



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**  
Centro de Educação e Humanidades  
Instituto de Letras

Jakeline de Melo Fenna

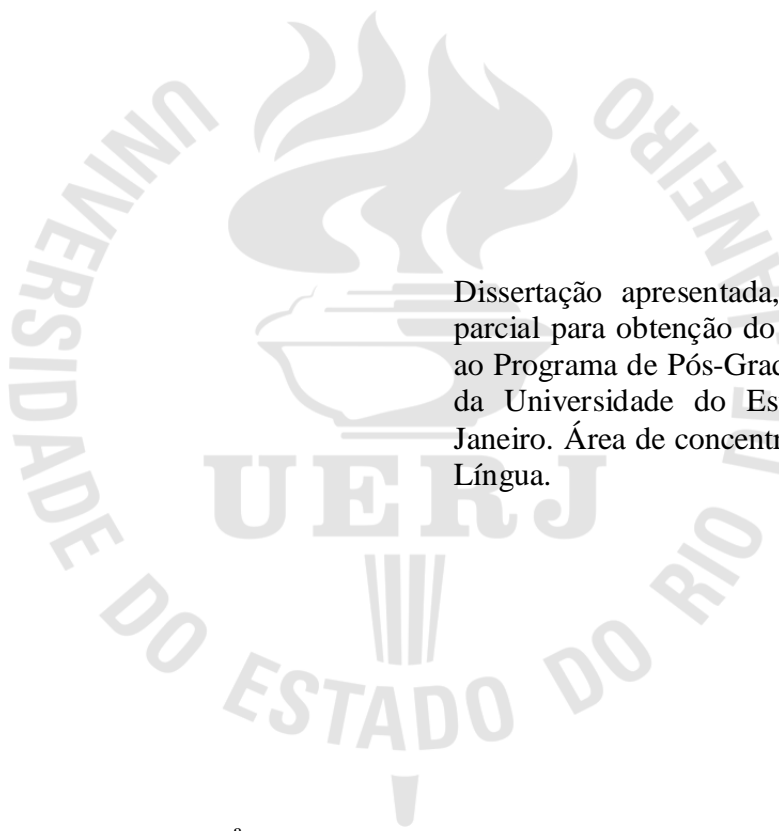
**A compreensão do *meme* de internet como manifestação verbal e sua  
possível caracterização enquanto gênero textual**

Rio de Janeiro

2019

Jakeline de Melo Fenna

**A compreensão do *meme* de internet como manifestação verbal e sua possível  
caracterização enquanto gênero textual**



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Estudos de Língua.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra. Cristina de Souza Vergnano-Junger

Rio de Janeiro

2019

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CEH/B

F334 Fenna, Jakeline de Melo.  
A compreensão do meme de internet como manifestação verbal e sua possível caracterização enquanto gênero textual / Jakeline de Melo Fenna. – 2019.  
94 f.: il.

Orientadora: Cristina de Souza Vergnano-Junger.  
Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Letras.

1. Memes – Teses. 2. Linguística textual – Teses. 3. Leitura – Teses. 4. Redes sociais on-line – Teses. 5. Linguística de corpus – Teses. I. Junger, Cristina de Souza Vergnano. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Letras. III. Título.

CDU 801.73:007

Bibliotecária: Eliane de Almeida Prata. CRB7 4578/94

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Jakeline de Melo Fenna

**A compreensão do *meme* de internet como manifestação verbal e sua possível  
caracterização enquanto gênero textual**

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Estudos de Língua.

Aprovada em 21 de março de 2019.

Banca Examinadora:

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Cristina de Souza Vergnano-Junger (Orientadora)  
Instituto de Letras-UERJ

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Ângela Marina Chaves Ferreira  
Instituto de Letras- UERJ

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Andrea Galvão de Carvalho  
Colégio Pedro II

Rio de Janeiro

2019

## AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu amigo Jesus a oportunidade de seguir em frente, mesmo quando pensei que não conseguiria. Ao meu incansável e querido irmão André Luís, pelo incentivo e parceria.

Aos meus amados filhos Gabriel e Ruan Miguel, pela inspiração de vida. Ao meu querido esposo Dirceu, pela compreensão nos dias de ausência, pela paciência e comidinhas gostosas. À minha cunhada Aline pela torcida e companhia nos colóquios e congressos de Linguística.

À minha querida orientadora, Cristina Vergnano-Junger, que sempre acreditou em mim e em minhas ideias. Por compartilhar seu conhecimento, ser professora, amiga e inspiração em todos os momentos.

Por fim, aos raros e verdadeiros amigos que acompanharam as alegrias e as angústias de uma mestranda.

## RESUMO

FENNA, Jakeline de Melo. *A compreensão do meme de internet como manifestação verbal e sua possível caracterização enquanto gênero textual*. 2019. 94 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

Dos inúmeros gêneros que circulam nas redes sociais (*post*, *chat*, tutorial, publicidade, *mashup*), chamou-nos atenção a quantidade de postagens/compartilhamentos de um conteúdo específico que ganhou ampla repercussão em ambientes virtuais: os *memes* de internet. Trata-se de um conteúdo que pode apresentar-se como imagens legendadas, vídeos virais ou expressões difundidas pelas mídias digitais, normalmente com humor, atuando na transmissão de conhecimentos sobre determinado assunto ou situação específica (DIAS et al, 2015, p. 8). Ao iniciar nossas pesquisas, percebemos que sua classificação não era clara. Um mesmo autor ora se referia ao *meme* como um fenômeno, ora como um gênero discursivo/textual e outros como *remix*, mas não encontramos, até o momento, um estudo que realmente definisse o *meme* de internet. Em busca de responder “se efetivamente o *meme* de internet pode ser caracterizado como um gênero textual” será usada uma proposta metodológica baseada em Donato (2014) e Vergnano-Junger (2016) discutindo o que hoje é chamado de *meme* em três redes sociais diferentes – *Facebook*, *Twitter* e *YouTube* – quanto aos quatro pilares – suporte, conteúdo, forma e função comunicativa (MARCUSCHI, 2008; DONATO, 2014) e sob três perspectivas de olhares – produção, recepção e contexto. Optamos por um estudo documental, com abordagem qualitativa de análise, com um *corpus* composto de *memes* criados a partir da reportagem da Revista Veja sobre Marcela Temer, com a temática: “bela, recatada e do lar”. Concluímos que os *memes* que circulam no *Twitter* e *Facebook*, estruturados como *image* macro, podem ser entendidos como um gênero textual, mas ao mesmo tempo não pôde ser confirmado com relação ao exemplo do *YouTube*. Discutimos, também, aspectos implicados/demandados na leitura desses textos, tendo como apoio a teoria já estabelecida sobre o modelo leitor de base sociocognitiva.

Palavras-chave: *Memes* de internet. Gêneros textuais. Leitura.

## RESUMEN

FENNA, Jakeline de Melo. *La comprensión del meme de internet como manifestación verbal y su posible caracterización como género textual*. 2019. 94f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

De los innumerables géneros que circulan en las redes sociales (*post*, *chat*, tutorial y *mashup*), nos llamó la atención la cantidad de entradas/compartimientos de un contenido específico que ganó amplia repercusión en ambientes virtuales: los *memes* de internet. Estos pueden presentarse como imágenes subtituladas, videos virales, o expresiones difundidas por los medios digitales, normalmente con humor, actuando en la transmisión de conocimiento sobre determinado asunto o situación específica (DIAS et al., 2015, p. 8). Al iniciar nuestras investigaciones, percibimos que su clasificación no era clara. Un mismo autor ora se refería *almeme* como un fenómeno, ora como género discursivo/textual y otros como *remix*, pero no encontramos hasta el momento un estudio que realmente definiera el *meme* de internet. Buscando responder si efectivamente el meme de internet puede ser caracterizado como un género textual se utilizará una propuesta metodológica basada en Donato (2014) y Vergnano-Junger (2016) discutiendo lo que hoy se llama *memes* en tres redes sociales – *Facebook*, *Twitter* y *YouTube* – en cuanto a los cuatro pilares: soporte, contenido, forma y función comunicativa (MARCUSCHI, 2008; DONATO, 2014) y sobre tres perspectivas de miradas – producción, recepción y contexto. A continuación, buscaremos entender cómo las características de un *meme* de internet y de su soporte se relacionan con conocimientos, estrategias y procedimientos demandados por una lectura entendida teóricamente, como procesamiento multidireccional (VERGNANO-JUNGER, 2016). Optamos por un estudio documental, con abordaje cualitativo de análisis con un *corpus* compuesto de *memes* creados a partir del reportaje de la Revista *Veja* sobre la temática “bella, recatada y del hogar”. Concluimos que los *memes* que circulan en *Twitter* y *Facebook*, estructurados como *image macro*, pueden ser entendidos como un género textual, pero no se puede considerar lo mismo en *YouTube*. Además, discutimos aspectos implicados/demandados en la lectura de esos textos, teniendo como apoyo la teoría ya establecida sobre el modelo lector de base sociocognitiva.

Palabras clave: *Mememes* de internet. Géneros textuales. Lectura.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	No dia em que saí de casa... Tchau, Querida.....	25
Figura 2 –	Dilma descendo as cataratas.....	26
Figura 3 –	Vem Dilma, vem pra cá... você está eliminada.....	26
Figura 4 –	Imagem do Miko Hughes - ‘Por que você não amadurece?’.....	27
Figura 5 –	Imagem de Garotinho corrupto.....	28
Figura 6 –	Foto de Michel Temer.....	29
Figura 7 –	Chamada de uma novela mexicana exibida no Brasil.....	29
Figura 8 –	<i>Meme</i> de Michel Temer após o impeachment de Dilma Rousseff.....	30
Figura 9 –	Foto da posse de Dilma Rousseff.....	30
Figura 10 –	<i>Meme</i> de Michel Temer – Tchau, querida!.....	30
Figura 11 –	Página do Twitter @g1 .....	32
Figura 12 –	Comentário e compartilhamento do vídeo que circulou no <i>YouTube</i> .....	51
Figura 13 –	1,2 mil curtidas/ 75 comentários/ 105 compartilhamentos.....	51
Figura 14 –	13 mil curtidas/ 497 comentários/ 3,1 mil compartilhamentos.....	52
Figura 15 –	34 curtidas/ 25 retuítes.....	52
Figura 16 –	24 curtidas/ 14 retuítes .....	53
Figura 17 –	4.433 visualizações/ 22 curtidas.....	54
Figura 18 –	296.764 visualizações /20 mil curtidas.....	54
Figura 19 –	Vídeos recomendados pelo <i>YouTube</i> .....	56
Figura 20 –	Imagem de dois trechos do vídeo exibido no S3.....	57
Figura 21 –	Belo .....	58
Figura 22 –	Estátua .....	58



Figura 23 – Bíceps.....	58
Figura 24 – Cervejas.....	59
Figura 25 – Dilma.....	59
Figura 26 – Pileque.....	59
Figura 27 – Trio.....	59
Figura 28 – Cerveja.....	59
Figura 29 – Protesto.....	59
Figura 30 – Massagem.....	59
Figura 31 – Dólar.....	59
Figura 32 – Casamento.....	59
Figura 33 – “Do lar”.....	59
Figura 34 – Pole dance.....	59
Figura 35 – Banheira.....	59
Figura 36 – Batman.....	60
Figura 37 – Unicórnio.....	60
Figura 38 – Camareira.....	60
Figura 39 – Balada.....	60
Figura 40 – Félix via Complexo POP.....	61
Figura 41 – Artes Depressão.....	61
Figura 42 – 03 imagens.....	62
Figura 43 – 01 imagem.....	62
Figura 44 – Exemplo 01.....	63
Figura 45 – Exemplo 02.....	63
Figura 46 – Exemplo 03.....	63

Figura 47 – Exemplo 04.....	63
Figura 48 – Dólar.....	63
Figura 49 – Belo.....	63
Figura 50 – Unicórnio.....	64
Figura 51 – Frida Kahlo.....	64
Figura 52 – A reportagem.....	66
Figura 53 – “Vice-primeira-dama do lar”.....	66
Figura 54 – Depoimento da irmã e da estilista de Marcela Temer.....	67
Figura 55 – Depoimento do cabeleireiro.....	67
Figura 56 – <i>Meme</i> da figura 14.....	69
Figura 57 – Repetição da figura 21.....	70
Figura 58 – Repetição da figura 48.....	72
Figura 59 – Comentário extraído do <i>Facebook</i> .....	75
Figura 60 – Comentários extraídos do <i>Facebook</i> .....	76
Figura 61 – Terceiro comentário extraído do <i>Facebook</i> .....	77
Figura 62 – Comentário em defesa de Frida.....	78
Figura 63 – Vitimização?.....	78
Figura 64 – Comentário da sobrancelha.....	79
Figura 65 – Comentário com <i>memes</i> .....	80
Figura 66 – Dúvidas sobre o <i>meme</i> no <i>Twitter</i> .....	81
Figura 67 – A explicação do <i>meme</i> .....	81

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
1	<b>GÊNERO TEXTUAL E SUPORTE</b> .....	14
1.1	<b>Gênero Textual</b> .....	14
1.2	<b>Gênero Textual em ambiente virtual</b> .....	17
1.3	<b>Suporte</b> .....	18
1.4	<b>As Redes Sociais</b> .....	20
1.4.1	<u>Facebook, Twitter e YouTube</u> .....	20
2	<b>O MEME DE INTERNET</b> .....	24
2.1	<b>Memes de internet o que dizem as teorias</b> .....	28
2.1.1	<u>Remix</u> .....	28
2.1.2	<u>Fenômeno</u> .....	31
2.1.3	<u>Gênero textual</u> .....	32
3	<b>LEITURA</b> .....	34
3.1	<b>Concepção de leitura</b> .....	34
3.2	<b>Compreensão leitora e estratégias de leitura</b> .....	35
3.3	<b>Leitura em ambiente virtual</b> .....	38
3.4	<b>Leitura de imagens</b> .....	40
3.5	<b>Intertextualidade</b> .....	42
4	<b>METODOLOGIA</b> .....	44
4.1	<b>Caracterização da pesquisa</b> .....	47
4.2	<i>Corpus</i> de análise.....	48
4.3	<b>Crítérios de análise</b> .....	49

5	<b>APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS.....</b>	50
5.1	<b>Apresentação do <i>corpus</i>.....</b>	50
5.2	<b>Análise e discussão dos dados.....</b>	54
5.2.1	<u>Suporte</u> .....	55
5.2.2	<u>Conteúdo</u> .....	58
5.2.3	<u>Função comunicativa</u> .....	60
5.2.4	<u>Forma</u> .....	62
5.2.5	<u>Contextualização</u> .....	64
5.2.5.1	A revista <i>Veja</i> .....	65
5.2.5.2	A reportagem.....	65
5.2.6	<u>Produção</u> .....	68
5.2.7	<u>Recepção</u> .....	70
6	<b>MEMES DE INTERNET E O PROCESSO LEITOR.....</b>	74
	<b>CONCLUSÃO .....</b>	83
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	86
	<b>ANEXO A– Reportagem na íntegra.....</b>	88

## INTRODUÇÃO

Este trabalho surgiu a partir do contato com o projeto *Interleituras fase dois* nos encontros do GRPesq LabEV<sup>1</sup>, juntamente com aulas de Processo Leitor do Curso de Especialização. Essas experiências nos motivaram a realizar um trabalho que conjugasse o que vivemos no grupo de pesquisa com o foco do curso. Assim se justifica nosso olhar sobre a relação entre Leitura e Gênero Textual.

