elegida de forma orgánica por el emisor por ser fanático de la serie, representando una situación difícil para todos aquellos que comparten el imaginario del universo pop.

Al analizar el meme, se percibe que el hombre presente en los cuatro cuadros se muestra en primer plano, enfatizando la parte superior de su cuerpo y su expresión llorosa, lo que se relaciona con la

parte verbal del meme que enfatiza la importancia de la vacuna para salvar vidas. La creación de significado del meme sugiere de manera lúdica que el receptor no debe tener miedo a la vacuna, ya que esta salva vidas. En resumen, el meme se presenta como iconoclasta con las noticias falsas contra la vacuna del COVID-19 que afirman que la vacunación puede matar, al estimular a la población a vacunarse y perder el miedo al inmunizante.

5. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIONES FINALES

En los tres memes analizados, observamos referencias al discurso negacionista de las *fake news*, al humor y elementos de la cultura popular utilizados para combatir la idea de no adherirse a la vacunación, convirtiendo esta comunicación en una aliada importante de la ciencia y la salud pública en Brasil.

Al analizar los tres memes, notamos que todos son una respuesta contra las *fake news* sobre COVID-19. En el primer meme titulado "Chora Bolsonaro", se responde directamente al discurso negacionista del presidente Bolsonaro y a todas las *fake news* propagadas por él contra la vacuna. En el segundo meme titulado "Meme do Jacaré", se responde a la *fake news* de que quienes se vacunen se convertirán en jacarés. Y en el tercer meme titulado "Vacina Salva. O que mata é...", se responde directamente a las *fake news* que afirman que la vacuna mata.

¿Quién en Brasil en los últimos tiempos no ha escuchado que la vacuna podría matar o que si se vacunaba, la persona se convertiría en un jacaré? Estas y muchas otras *fake news* sobre la pandemia de COVID-19 y la vacunación caracterizan el fenómeno de la desinformación propagado por las *fake news*. La desinformación ha sido un problema enfrentado en todo el mundo que trae resultados negativos para toda la sociedad. La desinformación sobre la vacuna se basa en el negacionismo de la ciencia y es propagada principalmente a través de las redes sociales, por grupos políticos populistas y por medios de comunicación sin "credibilidad".

Nietzsche (2007) afirma que el intelecto es un arma que el hombre posee para sobrevivir, y esto se vuelve muy claro, por ejemplo, en cuestiones de salud. La negación de la eficacia de las vacunas ha impulsado el número de casos graves de la enfermedad, haciendo que la pandemia dure más tiempo y permitiendo que el virus sufra mutaciones más potentes.

Muchas veces, la comunicación de los organismos de salud para combatir la negación de las vacunas ha sido insuficiente, debido a las numerosas posibilidades que Internet permite para la propagación de información falsa, principalmente debido a su rápida propagación y a la dificultad de verificar la credibilidad de la información.

En este sentido, los memes han sido un aliado en la lucha contra la desinformación y las noticias falsas, ya que se basan en el humor y utilizan elementos socioculturales de la cultura establecida. Así, los memes son una herramienta orgánica y espontánea que aprovecha las posibilidades de Internet para combatir la información falsa. Son, de hecho, un arma importante en la lucha contra la desinformación en el país.

6. REFERENCIAS

A Gazeta. (2021). *Brasileiros comemoram a vacina de COVID-19 com memes; veja reações*. A Gazeta. <https://acortar.link/yj4H5r>

Arendt, H. (1967). Truth and politics. *Truth: Engagements across philosophical traditions*, 295.

Iconoclasia de noticias falsas sobre la vacunación contra el COVID-10 a través de Memes digitales.

