

Enviado em 19/02/2023

Aprovado em 09/05/2023

Publicado em 28/07/2023

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

Iconoclasia de noticias falsas sobre la vacunación contra el COVID-19 a través de memes digitales

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

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

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

Como fazer referência ao artigo:

Oliveira Santana, D., Marques de Andrade, E. e Marques Carriço Ferreira, R. (2024). Iconoclasia das *fake news* sobre a vacinação de COVID-19 por meio dos memes digitais. *Revista de Comunicación y Salud*, 14, 1-14. <https://doi.org/10.35669/rcys.2024.14.e334>

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 a 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 conseqüentemente, 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

¹ **Dhione Oliveira Santana:** Doutorando em Administração na Universidade Federal de Minas Gerais, Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Sergipe e graduado em Comunicação Social -- Bacharelado em Publicidade e Propaganda.

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.

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. **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.

Iconoclasm of fake news about COVID-19 vaccination through digital memes

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.

1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem o objetivo de analisar como alguns memes têm desempenhado um importante papel no combate às *fake news* sobre a vacina da COVID-19 no Brasil. O estudo se apoia em conceitos apresentados na análise crítica multimodal do discurso (MCDA) de Machin e Mayr (2012). A ideia da iconoclastia é a da rejeição do culto às imagens, ela surge no Império Bizantino quando foi deflagrado um movimento político-religioso contra os ícones e imagens sacras e sua consequente veneração e idolatria. No trabalho de Smith (2019) essa ideia de perseguição e rejeição apresenta-se associada a um construto negativo, pois os autores examinam os memes da Internet com a expressão '*fake news*', e que na visão dos pesquisadores são criados para manipular a opinião pública e atacar agências de notícias. No trabalho, ao alegar que as notícias verdadeiras são *fake news*, os memes se estabeleceriam como uma arma antidemocrática de alguns movimentos e/ou grupos políticos. A iconoclastia no caso desse estudo está na perseguição da verdade real dos fatos, apoiada por grupos políticos e que têm o objetivo de prejudicar a credibilidade da mídia jornalística.

No nosso trabalho essa ideia de rejeição e combate à falta da verdade é associada à iconoclastia e aos memes, mas adaptada e ressignificada à visão posta por Smith (2019). Ao contrário do trabalho do pesquisador, a presente pesquisa propõe uma visão prepositivamente positiva aos memes que associa seu discurso multimodal como forte aliada da ciência e das suas verdades provisórias. Em outras palavras, nesse trabalho elegemos os memes que estariam sendo difundidos dentro de um movimento iconoclasto capaz de aumentar a adesão das pessoas à crença de que a vacinação da COVID-19 é baseada nos melhores resultados da ciência e que ela advém de instituições tradicionais credíveis, e que por isso, conta com o apoio da grande mídia, e claro, dos órgãos oficiais de saúde pública.

2. PÓS-VERDADE, FAKE NEWS, MEMES E VACINAÇÃO NO BRASIL

Estamos vivendo na Era da Pós-verdade em que a verdade e as informações são moldadas por ideologias políticas para influenciar, de forma prejudicial, a opinião pública (Spinelli e De Almeida Santos, 2018; Levitin, 2019; da Silva e Videira 2020). O termo ganhou relevância com a eleição do presidente Donald Trump nos Estados Unidos e a eleição para a saída do Reino Unido da Grã-Bretanha, sendo a palavra eleita, a palavra do ano pelo Dicionário Oxford em 2016 (de Souza-Cunha, 2020). Segundo o Dicionário Oxford, a pós-verdade “relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais” (Oxford, 2016; Wight, 2018)². A verdade objetiva dos fatos, neste caso, é desprezada por uma verdade que é criada para enganar e dissimular a realidade.