A preocupação com a leitura e sua compreensão vem sendo tema de diversas pesquisas, já há algum tempo, afinal, sabemos que compreender um texto não é uma atividade natural (MARCUSCHI, 2008). Com a inserção das tecnologias digitais da comunicação, principalmente com a chegada da *Web 2.0*, os usuários, que até então apenas recebiam informações na rede, passaram a criar e publicar seu próprio conteúdo *online* e a interagir com outros através das redes sociais. Isso amplia os espaços e as práticas envolvendo a compreensão de textos.

O Brasil já está entre os cinco países com maior número de usuários da internet, sendo que mais de 50% da população brasileira acessa a *Web* ao menos uma vez por mês, conforme aponta a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em Abril de 2016 (TEIXEIRA, et al., 2017). E as redes sociais são, hoje, um dos espaços onde as pessoas passam boa parte de seu tempo em contato com atividades leitoras, construindo e negociando significados. De acordo com Leffa (2016), em setembro de 2013, o Brasil atingiu a marca de mais de 80 milhões de usuários da *Web* e estima-se que mais de 78% deles acessem algum tipo de rede social.

Dos inúmeros gêneros que circulam nessas redes, um despertou nosso interesse devido à quantidade de postagens/compartilhamentos e repercussão nos ambientes virtuais: os *memes* de internet. Trata-se de um gênero que pode apresentar-se como imagens legendadas, vídeos ou expressões difundidas pelas mídias digitais, normalmente com humor, atuando na transmissão de conhecimento sobre determinado assunto ou situação específica (DIAS, et al., 2015, p.8).

---

<sup>1</sup>O LabEV é um laboratório de estudos exploratórios, descritivos e experimentais de aspectos ligados ao espanhol/língua estrangeira e sua relação com diferentes manifestações da linguagem e interações mediadas pelo computador e a Internet. Propõe envolver tanto estudos sobre gêneros e usos da língua em si, quanto as implicações das novas tecnologias no ensino-aprendizagem do idioma e na formação (inicial e continuada) de professores que o ensinam. Informação extraída de: <http://www.labev.uerj.br/moodle/mod/page/view.php?id=2&inpopup=1> – Acesso em 02/04/2019.

Inicialmente, nosso objetivo era pesquisar quais estratégias leitoras cada usuário demandava ao realizar a leitura de um *meme* de internet. Entretanto, ao iniciar as buscas sobre o assunto, nos vimos diante de uma confusão teórica, visto que uns autores caracterizam o *meme* de internet como um fenômeno, outros como um remix, alguns, ainda, como um gênero discursivo/textual<sup>2</sup>. Encontramos, também, quem o caracterize como tudo isso. Logo, tornou-se necessária a investigação de teorias apresentadas sobre o estudo desses *memes* de internet para, assim, caracterizá-lo de forma mais segura.

Devido ao fato de ser estudante de Letras, na área de Estudos de Língua, nos apoiamos em Marcuschi (2008, p. 154) que defende a ideia de que “é impossível não se comunicar verbalmente por algum gênero, assim como é impossível não se comunicar verbalmente por algum texto”. Logo, se um gênero textual é a realização de um texto, que é uma manifestação verbal, seguimos nossa pesquisa buscando responder se, de fato, o *meme* de internet é um gênero textual e, em caso afirmativo, o que o caracteriza como tal.

Após responder esses questionamentos, buscamos entender como suas características e seu suporte se relacionam com conhecimentos, estratégias e procedimentos demandados por uma leitura entendida, teoricamente, como processamento multidirecional (VERGNANO-JUNGER, 2015). Cabe ressaltar que todos os textos estudados, cuja temática é o *meme* de internet, pertencem a diferentes áreas de conhecimentos. São pesquisas voltadas para a área da Comunicação Social, Informática e Letras. Entretanto, não encontramos nenhum estudo sobre *meme* de internet enfocando o processo leitor.

Nossa pesquisa, desse modo, visa, em um primeiro momento, compreender se o *meme* de internet pode ser caracterizado como gênero textual e, posteriormente, identificar as possíveis estratégias e procedimentos demandados para sua leitura. Essa demanda, no entanto, se apoia nos pressupostos teóricos sobre compreensão leitora, não na observação da prática em si. Para isso, nos apoiamos na visão sócio-interacional de leitura, que reconhece o ato de ler como “a capacidade de usar recursos linguísticos e extralinguísticos, que abrange sistemas diversos de conhecimentos e intervém, conjuntamente, na interpretação ou compreensão, entendendo-se por compreensão o produto do processo de ler” (NUNES, 2005, p. 09).

Para alcançar nosso propósito, a dissertação está organizada em seis capítulos. O capítulo 1 é dedicado ao gênero textual e suporte (BAZERMAN, 2005; MARCUSCHI, 2008; VERGNANO-JUNGER, 2010; BONINI, 2011; DONATO, 2014; KOCH, 2016).

---

<sup>2</sup> Um aspecto relevante a se destacar é que as duas vertentes recorrem à herança bakhtiniana, porém com diferentes releituras: “a primeira – teoria dos gêneros do discurso – centrava-se sobretudo no estudo das situações de produção dos enunciados ou textos e em seus aspectos sócio-históricos e a segunda – teoria dos gêneros de textos –, na descrição da materialidade textual”. (ROJO, 2005, p. 185)

Apresentamos, também, um breve panorama sobre as redes sociais (RECUERO, 2009, 2012; BAPTISTA 2014; BARTON; LEE, 2015; ARAÚJO; LEFFA, 2016). Posteriormente, no capítulo 2, iniciamos a efetiva exploração do tema *meme* de internet (RECUERO, 2007; ARANGO, 2014; MARTINO, 2014; DUDENEY; HOCKLY; PEGRUM, 2016; LARA, 2017; ROJO; BARBOSA, 2017).

No capítulo 3, tratamos de realizar a caracterização da leitura e discutimos noções teóricas sobre os conhecimentos e estratégias mobilizados na compreensão textual (NUNES, 2005; KLEIMAN, 2013; VERGNANO-JUNGER, 2010, 2015, 2016; COSCARELLI, 2016). Discorreremos, ainda, questões relativas à leitura em ambiente digital (KLEIMAN, 2013; BARTON, 2015; VERGNANO-JUNGER, 2015; COSCARELLI, 2016), leitura de imagens (VERGNANO-JUNGER; VERGNANO, 2005; SANTAELLA, 2012) e intertextualidade (MARCUSCHI, 2008; KOCH; ELIAS 2015).

A partir do capítulo 4, apresentamos a descrição metodológica de nosso estudo. Realizamos a problematização do tema e a caracterização da pesquisa, para posterior delimitação do *corpus* de análise.

O capítulo 5 traz a apresentação dos dados, a análise do *meme* como um gênero textual com base nos quatro pilares: forma, conteúdo, função comunicativa e suporte (MARCUSCHI, 2008; DONATO, 2014; VERGNANO-JUNGER, 2016) e nos três níveis: contextualização, produção e recepção (AMARAL; NETO, 2017; COELHO; CORREA, 2017; BENETTI, 2016; AUGUSTI, 2005; MARCUSCHI, 2008; TARDIN et al 2015; SOUZA, 2014) NUNES, 2005; BARTON; LEE, 2015; VERGNANO-JUNGER, 2016; 2015).

Ao longo do capítulo 6, procuramos estabelecer relações entre o *meme* de internet e o processo leitor. Identificamos quais as estratégias leitoras foram demandadas para a compreensão dos *memes* em questão, a partir dos comentários postados nas redes sociais. Ao final desta investigação, concluímos destacando a relevância da investigação, e sugerimos o desdobramento deste estudo com sujeitos, pois dariam mais profundidade às teorias a respeito dos problemas de leitura e do que esta demanda.

## 1 GÊNERO TEXTUAL E SUPORTE

Desde que o movimento de estudos sobre gêneros começou a ganhar seu momento, muito foi escrito sobre isso. Observamos, porém que, apesar de existirem vários estudos sobre o assunto, todos concordam com o fato de estes serem fenômenos ligados à interação social, que contribuem para organizar e delimitar as atividades comunicativas (MARCUSCHI, 2002; BONINI, 2007; DONATO, 2014).

### 1.1 Gênero Textual

O interesse pelo estudo dos gêneros textuais não é novo. Marcuschi (2008) afirma que Platão, há vinte e cinco séculos atrás, já fazia observações sistemáticas deles. A expressão “gênero”, ainda de acordo com Marcuschi (2008), inicialmente estava ligada aos gêneros literários e permaneceu assim até os primórdios do século XX.

Atualmente, os gêneros textuais não se vinculam apenas à literatura, já que “hoje, gênero é facilmente usado para referir uma categoria distintiva de discurso de qualquer tipo, falado ou escrito, com ou sem aspirações literárias” (SWALES, 1990 apud MARCUSCHI, 2008, p. 152). E é cada vez maior o número de estudiosos de diversas áreas do conhecimento que se interessam pelo assunto, “o que torna o estudo de gêneros textuais um empreendimento cada vez mais multidisciplinar” (MARCUSCHI, 2008, p.149).

Como este trabalho busca compreender se é possível caracterizar o *meme* de internet como gênero textual, julgamos ser importante trazer a noção de gênero textual que adotamos, embora reconheçamos a complexidade do tema. Para isso, nos apoiamos no fato de que “é impossível não se comunicar verbalmente por algum gênero, assim como é impossível não se comunicar verbalmente por algum texto” (MARCUSCHI, 2008, p. 154).

Tendo em vista nossa necessidade de comunicação, nossa (inter)ação no mundo se dá através da língua, concretizando-se por meio de enunciados orais e escritos (BAKHTIN<sup>3</sup>1997). A vivência cultural do homem gira em torno da linguagem, afinal

---

<sup>3</sup> Nesta pesquisa, não adotamos a perspectiva enunciativa, seguimos uma orientação de base sociocognitiva. A referência a Bakhtin, no entanto, se justifica na necessidade de traçarmos uma trajetória que nos leva até a



“ninguém fala só para exercitar as cordas vocais ou os tímpanos alheios [...] o funcionamento de uma língua no dia-a-dia é, mais que tudo, um processo de integração social” (MARCUSCHI, 2008, p. 162; 163). Logo, falar de gênero é falar da língua em seu cotidiano nas mais diversas formas.

Eis o motivo de, diariamente, estarmos expostos a diversos textos o tempo todo. Eles desempenham um importante papel na sociedade, pois “de certo modo, nos são impostos por uma espécie de convenção consagrada, inerente ao ritualismo da vida social” (AZEREDO, 2010, p. 84). E é através desses textos que tomamos conhecimento, por exemplo, de como escrever um trabalho acadêmico, como realizar uma inscrição ou cancelamento de disciplina. Isto mostra “como cada texto se encontra encaixado em atividades sociais estruturadas e depende de textos anteriores que influenciam a atividade e a organização social (BAZERMAN, 2005, p. 22).

Ao longo do tempo, passamos a reconhecer a que família pertence determinado texto, isso porque reconhecemos características textuais que nos mostram que tipo de mensagem pode ser aquela. Levamos em conta que tanto a escrita quanto a fala firmam-se em “formas padrão e relativamente estáveis de estruturação” (KOCH, 2016, p. 101).

Identificar os gêneros textuais dessa forma é importante, porém não contempla a visão de gênero num todo, pois estes não são atemporais e iguais para todos os observadores (BAZERMAN, 2005). Não podemos falar de gêneros textuais deslocando-os de sua realidade social e de sua relação com as atividades humanas (MARCUSCHI, 2008). Ou seja:

as palavras existem para a expressão das ideias e não para seu aprisionamento em formas logo, os gêneros textuais não podem ser modelos rígidos: eles se alteram, se misturam, se renovam, se criam, tanto porque acompanham a contínua renovação da vida na dimensão cultural e a dinâmica interna de certas situações sociais, tanto porque respondem à variedade de fatores envolvidos no processo de comunicação verbal (AZEREDO, 2012, p. 85).

Dessa forma, neste trabalho, adotamos, em princípio, o conceito de gênero textual, de Marcuschi (2008, p. 155):

Gênero textual se refere aos textos materializados em situações comunicativas recorrentes. Os gêneros textuais são os textos que encontramos em nossa vida diária e que apresentam padrões sociocomunicativos característicos definidos por composições funcionais, objetivos enunciativos e estilos concretamente realizados na integração de forças históricas, sociais, institucionais e técnicas.

Ainda de acordo Marcuschi (2008), por serem dinâmicos e de complexidade variável não é possível fazer uma lista fechada dos gêneros existentes, o que torna difícil sua

classificação. Entretanto, devemos considerar que eles possuem forma (uma estrutura), função (propósito comunicativo) e conteúdo (o assunto que está tratando). Também levamos em consideração o suporte (que será melhor discutido mais adiante), visto que este não é neutro e o gênero não fica indiferente a ele (MARCUSCHI, 2008; DONATO, 2014). Acrescentamos a esses quatro pilares – forma, função comunicativa, conteúdo e suporte - três perspectivas de olhares: o nível da produção, o da recepção e o da contextualização (DONATO, 2014; VERGNANO-JUNGER, 2015).

