

Remixagem desinformativa em memes de Internet

Disinformative Remixing in Internet memes

MELO, THIAGO RAMOS DE
thiago.rmelo09@ufpi.edu.br

Doutorando em Letras pela Universidade Federal do Piauí (Brasil)
Bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-8703-7974>

BATISTA JÚNIOR, JOSÉ RIBAMAR LOPES
ribas@labproducaotextual.

Doutor em Linguística pela Universidade de Brasília (2013)
Professor na Universidade Federal do Piauí (Brasil)
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4777-3305>

PALAVRAS-CHAVE:
Desinformação;
Memes de internet;
Remix;
Remixagem Desinformativa.

RESUMO: O presente trabalho procura analisar as estratégias de remixagem em memes de internet a serviço da desinformação, as quais denominamos remixagem desinformativa. No cenário digital contemporâneo, onde o remix tornou-se o motor dos processos socioculturais (Lemos, 2006), partimos do pressuposto de que compreender as estratégias de remixagem (Navas, 2019) em memes torna-se uma importante ferramenta no combate à desinformação, considerando que os fluxos de desordem informacional (Wardle, 2017, 2020) atravessam, em grande parte, estes artefatos tecnodigitais. Além da reflexão teórica que norteia este trabalho, para fins exemplificativos, propomos a análise de um meme de internet à luz de algumas das etapas analíticas da Análise de Discurso Crítica (ADC), na perspectiva de Fairclough (2001, 2003) e de Chouliaraki e Fairclough (1999), somado aos procedimentos metodológicos descritos em Navas (2019). Por fim, inferimos que analisar os processos e efeitos causados pela influência dos memes de internet e compreender sua “engenharia memética” pode tornar-se uma parte importante na revisão das práticas de combate à desinformação no cenário digital contemporâneo.

KEY-WORDS:
Disinformation;
Internet Memes;
Remix;
Disinformative Remixing.

ABSTRACT: The present study aims to analyze remixing strategies in internet memes serving disinformation, which we term disinformative remixing. In the contemporary digital landscape, where remix has become the driving force behind sociocultural processes (Lemos, 2006), we assume that understanding remixing strategies (Navas, 2019) in memes becomes a crucial tool in combating disinformation, considering that informational disorder flows (Wardle, 2017, 2020) largely traverse these techno-digital artifacts. In addition to the theoretical reflection guiding this work, for illustra-

tive purposes, we propose the analysis of an internet meme in light of some analytical steps of Critical Discourse Analysis (CDA), following Fairclough (2001, 2003) and Chouliaraki and Fairclough (1999), along with the methodological procedures described by Navas (2019). Ultimately, we infer that analyzing the processes and effects caused by the influence of internet memes and understanding their 'memetic engineering' can become a crucial component in revising practices to combat disinformation in the contemporary digital landscape.

1. INTRODUÇÃO

Um dos artefatos tecno-digitais que se tornou bastante popular na contemporaneidade é o meme de internet, fenômeno cultural que se estabelece no meio digital como uma forma de comunicação baseada na remixagem de conteúdos preexistentes, através de textos, imagens e vídeos, com fins diversos. Embora o termo “meme” tenha sido cunhado muito antes da era digital (Shifman, 2014), os recursos exclusivos da Internet, como a facilidade de manipulação e divulgação de conteúdo, o que permite que qualquer ideia possa rapidamente ser reproduzida ou alterada (Martino, 2014), alavancaram a sua disseminação em rede, tornando-os potenciais vetores de propagação de desinformação.

Neste sentido, o presente trabalho procura analisar as estratégias de remixagem em memes de internet à serviço da desinformação, as quais denominamos remixagem desinformativa. No cenário digital contemporâneo, onde o remix tornou-se o motor dos processos socioculturais (Lemos, 2006), partimos do pressuposto de que compreender as estratégias de remixagem (Navas, 2019) em memes torna-se uma importante ferramenta no combate à desinformação, considerando que os fluxos de desordem informacional (Wardle, 2020) atravessam, em grande parte, estes artefatos tecno-digitais.

Dentro desta problemática, entendemos que investigar os processos comunicacionais que estão em jogo na produção destas práticas desinformativas significa refletir também sobre a importância de educar o cidadão para uma consciência crítica, visto que, o novo contexto tecnológico postula modos próprios de interação e relações, símbolos e linguagens, e demandam novas habilidades e exigências relacionadas a práticas sociais de produção, comunicação e negociação de sentidos em contextos particulares de leitura e escrita (Knobel & Lankshear, 2006).

Além da reflexão teórica que norteia este trabalho, para fins exemplificativos, propomos a análise de 1 (um) meme de internet¹ de cunho político² à luz de algumas das etapas analíticas da Análise de Discurso Crítica (ADC), na perspectiva de Fairclough (2001, 2003) e de Chouliaraki e Fairclough (1999)³, somado aos procedimentos metodológicos descritos em Navas (2019), com o objetivo de compreender os processos discursivos envoltos na remixagem dos memes.

Quanto a sua estruturação, iniciamos este trabalho, no contexto das discussões sobre as transformações socioculturais impulsionadas pelas tecnologias digitais, refletindo sobre os fenômenos da desordem informacional no cenário online. Adiante, discutimos sobre as características dos memes de internet. Nestes termos, é importante mencionar que o contexto digital possibilitou um movimento de apropriação/aproximação, por parte de distintas áreas (campanhas/propagandas políticas, peças publicitárias, por exemplo), da linguagem, recursos e estruturas do polissêmico universo dos memes de internet, apontando para aquilo que Chagas (2018) chama de evidente imprecisão conceitual nas fronteiras epistêmicas dos estudos de memes.

No tópico de análise, discorreremos sobre os processos de remix, isto é, o conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, *cut-up* de informação (Lemos, 2006) e apresentamos a análise do meme selecionado. Por fim, inferimos analisar os processos e efeitos causados pela influência dos memes de internet e compreender sua “engenharia memética”, sobretudo em um contexto digital que potencializa as capacidades de fecundidade, longevidade, reprodutibilidade e alcance destes artefatos culturais de transmissão e reprodução de discurso, pode tornar-se uma parte importante do combate à desinformação no cenário digital contemporâneo.