É importante destacar que a noção de “verdade” ao longo da história da humanidade sempre foi foco de debates. Na Grécia Antiga, os sofistas acreditavam que a verdade não era absoluta e que

² Versão em inglês “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>

dependia do ponto de vista e das circunstâncias com que os fatos ocorrem. A verdade é associada, a retórica, a arte de a arte de argumentar, ou seja, aos argumentos são um fator essencial para o reconhecimento do que seja a verdade (EL-JAICK, 2019). Platão em contraposição aos sofistas acreditava que a verdade era universal, que era baseada na realidade dos fatos, e que as ideias sofistas poderiam facilmente manipular a opinião pública (Wight, 2018). Foucault (1981) traz uma importante reflexão sobre a verdade ao dividi-la em duas partes: em um primeiro momento é relacionada com às normas, leis e as crenças de determinada cultura, passando em um segundo momento para a verdade ligada aos nichos

Muito dos princípios sofistas e das ideias de Foucault a pós-verdade se apoia, de que a verdade pode ser moldada para atender interesses privados. No cenário atual, a pós-verdade, está ligada na busca de vantagem políticas e/ou econômica, no geral, por políticos que buscam moldar e manipular a opinião manipulando as crenças populares por meio de falsas informações (Sawyer, 2018). É fato que a relação entre política e verdade é problemática, as mentiras são constantemente utilizadas nos discursos políticos para moldar a opinião pública (Arendt, 1967).

As *fake news* nesse contexto seriam a expressão legítima da pós-verdade, o conceito está associado à noção de que as informações podem ser manipuladas e disseminadas, principalmente por meio das mídias sociais, mas não só, e cujo objetivo é o de criar uma verdade baseada em convicções políticas e /ou econômica que não corresponde à realidade dos fatos, criando de forma deliberadamente a desinformação (Seixas, 2019).

“No entanto, notícias falsas ou *fake news* são mais do que uma velha estratégia de engano adaptada para os tempos digitais. Também se tornou um tropo usado por políticos, comentaristas e ativistas de direita para castigar organizações de notícias críticas” (Waisbord, 2018, p. 2). No contexto brasileiro, com a eleição do presidente Jair Bolsonaro, tido como o Trump dos trópicos, a desinformação com a proliferação de *fake news* tem sido um fenômeno recorrente na esfera pública nacional e uma arma política constantemente utilizada. A pandemia de COVID-19 foi um terreno fértil para proliferação de inúmeras notícias falsas, e foi o pano de fundo que abriu espaço para as artimanhas de extrema direita do grupo político governante. A vacina contra a COVID-19 em particular foi uma das principais vítimas de ataques políticos, com larga proliferação de informações falsas, principalmente em redes sociais como o Twitter, WhatsApp e Telegram (Soares *et al.*, 2021).

Como já havia anunciado desde o início de seu governo, e reforçado no transcorrer da pandemia no Brasil, Bolsonaro se valeu do Twitter como um “registro oficial” de suas opiniões sobre a COVID-19 e das medidas de combate ao vírus. Baseado em uma lógica neoliberal e seguindo os atos do ex-presidente americano Donald Trump, ele traçou três linhas de ação contra a doença: 1) relaxamento das medidas de isolamento em prol da economia; 2) incentivo ao “tratamento precoce” da enfermidade com o uso de medicamentos sem comprovação científica; e 3) vacinação não compulsória contra a COVID-19 visando a liberdade individual. (Monari *et al.*, 2021)

Diante do posicionamento político dominante em relação à vacinação, inúmeras *fake news* foram disseminadas para legitimar o discurso político governante, como por exemplo, que a vacina contra a COVID-19 muda o DNA (CRF, 2022); que quem se vacinasse teria um chip implantado cujo o objetivo era o controle da população mundial (Domingos, 2021); a vacina de COVID-19 transmite HIV (Rocha, 2021); a vacina não tem comprovação científica (Monteiro, 2021); quem se vacinasse iria virar jacaré (Mundi, 2020); a vacina é mais perigosa que o próprio vírus e que a vacina contra

COVID-19 é responsável pela morte de várias pessoas (Monteiro, 2021). Apesar de não ser um fenômeno inclusivo no Brasil, as *fake news* foram fortemente ironizadas por memes que ajudaram a impulsionar a campanha contra COVID-19 no país.

Os memes são uma importante fonte de argumentação nas redes sociais e fazem parte do cotidiano e da cultura dos brasileiros pela sua capacidade de compartilhamento, que se utiliza do humor como forma de protesto para expressar uma opinião sobre determinado assunto, além de criar interações entre os receptores e debates políticos contemporâneos (Guerra e Botta, 2018).