No nível da produção, levamos em conta quais são as características, no caso desta pesquisa, de elaboração desses vários *memes* diferentes: qual o objetivo da produção? Quais as características dessa produção? Qual o público-alvo visado por essa produção? No nível da recepção, o que o usuário da internet precisa para receber esse *meme* e efetivamente ler e/ou interagir com ele? Ou seja, seus objetivos, sua bagagem de conhecimentos prévios, a circunstância da leitura etc. E, no nível da contextualização, observamos em que contexto surge? Em que sociedade e época? Como eles são difundidos?

Conforme já falamos, os gêneros textuais são além de dinâmicos e variáveis, sócio-históricos, portanto “não há como fazer uma lista fechada, o que dificulta ainda mais sua classificação” (MARCUSCHI, 2008, p. 159). Entretanto a maior dificuldade encontrada até hoje, em alguns casos, não é a classificação dos gêneros e sim sua identificação. Isso porque é comum encontrarmos um gênero assumindo o formato de outro – intergenericidade - um textopublicitário com um formato de bula de remédio, por exemplo. Logicamente, a função predominará sobre a forma. (MARCUSCHI, 2008; KOCH, 2015).

Há, também, os casos em que um determinado gênero textual seja constituído de dois ou mais tipos textuais. Para Marcuschi (2002, p. 23), os tipos textuais “designam uma espécie de sequência teoricamente definida pela natureza linguística predominante em sua composição – aspectos lexicais, sintáticos, tempos verbais e relações lógicas”. Os tipos são designados como narrativos, descritivos, argumentativos, expositivos ou injuntivos (KOCH; ELIAS, 2015).

Assim, um gênero, como a carta pessoal que contenha sequências narrativas, descritivas e argumentativas, constitui um exemplo de heterogeneidade tipológica de gênero, “um gênero com a presença de vários tipos” (MARCUSCHI, 2008, p. 167). Diante de tudo isso, concordamos com Donato (2014, p. 32) que os gêneros textuais, se adaptam, se renovam e se modificam, refletindo o funcionamento da organização da sociedade.

## 1.2 Gênero textual em ambiente virtual

Em nosso cotidiano, realizamos incontáveis tarefas: conversamos, enviamos e-mails, lemos jornais, assistimos telenovela, contamos piadas, efetuamos o pagamento de contas. Estas, entre outras atividades que nos expõem a diferentes tipos de textos, necessariamente “se realizam em algum gênero” (MARCUSCHI, 2008, p. 176). A lista é grande, pois, como já vimos anteriormente, os gêneros “são práticas sociocomunicativas, são dinâmicos e sofrem variações na sua constituição, que em muitas ocasiões, resultam em outros gêneros, novos gêneros” (KOCH, 2016, p. 101).

Ao observarmos o comportamento humano ao longo da história, perceberemos o crescente número de gêneros textuais moldando-se às necessidades do homem. Marcuschi (2002) aponta para a multiplicação dos gêneros desde os povos de cultura essencialmente oral até a atualidade, momento em que “mais do que qualquer outra época, [...] proliferam gêneros novos dentro de novas tecnologias, particularmente na mídia eletrônica - digital” (MARCUSCHI, 2008, p.198).

O surgimento das tecnologias da informação e comunicação (TICs) no cotidiano tem gerado mudanças na maneira em que as pessoas se comunicam e interagem (COSCARELLI, 2016). Basta um olhar atento e veremos que “uma boa parte da vida contemporânea é gasta olhando para as telas. Outra parte, igualmente considerável é usada apertando botões – em boa medida para interagir com o que está acontecendo na tela” (MARTINO, 2014, p. 226).

Se os gêneros de meios impressos mudam, em certa medida lentamente, no ambiente virtual, tudo acontece muito rápido e, na mesma velocidade, tudo passa de atual a ultrapassado. Não podemos, entretanto, ter a ilusão de que “a cada nova tecnologia o mundo todo se renova por completo” (MARCUSCHI, 2008, p. 109).

Posto isso, no ambiente virtual, o surgimento de novos gêneros textuais nada mais é, ao menos na maioria dos casos, do que uma adaptação dos gêneros já existentes. Estes, incorporados às tecnologias encontradas atualmente pela sociedade com características bem marcantes: a integração de recursos semiológicos, imagem, áudio e vídeo – a multimodalidade<sup>4</sup>; a interatividade e a hipertextualidade<sup>5</sup>(MARCUSCHI, 2002; VERGNANO-JUNGER, 2010).

---

<sup>4</sup> A multimodalidade também é percebida em materiais impressos: “aspectos tipográficos (negrito, itálico, cores, formas e tamanhos de letras), presenças de gráficos, esquemas, tabelas, fotos, imagens variadas já estão presentes nos suportes impressos” (VERGNANO-JUNGER, 2015, p. 17).

### 1.3 Suporte

Sabemos que o homem, na tentativa de uma comunicação eficaz, desde os primórdios da humanidade, apresentou registros de formas gráficas em ossos, argila, em representações pictográficas, em paredes de cavernas ou rochas, que originariam a escrita, “uma invenção notável, que permite fixar a palavra sobre um suporte permanente”<sup>6</sup> (DEHAENE, 2015, p. 21). Falar de suporte de um texto não é uma questão simples e diversos autores têm discorrido sobre o assunto na busca de uma conceituação clara (MARCUSCHI, 2008).

Entendemos que, assim como os textos realizam-se em algum gênero, todo o gênero textual tem um suporte como elemento indispensável para sua circulação, pois sua identificação tem estreita relação com o suporte que o veicula (TRAVAGLIA, 2007). Maingueneau (2001)<sup>7</sup> já alertava para o fato de que, durante muito tempo, as pesquisas voltavam suas atenções para o texto, sem interesse pelo suporte e sua possível influência sobre o gênero nele transportado.

O termo suporte surge, com sustentação teórica, com Debray em 1991 que, inspirado em McLuhan da década de 60, o explica como “elemento responsável por revoluções históricas nas práticas comunicativas e, portanto, na própria maneira de conceber a realidade social em cada fase da história humana” (apud BONINI, 2011, p. 684). Traz, como exemplo, a chegada da imprensa: responsável pelo fim de uma classe de profissionais - os copistas. Foi responsável, também, pela diminuição do poder da Igreja Católica, devido à popularização da Bíblia, gerando uma reconfiguração de poder na sociedade da época (BONINI, 2011).

Dominique Maingueneau (2001, p. 71a), em seus estudos sobre o assunto, afirma que é “necessário reservar um lugar importante ao modo de manifestação material dos discursos, ao seu *suporte*, bem como ao seu modo de difusão” (ênfase do autor). De acordo com o referido autor, é importante observar como os discursos se comportam, em relação ao seu suporte, pois “o *mídium* não é um simples meio, um instrumento para transportar uma mensagem estável: uma mudança importante do *mídium* modifica o conjunto do gênero de discurso” (MAINGUENEAU, 2001, p. 71-72). Isso nos leva a concordar com Marcuschi

<sup>5</sup> Todo o texto e toda leitura são hipertextuais. Recursos como notas de rodapé, índices, paratextos, imagens, citações, referências bibliográficas são exemplos de como a hipertextualidade se apresentam nos materiais impressos. (COSCARRELLI, 2016, p. 22).

<sup>6</sup> Tradução da autora.

<sup>7</sup> Embora o autor pertença a A.D. francesa consideramos válido citá-lo, em virtude da reduzida literatura sobre o tema.

(2008, p. 174) quanto ao fato de que “o suporte não é neutro e o gênero não fica indiferente a ele”.

Como ocorreu ao longo da história, a transmissão dos textos foi passando por diversas etapas: inicialmente, a união de finas lâminas extraídas de um vegetal resultava no papiro, que teria sido usado como suporte de textos escritos até o século IX. Devido à escassez deste material, foi criado o pergaminho (2700-2500 A. C.)—pele de animal tratada, cujo nome derivaria da cidade de Pérgamo, na Grécia. “O rei Eumenes II teria inventado esse suporte para solucionar a falta de papiro resultante da proibição de sua exportação por Ptolomeu Epifânio, que invejaria a Biblioteca daquela cidade” (CAMBRAIA, 2005, p. 66).

A invenção do papel data de 105 d.C. e, por determinação do Rei D. Dinis, rei de Portugal, os tabeliães passaram a escrever suas notas em papéis e não mais em pergaminhos, como se fazia até então (CAMBRAIA, 2005)<sup>8</sup>. Apesar de considerado o suporte mais genérico de todos, Marcuschi (2008) nos alerta para o cuidado ao tomar a folha de papel como suporte de um gênero de maneira geral. Ao mesmo tempo em que se configura suporte no caso da carta escrita, no livro, uma página é simplesmente parte de um todo: o próprio livro. “Se fôssemos tomar o papel impresso como um suporte de maneira geral, não teríamos distinções entre livros, revistas, livros didáticos, quadro de avisos e outros como suportes distintos” (MARCUSCHI, 2008, p. 178).

Com a chegada da internet, é cada vez mais evidente que o papel deixou de ser o principal responsável por abrigar os textos. Ele passou a dividir o protagonismo com outros suportes, proporcionados pela difusão dos meios virtuais. Inicialmente, os textos impressos eram digitalizados, transpostos para a internet, mas, com o passar dos tempos, estes foram adquirindo características próprias desse ambiente no qual circulam (CAMBRAIA, 2005).

Defendemos, neste trabalho, a definição de suporte como “lôcus físico ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação de gênero materializado como texto” (MARCUSCHI, 2008, p. 174). Dessa forma, o suporte de um gênero é um lugar – físico ou virtual –, tem um formato próprio – um livro, um outdoor, entre outros – e serve tanto para fixar quanto para mostrar, tornando o texto acessível para fins comunicativos.

Marcuschi (2008) divide os suportes em duas categorias: os convencionais e os incidentais. A primeira refere-se àqueles elaborados com a função específica de portar os textos, ou seja, foram produzidos com essa finalidade. Já a segunda, os incidentais, “podem

---

<sup>8</sup> Essas não são, porém, as únicas matérias empregadas como suporte ao longo da história: sabe-se da utilização de pedras, metais, osso, marfim, tábuas de madeira (enceradas), argila, dentre várias outras (CAMBRAIA, 2005, p. 65).

trazer textos, mas não são destinados a esse fim de modo sistemático nem na atividade comunicativa regular” (MARCUSCHI, 2008, p. 178). É o caso das camisetas, embalagens, paredes, muros, entre outros.

Em consonância com Lima (2015), classificamos, em nosso estudo, as redes sociais virtuais como suportes, por entender que são um lugar, pois servem para fixar, mostrar e divulgar textos, além de possuírem um determinado formato. Neste trabalho, coletamos nosso *corpus* de pesquisa de três redes sociais: *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*.

#### 1.4 As redes sociais

Quando falamos de *Redes Sociais* na internet, estamos falando de um “complexo universo de fenômenos comunicativos, sociais e discursivos” (RECUERO, 2014, p. 61). Trata-se, na verdade, de um grupo social, *on-line*, que, ao contrário de um grupo social *off-line*, não tem seus laços tão desgastados pela falta de contato físico. E mais, graças aos avanços da tecnologia, num piscar de olhos, é possível compartilhar, em tempo real, vídeos, fotos e textos com pessoas que podem estar em qualquer lugar do mundo (RECUERO, 2009; 2010; ARAÚJO; LEFFA, 2016).

Esse grupo social é formado por atores sociais – pessoas que se cadastram e interagem em um determinado *site* de rede social<sup>9</sup>. E, dessas pessoas, partem as interações e conexões (RECUERO, 2012; BAPTISTA, 2014). É um ambiente que, ao contrário da sociedade *off-line*, não necessita de contato físico entre os atores sociais e, desta forma, a personalidade de um usuário é construída pelo que fala, pela música que compartilha, pelo que posta e curte na rede e etc (RECUERO, 2009). O indivíduo que faz parte de uma determinada rede social precisa ser visto e “esta visibilidade faz com que os usuários se comuniquem e criem impressões uns dos outros” (BAPTISTA, 2014, p.35).

##### 1.4.1 Facebook, Twitter e YouTube

---

<sup>9</sup> A rede social precisa ser diferenciada do *site* que a suporta. Um *site* de rede social é aquela “ferramenta *online* que provê os usuários com três elementos: a construção de um perfil público ou semipúblico, a publicização das suas redes sociais e a navegação por dentro dessas redes por outras pessoas” (RECUERO, 2014, p. 115).

## O Facebook

O *Facebook* define-se a si mesmo “como uma ferramenta social que te liga com as pessoas à tua volta”<sup>10</sup>. Foi lançado em 04 de fevereiro de 2004 em Palo Alto, Califórnia, pelo universitário Mark Zuckerberg e seus colegas de quarto Dustin Moskovitz, Chris Hughes e Eduardo Saverin (BAPTISTA, 2014). O *site* é gratuito para os usuários “e assim como em muitos outros sites de redes sociais, o *Facebook* se estrutura em torno dos perfis de usuários, agora chamados de linhas do tempo” (BARTON; LEE, 2015, p. 58).

Ao acessar a página do *Facebook*, o usuário encontra uma frase motivacional “No que você está pensando?” e uma caixa de texto, que se encontra na parte superior da página inicial do usuário, para atualização de seu *status* (BARTON; LEE, 2015)<sup>11</sup>. Assim, segundo BARTON e LEE (2015), esses usuários expressam opiniões, relatam estados de espírito e outros sentimentos e, para isso, contam com um limite de até 5.000 caracteres, mais conteúdo multimodal que pode ser anexado à sua postagem.

São duas as formas de interação no *Facebook*: síncrona – na qual a interação acontece quando os envolvidos estão conectados ao mesmo tempo – e assíncrona, quando as interações acontecem espalhadas no tempo, ou seja, os envolvidos não estão conectados ao mesmo tempo (RECUERO, 2014). Dessa maneira, o usuário conta com ferramentas como: envio de mensagens privadas entre usuários, criação de páginas e grupos, postagem de informações e recursos, como *reactions*<sup>12</sup>, curtir, comentar e compartilhar (RECUERO, 2014; CORDOVA, 2016).

Em uma de suas pesquisas, Recuero (2014), observou que o botão curtir era utilizado como uma forma de participar da conversa sem precisar elaborar uma resposta. No caso do compartilhamento, seria uma maneira de apoiar uma ideia ou mensagem; e ao comentar, “o usuário traz uma efetiva contribuição para a conversação” (RECUERO, 2014, p. 120-121).

---

<sup>10</sup> Definição disponível na própria página da rede social Facebook. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/pg/FacebookBrasil/about/>. Acesso em: 18/04/2018.