1. Conforme discutiremos adiante, entendemos que o observável deste trabalho se caracteriza como um meme de internet, tanto em termos de “temas, tópicos e público-alvo” (Shifman, 2014), conforme discutiremos na classificação proposta por Chagas (2018, et al. 2017), quanto em termos “estruturais e estilísticos” (Shifman, 2014), imitando um padrão composicional comum aos de memes *image macros* (imagens com legenda sobreposta) e *look-alikes* (comparações entre dois personagens reais ou fictícios) (Chagas, 2018, et al. 2017). O que caracteriza o meme de internet, neste caso, é a imitação do padrão composicional.

2. Consideramos que a temática política é um dos espaços privilegiados para a propagação de desinformações.

3. Neste trabalho, embora consideremos a importância dos conceitos da Análise de Discurso Crítica (ADC) para a discussão, optamos por não nos aprofundarmos no quadro teórico dessa abordagem. No entanto, a escolha por mobilizar algumas das etapas analíticas da ADC se justifica, em primeiro lugar, pelo fato de que o objeto de análise, ainda que apresen-

tado como exercício exemplificativo da reflexão proposta, se enquadra no campo de interesse dos estudos críticos do discurso. Em segundo lugar, observamos que as etapas analíticas e a compreensão dos significados do discurso elaboradas pelos referidos autores trazem contribuições relevantes para a proposta topológica de análise do remix de Navas (2019).

4. Tradução nossa. No original, lê-se: “*circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief*”.

5. De acordo com D’Ancona (2018), o termo aparece pela primeira vez no artigo do escritor sérvio-norte-americano Steve Tesich, em 1992, publicado na revista *The Nation*.

Com isso, o artigo busca contribuir com as discussões sobre a desinformação no campo da pesquisa dos memes de internet, na esteira dos processos de remixagem que, no contexto de observação, são utilizados para criar falsas correlações, exagerar ou distorcer fatos e construir narrativas enganosas. Diante do proposto, o artigo infere, a partir do exercício analítico, que o entendimento das estratégias de remixagem, por meio dos contributos topológicos oferecidos por esses estudos em obras que adotam princípios de remix, mostra-se essencial na investigação das dinâmicas e práticas desinformativas disseminadas por memes.

2. DESORDEM INFORMACIONAL E PÓS-VERDADE NO CONTEXTO DIGITAL

Em 2016, o Dicionário de Oxford elegeu “pós-verdade” como a palavra do ano. O termo é relativo às “circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que aqueles que apelam à emoção e à crença pessoal”⁴ (English Oxford Living Dictionaries, 2016, n.p.). Embora não tenha surgido nesta data⁵, a expressão ganhou destaque em meio a uma série de questões relacionadas ao contexto político global – como a eleição de Trump nos Estados Unidos e o choque referente ao plano de saída da Grã-Bretanha da União Europeia (*Brexit*) –, sinalizando para uma crise em relação a veracidade dos fatos.

Essa discussão é motivada pela ascensão de uma “Indústria da Desinformação”, que coincide com a metamorfose maciça da paisagem midiática trazida pela revolução digital, e cujo objetivo, de acordo com D’Ancona (2018), é colocar em xeque a credibilidade das instituições democráticas, da racionalidade, do pensamento científico e intelectual.

Tal fenômeno, que contamina cada vez mais os discursos públicos em suas diversas esferas, ganha forma em meio aos grandes fluxos de informação que são característicos do nosso mundo moderno, hiperconectado em rede e cada vez mais polarizado (Wardle, 2017, 2020),

tomando como palco central os sites de redes sociais⁶ e gerando uma onda desinformativa, que comumente é denominada de *Fake News*.

Embora o termo *Fake News* tenha se popularizado nos últimos anos, Wardle (2017, 2020) prefere a expressão “desordem informacional” para designar o complexo e amplo contexto de transtorno da informação no qual estamos inseridos. A desordem informacional compreende, segundo a autora, três tipologias distintas, a mesinformação, desinformação e malinformação⁷.

A desinformação, segundo a autora, é um conteúdo intencionalmente falso, produzido para causar danos/prejudicar uma pessoa, grupo social, organização ou país, e motivado por três fatores distintos: gerar lucro financeiro; ter influência política, internacional ou nacional; ou causar problemas em decorrência disso (Wardle, 2017, 2020). A mesinformação (ou informação errada) faz referências a informações falsas, mas que não foram criadas com a intenção de causar prejuízo. Por fim, a malinformação (ou informação maliciosa) refere-se à informação genuína, baseada na realidade, usada para impor prejuízos/causar danos a uma pessoa, organização ou país (Wardle, 2017, 2020).

Em relação aos tipos de conteúdo e seu potencial de prejuízo, Wardle (2020) classifica os 7 tipos de desordem informacional, do mais danoso (dano alto) ao menos prejudicial (dano baixo), à saber: **Conteúdo Fabricado:** Conteúdo novo e totalmente falso, criado para enganar e causar danos; **Conteúdo Manipulado:** Informações ou imagens genuínas manipuladas com o propósito enganar; **Conteúdo Impostor:** Fontes genuínas imitadas com o propósito enganar; **Contexto Falso:** Conteúdo genuíno compartilhado com informações contextuais falsas; **Conteúdo Enganoso:** Uso enganoso de informações para enquadrar um problema ou indivíduo; **Conexão Falsa:** Manchetes, imagens ou legendas que não dão suporte ao conteúdo; **Sátira ou Paródia:** Nenhuma intenção de causar dano, mas com potencial para enganar.

6. Considerarmos que estas plataformas online tornaram-se um motor indispensável para a pós-verdade (D’Ancona, 2018) e seu principal canal da desinformação (Wardle, 2017, 2020).

7. Embora este trabalho se baseie em teorias já consolidadas no campo, é importante ressaltar a relevância dos estudos brasileiros sobre a linguagem e a desinformação, como a série de artigos publicada na revista *Cadernos de Linguística* (2020), volume 1, número 4, da Associação Brasileira de Linguística (Abralín).

Vale mencionar, conforme a autora, que quando uma desinformação é compartilhada, muitas vezes ela se transforma em mesinformação, visto que nem sempre este tipo de conteúdo é reconhecido como falso, e os usuários, acreditando que estão ajudando, acabam compartilhando-o com seus grupos em suas redes.