- Bonifácio, C. (2013). O uso da Gramática do Design Visual nas aulas de leitura no ensino de língua portuguesa. In: C. Melo, L. Sales, L. Santos e M. Silva (org.), *Linguagem, educação e tecnologias: implicações para o ensino* (pp. 217-243). João Pessoa: Editora da UFPB,
- Chagas, V. y Santos, J. G. B. (2017). A revolução será memetizada: engajamento e ação coletiva nos memes dos debates eleitorais em 2014. *E-Compós*, 20(1).
- Chagas, V. (2021). Da memética aos memes de internet: uma revisão da literatura. *BIB-Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, 95.
- CRF-PR. (2022). Vacinas contra COVID-19 podem causar alterações genéticas? CRF-PR. <https://www.crf-pr.org.br/noticia/visualizar/8878>
- da Silva, V. C. y Videira, A. A. P. (2020). Como as ciências morrem? Os ataques ao conhecimento na era da pós-verdade. *Caderno Brasileiro de Ensino de Física*, 37(3), 1041-1073.
- de Souza-Cunha, A. A. F (2020). A experiência do falso e a fake news: a potência da imaginação e a imaginação no poder.
- Domingos, R. (2021). É #FAKE que vacina contra COVID-19 tem chip líquido e inteligência artificial para controle populacional. GLOBO. <https://acortar.link/hj1Ns3>
- EL-JAICK, A. P. (2019). Pós-verdade, ficção, fake news. *Fragmentum*, 53, 41-57
- Extra, J. (2021). *Meme do Jacaré*. <https://acortar.link/2IoqJG>
- Ferreira, D. M. M. y Vasconcelos, M. A. (2019). Discurso de memes:(Des) memetizando ideologia antifeminista. *Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso*, 14, 44-61.
- Foucault, M. (2016). Aula de 18 de março de 1981. In: *Subjetividade e verdade*. Martins Fontes.
- Guerra, C. y Botta, M. (2018). O meme como gênero discursivo nativo no meio digital: principais características e análise preliminar. *Domínios de linguagem*, 12(3), 1859-1877.
- Jewitt, C., Bezemer, J. y O'Halloran, K. (2016). *Introducing multimodality*. Routledge.
- Kress, G. y Van Leeuwen, T. (2002). Colour as a semiotic mode: notes for a grammar of colour. *Visual communication*, 1(3), 343-368.
- Levitin, D. J. (2019). *O guia contra mentiras: como pensar criticamente na era da pós-verdade*. Objetiva.
- Machin, D. y Mayr, A. (2012). *How to Do Critical Discourse Analysis A Multimodal Introduction*. SAGE.
- Marwick, A. (2013). Memes. *Contexts*, 12(4), 12-13.
- Meurer, J. L. (2005). Gêneros textuais na análise crítica de Fairclough. *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola, 81-106.

- Monari, A. C. P., de Araújo, K. M., de Souza, M. R. y Sacramento, I. (2021). Legitimando um populismo anticiência: análise dos argumentos de Bolsonaro sobre vacinação contra COVID-19 no Twitter. *Liinc em revista*, 17(1), e5707.
- Monteiro, D. (2021). Conheça 6 'fake news' sobre as vacinas contra a COVID-19. <https://informe.ensp.fiocruz.br/noticias/51261>
- Mundi, O. (2020). Você não vai se transformar em jacaré: 10 mentiras sobre vacinas que circulam por aí. <https://acortar.link/ewH1WK>
- Nietzsche, F. W. (2007). *Sobre verdade e mentira no sentido extra-moral*. Hedra.
- Oxford, D. (2016). Word of the Year 2016 Is... <https://acortar.link/Q3Wt7N>
- Poder 360. (2022). Relembre as declarações de Bolsonaro sobre a vacinação. <https://acortar.link/liSgYu>
- Rocha, L. (2021). Vacinas da COVID-19 não têm relação com HIV e Aids; entenda. CNNBrasil. <https://acortar.link/ZDoyf5>
- Sacramento, I., Santos, A. y Abib, R. (2020). A saúde na era na testemunha: experiência e evidência na defesa da hidroxicloroquina. *Revista Comunicação, Cultura e Sociedade*, 7(1), 003-023.
- Sawyer, M. E. (2018). Post-truth, social media, and the “real” as phantasm. In: *Relativism and Post-Truth in Contemporary Society* (pp. 55-69.) Cham.
- Seibt, T. y Dannenberg, M. (2021). Pandemia, desinformação e discurso autoritário: os sentidos das declarações de Jair Bolsonaro no Twitter a partir de checagens do Aos Fatos. *Liinc em Revista*, 17(1), e5687-e5687.
- Seixas, R. (2019). Gosto, logo acredito: o funcionamento cognitivo-argumentativo das fake news. *Cadernos de Letras da UFF*, 30(59), 279-295.
- Smith, C. A. (2019). Weaponized iconoclasm in Internet memes featuring the expression ‘Fake news’. *Discourse & Communication*, 13(3), 303-319.
- Soares, F. B., Recuero, R., Volcan, T., Fagundes, G. y Sodré, G. (2021). Desinformação sobre o COVID-19 no WhatsApp: a pandemia enquadrada como debate político. *Ciência da Informação em Revista*, 8(1), 74-94.
- Spinelli, E. M. y de Almeida Santos, J. (2018). Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. *Revista Observatório*, 4(3), 759-782.
- Techtudo. (2021). Vacina Salva, o que mata é... <https://acortar.link/RmouPU>
- Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism studies*, 19(13), 1866-1878.
- Wight, C. (2018). Post-truth, postmodernism and alternative facts. *New Perspectives*, 26(3), 17-29.

Wilkins, J. S. (2008). What's in a Meme? Reflections from the perspective of the history and philosophy of evolutionary biology. *A Memetics Compendium*, 1634.