A origem do termo meme ocorreu em 1976 criado pelo biólogo Richard Dawkin. O biólogo equivale o meme aos genes, a medida que seriam unidades de informação transmitida culturalmente de pessoa para pessoa e que era capaz de provocar uma evolução. Na década de 1990, com a Internet comercial, o termo começou a ser associado a mensagens rapidamente disseminadas *online* que usavam o humor e/ou da imitação (Wilkins, 2008; Marwick, 2013; Chagas, 2021). Na cultura digital o termo é conhecido por se referir a um tipo de comunicação mediada por computadores caracterizada pelo fenômeno de "viralização" de uma informação quer seja vídeo, imagem, frase, ideia, música que se espalhe entre vários usuários rapidamente, alcançando muita popularidade, o termo tem o significado de imitação e está atrelado ao humor. Os memes, são aqui, assim entendidos como uma forma viral de comunicação midiática que se espalha nas redes sociais online, com uma linguagem verbo-visual lúdica e humorista que causam interações entre os sujeitos, ressignificando e problematizando causas/situações, com um forte potencial engajamento e ativismo político (Chagas e Santos, 2017; Ferreira e Vasconcelos, 2019). Sendo assim, no caso da vacina de COVID-19, os memes têm demonstrado uma forte aliada no combate das *fake news*.

3. MÉTODO

Metodologicamente nosso estudo se apoia em Smith (2019) para fazer uma análise multimodal dos memes da vacina do COVID-19 no Brasil. Abordagem multimodal é a compreensão de um determinado fenômeno comunicação por meio das análises de diversos elementos intra e extra modais. O foco principal é ir além modalidade linguísticas e dos signos plásticos e observar o contexto das mensagens que estão sendo veiculadas.

A análise multimodal, traz assim, uma análise do discurso de determinada objeto comunicativo levando em consideração os elementos sociais e possíveis relações de ideologia e poder (Jewitt *et al.*, 2016; Kress e Van Leeuwen, 2002; Machin e Mayr, 2012; Smith, 2019).

A análise multimodal proporciona elementos para analisar o evento discurso, ou seja, o texto, e leva em consideração elementos como a descrição, o léxico, a gramática, a coesão e a estrutura; as práticas discursivas, leva em consideração elementos como a interpretação, a força, a coerência, a intertextualidade e interdiscursividade; as práticas sociais, também as relações políticas de ideologia, hegemonia e poder (Meurer, 2005). Na análise multimodal existe uma triangulação entre a questão do texto, da imagem e das práticas sociais nas suas relações de poder e ideologia (Bonifácio, 2013).

O corpus de análise é composto por três memes veiculados nas redes sociais, principalmente no Twitter, que se contrapõe a algumas *fake news* sobre a vacina contra a COVID-19, os três memes foram escolhidos, pois representam alguns dos memes contra as *fake news* sobre a vacina da COVID-19 mais importante. No estudo além de fazermos uma descrição denotativa dos memes a ser analisadas, descrevendo-os, também apresentados uma análise conotativa, explicando os

significados criados a partir dos memes analisados e o porquê os memes são iconoclastas com as *fake news* sobre a vacina contra a COVID-19.

Ademais, a escolha do Twitter como plataforma de análise, deu-se, pelo fato do Twitter ser uma plataforma que tem como característica a facilitação do ativismo digital, pela facilidade com que as mensagens são disseminadas. A escolha dos três memes a seguir ocorreu de forma aleatória, e representa uma amostra dentro um universo muito grande de memes similares que foram criados para combater as *fake news* e/ou promover a vacinação, O meme da primeira pessoa vacinada, faz parte de um conjunto de memes em que apresentava a felicidade da população com aprovação da vacina, ao mesmo tempo criticava o governo que a desestimulava com a criação de *fake news*; o meme do “Jacaré” faz parte de uma série de outros memes com jacaré que buscava combater a *fake news* disseminada pelo presidente da república que quem se vacinasse iria “virar jacaré”, e por fim, “Vacina Salva, o Que Mata e...” representa uma resposta da população para disseminação de *fake news* que falam que a vacina matava. É importante destacar que os memes foram criados de forma espontânea, na maioria das vezes por pessoas comuns ou páginas de humor, e a amostra reflete esta realidade.