Segundo a autora, em ambientes online, as pessoas compartilham mesinformações por fatores sociopsicológicos, como forma de desempenhar suas identidades: “Elas querem se sentir conectadas à sua ‘tribo’, isso pode significar membros do mesmo partido político, pais que não vacinam seus filhos, ativistas preocupados com a mudança climática ou aqueles pertencentes a uma determinada religião, raça ou grupo étnico” (Wardle, 2020, p.10).

Embora, nestes grupos, o sistema postule o conflito como uma possibilidade, a cooperação é a principal forma de interação nesses ambientes (Recuero, 2009), visto que a universalização de discursos particulares e sua legitimação são instrumentos importantes na manutenção dos grupos online (Fairclough, 2001, 2003; Chouliaraki & Fairclough, 1999). Essa manutenção é possibilitada pelos chamados “filtros-bolhas” (ou “bolha dos filtros”), isto é, espaços seguros que permitem aos atores o compartilhamento de crenças e visões de mundo com outros que partilham dessas visões (Pariser, 2012).

Estes espaços permitem aos atores reforçarem seus posicionamentos e afirmarem suas identidades longe do confronto. Pariser (2012) cita que embora isso não seja algo novo, graças ao seu algoritmo de programação, os sites de redes sociais de internet capitalizaram essa tendência, suprimindo visões opostas às do usuário e fornecendo um conteúdo de reforço e validação, sabendo que lhes incentivariam a passar mais tempo em seus espaços virtuais.

O problema, defende Wardle (2017), é que os atores disseminadores de informações falsas

sabem que, quando as pessoas consomem e compartilham mensagens, elas o farão cada vez mais de dentro desses espaços, sem ninguém para desafiar suas ideias. Quando essas informações falsas são compartilhadas por atores de seu grupo, seus membros têm maior probabilidade de serem receptivos à mensagem e menos chances de fazerem uma leitura contrária.

Assim, a desinformação pode ser disseminada rapidamente em espaços onde a confiança que os atores têm entre si tende a ser alta. Conforme explica D’Ancona (2018), o forte apelo da disseminação de informações nestes círculos, neste contexto de pós-verdade, vai tornando os atores cada vez mais coniventes com estes discursos. “A questão não é determinar a verdade por meio de um processo de avaliação racional e conclusiva. Você escolhe sua própria realidade, como se escolhesse comida de um bufê. Também seleciona sua própria mentira, de modo não menos arbitrário” (D’Ancona, 2018, p. 55). Tanto “verdade”, quanto “mentira”, passam a ser valores relativos aos valores do grupo.

Com isso, a Indústria da Desinformação, com sua difusão sistemática de mentiras, vai penetrando de forma sutil e estratégica nestes círculos sociais (através de memes, por exemplo), minando aos poucos e constantemente a verdade dos fatos, estimulando o público a questionar o discurso vindo das instituições, gerando confusão e dúvida no público através da omissão e/ou distorção da verdade (D’Ancona, 2018). É justamente nesse cenário, alerta D’Ancona (2018), que a pós-verdade encontra o melhor terreno para florescer.

3. MEMES DE INTERNET

No contexto das discussões sobre o tema, vale mencionar que o termo “meme” foi usado pela primeira vez em 1976, pelo biólogo Richard Dawkins, em seu livro “O gene egoísta”. Meme é uma abreviação da palavra grega “mimeme”, que significa “aquilo que pode ser imitado”.

8. Dawkins (1976) considera a transmissão cultural análoga à transmissão genética.

Dawkins (1976), que discutia a transmissão cultural como fruto da replicação de ideias a partir de uma perspectiva evolucionista darwiniana⁸, adaptou a tradução do termo para aproximar-se da palavra “gene”, encurtando “mimeme” para “meme”, onde este seria o “gene” da cultura, que se propaga através de replicadores no processo de evolução humana.

O meme é entendido como uma unidade de transmissão de informação cultural que se espalha de pessoa para pessoa, transmitida de um cérebro para outro, por cópia ou imitação. Para o autor, semelhante a um vírus que pode parasitar o mecanismo genético de uma célula hospedeira, um meme pode “parasitar” o cérebro de um indivíduo, transformando-o num canal de disseminação do mesmo.

9. Embora não tenhamos a intenção de abordar tais características enquanto categorização de análise neste trabalho, consideramos a importância de apontar estas particularidades por considerarmos o contexto das práticas sociais nos quais estão inseridos. Assim, nestas práticas, os dizeres nos memes, por parte do(s) seu(s) produtor(es), são modulados não apenas considerando, como também objetivando, alcançar tais efeitos junto aos seus públicos, isto é, serem memoráveis, serem propagáveis e terem longevidade.

Assim como somos máquinas gênicas criadas para transmitir nossos genes (Dawkins, 1976) e estes genes estão na base biológica do que nos constitui enquanto indivíduos, os memes parecem ser, ao menos parcialmente, um componente da base cultural responsável por formar os seres humanos (Martino, 2014), atuando no processo de reprodução de ideias e costumes, evoluindo, transformando, adaptando-se e disseminando-se.

No que tange à sua capacidade de disseminação, Recuero (2009) e Knobel e Lankshear (2006), partindo de Dawkins (1979) e Blackmore (1999), apontam como características essenciais dos memes para a sua sobrevivência: a longevidade, a fecundidade e a fidelidade das cópias⁹. A longevidade é a capacidade do meme de perdurar ao longo do tempo. Quanto mais tempo um meme “sobrevive”, mais ele pode ser copiado e reproduzido em novas mentes, garantindo assim sua transmissão contínua. A longevidade pressupõe condições ideais para a replicação e inovação de um meme (Knobel & Lankshear, 2006).

A fecundidade diz respeito à capacidade do meme de produzir cópias, isto é, sua “taxa” de propagação (Recuero, 2009). Quanto mais rapidamente um meme se espalha, mais provável é que ele capture uma atenção robusta e sustentada e seja replicado e distribuído (Knobel & Lankshear, 2006). Por fim, a fidelidade é a capacidade do meme de gerar cópias com maior semelhança ao original, passando de mente para mente relativamente intacto (Recuero, 2009).

Knobel e Lankshear (2006) argumentam que o poder de propagação dos memes está relacionado principalmente com sua capacidade de serem memorizados, e não com sua utilidade ou importância. Para isso, as ideias propagadas pelos memes precisam ser intuitivamente compreendidas e fazerem sentido para os indivíduos, de modo a incitar sua reprodução.