<sup>11</sup> De acordo com Barton (2015), atualização de status ou simplesmente os atuais “*posts*”

<sup>12</sup> Signos (*emojis*) que buscam se aproximar dos sentimentos e das expressões humanas, a fim de aproximar ainda mais os usuários entre si (AMARO et al, 2016, p. 133).

## O *Twitter*

O *Twitter* é uma rede social e um servidor para *microblogging*, pois permite que sejam escritos e compartilhados textos de até 280 caracteres. Também é considerado um *site* de rede social por ser um espaço na *Web* que permite a seu usuário a criação de perfis públicos, interação com outras pessoas por meio de mensagens publicadas e a exibição de suas redes de contatos (RECUERO, 2012; SIGILIANO; BORGES, 2016). Os usuários podem trocar mensagens de forma privada (apenas quem envia e recebe tem acesso), ou por *replies*, que são “recados públicos direcionados a partir do símbolo ‘@’” (RECUERO, 2009, p. 83).

Lançado em 2006 por Jack Dorsey, Evan Willians e Biz Stone, o *Twitter* prioriza o agora e seus usuários, ao acessarem sua página, são convidados a responder à pergunta: “o que você está fazendo?” O Brasil está entre os cinco maiores países em número de inscritos, que, além de criar textos, trocam mensagens e compartilham diversos conteúdos (SIGILIANO; BORGES, 2016).

Ao contrário do *Facebook*, o foco das interações no *Twitter* não são baseadas em vínculos preexistentes, mas na qualidade e no tipo de conteúdo que um usuário veicula. De acordo com Recuero (2009, p.86), “o *Twitter* é um espaço no qual se busca e se repassa informação”.

## O *YouTube*

Fundado em 2005, por Chad Hurley e Steve Chen, o *YouTube* é um *site* de compartilhamento de vídeos visto como *site* de rede sociais devido à relação de quem posta seus vídeos e seus espectadores (PENNER; MUNGIOLI, 2017). Vinte meses após sua criação, o site foi vendido para a *Google* e, de acordo com dados do próprio *site*, o número de usuários do *YouTube* ultrapassa a marca de 1 bilhão de espectadores<sup>13</sup>.

No *site*, é possível encontrar uma diversidade de temas e produções. Embora sejam utilizados por emissoras e produtoras de TV, são os vídeos autorais “que apresentam o vlogueiro de frente para a câmera falando sobre suas experiências em primeira pessoa” que mais caracterizam o *site* (BARTON; LEE, 2015, p. 60). Esses vídeos, áudios e imagens

---

<sup>13</sup> Estatísticas do YouTube, disponíveis em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/> (Acesso em: 24 mai. 2018).



circulam livremente no *site*, sem que seja necessário pagar para obtê-los. E os *vlogueiros*, geralmente, representam identidades bricalhonas, visando atrair mais visualizações e inscrições (BARTON; LEE, 2015).

Embora seja um *site* de vídeos, o *YouTube* também apresenta um espaço para a escrita. É possível perceber a escrita em comentários sobre o autor, em *tags*<sup>14</sup> e classificação temática, em legendas que podem ser acrescentadas aos vídeos e nos espaços reservados aos comentários dos usuários, que aparecem abaixo do vídeo (BARTON; LEE, 2015). O sucesso de um vídeo, entretanto, é marcado pelo número de visualizações que este recebe, afinal “a quantidade de visualizações torna-se uma importante moeda de troca, pois é o dado numérico que serve para vender os espaços de conteúdos aos anunciantes” (PENNER; MUNGIOLI, 2017, p. 96).

---

<sup>14</sup> As *Tags* categorizam assuntos para que os usuários e vlogueiros saibam do que se trata o vídeo (JEFFMAN, 2015, p. 103).

## 2MEME DE INTERNET

Diversos autores concordam que, ao que tudo indica, o termo *meme* deriva da palavra gregamimeme, cujo significado é imitação (RECUERO, 2007; ARANGO, 2014; MARTINO, 2014). Segundo esses autores, Richard Dawkins utiliza essa palavra, pela primeira vez, em seu livro *O gene egoísta*, e propõe, a partir das teorias de Darwin, que os *memes* seriam um processo de evolução cultural – um *meme* seria, então, o ‘gene’ da cultura que, ao ser transmitido pelas pessoas, sobrevive.

Surge então, a *Teoria da memética*, propondo que, da mesma forma que os genes humanos se propagam de um corpo a outro, carregando suas heranças, o *meme* seria responsável pela transmissão cultural. Logo, os *memes* seriam ideias e comportamentos que um indivíduo aprende com o outro através da imitação. Assim como Dawkins (1976), autores como Daniel Dennett (1995), Susan Blackmore (2000) e Raquel Recuero (2007) dão sustentação à *Teoria damemética*, que trata *meme* dentro do contexto de imitação.

Neste trabalho, entretanto, tratamos os *memes* de internet fora do contexto da imitação, por perceber que uma de suas características principais consiste na “alteração de conteúdos, não apenas sua cópia” (INOCÊNCIO, 2017, p. 6). Ou seja, ao contrário dos genes e vírus, os *memes* não se autorreplicam, pois “é necessário que agentes externos realizem transmissões, contribuindo com alterações, ou seja, o público não é um mero receptor, sendo infectado passivamente, mas sim parte atuante no desenvolvimento dos *memes*” (EMANUEL; RODRIGUES; LIMA, 2015, p. 845).

Até o ano de 2005, os usuários da rede contavam apenas com a *Web 1.0* “predominantemente empresarial, não interativa que permitia apenas o consumo de informação quase que exclusivamente textual” (ARAÚJO; LEFFA, 2016, p. 86). É a partir da chegada da *Web 2.0* que surge uma nova forma de interação entre as pessoas, transformando “usuários comuns da internet, de consumidores passivos de informação, em colaboradores ativos de uma cultura partilhada” (DUDENEY; HOCKLY; PEGRUM, 2016, p. 18). Com isso, os conteúdos transbordam na rede e é possível produzir textos e compartilhá-los com pessoas em diversas partes do mundo (COSCARELLI, 2016).

Dos inúmeros conteúdos que circulam nas redes sociais (*post*, *chat*, tutorial, publicidade, *mashup*<sup>15</sup>, entre outros), chamou-nos a atenção a quantidade de postagens e

---

<sup>15</sup> Segundo Buzato et al. (2013), ao passo que o remix se filia à obra original, o *mashup* combina elementos de duas ou mais fontes, podendo ou não retomar explicitamente características do original.

compartilhamentos de *memes* de internet. De acordo com Rojo e Barbosa(2015, p. 10)<sup>16</sup>, os *memes* “são aqueles vídeos, fotomontagens ou frases que aparecem de repente, como uma brincadeira e se espalham numa velocidade absurda, sofrendo mutações e ganhando novos contextos e significado.

Composto de linguagens verbais e não verbais combinadas, a maioria dos *memes* de internet é produzida a partir de imagens e/ou textos conhecidos na rede, com um toque de humor. Nessa combinação, tanto a imagem quanto o texto podem ter seus significados alterados ao longo do tempo. É o caso, por exemplo, da expressão “tchau, querida!” que surgiu após a divulgação dos grampos telefônicos de Lula e Dilma<sup>17</sup>, que viraram inspiração para vários memes.

Figura 1 – No dia em que saí de casa... Tchau, Querida.



Fonte: <https://www.facebook.com/CaxorraoImplicante/photos/a>.

<sup>16</sup> Muitos dos estudos atuais sobre tecnologias são desenvolvidos no âmbito da AD (tanto enunciativa, francesa, quanto de origem anglo-americana), bem como em outras áreas do conhecimento, como a comunicação, a ciência da informação, educação etc. Em vista disso, e por ser um campo novo, optamos por trazer elementos teóricos que sejam produtivos e não conflitantes com a orientação sociocognitiva, que seguimos, a fim de situar o estado da arte sobre o tema. As reflexões com base na sociogognição e cognição situada são trazidas durante o estudo e postas em diálogo com essas informações.

<sup>17</sup> Na tarde de 16 de março de 2016, o cenário político nacional, já tumultuado, ganhava novos elementos após a divulgação do grampo telefônico autorizado pelo juiz Sérgio Moro de uma conversa entre Luiz Inácio da Silva e Dilma Rousseff. No diálogo, Lula se referia à cidade de Curitiba, onde começou a Operação Lava Jato, como “República de Curitiba” e, ao finalizar a conversa se despedia de Dilma com um “Tchau, querida”. Disponível em: <<https://dev.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2016/05/11/criadores-comemoram-viralizacao-do-tchau-querida.html>> - Acesso em: 22 out.2018.

Figura 2 – Dilma descendo as cataratas<sup>18</sup>

Fonte: <https://www.google.com/search?=MEMES+TCHAU+QUERIDA>

Figura 03 – Vem, Dilma, vem pra cá... você está eliminada



Fonte: [https://www.google.com/search?rlz=1C1AWFC\\_enBR840BR840&q=MEMES+TCHAU+QUERIDA&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjBn5](https://www.google.com/search?rlz=1C1AWFC_enBR840BR840&q=MEMES+TCHAU+QUERIDA&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjBn5)

Trata-se do modo como o ex-Presidente Lula despediu-se da Presidente Dilma em alguns de seus áudios grampeados pela Polícia Federal, e isso virou a expressão da vez. Nas figuras 01 e 03, é possível observar uma alteração no próprio texto, na primeira, um trecho da canção *No dia em que saí de casa*, interpretada por Zezé Di Camargo e Luciano. Na terceira, há o acréscimo de um trecho do discurso de Pedro Bial ao se dirigir a um eliminado do *reality show Big Brother Brasil*.

Em relação às imagens, estas não são apenas de personagens conhecidos, podem ser: desenhos, fotografias de famosos, ou simplesmente alguma imagem que, associada ao texto verbal, corresponda à intenção comunicativa de seu criador/produtor (PROVOSTE SALAZAR, et al., 2017). É o caso do *meme* a seguir ‘por que você não amadurece?’ – figura 04 - que teve origem no *Facebook*, em 2016, e foi um dos mais compartilhados nas redes sociais.

<sup>18</sup>Famoso episódio do desenho animado do Pica-Pau, em que ele faz várias tentativas de descer as cataratas em um barril, com a imagem de Dilma Rousseff.

Nele, temos como imagem não verbal o ator Miko Hugles, ainda criança, fazendo uma careta como se debochasse do jeito de alguém falando. Como imagem verbal, o *meme* trazia as legendas: “Por que você não amadurece?”. E a resposta debochada do garotinho: “Pirquiviciniimidirici?” – dando um efeito imaturo à reação ao trocar os fonemas vocálicos em sua maioria pela vogal *i* (BARBOSA, 2017).

Figura 04 – Por que você não amadurece?<sup>19</sup>



Fonte: <https://pt-br.facebook.com/porquevocenaoadurece/>

Geralmente, o texto que compõe o *meme* tem um estilo mais próximo da oralidade, tornando-o mais informal e podem ser ressignificados em novo acontecimento, gerando um novo *meme*, como se pode ver na Figura 05 (LARA, 2017). Vale ressaltar que a leitura do *meme* consiste na associação do verbal e não verbal para que a produção de sentidos seja construída. Afinal, o sucesso de um *meme* depende de algumas características importantes: “o humor, a intertextualidade baseada em diversas referências da cultura popular e justaposições, sobretudo de imagens provocativas, peculiares ou pouco convencionais”<sup>20</sup> (ARANGO, 2014, p 4).

<sup>19</sup> Imagem do ator norte-americano Miko Hughes que deu origem a página do Facebook ‘Por que você não amadurece?’ com mais de 1 milhão de seguidores.

<sup>20</sup> Tradução da autora – “el humor, una intertextualidad basada em múltiples referencias a la cultura popular e yuxtaposiciones sobre todo de imágenes deliberadamente provocativas, estafalarias o poco convencionales”(ARANGO, 2014, p. 4).

Figura 05 – Imagem de Garotinho<sup>21</sup> corrupto



Fonte: <https://www.metro1.com.br/galeria/158,internet-nao-perdoa-chilique-de-garotinho-e-gera-memes-confira.html>

Frutos da cultura participativa, os *memes* de internet, por meio de programas de edição recriam significados, interligando conteúdos, ou seja, dialogando com outros textos ou outras imagens. Eles também são uma forma de criar laços, pois “são compartilhados em redes sociais digitais, de certa maneira, pelo mesmo motivo que as pessoas contam piadas ou histórias que ouviram: para fazer parte de um grupo” (MARTINO, 2014, p. 178).

## 2.1 Memes de Internet: o que dizem as teorias

Atualmente, diversos pesquisadores trazem os *memes* de internet como tema de suas pesquisas, entretanto há muita discordância em sua caracterização: alguns o caracterizam com um *remix*, outros como um fenômeno e ainda há os que o caracterizam como um gênero discursivo/textual. A fim de buscar um maior entendimento sobre o assunto, neste capítulo apresentamos e aplicamos alguns desses conceitos teóricos em alguns *memes* de internet que tiveram ampla circulação nas redes sociais.

### 2.1.1 Remix

---

<sup>21</sup> A imagem do político imagem contribui para o humor, tendo em vista que o *meme* original é um personagem interpretado por um ator mirim e o apelido do político remete diretamente a criança.

O *remix* “se tornou a marca distintiva da era digital” (DUDENEY; HOCKLY; PEGRUM, 2016, p. 54), entretanto teve sua origem na música, com o surgimento dos DJs produtores de *hip hop*, em Nova Iorque, no fim da década de 1960 (DUDENEY; HOCKLY; PEGRUM, 2016). Os DJs misturavam várias faixas musicais, criando novas sonoridades. Com o advento das novas tecnologias, o *remix* ultrapassa a esfera musical e passa a ser uma produção que parte “concretamente de outra já existente, usando trechos/pedaços da original” (ROJO, 2015). Dessa forma, podemos conceituar o *remix* como “habilidade de criar novos sentidos ao samplear, modificar e/ou combinar textos e artefatos preexistentes” (DUDENEY; HOCKLY; PEGRUM, 2016, p. 55).