CONTRIBUCIONES DE LOS AUTORES, FINANCIAMIENTO Y AGRADECIMIENTOS

Conceptualización: Oliveira Santana, Dhione. **Metodología:** Oliveira Santana, Dhione. **Validación:** Marques de Andrade, Everton. **Análisis formal:** Oliveira Santana, Dhione y Marques de Andrade, Everton. **Curaduría de datos:** Oliveira Santana, Dhione y Marques de Andrade, Everton. **Redacción - Preparación del proyecto original:** Oliveira Santana, Dhione y Marques de Andrade, Everton. **Redacción - Revisión y Edición:** Oliveira Santana, Dhione, Marques Carriço Ferreira, Raquel y Marques de Andrade, Everton. **Supervisión:** Marques Carriço Ferreira, Raquel. **Administración de proyectos:** Oliveira Santana, Dhione, Marques Carriço Ferreira, Raquel y Marques de Andrade, Everton. **Todos los autores leyeron y aceptaron la versión publicada del manuscrito:** Oliveira Santana, Dhione, Marques Carriço Ferreira, Raquel y Marques de Andrade, Everton.

AUTORES

Dhione Oliveira Santana

Doctorando en Administración en la Universidad Federal de Minas Gerais, Brasil. Máster en Comunicación por la Universidad Federal de Sergipe y graduado en Comunicación Social con especialización en Publicidad y Propaganda. Tiene interés en estudios relacionados con Marketing y Comunicación, especialmente en Comunicación y Salud, Comunicación Publicitaria, Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, Telenovelas, Ética y Responsabilidad en el Marketing y la Comunicación, y Comportamiento del Consumidor. También se involucra en estudios relacionados con el Emprendimiento, la Innovación y la Propiedad Intelectual.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-0165-2153>

Everton Marques de Andrade

Obtuvo el título de Máster en Comunicación por el Programa de Posgrado en Comunicación (PPGCOM) de la Universidad Federal de Sergipe (UFS), bajo la línea de investigación Cultura, Economía y Políticas de Comunicación. Se graduó en Comunicación Social con especialización en Publicidad y Propaganda (2017) en la misma universidad. También formó parte del entonces Laboratorio de Investigación en Emprendimiento e Innovación de la UFS (LEI) y del Grupo de Estudios de Producción y Recepción Mediática (RECEPCOM), así como del Laboratorio de Análisis de Visualidades, Narrativas y Tecnología (LAVINT). Tiene afinidad con estudios enfocados en el campo de la Comunicación en Salud, con un enfoque en los roles asumidos en las redes sociales y sus diferentes relaciones con la información y educación en salud, los movimientos sociales del tercer sector y sus prácticas comunicativas en salud. Universidad Federal de Sergipe, Brasil.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-0330-2667>

Raquel Marques Carriço Ferreira

Profesora Asociada de la Universidad Federal de Sergipe (UFS), donde enseña en la licenciatura y en el programa de posgrado en Comunicación Social. Es publicista, máster por la Universidad Metodista de São Paulo (2003), doctora por la Universidad Nova de Lisboa con una estancia de

investigación en la Universidad de Leeds, Inglaterra (2011), y postdoctora por el ISCTE - Instituto Universitario de Lisboa (2017). Tiene experiencia en el área de Sociología Aplicada, trabajando con temas de Teorías de la Comunicación, Investigación Aplicada, Estudios de Audiencia y Recepción, Comunicación y Salud, Ética y Legislación Publicitaria, Planificación de Campañas y Comunicación Integrada. Su campo de estudio se circunscribe en la dinámica de interacción del individuo con los medios de comunicación u otros contextos sociales mediados por plataformas comunicacionales, conformando el nexo entre la producción de mensajes y su consumo. Entre varios artículos y capítulos de libros, ha publicado dos libros: "Telenovelas Brasileñas y Portuguesas: Patrones de Audiencia y Consumo", editorial EDISE (EDITAL FAPITEC/SE/FUNTEC/SEGRASE N° 10/2014 - Programa de Ayuda al investigador para publicaciones científicas); y "Casos del Cotidiano: el discurso de la Publicidad en Revistas", publicado por la editorial UFS (EDITAL 001/2019 PROGRAMA EDITORIAL DA UFS), ambos resultados de convocatorias de financiamiento con consejo editorial. Ha sido investigadora del CIMJ - Centro de Investigación Media e Jornalismo de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas (FCSH) de la Universidad Nova de Lisboa, es investigadora del CIES-IUL - Centro de Investigación y Estudios de Sociología del Instituto Universitario de Lisboa (ISCTE-IUL) y coordina el RECEPCOM - Grupo de estudios de producción y recepción Mediática UFS/CNPq. Universidad Federal de Sergipe, Brasil.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-7307-5527>