Shifman (2014), autora do livro “*Memes in digital culture*”, entende os memes como um fenômeno social compartilhado. Para ela, embora se espalhem em uma base micro, como parte da informação cultural que passam de pessoa para pessoa, seu impacto está no nível macro, de modo que os memes moldam a mentalidade, as formas de comportamento e as ações dos grupos sociais.

Shifman (2014) ainda cita que, embora o termo “meme” tenha sido cunhado muito antes da era digital, os recursos exclusivos da Internet – como a facilidade de manipulação digital e divulgação de conteúdo, sejam textos, sons ou imagens, o que permite que qualquer ideia possa rapidamente ser reproduzida ou alterada (Martino, 2014) – transformaram a difusão de memes em uma rotina onipresente e altamente visível, aprimorando sua capacidade de longevidade, fecundidade e fidelidade de cópia: “Se os memes são veículos de transmissão de grupos de ideias, as redes sociais e as possibilidades de compartilhamento de informações são um meio de expansão de ideias a velocidade da luz” (Martino, 2014, p. 178).

Desta forma, a internet se apresenta como um ambiente propício para a proliferação de memes. No que tange às características dos memes de internet, Shifman (2014) defende que a disseminação online de memes tem maior fidelidade de cópia do que a comunicação através de outras mídias, visto que a comunicação digital permite a transferência de informação sem perdas. Na internet, sua fecundidade também é ampliada, pois a rede facilita uma rápida difusão de mensagens entre seus vários pontos. Também, a longevidade pode potencialmente aumentar porque a informação pode ser armazenada indefinidamente em diversos arquivos/suportes.

A estes três elementos (longevidade, fecundidade e fidelidade de cópia), Recuero (2009) acrescenta um outro: o alcance. Isso porque, de acordo com ela, distância (proximidade ou ao distanciamento entre os indivíduos) é um elemento que frequentemente compõe o estudo de redes sociais, entendidas como os conjuntos de redes interconectadas e que conectam indivíduos através da interação social.

Além destas características, algumas questões contextuais também permitem compreender o sucesso dos memes na internet, conforme explica Shifman (2014). Ressalta-se, em primeiro lugar, uma questão de economia da informação, isto é, em um contexto em que a atenção das pessoas se tornou um bem cada vez mais escasso, os memes, na esteira das características apontadas, tem a capacidade de atrair o interesse de indivíduos e comunidades para determinados assuntos ou situações e, em certa medida, para a própria forma do meme enquanto dispositivo comunicacional.

Outra questão apontada por Shifman (2014) é que memes seriam uma forma de criar laços entre atores sociais. De acordo com a autora, memes são compartilhados em redes sociais

digitais, de certa maneira, pelas mesmas razões que pessoas contam piadas ou histórias que ouviram: para inserir-se num grupo¹⁰. Tal relação é ainda mais forte se a mensagem possuir características que só podem ser decifradas por atores sociais do mesmo grupo, isto é, para quem conhece seu contexto específico (Shifman, 2014).

Neste sentido, é possível inferir que a transmissão efetiva de memes depende criticamente das preferências, atenção, emoções e desejos dos atores sociais envolvidos no processo (Blackmore, 1999). Os “estranhos” desses grupos comumente terão dificuldade em compreender a mensagem nos memes. Com isso, os espaços de afinidade desempenham um papel importante na fecundidade dos memes de internet de sucesso (Blackmore, 1999).

Por fim, vale salientar, conforme eludem Knobel e Lankshear (2006), que estas características supracitadas, bem como o sucesso no processo de “replicabilidade” dos memes, está diretamente associado à prática de remixagem, através da modificação, bricolagem, emenda, reordenação, sobreposição, etc., dos seus elementos constituintes. Discutiremos sobre o conceito de remix no próximo tópico, conforme explicamos a proposta analítica aqui empregada.

Na esteira destas caracterizações, conforme sinaliza Chagas (2018), é oportuno esclarecer como o meme vai somando e transformando questões conceituais à sua compreensão, conforme o conceito passa a ser adotado por diferentes correntes de pesquisadores filiados aos mais diversos campos, desde a sociobiologia, passando pela psicologia social, até chegar no cenário tecnológico contemporâneo, onde o meme continua a suscitar teias de significados construídas pelas pessoas (pesquisadores e internautas) em torno de si (Chagas, 2018).

Neste sentido, o contexto digital possibilitou um movimento de apropriação/aproximação, por parte de distintas áreas (campanhas/propagandas políticas, peças publicitárias, por

10. Conforme mencionado anteriormente, embora existam conflitos quando nos referimos a tipos de relações estabelecidas nas redes sociais de internet, é a cooperação o processo formador das estruturas sociais nestes espaços (Recuero, 2009). Formas de criar laços entre atores sociais, como no caso de compartilhamento de memes que reproduzem valores internos do grupo, podem servir para reforçar processos de cooperação essenciais para a criação e a manutenção destas estruturas internas (Recuero, 2009).

exemplo), da linguagem, recursos e estruturas do polissêmico universo dos memes de internet, apontando para aquilo que Chagas (2018) chama de evidente imprecisão conceitual nas fronteiras epistêmicas dos estudos de memes. De acordo com o Museu de Memes (s.d.), com a própria popularização da internet, muitos usuários passaram a denominar de memes os conteúdos que trocavam entre si nos diversos canais de comunidades online, incluindo um contingente de peças que, em princípio, questionam o próprio *status* como meme:

A partir daí, não só o conceito de memes foi ressignificado, como seu campo científico se renovou profundamente. Os memes passaram a ser compreendidos não mais como uma ideia ou um comportamento, mas como um discurso, ou um modo próprio de comunicar. Hoje, quando nos referimos a memes, não estamos mais pensando em um “replicador cultural” ou uma “unidade de transmissão de informação”, mas em uma linguagem midiática (Museu de Memes, s.d., online).

Neste sentido, entendemos que o objeto analisado pode ser considerado um meme de internet, tanto por sua estrutura e elementos de linguagem que ele mobiliza, conforme descritos no próximo tópico, quanto pela sua intenção, isto é, por sua finalidade específica de gerar ampla repercussão junto ao público através de uma mensagem e/ou um formato que facilite a sua reprodução (Chagas, 2018).