No ambiente digital, segundo os referidos autores, o *remix* pertence à cultura participativa<sup>22</sup>. É uma forma democrática de criação de conteúdos “quase sempre na forma de *memes*, ideias ou conceitos que se difundem de maneira viral<sup>23</sup>, especialmente através de redes sociais *online*, com impacto sobre mentalidades e ações” (DUDENEY; HOCKLY; PEGRUM, 2016, p. 55). Dessa forma, um *remix* seria uma apropriação de algum material já existente na rede, imprimindo-lhe outro significado, subvertendo a mensagem original. Em outras palavras, *remixar* é a “prática de selecionar, cortar, colar e combinar recursos semióticos em novos textos digitais e multimodais” (DUDENEY; HOCKLY; PEGRUM, 2016, p. 55).

Figura 06 – Foto de Michel Temer



Fonte: <https://canaltech.com.br/internet/michel-temer-vira-piada-na-web-apos-vazamento-de-audio-62403/>

Figura 07 – Chamada de uma novela mexicana exibida no Brasil



Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/La\\_usurpadora](https://pt.wikipedia.org/wiki/La_usurpadora)

<sup>22</sup> Cultura em que fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos (JENKINS, 2015, p. 378).

<sup>23</sup> Embora sejam muitas vezes usados como sinônimos há algumas diferenças significativas entre *memes* e virais: enquanto os virais tendem a ser reproduzidos milhares de vezes em sua forma original, os *memes* geralmente são modificados de inúmeras formas no processo de replicação (MARTINO, 2015, p. 180).

Figura 08 – *meme* de Michel Temer após o impeachment de Dilma Rousseff



Fonte: <https://bahianoar.com/memes-de-michel-temer-bombam-na-internet-apos-vazamento-de-audio/>

Nas figuras 06, 07 e 08, é possível perceber como se dá a *remixagem* de um conteúdo. O *meme* da figura 08 surge a partir de uma foto de Michel Temer exibida em dois jornais *online*<sup>24</sup>, que, combinado com a imagem de *A usurpadora*, novela mexicana transmitida pelo SBT – Sistema Brasileiro de Televisão, resulta em uma *remixagem*. Essas montagens vão sendo alteradas (*remixadas*) à medida que os usuários da rede vão imprimindo seus pontos de vista sobre determinada situação.

Figura 09 – Foto original da posse de Dilma Rousseff



Fonte: <https://noticias.uol.com.br/album/mobile/2014/12/29/posse-da-presidente-dilma-rousseff.htm>

Figura 10 – *meme* de Michel Temer *Tchau querida!*



Fonte: <https://blogdobriguilino.blogspot.com/2017/09/fica-temer.html>

<sup>24</sup> A imagem pode ser encontrada em: <<http://jundiagora.com.br/grande-armacao/> e <http://www.vvale.com.br/politica/furacao-em-brasilia-presidente-michel-temer-afirma-que-nao-renuncia/>>. Acesso em 18 de março de 2018.



Como afirma Dudeney (2016, p. 54),

O *remix* pode implicar mudar o slogan de um anúncio para subverter a mensagem original [...] pode incluir legendar criativamente um filme para surpreender os espectadores [...] é um jogo de saber no qual as reivindicações de verdade não têm lugar. E como em todos os outros jogos, tem a ver com a diversão ao longo do trajeto.

Percebemos nas figuras 09 e 10, que o *meme* surge a partir da fotografia oficial da posse da presidente Dilma Rousseff. Michel Temer, o então vice-presidente da república, que assumiu definitivamente o mandato após o afastamento da presidente pelo Senado na votação do processo de *impeachment*, foi duramente criticado por não ser solidário à presidente e acusado de golpe. Logo, o *meme* seria uma *remixagem* que conta com a fotografia original, acrescida do rosto de Michel Temer e de uma conhecida frase “tchau,querida!”<sup>25</sup>,desestabilizando perspectivas fixas e multiplicando pontos de vista (DUDENEY, 2016).

### 2.1.2 Fenômeno

Durante as pesquisas sobre os *memes*, encontramos alguns autores, principalmente da área da Comunicação Social, referindo-se ao *meme* de internet como um fenômeno. Segundo eles, trata-se de um fenômeno, devido à sua rápida difusão, ou seja, à maneira como eles circulam e se espalham na rede (SOUZA, 2014; ARANGO, 2014; MARTINO, 2014).

De acordo com Souza (2014, p. 170), os *memes* de internet “são um fenômeno da cultura Ciber”<sup>26</sup>. Para o autor, o usuário cria um *meme* a partir de uma imagem e de um texto com a intenção de criticar, de entreter, *trolar*<sup>27</sup>, dentre outras. Em seguida, qualquer outro usuário que partilhe do sentido do *meme* pode compartilhá-lo ou gerar um novo *meme*, a partir do original, o que faz dele um fenômeno de comunicação próprio de um vivente da cultura que é ciber.

---

<sup>25</sup>Trata-se do modo como o ex-Presidente Lula despediu-se da Presidente Dilma em alguns de seus áudios grampeados pela Polícia Federal.

<sup>26</sup> Reunião de relações sociais, das produções artísticas, intelectuais e éticas dos seres humanos que se articulam em redes interconectadas de computadores, isto é, no ciberespaço (MARTINO, 2015, p. 27).

<sup>27</sup>*Trolar* significa “causar tumulto”, “aprontar alguma” e/ou criticar de forma engraçada nas redes sociais (SOUZA, 2014, p.163).

Para Arango (2014), na cultura digital, a reprodução é a principal característica desse fenômeno: “nenhum outro meio como a internet tem a capacidade de ser um transmissor global de *memes*”<sup>28</sup> (ARANGO, 2014, p. 4). Sendo assim, o autor classifica *meme* de internet como um fenômeno da cultura digital, pelo qual os usuários aproveitam uma imagem e/ou um texto para contar uma história diferente, porém com uma origem/aspecto em comum<sup>29</sup>.

Martino (2014) afirma que *memes* de internet são fenômenos culturais e sociais devido à velocidade de sua disseminação. Ele explica que se difundem como os virais, entretanto, ao contrário destes, os *memes* de internet “ganham novas versões, imitações, paródias, reelaboraões e recontextualizações”(MARTINO, 2014, p. 179). A figura 11 traz como exemplo de velocidade de disseminação, na página do G1, no Twitter, uma postagem do ator Miko Hughes agradecendo aos fãs brasileiros pelos 300.000 likes, em apenas 1 dia, que o meme da figura 04 recebeu.

Figura 11 – Página do *Twitter@g1*



Fonte: <https://twitter.com/vcnaoamadurece>

Também trazemos como exemplo no *corpus* desta pesquisa, *memes* de “bela, recatada e do lar”. Na página do *Facebook*, um deles atingiu a marca de 1,2 mil curtidas/105 compartilhamentos/72 comentários; no *Twitter*, 25 *retweets*/34 curtidas/03 comentários; no *YouTube*, 296.764 visualizações/20 mil curtidas.

Assim, percebemos que o *meme* de internet, como fenômeno, para esses autores, é tido como um conteúdo de grande circulação na rede. Esse conteúdo pode ou não sofrer uma intervenção direta de quem os (re)produz e traz consigo uma constante referência ao humor.

<sup>28</sup>Tradução livre nossa de: “ningún otro medio como Internet tiene la capacidad de ser un transmisor global de *memes*”.

<sup>29</sup> Apesar de apresentar as características de *remix*, tratamos, neste subcapítulo, de apresentar alguns conceitos teóricos que encontramos a respeito de *memes* de internet como fenômeno.

### 2.1.3 Gênero Textual

Nas áreas de Educação e Letras, encontramos autores que caracterizam o *meme* de internet como gênero textual/discursivo<sup>30</sup>. Esses trabalhos versam sobre a utilização de *memes* nas aulas de Língua Portuguesa, seguindo as orientações dos PCNs, que orientam que “cabe à escola viabilizar o acesso do aluno ao universo dos textos que circulam socialmente, ensinar a produzi-los e a interpretá-los” (BRASIL, 1997, p. 26). Todos, de alguma maneira, concordam que esse gênero é construído em diálogo com outros textos, outras imagens e é fruto de um trabalho coletivo (LARA, 2017; PEREIRA; DO NASCIMENTO, 2017; SOUZA, 2014). De acordo com Lara (2017), o *meme* de internet configura um gênero com estrutura estável, estilo mais próximo da oralidade e temas que podem ser compartilhados a partir da interação, tanto entre duas pessoas quanto até de uma nação inteira. Ainda segundo a referida autora, um *meme* que pode ter vida curta, cujo humor é atingido pela ressignificação das imagens, acontecimentos, estereótipos ou frases.

Os *memes* de internet são entidades dinâmicas que encontram ligações diretas como gênero, de acordo com as perspectivas de Marcuschi, afinal, “variam, adaptam-se, renovam-se e multiplicam-se, mas que também [...] mudam, fundem-se, misturam-se para manter sua identidade funcional com inovação organizacional, sendo todas essas ações concretizadas através da linguagem” (MARCUSCHI, 2011b, p. 19 apud BARROS, 2016, p. 38-39). Ao buscarmos estabelecer uma relação entre o que foi aqui exposto e a imagens apresentadas no subcapítulo anterior, é possível perceber que o *meme* de internet serve como “instrumento comunicativo com propósitos específicos como forma de ação social” (MARCUSCHI, 2008, p. 198). É importante salientar a questão temática dos *memes*, que surgem parodiando, satirizando ou criticando acontecimentos históricos, políticos, dentre outros (LARA, 2017).

---

<sup>30</sup> Recorremos a autores que assumem o gênero como gênero do discurso devido a novidade do tema e as poucas referências encontradas durante a pesquisa. Salientamos que os aspectos teóricos, aqui apresentados, são de relevância para este estudo e não entram em choque com a corrente sociocognitiva que seguimos.

### 3LEITURA

Este capítulo trata da importância da leitura e sua compreensão. Para isso, fizemos um breve levantamento sobre algumas concepções de leitura e o que mudou, desde que seus estudos se iniciaram, e seguimos com a visão assumida sobre compreensão e estratégias de leitura. Com a disponibilidade das tecnologias digitais, amplamente utilizadas nos mais variados contextos, tratamos também, da leitura em ambiente virtual e de conceitos como hipertextualidade e multimodalidade.

#### 3.1. Concepção de leitura

A leitura, por muito tempo, fora abordada como parte de outras competências que deveriam ser ensinadas pelos professores, ganhando independência somente a partir da década de 1950, quando surgem modelos teóricos sobre o processo de ler<sup>31</sup> (NUNES, 2005). Inicialmente, o foco dessas pesquisas estava em quantificar o movimento dos olhos durante a leitura. Somente alguns anos depois, as investigações passaram a se basear, com relação à leitura verbal, “no conceito de que leitura é o processo de obter informação via escrita” (NUNES, 2005, p. 2).

Da década de 1950 até os dias atuais, ocorreram inúmeras mudanças nos conhecimentos sobre leitura e sobre o processamento das informações. Foram propostos três modelos de atividade leitora, ao longo desse tempo. O primeiro foi o ascendente/ *bottom-up*, com ênfase no texto; depois, o descendente/ *top-down*, com ênfase no leitor (KLEIMAN, 1996; SILVEIRA, 1998). Por último, temos o (sócio)interativo, no qual “tanto o texto quanto o leitor e sua bagagem (incluindo aspectos sociais) contribuem para que os significados sejam negociados e sentidos construídos” (VERGNANO-JUNGER, 2015, p. 64).

Tanto no modelo ascendente quanto no descendente, o fluxo de informação segue numa única direção. No primeiro, a tarefa do leitor é apenas a decodificação dos níveis menores e sequenciais (letras e sons) até os níveis superiores (palavras e frases), já no segundo, o leitor tem o papel de atribuir sentidos, escolhendo as interpretações possíveis. Nos

---

<sup>31</sup> Assumimos, neste trabalho, como equivalentes, no que se refere ao conceito de leitura, as terminologias: compreensão leitora, processo leitor, compreensão escrita e leitura, propriamente dita.

dois casos, somente um dos elementos é tomado como foco de cada vez, o que tornou esses modelos “insuficientes para contemplar a complexidade do processo leitor” (VERGNANO-JUNGER, 2015, p. 64).

Assumimos, neste trabalho, a visão sócio-interacional de leitura sob uma perspectiva multidirecional. Nela, o leitor<sup>32</sup> desempenha um papel de reconstrutor de significados, utilizando vários recursos para atribuir sentidos ao texto, interagindo com o que este lhe oferece. Entre tais recursos, por exemplo, temos seu conhecimento de mundo, sua bagagem de leitura, outros textos, diferentes estratégias e todos os elementos sociais e culturais que possam ser acionados, além, claro, do conteúdo do material lido. Ao usar todas essas fontes de informação, o leitor trabalha com um processamento que assume diferentes caminhos e direções, interrelacionando cada dado, por isso, multidirecional (VERGNANO-JUNGER, 2010).

### 3.2. Compreensão leitora e estratégias de leitura

Diversos autores concordam que a leitura é uma atividade complexa, não natural, mas social, que envolve processos cognitivos múltiplos e que exige preparo por parte de quem irá ensiná-la. Afinal, ler não é apenas decodificar, mas é a interação entre texto e leitor e isto requer um indivíduo que seja capaz de inferir, localizar informações, comparar, analisar e atribuir sentidos ao texto (KLEIMAN, 2013; VERGNANO-JUNGER, 2016; COSCARELLI, 2016).

Kleiman (2013) considera o ato de ler não apenas um ato cognitivo, mas um ato social, fruto da interação entre leitor e autor, que obedecem a objetivos e necessidades socialmente determinados. Ler, assim, “envolve a capacidade de usar recursos linguísticos e extralinguísticos, que abrange sistemas diversos de conhecimentos e intervém, conjuntamente na compreensão” (NUNES, 2005, p. 8). Dessa forma, os conhecimentos prévios do leitor, crenças, valores, pressupostos, que existem em sua memória são partes integrantes da interpretação (NUNES, 2005).

---

<sup>32</sup>Referimo-nos aqui ao leitor proficiente, aquele que já superou a barreira de decifrar o código e tem sua atenção voltada para a produção de sentido (TEIXEIRA, 2003). Esta tarefa, não é uma característica inata, comum a todos os seres humanos, mas sim uma habilidade construída através de um longo processo de alfabetização e letramento (SOARES, 2004).

Ao pesquisar sobre o ensino da leitura, percebemos que, durante muito tempo, a ideia que se tinha de trabalhar o processo leitor na escola era a de que ler era apreender os sentidos pretendidos pelo autor. O texto era usado como pretexto para o aprendizado de classes gramaticais, por exemplo, e não havia oportunidades para desenvolver o pensamento nem a preocupação de fazer com que o aluno construísse sentidos (VERGNANO-JUNGER, 2016; COSCARELLI, 2016).