4. RESULTADOS

4.1. Análise do meme “chora bolsonaro” com a primeira pessoa vacinada no Brasil

O primeiro meme a ser analisado é o meme “Chora Bolsonaro” nasceu no dia da vacinação dos primeiros brasileiros com a vacina Coronavac do laboratório Sinovac e que teve apoio do Governador do Estado de São Paulo João Dória, defensor da vacina contra COVID-19 e opositor do Presidente da República que é contrário a vacinação e defender de tratamentos comprovadamente sem eficácia contra a COVID-19 como o tratamento precoce com a cloroquina. São algumas declarações do presidente antes aprovação da vacina contra COVID-19: “Como sempre, eu nunca fugi da verdade, eu te digo: eu não vou tomar vacina. E ponto final. Se alguém acha que a minha vida está em risco, o problema é meu. E ponto final”; “Como sempre, eu nunca fugi da verdade, eu te digo: eu não vou tomar vacina. E ponto final. Se alguém acha que a minha vida está em risco, o problema é meu. E ponto final”; “Se você virar um jacaré, problema de você.”; “Eu tive a melhor vacina: o vírus”; “Vocês sabem quantos por cento da população vai tomar vacina? Pelo o que eu sei, menos da metade vai tomar”³ (Poder 360, 2022). O meme a ser analisado foi extraído Twitter e pode ser visto na figura 1.

³ Declarações foram sintetizadas pelo site poder 360. <https://www.poder360.com.br/governo/relembre-declaracoes-de-bolsonaro-sobre-a-vacinacao/> Acesso em 18 de fevereiro de 2022.

Figura 1. Meme “Chora Bolsonaro”.



Fonte: Jornal Gazeta. Reprodução/Twitter.

Na figura 1, do ponto de vista denotativo vemos a imagem de uma mulher negra segurando um papel. A mulher está vestida de branco, com uma roupa que parece ser um jaleco e usando máscara. No papel que a mulher segura aparece escrito a frase “Chora Bolsonaro” e existe uma legenda na imagem que diz “Coronavac. Enfermeira de São Paulo é a primeira pessoa vacinada no Brasil. Na composição da imagem ainda temos na parte superior esquerda, em vermelho, uma logomarca e as palavras “URGENTE NEWS – AO VIVO – SÃO PAULO; do lado superior esquerdo temos a hashtag #Edicao10. A imagem denota que a mulher do meme foi a primeira pessoa a tomar vacina no Brasil, é uma enfermeira e que está segurando um cartão de vacinação e que foi veiculada no programa jornalístico Jornal Globo News Edição das 10h do canal pago brasileiro Globo News e que, contrariando as prerrogativas do desejo do presidente Jair Bolsonaro, a vacinação iria acontecer, logo, ele que “chore” com a situação estabelecida e vem a seu desagrado.

Ao analisarmos a composição do meme percebemos que existe um grande destaque ao cartão de vacinação que a enfermeira está segurando. A frase escrita no cartão de vacinação “Chora Bolsonaro”, faz uma provocação direta ao presidente da república e seu discurso antivacina. O fato da primeira pessoa ser vacinada ser uma mulher, negra e enfermeira também tem um valor simbólico por representar a maioria da população brasileira que constituída por mulheres e por pessoas negras e pardas. Também em destaque, o fato de ser enfermeira a primeira brasileira vacinada representa os profissionais de saúde que atuaram na linha de frente da pandemia.

O meme “Chora Bolsonaro” é iconoclasta, pois representa o sentimento de repúdio ao discurso negacionista do presidente Jair Bolsonaro que é contra a vacina da COVID-19 e grande disseminador de *fake news* sobre o assunto. O presidente Jair Bolsonaro foi um líder de extrema direita opositor à vacina da COVID-19, que defendia como forma de combate a doença o tratamento não comprado com remédios como Hidroxicloroquina (Sacramento *et al.*, 2020; Seibt e Dannenberg, 2021).