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

4.1. ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA

Conforme mencionado na introdução, a análise do meme de internet selecionado tem cunho qualitativo-interpretativo, à luz de algumas das etapas analíticas propostas pela Análise de Discurso Crítica (ADC), na perspectiva de Fairclough (2001, 2003) e de Chouliaraki e Fairclough (1999), com fins exemplificativos da discussão levantada. A ADC, de acordo com Resende e Ramalho (2011), é uma análise de discurso textualmente orientada (ADTO), isto é, uma aná-

lise que procura fornecer subsídios científicos para a observação dos constrangimentos sociais sobre o texto, por um lado, e acerca de efeitos sociais desencadeados por sentidos de textos, por outro.

Para acessar esses efeitos, a análise contempla três etapas: (1) a análise da conjuntura, (2) a análise da prática particular e (3) a análise de discurso. De acordo com as autoras, as duas primeiras etapas garantem a contextualização da análise discursiva, isto é, garantem que o objeto analisado seja relacionado à sua causa mais ampla e a seu contexto particular. Para a análise da prática, adotamos os procedimentos metodológicos descritos em Navas (2019), com o objetivo de compreender os processos discursivos envolvidos na remixagem dos memes.

De acordo com Navas (2019), esta metodologia tem como objetivo desconstruir obras, com fins de entender como as frações das mesmas são mobilizadas de forma a produzir novos conteúdos, criando assim uma nova reinterpretação com significados novos e distintos. No que tange à etapa da análise discursiva, a análise do processo de remixagem tem o objetivo de jogar luz sob a forma como os memes de internet mobilizam, em seus discursos, modos de representação, identificação e interação (Chouliaraki & Fairclough, 1999) à serviço da desinformação. Neste sentido, cabe também uma breve explanação sobre o conceito de remix.

4.2. REMIX: CONCEITO E DELIMITAÇÕES CATEGORIAIS

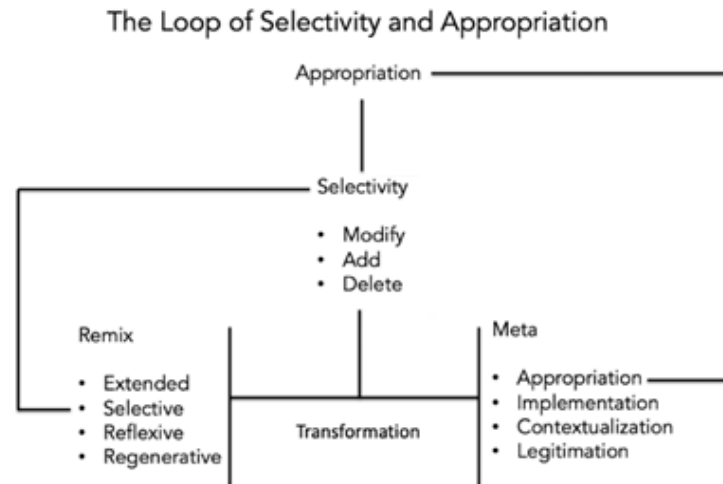
Entende-se remix como um conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, *cut-up* de informação (Lemos, 2006). De acordo com Navas (2019), o remix se apresenta como uma atividade de colher amostras de materiais pré-existentes para combiná-los e rearranjá-los em novas formas. O autor elucida ainda que é comum o remix incorporar elementos de outras esferas da cultura contemporânea, selecionando fragmentos de produtos de outros formatos e esferas.

Embora a origem do conceito de remix seja oriunda do universo musical, sua prática é utilizada em diferentes áreas, sobretudo após o advento da Internet (Navas, 2019). De forma parecida, Lemos (2006) defende que a nova configuração cultural que se estabelece desde o início do século XXI – a cibercultura, conforme discutido – impulsionada pelas novas tecnologias de informação e comunicação, bem como os processos de comunicação, de produção, de criação e de circulação de bens e serviços, encontraram nos processos de remixagem o seu princípio regente¹¹.

11. Processo que Lemos (2006) nomeia de “ciber-cultura-remix”.

Nestes termos, adotamos a proposta topológica de Navas (2019), conforme a figura 1, de modo que sua abordagem propõe uma compreensão crítica das diferentes estratégias nas práticas de remixagem como ponto de partida para analisar obras que adotam princípios de remix.

Figura 1 – Proposta topológica de análise do remix de Navas (2019)



O eixo central da estrutura analítica proposta por Navas (2019) é o conceito de “seletividade”, mecanismo através do qual elementos – objetos, ideias e conceitos (ou as frações destes elementos) – são “reciclados”, isto é, são (1) modificados, (2) adicionados ou (3) excluídos para criar algo novo. Este processo, no qual algo é deslocado de um contexto, gerando novas significações, recebe o nome de “estado de meta”, um estágio avançado de significação (Navas, 2019).

Segundo o autor, o que torna a significação possível é o processo de apropriação (seleção de algo para criar algo novo), que acontece quando algum elemento (ou fração deste elemento) é visto como possuindo algum tipo de valor para determinado fim, isto é, no potencial significativo que desempenhará no contexto específico em que será transposto.

Após esta identificação de valor, acontece a etapa de implementação, que consiste em reaproveitar (recontextualizar) o elemento significativo apropriado. A (etapa de) implementação, de acordo com Navas (2019), pode ocorrer de várias formas, de modo isolado ou através da combinação com outros elementos, contextualizando-se (etapa de contextualização) o elemento com base nos seus interesses e princípios, dependendo de como o produtor decide minimizar ou enfatizar os elementos em articulação.

Segundo Navas (2019), decisões sobre como contextualizar os objetos, conceitos e/ou ideias implementadas, irão, por sua vez, desempenhar um papel importante na forma como o produto remixado será recebido no contexto cultural de circulação.

Por fim, acontece a etapa de legitimação, isto é, a aceitação de uma obra como legítima ou ilegítima. A (etapa de) legitimação não é controlada pela pessoa que produziu o objeto, mas através de um processo de negociação entre o produtor e a cultura na qual o objeto é introduzido. Legitimação é o foco da cultura do remix (Navas, 2019).

Também vale mencionar que os memes de internet aqui analisados são classificados como Remix Reflexivo (Navas, 2019), tipo de remix que transfigura a estrutura da obra remixada, cortando/copiando/colando (e mudando, por consequência) fragmentos de elementos de forma não-linear, alegorizando a obra original para determinados fins. Neste tipo de remix, a versão remixada rompe com a essência da obra original (ainda que a indicialidade da obra-fonte seja intencionalmente mantida) e reivindica autonomia própria, sendo, portanto, importante considerar os efeitos de sentidos que tais mudanças objetivam gerar (Navas, 2019).