O aprendizado, dessa maneira, consistia em memorizar e repetir, e os exercícios sobre os textos não exigiam muitos esforços cognitivos por parte do leitor. Como afirma Coscarelli (2016, p. 19), “o trabalho cognitivo do leitor envolve capacidades de analisar inferir, relacionar, localizar informações, comparar e muitas outras”. Trata-se de um processo ativo onde o leitor busca construir sentidos para o texto.

A forma com que a escola o faz é problemática e insuficiente (RIBEIRO, 2016). Isso porque ler não é um processo passivo, mas um processo ativo, que envolve um complexo conjunto de atividades cognitivas onde cada leitor traz, para a leitura, seus objetivos, suas motivações e experiências. Logo, a escola precisaria incluir, em seu contexto, estratégias didáticas que permitissem ao aluno construir e se apropriar do conhecimento (COSCARELLI, 2016).

Com a inserção das tecnologias digitais na vida cotidiana, não é difícil ver em restaurantes, *shoppings* e tantos outros lugares, pessoas atentas à tela de um celular. Essas pessoas, na maior parte do tempo, estão lendo algo, enviando mensagens, ou pesquisando na internet. Estão fazendo uso da leitura, mas não uma leitura imposta, como acontece frequentemente na escola (VERGNANO-JUNGER, 2015). Trata-se de uma leitura motivada, de fácil realização, já que “quando lemos porque outra pessoa nos manda ler, como acontece com frequência na escola, estamos apenas exercendo atividades mecânicas que pouco têm a ver com significado e sentido” (KLEIMAN, 2013, p.38). O surgimento das redes sociais nesse meio digital e suas formas de interação incrementaram as práticas leitoras e de escrita, trazendo, também, formas próprias de fazê-lo. Demandam, assim, novas habilidades, pois “diante da tela o leitor/usuário precisa compreender a função dos *links*<sup>33</sup>, inserir imagens, enviar fotos, publicar comentários” (COSCARELLI, 2016, p. 22).

Eis uma questão importante a ser considerada: o texto em ambiente virtual torna-se muitas vezes um desafio para o leitor. Sua formatação e acesso podem causar impacto sobre a

---

<sup>33</sup> Os *links* exercem uma persuasão sutil, destacando os pontos mais importantes de um documento. Os leitores, entretanto, precisam decidir se aceitam convites para ir além do texto atual e se assumem a responsabilidade pela escolha de seus próprios percursos narrativos na rede mais ampla (DUDENEY, 2016, p. 26).

capacidade que tem um indivíduo de compreender aquilo que lê (COSCARELLI, 2016). Nossos alunos precisam aprender como navegar no suporte impresso e no digital, precisam ser capazes de “compreender e utilizar eficientemente índices, menus, títulos e subtítulos, seções, páginas, sites, entre outros” (COSCARELLI, 2016, p. 12).

Assim, abordamos um pouco mais adiante a questão das especificidades do texto virtual. Entre elas, destacamos a multimodalidade e a hipertextualidade, pois, como a escola prioriza o verbal, muitas vezes, os alunos se esquecem de considerar o não verbal, fazendo com que encontrem dificuldades em muitas situações em que precisam lidar com textos do cotidiano, que coadunam verbal e não verbal (COSCARELLI, 2016). Como já dissemos anteriormente, a compreensão leitora é uma atividade cognitiva complexa, na qual inúmeras habilidades são demandadas por parte do leitor até a construção de significados (COELHO; CORREA, 2017). Ao ler, o indivíduo passa por diferentes níveis até chegar efetivamente a uma compreensão. A primeira etapa é a decodificadora, “importante para fornecer elementos com os quais o leitor trabalha para construir significados e atribuir sentidos” (VERGNANO-JUNGER, 2016, p. 192). Em seguida, o leitor faz uso de estratégias mais profundas, como comparação, inferências, entre outras (VERGNANO-JUNGER, 2016).

Passada a etapa decodificadora, portanto, o leitor utiliza os vários níveis de conhecimento que possui durante a leitura: seus conhecimentos prévios – “lingüístico, textual e de mundo” (COELHO; CORREA, 2017, p. 76). É a partir da exploração do conhecimento prévio que, segundo Kleiman (2013), o indivíduo é capaz de fazer inferências - estratégia que permite ao leitor “deducir de lo que está explicitamente dicho, lo que está implícito, porque el autor no puede o no quiere decirlo todo<sup>34</sup>” (DENYER, 1999, p. 25).

O conhecimento linguístico é aquele implícito, que envolve o conhecimento sistêmico da língua, sem o qual a compreensão não é possível. Esse conhecimento é o responsável “pela organização do material linguístico na superfície textual, pelo uso dos meios coesivos que a língua nos põe a disposição para efetuar a remissão textual, pela seleção lexical adequada ao tema e/ou aos modelos cognitivos ativados” (KOCH, 2016, p. 32). O segundo, o textual, diz respeito aos diversos textos que circulam na sociedade, suas classificações e estruturas: expositivas, narrativas, descritivas e argumentativas. O conjunto de noções e conceitos sobre os textos fornece pistas para a construção dos significados (KLEIMAN, 2013). Já o conhecimento de mundo ou enciclopédico é aquele que vai sendo adquirido ao longo de

---

<sup>34</sup>Deduzir do que está explicitamente dito, o que está implícito, porque o autor não pode ou não quer dizer tudo (Tradução nossa).

nossas experiências no mundo, nossas leituras, vivências e lembranças. É um conhecimento que diz respeito às informações sobre determinado tópico, armazenadas na memória do leitor.

Kleiman (2013, p. 31) enfatiza que “a compreensão, o esforço para recriar o sentido de um texto tem sido várias vezes descrito como um esforço inconsciente na busca da coerência de um texto”. Ela ainda acrescenta que existem dois caminhos que ajudam a esta compreensão: a ativação do conhecimento prévio e o estabelecimento de objetivos claros para a leitura. Sem estabelecer um objetivo para leitura, o leitor começa a ler e não tem ideia de onde pretende chegar e, assim, a melhor maneira de alcançá-la fica ainda menos palpável. Ao determinar seus objetivos, a possibilidade de compreensão é maior, pois o leitor vai demandar esforços para ater-se ao que é relevante para seu objetivo, colocando em ação várias estratégias cognitivas (KOCH, 2015; KLEIMAN, 2013; SOLÉ 1998).

Os objetivos também são importantes para a formulação de hipóteses, afinal:

se temos como objetivo saber qual é a opinião do editor do jornal que compramos sobre um novo programa econômico, leremos o editorial com uma série de expectativas já presentes (pois conhecemos o posicionamento político do jornal, conhecemos a situação sócio-econômica e política do país, etc) e formaremos uma série de hipóteses, tanto sobre a estrutura do texto[...]quanto sobre o conteúdo. (KLEIMAN, 2013, p. 39).

Ao levantar hipóteses, o leitor fará previsões e, no decorrer da leitura, utilizando seus conhecimentos prévios, vai testar suas hipóteses, validando-as ou rechaçando-as. Como vimos, para que alcance a compreensão de um texto, o leitor precisa usar, também, sua capacidade cognitiva, “ativando seus conhecimentos armazenados na memória, selecionando e aplicando as melhores estratégias para a solução de problemas” (VERGNANO-JUNGER, 2016, p. 193).

### 3.3. Leitura em ambiente virtual

Falar sobre as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC`s) não é mais novidade. Da mesma forma, escrever e enviar e-mails ou mensagens instantâneas pode ser considerado coisa do passado, ao serem comparados “com sites da Web 2.0, como o *Facebook* que também já não é novo”<sup>35</sup> (BARTON, 2015).

---

<sup>35</sup>Web 2.0: nova geração de ferramentas baseadas na *web* como *blogs*, *wikis* e *sites* de rede sociais, focadas na comunicação, no compartilhamento e na colaboração, e que, portanto, transforma usuários comuns da internet, de consumidores passivos de informação, em colaboradores ativos de uma cultura partilhada. (DUDENEY; HOCLKY; PEGRUM, 2016, p. 18)



Ainda assim, vale ressaltar que o ambiente virtual trouxe algumas mudanças no processo de leitura e os textos que nele circulam assumiram características próprias desse ambiente (VERGNANO-JUNGER, 2015). Essas mudanças, entretanto, estão ligadas ao uso, à navegação, o que não faz delas, necessariamente, algo tão inovador. Na verdade, não houve nenhuma transformação no processo leitor em si. De acordo com Vergnano-Junger (2014, p. 222), os procedimentos usados na compreensão de textos impressos, tais como “inferências, associação entre imagens e texto verbal, identificação de assunto, hierarquização de informações, ativação de conhecimentos prévios de diversas naturezas, entre outros, podem ser transferidos para atividades de leitura de textos virtuais”.

O que acontece agora é que

...as tecnologias eletrônicas digitais fundaram novas maneiras de escrever e ler, utilizando interfaces novas: o teclado e o monitor em vez da caneta e do papel, a impressora, a utilização de softwares tais como Word, o bloco de notas, os navegadores para a leitura na internet. Tudo isso são novas interfaces, tanto para o escritor quanto para o leitor, ou novas tecnologias para fixar a escrita e fazer a leitura (a tela ou a página impressa). É importante frisar, no entanto, que são as tecnologias que aderem a possibilidades já existentes e estáveis há tempos, ou seja, melhor do que dizer que são exclusivas e excludentes, essas são híbridas em sua natureza de origem, já que são, ao menos em parte, familiares ao leitor e são alternativas ao modo de ler e escrever. (RIBEIRO, 2011, p. 126)

Cabe ao leitor desenvolver habilidades para lidar com os textos digitais que são, em sua maioria, hipertextuais e multimodais. Isso porque, “diante da tela, o leitor precisa compreender a função dos links, identificar ícones e signos próprios do gênero (como curtir e comentar no Facebook [...] inserir imagens, enviar fotos)” (COSCARELLI, 2016, p. 21).

O hipertexto no ambiente virtual oferece ao leitor acesso a uma quantidade quase ilimitada de outros textos, “a partir de elementos específicos nele presentes, que se encontram interconectados, embora não necessariamente correlacionados – os *hiperlinks* ou *links*”<sup>36</sup> (GOMES, 2007, p. 15). Logo, quando um *link* é acionado, um salto é feito para o endereço ou página associado pela ligação, que pode ser uma palavra, frase ou uma imagem do mesmo documento.

Dessa maneira, a não linearidade refere-se, simplesmente, ao caminho que o leitor pode fazer em determinada leitura, afinal “[...] é normal, antes da leitura, o leitor passar os olhos sobre o texto, folhear o material, reconhecer as partes que o compõem e a forma de organização do texto, selecionar as partes que mais interessam, entre outras estratégias nada lineares de exploração do objeto da leitura” (COSCARELLI, 2006, p. 02).

---

<sup>36</sup>Os *hiperlinks* são, na verdade, uma ponte, um elo entre hipertextos eletrônicos de temáticas idênticas ou semelhantes, cuja ligação (interconexão) é determinada pelo autor da página por meio de uma palavra (BURGOS, 2006, p. 76).

Com relação à multimodalidade, são muitas as modalidades que podem comparecer na composição de um gênero. Na mídia impressa, encontramos, além da escrita verbal, fotos e ilustrações. Já, em ambiente virtual, “todas as modalidades e semioses<sup>37</sup> – língua oral e escrita (verbal), linguagem corporal (gestualidade, danças, performances), áudio (música e outros sons não verbais) e imagens estáticas e em movimento – podem entrar na composição” (KLEIMAN, 2013, p.112). Entendemos por texto multimodal, assim, “aquele que recorre a mais de uma modalidade de linguagem ou a mais de um sistema de signos ou símbolos em sua composição” (KLEIMAN, 2013, p.108). Dessa maneira, a integração desses diferentes modos de representação de sentido vai possibilitar ao leitor construir o significado do todo (COSCARRELLI, 2016).

Atualmente, devido às facilidades oferecidas pelos meios eletrônicos, tanto para obtenção de imagens digitais, quanto para sua inserção e edição em documentos de computadores da *Web*, é cada vez mais fácil a composição de textos multimodais (COSCARRELLI, 2016). Não são apenas as linguagens visuais ou sonoras que complementam os textos verbais, há comentários verbais escritos a partir de imagens e sons, com as quais dialogam (DORIA; VERGNANO-JUNGER, 2008).

Um exemplo disso são os *memes* de internet, que não são conteúdos individuais e isolados, mas complexos informacionais que só significam em conjunto. Portanto, “em termos de leitura, é preciso, necessariamente, estar aberto ao olhar multimodal, pois os sentidos se constroem (ou devem construir-se) com base na interação entre diferentes linguagens” (DORIA; VERGNANO-JUNGER, 2008, p.4). Isso significa que saber ler os diversos modos de expressão (imagem, cor, palavras, etc.) é tarefa essencial para que a leitura seja completa.

### 3.4. Leitura de imagens

Como já falamos anteriormente, o ato de ler não se restringe, apenas à decodificação das palavras, ou seja, a “seguir letra a letra os signos do alfabeto” (SANTAELLA, 2012, p. 11). Do contrário, como explicar a leitura que fazemos de tantas imagens que disputam nossa atenção todos os dias?

---

<sup>37</sup>Sistemas de signos ou símbolos (ROJO; BARBOSA, 2015).

Vivemos em um mundo permeado por informações imagéticas e, de alguma maneira, nos vemos obrigados a lê-las e compreendê-las cotidianamente. Ao sairmos de casa, encontramos imagens associadas às palavras em cartazes e publicidades, no metrô, nos pontos de ônibus e tantas outras situações, “isso sem considerarmos que, quando dormimos, continuamos a ver imagens nos sonhos” (SANTAELLA, 2012, p. 12) e praticamos a leitura sem nos darmos conta disso.

Com o advento das tecnologias digitais, o apelo ao visual, dos vídeos, imagens, dentre outros recursos, exigem leitores que sejam capazes de desenvolver suas habilidades leitoras, não apenas nos textos verbais escritos, mas em todos os elementos visuais encontrados na página (LEFFA, 2014; COSCARELLI, 2016). Isso não significa que seja necessário dicotomizar o verbal e o não verbal. Santaella (2012) afirma que, embora a expressão linguística e a visual pertençam a reinos distintos, com modos de representar e significar a realidade, peculiares, uma não pode substituir a outra, pois ambas se complementam.