4.2. ANÁLISE DO MEME DO “JACARÉ”

Sobre os memes em relação ao jacaré nasceram da declaração do presidente Jair Bolsonaro de que não haveria garantias de quem tomasse a vacina não iria virar jacaré ou teria qualquer outro efeito colateral negativo, quando ele questionou os efeitos colaterais da vacina Pfizer. Diante dessa declaração foram criados inúmeros memes envolvendo a figura do jacaré relacionando à vacinação contra o COVID-19 que foram disseminados nas mídias sociais. Neste sentido, analisaremos um

meme que corresponde a uma reação ao discurso do presidente Jair Bolsonaro. O meme a ser analisado foi extraído do Twitter e pode ser visto na figura 2.

Figura 2. “Meme do Jacaré”.



Fonte: Extra. Reprodução/Twitter.

Na figura 2, do ponto de vista denotativo vemos a imagem de um ser humano fantasiado de um animal que parece um jacaré. Ao olharmos para cultura pop brasileira vemos que tal animal é à Cuca da série infantil de televisão brasileira Sítio do Picapau Amarelo que faz do imaginário popular nacional. A imagem é legendada na parte superior por um texto que diz: “Meu tio falando que não vai tomar a vacina, pq vai virar um jacaré. Eu, sentadinha esperando a vacina” o que evidencia uma atitude pró-vacinação do emissor.

O meme cria uma intertextualidade com o folclore brasileiro ao apresentar um dos personagens mais famosos da cultura popular nacional: a Cuca, que na cultura popular representada por uma bruxa, que possui cabeça de jacaré, cuja função é assustar e sequestrar crianças desobedientes e malcriadas e que foi caracterizada na série infantil, da Tv Globo, Sítio do Pica-pau Amarelo baseada na obra do Escrito Brasileiro Monteiro Lombada. Ao descrevermos a composição do meme percebemos que a Cuca se apresenta em posição central da imagem, sentada e confiante com o olhar direito ao leitor. A Cuca no meme não parece ser uma figura do mal, mas uma figura da cultura pop que traz um sentimento positivo no contexto apresentado.

Na parte superior da imagem aparece o texto, do ponto de vista da criação de significados, a construção imagética do meme com a união do texto verbal e a imagem traz significados simbólicos, ao apresentar um jacaré sentado com a legenda anteriormente descrita transmite a ideia de que, mesmo com as declarações do presidente da república que quem tomar a vacina poderia virar jacaré, o emissor está ansioso e contente por ter a oportunidade de se vacinar.

Ao usar do humor e trazer um personagem da cultura popular para defender a vacina, rebatendo de forma indireta as declarações do Jair Bolsonaro e ao promover de forma silenciosa a importância da vacinação, o meme apresenta-se de forma silenciosa iconoclasta às *fake news* de que quem tomar a vacina vai virar jacaré. O sucesso foi tão grande que, além dos memes do jacaré, como uma forma de protestar contra as declarações do Jair Bolsonaro e rebater *fake news* de quem tomasse a vacina iria virar jacaré, várias pessoas foram fantasiadas de jacaré aos pontos de vacinação e postaram nas redes sociais.

4.3. ANÁLISE DO MEME “VACINA SALVA! O QUE MATA É...”

O terceiro meme a ser analisado nasceu da necessidade de defender a vacina frente às inúmeras *fake news* criadas contra ela, visto que foi disseminado nas redes sociais várias *fake news* que a vacina contra a COVID-19 era a responsável pela morte de várias pessoas (Monteiro, 2021). Em um nível básico os memes são constituídos por uma frase que deveria ser complementada, a frase era “Vacina Salva! O que mata é...”, o complemento os mais variados possíveis e estava relacionada com coisas do cotidiano ou da cultura pop, tais como, “o que mata é essa cachaça desgraçada de vocês”; “o que mata é ser fiel à ficante”; “o que mata é a língua do povo” .

Os memes criados com a frase foram criados e disseminados de forma orgânica tanto em redes sociais, principalmente no Twitter e nos pontos de vacinação em todo o país com pessoas segurando uma plaquinha com a frase e os mais variados complementos. O meme a ser analisado é um dos exemplos que usaram a frase e foi extraído do Twitter, podendo ser visto na figura 3.