Compreendidas as categorias do remix propostas por Navas (2019), buscaremos a seguir, a análise exemplificativa do meme de internet que foi selecionado a partir de verificação feita pela agência de checagem de fatos (*Fact-Checking*) Lupa, membro verificado da *International Fact-checking Network* (IFCN), e que abordam a temática de obras governamentais. A escolha desta categoria temática específica acontece tanto por se tratar de um assunto que é recorrente na agenda de debates políticos, quanto por ser um tipo de discurso que é comumente articulado através da comparação entre o que um governo fez e outro não, possibilitando avaliar como atores sociais politicamente antagônicos são apresentados e representados nos memes.

A escolha desses memes também é justificada por entendermos que se trata de “memes persuasivos”, conforme a proposta de classificação de memes políticos de Chagas (2018, et al. 2017). Dentre todas as formas de memes, os de caráter persuasivo são, de acordo com Shifman (2014), aqueles que mais se aproximam da condição de peças virais.

Chagas (2018) explica que este tipo de meme se ancora tanto no elemento discursivo da persuasão (que procura apelar a ou convencer o destinatário), quanto na influência pessoal e no aspecto relacional de sua propagação. Estes memes, de acordo com Chagas (2018),

intertextualizam a retórica própria das campanhas políticas para a produção e disseminação de conteúdos que orbitam como elementos paratextuais na paisagem eleitoral.

Se considerarmos que a propagação destas mensagens persuasivas acontece em um contexto viral e altamente segmentada em fandoms (Chagas, 2018), ou bolhas (Pariser, 2012), a viralidade por si mesma pode ser considerada como elemento de persuasão, à medida que expõe a opinião de outros e, por consequência, exerce a pressão social relacionada ao seu compartilhamento (Shifman, 2014), tornando-se, no contexto aqui analisado, um potencial vetor de propagação de desinformação.

Assim, nosso objetivo com esta análise não é, conforme mencionado, verificar a veracidade das informações abordadas (processo já realizado pela agência de checagem), mas refletir sobre como o processo de remixagem auxilia na construção de memes de internet que tem a intenção de disseminar desinformação, a remixagem desinformativa.

Por fim, em termos de estrutura, o meme analisado se caracteriza como um *image macro* (imagem com legenda sobreposta) com características de *look-alikes* (comparações entre dois personagens reais ou fictícios) (Chagas, 2018, et al. 2017).

4.3. ANÁLISE DO MEME DE INTERNET

O meme de internet apresentado na figura 2 é composto por duas fotografias com textos sobrepostos, e faz referência ao antes e depois de um trecho da BR-163, identificado através da legenda que acompanha a imagem: “*Trabalho na BR 163. Enquanto ladrões e corruptos denigrem e difamam nosso País e nosso povo, os que querem mudar o Brasil trabalham e projetam um futuro melhor para todos! Brasil acima de tudo, Deus acima de todos*”.

Figura 2 – Fonte: Agência Lupa (2019)



12. São antigas fotos de pavimentação de trecho da BR-163 em '7 meses de Bolsonaro'. 2019. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2019/08/05/verificamos-pavimentacao-br-163-7-meses-bolsonaro>>. Acesso em 14 nov. 2022.

De acordo com informações da agência Lupa¹², a estrada, que começa em Tenente Portela (RS) e chega até Santarém (PA), passando pelo porto de Miritituba, é uma importante rota nacional de escoamento da safra agrícola, o que a torna um ativo de relevância no debate político sobre a temática de obras governamentais.

Na peça, o processo de “seletividade” (Navas, 2019) acontece através da apropriação de duas fotografias que são integralmente deslocadas do seu contexto original e adicionadas (coladas) para compor os dois quadros do meme – a imagem superior mostra caminhões em um trecho de terra e lama e teria sido tirada no período do governo do PT, e a imagem inferior exhibe uma parte já pavimentada da via, que teria sido feita pelo governo Bolsonaro –, ofertando novas significações ancoradas através dos textos “16 anos de PT” (primeiro quadro) e “7 meses de Bolsonaro” (segundo quadro).

Para a análise da conjuntura, seguindo a orientação da ADC, recorreremos à verificação feita pela agência Lupa, que conclui que o trecho da rodovia na imagem não foi pavimentado durante o governo Bolsonaro. As duas fotos usadas na composição são identificadas pela agência como antigas e foram tiradas em anos diferentes. Em termos de desordem informacional, conforme mencionado anteriormente, este tipo de conteúdo é uma desinformação de contexto falso (Wardle, 2020), isto é, quando um conteúdo genuíno (as fotografias) é compartilhado com informações contextuais falsas (os textos sobrepostos e legenda).

A primeira imagem, segundo a agência, que traz um trecho de estrada de terra cheio de lama, começou a circular em 3 de março de 2017. A verificação traz uma notícia do jornal Folha do Progresso, ilustrada pela foto, informando que a BR-163 havia sido reaberta pelo Departamento Nacional de Infraestrutura e Transportes (Dnit) no Pará, depois de uma semana de operação tapa-buracos contra o atoleiro.

A imagem inferior, que mostra o trecho em processo de pavimentação, é ainda mais antiga, de acordo com a Lupa. Foi publicada pela primeira vez em 19 de junho de 2015 pela concessionária Rota do Oeste, responsável pelos 850,9 quilômetros da estrada entre os municípios de

Itiquira e Sinop, no Mato Grosso. A empresa fez a pavimentação de parte da rodovia e anunciava o início da segunda etapa das obras. A verificação aponta ainda que a notícia foi reproduzida pelo portal da Associação Brasileira de Concessionárias de Rodovias (ABCR) e pelo portal Olhar Agro & Negócios. Por fim, a agência ainda discorre que a pavimentação de um trecho de 65 quilômetros da BR-163 no Pará foi iniciada em 2017, por meio de um convênio com o Exército.

Assim, na análise da construção do meme, percebemos que a implementação integral das duas fotografias acontece pela identificação e possibilidade de construção/oferta de valores (Navas, 2019) (1) negativos referentes à primeira imagem, onde é mostrada uma estrada sem pavimentação, com atoleiros e com uma série de riscos possíveis aos caminhões que trafegam por ela; e (2) positivos, onde é mostrado uma estrada sendo pavimentada.