Sem adentrar no estudo das imagens, percebemos que, no âmbito das representações visuais, “nem sempre a imagem reproduz aspectos daquilo que é naturalmente visível” (SANTAELLA, 2012, p. 21). Daí a importância de se desenvolver habilidades que nos permitam ler uma imagem e não apenas visualizá-la.

Vergnano-Junger e Vergnano (2005) também nos alertam para a necessidade de criação de mecanismos para a leitura de imagens. As autoras citam cinco propostas de Trevisan (2002), modalidades de metodologia para a leitura de imagens: leitura bibliográfico-intencional (estudo do autor, sua vida ideias e condições de produção), leitura cronológico-estilística (a influência do período histórico vivido pelo artista), leitura formal (análise da obra de arte em si), leitura iconográfica (leitura dos elementos expressivos) e a iconologia ou iconografia interpretativa (projeta a atitude do artista de representar ou de pensar sobre uma realidade). A partir dessas modalidades, Vergnano-Junger e Vergnano (2005) apresentam uma estrutura mais didática para a leitura de imagens. São elas, análise dos elementos visuais e da temática; análise das linguagens, da materialidade – suportes, ferramentas, matérias; contextualização, conexões transdisciplinares; processo de criação.

De acordo com a referida autora, a aplicação dessas estruturas é válida para a leitura de qualquer imagem, artística ou não. Entretanto, é fundamental que, antes da aplicação de qualquer metodologia, se estabeleça um objetivo – o que se pretende alcançar com determinada imagem. Não podemos esquecer que o verbal e o não verbal se completam para criar um sentido, ou seja, a retirada de um ou de outro implica na limitação do processo leitor “que passa a ser fragmentado e desconecta elementos que, juntos, compunham a mensagem

original e contribuem para a construção de sentidos” (VERGNANO-JUNGER; VERGNANO, 2005, p. 11).

### 3.5. Intertextualidade

Sabemos que um texto não pode ser compreendido como uma estrutura pronta, que possui um sentido literal único, e que, para compreendê-lo, não basta dominar o código. Um texto é resultado da interação de sujeitos sociais “é um construto histórico e social, extremamente complexo e multifacetado, cujos segredos é preciso desvendar para compreender melhor esse milagre que se repete a cada nova interlocução” (KOCH, 2015, p. 9). Marcuschi (2008) acrescenta que, de alguma forma, todo o texto dialoga com outro texto, ou seja, “apresenta algum aspecto intertextual, pois nenhum texto se acha isolado e solitário” (MARCUSCHI, 2008, p. 129).

Desta forma, adotamos a definição de intertextualidade como sendo “a relação de um texto com outros textos previamente existentes” (KOCH, 1991, p. 532). A referida autora distingue a intertextualidade em dois grupos: sentido amplo e sentido restrito (KOCH, 2016). No sentido amplo, a intertextualidade já está presente em todo e qualquer texto. Segundo a autora, “ela é condição mesma da existência de textos” (KOCH, 2015, p. 86). No sentido restrito, ocorre quando, “em um texto, está inserido outro texto (intertexto) anteriormente produzido, que faz parte de nossa memória social de uma coletividade” (KOCH, 2015, p.86).

Dentre os tipos de intertextualidade de sentido restrito, Koch (2015) destaca: a de conteúdo e forma; a explícita e implícita; a das semelhanças e das diferenças. Em relação a intertextualidade de conteúdo X de forma/conteúdo, esta acontece ao utilizar determinado gênero textual em outro contexto apenas para obter um efeito especial de sentido. A autora descarta a possibilidade de uma intertextualidade apenas de forma, “pois toda forma enforma/emoldura um conteúdo” (KOCH, 2015, p. 62).

A intertextualidade também pode se constituir de forma explícita ou implícita. Ela é explícita quando ocorre a citação da fonte e implícita, quando a citação não é expressa e é necessário que o interlocutor a recupere em sua memória para “construir o sentido do texto, como nas alusões, na paródia e em certos tipos de paráfrases e ironias” (KOCH, 2015, p. 92).

Na intertextualidade das semelhanças, o intertexto é incorporado no texto, a fim de dar-lhe apoio argumentativo – por exemplo, a argumentação por autoridade. E, em se tratando de

intertextualidade das diferenças, o texto incorpora o intertexto para colocá-lo em questão, para ridicularizá-lo – paródia, ironia (KOCH, 2015).

Koch (2015) ainda reserva um espaço para a intertextualidade com textos próprios, alheios ou genéricos. Segundo ela, um autor pode fazer alusão a seu próprio texto ou citar textos sem autoria específica como “repertório de uma comunidade, como é o caso dos provérbios e ditos populares” (KOCH, 2015, p. 64). Todas essas manifestações de intertextualidade reforçam sua importância na leitura e construção de significados além de reforçar a ideia de que todos os textos comungam com outros textos, ou seja, apresentam algum aspecto intertextual (MARCUSCHI, 2008; KOCH, 2015, 2016).

## 4METODOLOGIA

Neste capítulo, é apresentado o tema desta pesquisa, seu problema e as escolhas metodológicas que serão adotadas no decorrer do trabalho. Partimos do contexto atual da comunicação e sua relação com as tecnologias da comunicação e informação (TICs). Nesse contexto, “a Web 2.0<sup>38</sup> muda o fluxo da comunicação e, em tese, acaba com a cisão produtores/leitores, possibilitando que todos publiquem na rede e exerçam simultaneamente os dois papéis, originando o que (ROJO, 2013) denomina *lautor*”<sup>39</sup> (BARBOSA; ROJO, 2015, p.119).

No ambiente virtual, em especial nas redes sociais, é possível acessar e compartilhar diversas informações, vídeos, imagens e textos que exigem leitores e produtores de textos experientes e habilidosos (COSCARELLI, 2016). Isso porque, “diante da tela, o usuário/leitor, precisa compreender a função dos links, identificar ícones e signos próprios do gênero (como curtir e compartilhar no Facebook, selecionar emoticons no WhatsApp, enviar fotos, publicar comentários)” (COSCARELLI, 2016, p. 21).

Estamos permeados pela leitura e escrita em nosso cotidiano: ao planejar uma viagem, ao checar os horários de um trem, ao responder a um *e-mail*. “O dia de trabalho da maioria das pessoas implica o uso da leitura e escrita” (BARTON, 2015, p.40). Com a expansão das TICs, nossa vida em sociedade foi alterada, assim como nossa relação com os textos.

O texto, que antes era estático, agora traz (pode trazer) consigo animações, efeitos sonoros e inúmeras possibilidades de interação que “vão redefinindo os modos como os leitores lidam com os textos e as mídias digitais” (COSCARELLI, 2016, p. 23). Entendemos, assim, a leitura como uma atividade social que faz parte de nossas vidas (VERGNANO-JUNGER, 2015) e, na qual, a compreensão de textos envolve processos cognitivos múltiplos (KLEIMAN, 2013). Concordamos com diversos autores (KLEIMAN, 2013; VERGNANO-

---

<sup>38</sup>A primeira geração da Internet (*Web 1.0*) dava, principalmente, informação unidirecional (de um para muitos), como na cultura de massa. Com o aparecimento de *sites* como *Facebook* e *Amazon*, a *Web* tornou-se cada vez mais interativa. Nesta *Web 2.0*, são principalmente os usuários que produzem conteúdos em postagens e publicações, em redes sociais como *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr*, *Google+*, na Wikipédia em redes de mídia como *Youtube*, *Flickr*, etc. (BARBOSA; ROJO, 2015, p.119).

<sup>39</sup>Muitos dos estudos atuais sobre tecnologias são desenvolvidos no âmbito da AD (tanto enunciativa francesa, quanto de origem anglo-americana), bem como em outras áreas do conhecimento, como a comunicação, a ciência da informação, educação etc. Em vista disso, e por ser um campo novo, optamos por trazer elementos teóricos que sejam produtivos e não conflitantes com a orientação sociocognitiva, a fim de situar o estado da arte sobre o tema. As reflexões com base na sociogognição e cognição situada são trazidas durante o estudo e postas em diálogo com essas informações.

JUNGER, 2015; COSCARELLI, 2016) que afirmam que, para se chegar à compreensão de um texto, o leitor precisa desenvolver outras habilidades além da decodificação e compreensão do significado das palavras na formação de sentenças e parágrafos. É preciso dispor de conhecimentos prévios que permitam atribuir sentidos às palavras e frases, acionar estratégias metacognitivas, como fazer previsões e produzir inferências, para construir significados para um texto (KLEIMAN, 2013; VERGNANO-JUNGER, 2015; COSCARELLI, 2016).

É comum escutarmos em notícias, reportagens na mídia e nos meios escolares, que os jovens de hoje não leem. Isso porque, sob a ótica de alguns professores e jornalistas, só são considerados leitores, aqueles que leem livros. Em uma reportagem publicada na Folha de São Paulo (versão digital) em maio de 2016<sup>40</sup>, sobre leitura, o Ibope considerava “leitores” os que leram ao menos um livro, inteiro ou em partes, nos últimos três meses. Aqueles que não se enquadravam nesse requisito eram considerados não “leitores”.

Mas, como dito anteriormente, se olharmos ao nosso redor, não é difícil encontrar em restaurantes, *shoppings* e tantos outros lugares, pessoas atentas à tela de um celular. Estas pessoas, na maior parte do tempo, estão lendo algo, enviando mensagens, respondendo, ou pesquisando na internet. Estão fazendo, portanto, uso da leitura, mas não uma leitura imposta, como acontece frequentemente na escola (VERGNANO-JUNGER, 2015). Trata-se de uma leitura motivada e prazerosa, de fácil realização, já que “quando lemos porque outra pessoa nos manda ler, como acontece com frequência na escola, estamos apenas exercendo atividades mecânicas que pouco têm a ver com significado e sentido” (KLEIMAN, 2013, p.38).

Pesquisas recentes apontam que 55% da população está conectada à internet e que o Brasil é o terceiro país em número de usuários das redes sociais, atrás somente dos Estados Unidos e da Índia (POSSOLI; NASCIMENTO; SILVA, 2015). Estas são, hoje, um dos espaços onde as pessoas passam boa parte de seu tempo em contato com a leitura, construindo e negociando significados. Sendo assim, sob este ponto de vista, podemos afirmar que os jovens leem, sim, mas o fazem com aquilo e em situações que lhes interessam. Logo, o foco dos questionamentos deve se voltar para como e quando se está lendo. E, a partir desses questionamentos, será possível obter elementos que contribuam para formar um leitor autônomo, capaz de utilizar estratégias cognitivas para dialogar criticamente com várias fontes (VERGNANO-JUNGER, 2016).

---

<sup>40</sup>LINHARES, Juliana. Bela, recatada e “do lar”. 18 de abril de 2016. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar>>. Acesso em: 13 de março de 2018.

Conforme citado anteriormente, dos inúmeros gêneros que circulam nas redes sociais (*post*, *chat*, tutorial, publicidade, *mashup*), chamou-nos a atenção a difusão de um gênero específico que ganhou ampla repercussão em ambientes virtuais: os *memes* de internet. Eles podem ser encontrados em formato de imagem com texto, vídeo, texto ou áudio, normalmente com humor e atuando na transmissão de conhecimento sobre determinado assunto ou situação específica para os atores sociais<sup>41</sup> (DIAS, et al., 2015, p.8).

De acordo com o *#Museu de Memes* da UFF<sup>42</sup>, o universo dos *memes* ainda é pouco difundido no Brasil, muito embora as pessoas que fazem uso das redes sociais convivam intensamente com eles. As redes sociais têm um papel fundamental na proliferação de tais conteúdos, afinal, um simples compartilhamento de um *meme* faz com que seu conteúdo seja visto por milhares de pessoas que, por sua vez, irão repassá-lo para suas redes de relacionamento e assim por diante (DE MORAES, 2013).

Na maioria das vezes, os *memes* surgem para entreter, informar, criticar, *trolar*<sup>43</sup>, entre outras possibilidades (SOUZA, 2014). Alguns tornam-se tão conhecidos que saem da esfera da *Web* e passam a ser mencionados por outros meios de comunicação. Podemos citar como exemplos, o “Cala a boca, Galvão!”<sup>44</sup>, episódio ocorrido durante a Copa do Mundo, que dominou os estádios e o *Twitter* em 2010, em relação a um narrador de futebol, e também a edição especial “Novo Governo” da revista *ISTO É* - edição impressa - de maio de 2016.

Nessa edição especial, a revista trouxe em duas páginas, com o título: *HUMOR EM TEMPOS DE CRISE*, os *memes* que viralizaram nas redes sociais durante o processo de *impeachment*. Segundo a própria revista, mesmo em um cenário tão conflagrado, a nação não perde uma de suas melhores virtudes: o bom humor. O indivíduo, ao compartilhar um *meme* em uma rede social, estaria criando laços entre amigos, afinal “*memes* são compartilhados em

---

<sup>41</sup>Os atores sociais são o primeiro elemento da rede social, são as pessoas envolvidas na rede que atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais (RECUERO, 2009, p. 25).

<sup>42</sup>*#Museu de Memes* é um projeto da Universidade Federal Fluminense que congrega alunos e professores em caráter permanente ou honorário. São alunos de graduação em Estudos de Mídia/UFF, pós-graduação em Comunicação/UERJ e professores do Departamento de Estudos Culturais e Mídia/UFF e outras instituições. É constituído de um acervo diversificado de memes brasileiros ou que circularam pelo Brasil. Realiza eventos e exposições físicas e virtuais, abertas ao público em geral, com interesse de fomentar o debate sobre tais congêneres.

<sup>43</sup>*Trolar* é uma gíria da internet que significa zoar, chatear, aprontar alguma (SOUZA, 2014, p. 163).

<sup>44</sup>A expressão ‘Cala Boca Galvão’ virou hit do *Twitter* mundial durante a cerimônia de abertura da Copa do mundo, que foi apresentada por Galvão Bueno e a jornalista Fátima Bernardes, na África do Sul. O público mostrou o descontentamento com o narrador e apresentador de tal forma que a expressão de desaprovo ao seu desempenho na cerimônia de abertura foi a líder do *Trending Topic* (TT) Brasil, termo que representa as palavras e/ou expressões mais abordadas no *microblog* no país.



redes sociais digitais, de certa maneira, pelo mesmo motivo que pessoas contam piadas ou histórias que ouviram: para fazer parte do grupo [...]” (MARTINO, 2014, p. 179).