Figura 3. Meme “Vacina Salva. O que mata é”



Fonte: TechTudo. Reprodução/Twitter.

Na figura 3, vemos que a parte visual foi dividida em quatro quadros. De forma denotativa vemos quatro cenas em que o mesmo homem aparece chorando e triste. Em cima dos quadros existe um texto que diz: “Vacina salva! O que mata é ver o meu bbzinho desse jeito”. O homem da imagem é o personagem principal da série juvenil norte-americana Netflix que narra os dramas juvenis *Jonh B*, um jovem que reúne seus amigos para descobrir o que ocorreu com seu pai que desapareceu nos *Outer Banks*. Ao longo da série os jovens descobrem um tesouro e vivem situações e emoções típicas da juventude (paixões, angústia, medo, brigas, entre outras). O meme faz parte de uma série de outros memes em que a população alertava que a vacina salvava o que mata era situações específicas. No caso da série foi escolhida de forma orgânica pelo emissor por ser fã da série, representando uma situação difícil para todos que compartilham o imaginário do universo pop.

Analisando o meme percebe-se que o homem presente nos quatro quadros se apresenta em plano

fechado em que a parte superior do corpo e a expressão de choro é enfatizada ao relacionar com a parte verbal do meme que enfatiza a importância da vacina para salvar vidas. A criação de significado do meme sugere de forma lúdica que o receptor não precisa ter medo da vacina, pois ela salva vidas. Em suma o meme se apresenta iconoclasta com as *fakes news* contra a vacina da COVID-19 que alegam que a vacinação pode matar, ao estimular a população ir se vacinar e perder o medo do imunizante.

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

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, tornando essa comunicação, uma importante aliada da ciência e da saúde pública no Brasil.

Analisando os três memes percebemos que todos são uma resposta contra as *fake news* sobre a COVID-19. No primeiro meme denominado “Chora Bolsonaro” é uma resposta direta ao discurso negacionista do presidente Bolsonaro e de todas *fake news* propagadas por ele contra vacina, segundo meme denominado “Meme do Jacaré” é uma resposta a *fake news* de que quem tomasse a vacina iria virar jacaré e o terceiro meme denominado “Vacina Salva. O que mata é...” é uma resposta direta a as *fake news* que relatam que a vacina mata.

Quem no Brasil nos últimos tempos não ouviu que a vacina poderia matar ou que se tomasse vacina a pessoa virava jacaré? Essas e inúmeras outras *fake news* sobre a pandemia de COVID-19 e a vacinação, caracterizam o fenômeno da desinformação propagado pelas *fake news*. A desinformação tem sido um problema enfrentado em todo mundo que traz resultados negativos para toda a sociedade. A desinformação sobre a vacina se apoia no negacionismo da ciência e é propagada principalmente por meio das redes sociais, por grupos políticos populistas e por meio de veículos de comunicação sem “credibilidade”.

Nietzsche (2007) afirma que o intelecto é um arma que o homem possui para conseguir sobreviver, e isso se torna muito claro por exemplo em questões de saúde, a negação da eficiência da vacina tem impulsionado o número de casos graves da doença, fazendo com que a pandemia pendure mais tempo e possibilitando que o vírus passe por mutações mais potentes.

Muitas vezes a comunicação de órgãos de saúde para barrar o negacionismo em relação a vacinação tem sido insuficiente, devido as inúmeras possibilidades que internet possibilita para o espalhamento de informações falsas, principalmente pela sua rápida propagação e pela dificuldade de atestar a credibilidade da informação.

Neste sentido, os memes tem sido um aliado no combate da desinformação e das *fake news*, pois estão pautados no humor e utilizam elementos socioculturais da cultura instaurada, assim, os memes são uma ferramenta orgânica e espontânea que utilizam das possibilidades da internet para combater as informações falsas. São de fato, uma importante arma de combate da desinformação no país.

6. REFERÊNCIAS

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.

- 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. e 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. e 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. e 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. e 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., & O'Halloran, K. (2016). *Introducing multimodality*. Routledge.
- Kress, G., & 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., & 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. e Sacramento, I. (2021). Legitimando um populismo anti-ciência: 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. 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. e Abib, R. (2020). A saúde na era na testemunha: experiência e evidência na defesa da hidroxiclороquina. *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. e 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. e 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. e 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.