A implementação objetiva também um efeito comparativo entre a gestão do governo do PT (associado, através do texto sobreposto, à primeira fotografia e aos valores negativos ofertados) e a gestão do governo Bolsonaro (associado, através do texto sobreposto, à segunda fotografia e aos valores positivos ofertados), ofertando assim representações acerca dos atores sociais identificados (Chouliaraki & Fairclough, 1999).

Os modos de representação, de acordo com Chouliaraki e Fairclough (1999), são formas de representar aspectos particulares do mundo, isto é, posições, identidades sociais e pessoais e relações que se estabelecem entre os atores. Aspectos particulares do mundo podem ser representados de forma diferente na relação estabelecida entre os diversos (elementos dos) discursos (Chouliaraki & Fairclough, 1999).

Como lembra Navas (2019), na contextualização do remix, determinados elementos em articulação são intencionalmente minimizados ou enfatizados com base na intenção do produtor da remixagem. Através desta articulação comparativa, o texto no meme direciona atenção para a discrepância no tempo de execução relacionado a obra, ou seja, após 16 anos, o governo do PT não pavimentou a BR 316, ação que em (“apenas” – implícito) 7 meses, o governo Bolsonaro já estava fazendo. Neste sentido, a legenda da postagem da rede social complementa o processo de articulação, apontando a corrupção como a causa desta discrepância (“*ladrões*” e “*corruptos*”).

Ainda sobre a etapa de implementação (Navas, 2019), a análise do meme evidencia não apenas uma combinação intencional de elementos, mas também de uma ordem de combinação – modos de (inter)ação (Chouliaraki & Fairclough, 1999) –, onde a primeira imagem representa o passado alegórico associado ao governo do PT, o “como era”; e a segunda imagem passa a representar o presente alegórico associado ao governo Bolsonaro, o “como é”.

Chouliaraki e Fairclough (1999) enxergam nesses modos de (inter)ação um mecanismo articulatório/regulatório que permite entendê-los como mecanismos de legitimação de discursos ideológicos, evidenciando ou suprimindo certos elementos em favor de interesses particulares, o que pode contribuir, em certas circunstâncias, para a distribuição assimétrica do poder e sustentação de relações de dominação.

Assim, segundo Navas (2019), decisões sobre como contextualizar elementos e/ou ideias implementadas, irão, por sua vez, desempenhar um papel importante na forma como o produto remixado será recebido no contexto cultural de circulação.

Conforme Navas (2019), no Remix Reflexivo, ainda que informações sejam adicionadas ou

excluídas, algum material precisa ser deixado intacto para que o original possa ser reconhecível. Para que seja aceito pelo público, é necessário que a essência do original continue sendo parte vital da obra, a fim de que possa haver uma reflexão sobre o seu significado e das suas fontes, mesmo quando estas não são facilmente reconhecíveis (Navas, 2019). Neste sentido, os elementos textuais sobrepostos às imagens alegorizam e estendem falsamente a leitura das fotografias, que são articuladas para simular a veracidade das informações apresentadas. Assim, o remix desinformativo vai contar, de forma falaciosa, com a autoridade da composição original (Navas, 2019) para legitimar-se.

Por fim, acontece a etapa de legitimação, isto é, a aceitação de uma obra como legítima ou ilegítima por parte da comunidade inserida em seu contexto de circulação (Navas, 2019). Neste sentido, o meme circulou no Facebook, e até as 11h30 de 5 de agosto de 2019, tinha mais de 8,8 mil compartilhamentos. De acordo com a Lupa, no início de 2019, outros posts falsos sobre a estrada circularam nas redes. Um deles afirmava que a ação feita com apoio do Exército teria sido iniciada por Bolsonaro, e o outro dizia que um trecho mostrado em vídeo tinha sido concluído pelo atual governo.

Ademais, conforme observado na análise e consoante a Chagas (2018, et al. 2017), os memes persuasivos podem ser utilizados tanto para desacreditar ou difamar adversários políticos (governo do PT), como também para destacar virtudes e/ou propostas dos candidatos (governo Bolsonaro), apelando à razão ou à emoção para angariar apoio. Este memes geralmente empregam, conforme Chagas (2018), (a) citações diretas de candidatos ou de seus apoiadores (como observado na legenda); (b) relações de propostas ou realizações do político (como observado no meme), ou simplesmente seu slogan junto a uma convocação para a campanha (como observado ao final da legenda); ou (c) um infográfico ou outros grafismos que apresentem dados de pesquisas ou comparem indicadores específicos (como observado no meme).

Nesta análise, através das estratégias de remixagem, é possível averiguar que as fotografias descontextualizadas e ancoradas pelas marcações textuais tentam apelar à razão do espectador, apresentando-se enganosamente como fatos, e à emoção, evidenciada na tanto na discrepância temporal do texto sobreposto às fotos, quanto nos elementos textuais valorativos da legenda que acompanha a postagem, com o objetivo de gerar sentimento de indignação, como no caso dos trechos “[...] *Enquanto ladrões e corruptos denigrem e difamam nosso País e nosso povo, os que querem mudar o Brasil trabalham e projetam um futuro melhor para todos! [...]*”.

Ademais, a legenda da imagem, para além das intencionalidades já mencionadas, também objetiva a legitimação ao posicionamento do produtor ao se manifestar como parte do grupo político, através do uso do slogan político do bolsonarismo, ao qual ele busca a adesão discursiva do conteúdo através da (auto)identificação (Chouliaraki & Fairclough, 1999): “*Brasil acima de tudo, Deus acima de todos*”. A legenda encerra com um ícone (elemento comum na linguagem digital) da bandeira do Brasil, símbolo nacional que constantemente é apropriado pelo movimento bolsonarista.

Estes modos de identificação são maneiras relativamente estáveis de identificar discursivamente a si mesmo e ao outro (Chouliaraki & Fairclough, 1999). Neste caso, o slogan e a bandeira do Brasil remetem a símbolos coletivos de identificação do bolsonarismo, interpelando/representando este grupo social a partir de uma demarcação de posicionamentos opostos/antagônicos (“PT” / “Bolsonaro”) através dos dois quadros do meme.