CONTRIBUIÇÕES DOS AUTORES, FINANCIAMENTO E AGRADECIMENTOS

Conceptualização: Oliveira Santana, Dhione. **Metodologia:** Oliveira Santana, Dhione. **Validação:** Marques de Andrade, Everton. **Análisis formal:** Oliveira Santana, Dhione y Marques de Andrade, Everton. **Curadoria de dados:** Oliveira Santana, Dhione y Marques de Andrade, Everton. **Redacção - Preparação do projecto original:** Oliveira Santana, Dhione y Marques de Andrade, Everton. **Redacção-Revisão e Edição:** 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 os autores leram e aceitaram a versão publicada do manuscrito:** Oliveira Santana, Dhione, Marques Carriço Ferreira, Raquel y Marques de Andrade, Everton.

AUTORES

Dhione Oliveira Santana

Doutorando em Administração na Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Sergipe e graduado em Comunicação Social -- Bacharelado em Publicidade e Propaganda. Tem interesse nos estudos relacionados com Marketing e Comunicação, mais especificamente sobre Comunicação e Saúde, Comunicação Publicitária, Comunicação Organizacional e Relações Públicas, Telenovelas, Ética e Responsabilidade no Marketing e na Comunicação, e Comportamento do Consumidor. Mas também dialoga com estudos relacionados ao Empreendedorismo, Inovação e Propriedade Intelectual.

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

Everton Marques de Andrade

Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós Graduação em Comunicação-PPGCOM da Universidade Federal de Sergipe-UFS, sob a linha de pesquisa Cultura, Economia e Políticas da Comunicação. É graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda (2017) nesta mesma universidade. Também fez parte do então Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da UFS (LEI) e do Grupo de Estudos da Produção e Recepção Midiática (RECEPCOM), e integrante do Laboratório de Análise de Visualidades, Narrativas e Tecnologia (LAVINT). Tem aderência a estudos voltados para o campo da Comunicação em Saúde, com olhares para os papéis assumido nas mídias sociais e suas diferentes articulações com a informação e educação em saúde, movimentos sociais do terceiro setor e suas práticas comunicativas em saúde. Universidade Federal de Sergipe, Brasil.

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

Raquel Marques Carriço Ferreira

Professora Associada da Universidade Federal de Sergipe UFS, atuando na graduação e no programa de pós-graduação em Comunicação Social. Publicitária, mestre pela Universidade Metodista de São Paulo (2003), doutora pela Universidade Nova de Lisboa com sanduíche na Universidade de Leeds, Inglaterra (2011), e pós-doutora pelo ISCTE - Instituto Universitário de

Lisboa (2017). Tem experiência na área de Sociologia Aplicada, trabalhando com os temas das Teorias da Comunicação, Pesquisa Aplicada, Estudos da Audiência e Recepção, Comunicação e Saúde, Ética e Legislação Publicitária, Planejamento de Campanha e Comunicação Integrada. Seu campo de estudo está circunscrito na dinâmica de interação do indivíduo com os meios de comunicação ou outro contexto social mediado por plataformas comunicacionais, conformando o nexo da produção das mensagens e seu consumo. Dentre diversos artigos e capítulos de livros, publicou dois livros, Telenovelas Brasileiras e Portuguesas: Padrões de Audiência e Consumo, editora EDISE (EDITAL FAPITEC/SE/FUNTEC/SEGRASE Nº 10/2014 - Programa de Auxílio ao pesquisador para publicações científicas); e Casos do Cotidiano: o discurso da Publicidade em Revista, pela editora UFS (EDITAL 001/2019 PROGRAMA EDITORIAL DA UFS), ambos resultados de editais de financiamento com conselho editorial. Foi pesquisadora do CIMJ - Centro de Investigação Media e Jornalismo da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH) da Universidade NOVA de Lisboa, é pesquisadora do CIES-IUL - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL) e coordena o RECEPCOM - Grupo de estudos da produção e recepção Midiática UFS/CNPq. Universidade Federal de Sergipe, Brasil.

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