Assim, conforme mencionado anteriormente, quando uma desinformação é compartilhada, muitas vezes ela se transforma em mesinformação, visto que nem sempre este tipo de conteúdo é reconhecido como falso, sobretudo em espaços onde a confiança que os atores têm entre si

tende a ser alta, e estes os usuários, motivados por fatores sociopsicológicos, acabam compartilhando conteúdos desinformativos alinhados aos seus valores político-identitários.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na cacofonia de fluxos de (des)informação, a tecnologia digital, conforme explica D'Ancona (2018), tornou-se o vetor definitivo da pós-verdade. A própria arquitetura desses sites de redes sociais é projetada de tal forma que os atores sociais consumam e compartilhem, de um modo geral, aquilo que é consumido e compartilhado em seus círculos sociais.

Como seres sociais, os atores compartilham os tipos de mensagens que melhor se ajustam às atitudes predominantes do seu círculo social (Wardle, 2017, 2020). Aos poucos, o forte apelo da disseminação de informações nestes círculos torna os atores coniventes com estes discursos. Esta torna-se uma característica chave da pós-verdade (D'Ancona, 2018).

Com base na análise exposta, consideramos que discutir sobre a remixagem desinformativa em memes de internet é também refletir criticamente sobre a forma como os fluxos desinformativos ganham força no complexo ecossistema que se estabelece em torno das interações dos usuários, sinalizando para a necessidade de um olhar ético sobre forma como os indivíduos produzem, fazem circular e consomem informações.

Compreender como se articulam estes processos desinformativos – através de remixagens em memes de internet, por exemplo – é essencial para a formação de cidadãos críticos e eticamente conscientes dos aparatos tecnológicos em uso nos diversos contextos digitais em rede dos quais participam. Conforme defendem Knobel e Lankshear (2006), desenvolver a capacidade de refletir sobre natureza das informações no digital, a partir do exame de suas fontes, da

credibilidade do autor, da qualidade da escrita e da construção dos argumentos, por exemplo, julgando o “valor de verdade” destes conteúdos que circulam online é essencial para o desenvolvimento de uma “literacia digital”.

Desta forma, na conjunção destas discussões, cabe também a reflexão sobre a importância das relações sociais no desenvolvimento, refinamento, remixagem e compartilhamento de ideias que são propagadas virtualmente. Trazendo para o contexto deste estudo, Knobel e Lankshear (2006) defendem que se preste mais atenção aos memes com os quais estamos “infectados” e com os quais infectamos os outros, bem como aos efeitos materiais dessas “infeções”, visto que nem todos os memes são benignos.

Refletir sobre os processos e efeitos causados pela influência dos memes de internet e compreender sua “engenharia memética”, sobretudo em um contexto digital que potencializa as capacidades de fecundidade, longevidade, reprodutibilidade e alcance destes artefatos culturais de transmissão e reprodução de discurso, pode tornar-se uma parte importante na revisão das práticas de combate à desinformação no ambiente digital.

Longe de ser apenas um exercício de análise, esta pesquisa busca promover uma compreensão mais aprofundada das estratégias utilizadas na disseminação de desinformação por meio dos memes de internet. Essa perspectiva, ancorada nos estudos de remixagem e nas dinâmicas de propagação de informação nas plataformas digitais, ao considerar a “engenharia memética” e suas implicações, pretende suscitar alguns pontos de reflexão para futuras estratégias de enfrentamento à desinformação, colaborando para um debate acadêmico mais robusto frente aos desafios impostos por este cenário contemporâneo.

ARTIGO RECEBIDO A
27/07/2023
ARTIGO APROVADO A
30/10/2023

REFERÊNCIAS

- Blackmore, S. (1999). *The Meme Machine*. Oxford: Oxford University Press.
- Cadernos De Linguística* (2020), 1(4). Acedido em novembro 02, 2023 em <https://cadernos.abralin.org/index.php/cadernos/issue/view/7>.
- Chagas, V., Freire, F., Rios, D. & Magalhães, D. (2017). A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014. *Intexto* 38(1), pp. 173-196. DOI: <https://doi.org/10.19132/1807-8583201738.173-196>.
- Chagas, V. (2018). A febre dos memes de política. *Revista FAMECOS*, 25(1), pp. 1-26. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2018.1.27025>.
- Chouliaraki, L. & Fairclough, N. (1999). *Discourse in late modernity: rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh: Edinburgh University.
- D’Ancona, M (2018). *Pós-Verdade: A nova guerra contra os fatos em tempos de Fake News*. Faro Editorial: São Paulo.
- Dawkins, R. (1979). *O Gene Egoísta*. Belo Horizonte: Itatiaia.
- English Oxford Living Dictionaries (2016). *Word of the Year 2016 is...* Acedido em julho 07, 2023 em <https://languages.oup.com/>.
- Fairclough, N. (2001). *Discurso e mudança social*. Brasília: UnB.
- _____(2003). *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London: Routledge.
- Knobel, M. & Lankshear, C. (2006). *A new literacies sampler*. London: Routledge.
- Lemos, A. (2006). Ciber-cultura-remix. Araújo, D. (Org.). *Imagem (Ir) realidade. Comunicação e cibernética*. Porto Alegre: Sulinas, pp. 53-65.
- Martino, L. (2014). *Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes*. Petrópolis: Vozes.
- Museu de Memes. *O que são memes*. Acedido em julho 07, 2023 em <https://museudememes.com.br/o-que-sao-memes>.
- Navas, E (2019). Re-versioning The Elements of Selectivity: Transformation and Originality after Remix. In: Feireiss, L (Org.). *Radical Cut-Up – Nothing is Original*. Amsterdã: Sternberg Press, pp. 227-244.
- Pariser, E. (2012). *O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: Zahar.

MELO, THIAGO RAMOS DE & BATISTA JÚNIOR, JOSÉ RIBAMAR LOPES; *Remixagem desinformativa em memes de Internet / Disinformative remixing in Internet memes*
REDIS: REVISTA DE ESTUDOS DO DISCURSO, Nº 13 ANO 2023, PP. 125-153

Recuero, R (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.

Resende, V. & Ramalho, V. (2011). *Análise de discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa*. São Paulo: Pontes.

Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Cambridge: MIT Press.

Wardle, C. (2017). *Information Disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Europe: Council of Europe.

_____(2020). *Entender a desordem informacional*. First Draft.