Como já dito anteriormente, ao iniciarmos nossas pesquisas sobre os *memes* de internet, percebemos que sua classificação não era clara. Um mesmo autor ora se referia ao meme como um fenômeno, ora como um gênero discursivo/textual e outros como *remix*. Mas não encontramos, até o momento, um estudo que realmente definisse o *meme* de internet.

Encontramos referências aos *memes* como fenômenos dentro da área de Comunicação Social e Informática. Dentre os autores da área de Educação, alguns se referem ao *meme* apenas como gênero, outros somente como *remix*, e ainda encontramos quem se refira a eles como gênero e fenômeno ao mesmo tempo, o que nos levou a perceber que não há um consenso sobre o conceito dos *memes*.

Em busca de uma definição clara, decidimos, neste trabalho, utilizar parâmetros metodológicos de um constructo de estrutura de gênero textual e coletar vários *memes* (o que as pessoas resolveram chamar de *memes* - frases, vídeos, image macro<sup>45</sup>) a fim de chegar a um acordo sobre se eles são um gênero textual único com subgêneros ou não, se são vários gêneros aparentados (como a carta e o *e-mail*<sup>46</sup>) e como isso tem relação com o processo leitor, já que é algo para ser lido.

A partir dessas reflexões formulamos as seguintes perguntas de pesquisa:

- I. Efetivamente, o *meme* de internet pode ser caracterizado como gênero textual?
- II. Que relação pode ser estabelecida entre o *meme* de internet e o processo leitor?

#### 4.1 Caracterização da pesquisa

A fim de solucionar nossos problemas, optamos por um estudo documental de caráter exploratório, com uma abordagem qualitativa de análise dos dados. Exploratório, porque, em

---

<sup>45</sup>O termo “image macro” surgiu no fórum [Something Awful](#) em 2004 e se refere ao meme que consiste em uma imagem com uma legenda sobreposta. Sua popularidade decolou, no entanto, no [4chan](#) e ganhou vida própria com os *LOLcats* em 2006 (<http://www.museudememes.com.br/sermons/image-macro/>).

<sup>46</sup>Inicialmente, o e-mail podia ser considerado como um novo formato de carta, mas aos poucos passou a ter características próprias que o fizeram ser considerado um gênero textual a parte.

nossas revisões teóricas sobre o tema, percebemos uma lacuna conceitual, pois as pessoas estão chamando vários textos de caráter diferente de *meme* sem chegar a um acordo sobre sua caracterização específica.

Quanto à opção pelo estudo documental, embora o olhar sobre o processo leitor indicasse a propriedade de um estudo observacional com sujeitos, as limitações de tempo e as especificidades do curso justificam essa opção metodológica. Também porque, ao buscar definir e caracterizar *meme*, a opção documental, de estudo de exemplos de textos assim considerados, apresenta-se como tendo maior potencial produtivo para o alcance desse objetivo.

Até chegarmos a uma conclusão, o trabalho passa por diferentes etapas: coleta de materiais em três redes sociais – *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*; seleção do *corpus* para análise; caracterização dos *memes* como gêneros textuais; discussão sobre os conhecimentos demandados para sua leitura. A estruturação da pesquisa estará mais detalhada no subcapítulo 4.3.

## 4.2 *Corpus* de análise

Em um país onde 120 milhões de brasileiros estão conectados à internet, não é difícil perceber que muitos usuários da rede produzam diversos tipos de materiais que são compartilhados em diferentes redes sociais (RS). Dentre as várias RS disponíveis, optamos por trabalhar com as três mais acessadas: *Facebook*, *Twitter* e *YouTube* (BARBOSA, 2017; BARTON; LEE, 2015), por tratarem-se de suportes virtuais para diversos materiais, compostas de agentes em interação, cuja motivação consiste no “engajamento social e o desejo de estar em contato com amigos” (LEFFA, 2016, p. 67).

Elegemos os *memes* que tiveram ampla circulação (números de curtidas, compartilhamentos e comentários no *Facebook*; curtidas, retuítes e comentários no *Twitter*; visualizações e curtidas no *YouTube*<sup>47</sup>) com a mesma temática e mesmo período de circulação. Foram selecionados dois memes de cada RS, cujo tema foi “Bela, recatada e do

---

<sup>47</sup>Apenas os donos dos canais do *YouTube* têm acesso ao número de compartilhamentos de suas publicações disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/1733022?hl=pt-BR>. Acesso em: 13 de março de 2018.

lar”, uma reportagem publicada pela revista *Vejaonline* (ver Anexo A), visando enaltecer Marcela Temer – esposa do vice-presidente Michel Temer – em 20 de abril de 2016<sup>48</sup>.

### 4.3 Critérios de análise

Conforme já explicado anteriormente, nossa análise é dividida em duas etapas. Na primeira, caracterizamos *omeme* de internet, tendo em vista sua conceituação não ser clara. Em busca de responder “se efetivamente o *meme* de internet pode ser caracterizado como gênero textual”, será usada uma proposta metodológica baseada em Donato (2014) e Vergnano-Junger (2016), discutindo o que hoje é chamado de *memes* em três redes sociais diferentes – *Facebook*, *Twitter* e *YouTube* – quanto aos quatro pilares – conteúdo, estrutura, função comunicativa e suporte (MARCUSCHI, 2008; DONATO, 2014; VERGNANO-JUNGER, 2016) e sob três perspectivas de olhares – produção, recepção e contexto.

Na segunda etapa, por uma questão de recorte e dada a natureza da dissertação, optamos por analisar o processo leitor apenas nos *memes* (*image macro*), por se tratar de uma análise da leitura enquanto compreensão escrita. Estes se apresentam em forma quadrangular ou retangular, com texto verbal sobreposto à imagem. A partir das estratégias clássicas de leitura, tentamos identificar quais poderiam ser demandadas para a compreensão dos textos em questão.

---

<sup>48</sup><https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>

## 5 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Terminada a parte teórica e metodológica da pesquisa, passamos à etapa de análise e discussão dos dados. Entretanto, iniciamos com uma breve descrição e apresentação do *corpus*.

### 5.1 Apresentação do *corpus*

A fim de responder os problemas dessa pesquisa, escolhemos como *corpus*, os conteúdos classificados como *memes* de internet, pelos usuários da Rede. Estes foram gerados a partir da expressão “bela, recatada e do lar”, três características que correspondem ao título da reportagem publicada pela revista *Veja*, em 18 de abril de 2016, apresentando Marcela Temer, mulher do, à época, vice-presidente Michel Temer e “quase primeira-dama” nas palavras da publicação.

As imagens foram coletadas no período de 13 de março a 31 de julho de 2018. Os dois *memes* do *Facebook*, foram retirados de fotos públicas, postados em 20 e 22 de abril de 2016, respectivamente. Os do *Twitter* também foram da mesma época, 20 de abril, postados por *Diário de Pernambuco* (@DiarioPE)<sup>49</sup> e *Artes Depressão* (@Artes\_Depressao)<sup>50</sup>. Dos vídeos selecionados do *YouTube*, o primeiro exibe 15 diferentes *memes*, em formato de *image macro* (ver Cap. 4) que circularam em diversas redes sociais, na época – (abril de 2016). Foi publicado por *YouTudo Resumo de Novelas*, em 21 de abril de 2016. O segundo vídeo foi publicado por *Fabiana Bertotti*, também em 21 de abril de 2016. Em nossas buscas por *memes* no *Facebook*, encontramos, em uma página privada uma postagem que fazia referência ao segundo vídeo a que nos referimos.

---

<sup>49</sup>De acordo com o *site* do Diário de Pernambuco, ele é o jornal dos pernambucanos desde 1825, sempre comprometido com a verdade e com o conteúdo que oferece aos seus milhares de leitores (<http://www.diariodepernambuco.com.br/>).

<sup>50</sup>Investigação sucinta do humor, sarcasmo e ironia do campo artístico ([https://mobile.twitter.com/Artes\\_Depressao](https://mobile.twitter.com/Artes_Depressao)) Acesso em 22/09/2018.

Figura 12 – Comentário e compartilhamento do vídeo que circulou no *YouTube*



Fonte: <https://www.facebook.com/Beladolar/>

O texto que deu origem a todos esses *memes* enaltecia Marcela Temer como uma esposa perfeita, descrevendo-a como uma mulher discreta, boa dona de casa e que utiliza vestidos na altura do joelho. No entanto, os internautas não perderam a oportunidade e usaram as redes sociais para fazer críticas, encarando a reportagem como machista e repressora. Criaram e fizeram circular, então, *memes*, com objetivo de criticar e ironizar os adjetivos dados pela revista a Marcela.

Devido à grande variedade desses *memes* nas redes sociais – *Facebook*, *Twitter* e *YouTube* -, selecionamos apenas alguns, adotando como critério de seleção no *Facebook* os que tiveram mais curtidas. Observamos que estes eram em formato de *image* macro.

Figura 13 – 1,2 mil curtidas/75 comentários/105 compartilhamentos



Fonte: <https://pt-br.facebook.com/FelixviaComplexoPOP?fref=photo>

Figura 14 – 13 mil curtidas/ 497 comentários/ 3,1 mil compartilhamentos



Fonte: <https://pt-br.facebook.com/ArtesDepressao/posts/>

Dos que circularam no *Twitter*, fizemos a seleção com base em números de retuítes e curtidas:

Figura 15 – 34 curtidas/ 25 retuítes



Fonte: <https://twitter.com/DiarioPE>

Figura 16 – Frida Kahlo<sup>51</sup> - 24 curtidas/14 retuítés



Fonte: [https://twitter.com/artes\\_depressao/status/722888830886359040](https://twitter.com/artes_depressao/status/722888830886359040)

Com relação aos *memes* que circularam no *YouTube*<sup>52</sup>, selecionamos os que tiveram maior número de visualizações e curtidas.

<sup>51</sup>Frida Kahlo foi umas das mais importantes pintoras mexicanas do século XX. Embora tenha tido uma vida muito conturbada, tanto pela saúde quanto por relacionamentos, destacou-se por ser uma artista singular. Dona de um espírito revolucionário, militou no partido comunista mexicano e lutou pelos direitos das mulheres, tornando-se um símbolo do feminismo - <https://www.todamateria.com.br/frida-kahlo/>

<sup>52</sup> Não exibimos o número de compartilhamentos deste suporte, pois, de acordo com o próprio *site*, apenas o dono do canal tem acesso a esta informação. Solicitamos aos donos dos canais escolhidos o número de vezes que o conteúdo foi compartilhado, entretanto, até a presente data, não obtivemos resposta.

Figura 17 – 4.433 visualizações/ 22 curtidas



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=BUJCqp89nXY>

Figura 18 - 296.764 visualizações /20 mil curtidas



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=WiKnBBdTc0k>

## 5.2 Análise e discussão dos dados

Nosso critério de análise é a identificação dos elementos que compõem a metodologia de caracterização do gênero que aparece no referencial teórico (DONATO, 2014; VERGNANO-JUNGER, 2016). Decidimos organizá-la, primeiro, a partir dos pilares para,



depois, discutirmos os níveis. Sendo assim, a discussão se dá do mais específico ao geral. Dentro dessa divisão, optamos por começar pelo suporte.

### 5.2.1 Suporte

O suporte, na realidade digital, é algo complexo, pois envolve componentes físicos e virtuais. Para efeito de análise, identificamos/nomeamos apenas a ponta final virtual, que permite acesso mais imediato aos textos e mostra o gênero. Neste caso, referimo-nos a cada uma das várias redes sociais utilizadas, embora reconheçamos que, por trás delas estão o navegador, os *software* que permitem o funcionamento da máquina, a internet e, como constituinte físico, os próprios dispositivos (computador, *tablet*, celular, por exemplo). Sendo assim, simplificamos a cadeia de componentes a: *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*. Chamamos o suporte *Facebook* de S1, o suporte *Twitter* de S2 e o suporte *YouTube* de S3.

Observando os *memes* encontrados em S1 e S2, notamos que, no que diz respeito à disposição, não há diferenças entre eles, ou seja, se comportam da mesma maneira em cada suporte. Os *memes* coletados são estáticos, se apresentam como *imagemacro*. Conforme a dinâmica de cada suporte, esses *memes* podem ser curtidos e compartilhados/retuítdos com outros usuários, sem alterar sua forma, função e conteúdo.

Entretanto, ao observar o S3, um *site* de compartilhamento de vídeo, em um primeiro momento, não encontramos nada significativo. Percebemos que os *memes* encontrados neste suporte eram a reunião daqueles considerados os melhores *memes* que foram publicados em outras redes sociais e/ou um vídeo com algum comentário sobre eles.

Ao realizar buscas com as *tags* “*bela, recatada e do lar*”; “*memes de bela, recatada e do lar*” ou “*#bela,recatadaedolar*”, inicialmente, pensamos que a ideia de *meme* não seria aplicada ao S3. Outra opção é que este aparecesse sob outro formato, pois, até então, os vídeos do *YouTube* com essa temática eram críticas aos temas cujos *memes* circulavam na internet, ou um apanhado de *memes* retirados de outras mídias.

Durante a observação do vídeo da figura 17 (ver p. 48), notamos que, na página, havia uma lista de vídeos recomendados, disponibilizada na tela pelo próprio suporte. Após assistir a alguns, encontramos um com a mesma temática, entretanto sem a *tag* “*meme*”, mas que poderia ser um *meme* de internet.

Figura 19 – Vídeos recomendados pelo *YouTube*

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=WiKnBBdTc0k&t=5s>

Apesar de não haver nenhuma referência ao termo *meme*, percebemos que apresentava todas as características teóricas que têm sido atribuídas a essa produção textual. Conforme citado no capítulo 2 deste trabalho, tratamos os *memes* de internet como um conteúdo fruto da cultura participativa que recriam significados, a partir de imagens ou textos conhecidos na rede, com um toque de humor.

De acordo com Rojo e Barbosa (2015, p. 10), “os *memes* são aqueles vídeos, fotomontagens ou frases que aparecem de repente como uma brincadeira e se espalham numa velocidade absurda, sofrendo mutações e ganhando novos contextos e significados”. Logo, percebemos que o vídeo da figura 18, ao contrário do outro que traz a reunião de *memes* estáticos que circularam na rede— *image macro* –, começa como uma brincadeira (humor). Teve, também, ampla visualização e foi recriado a partir da expressão “bela, recatada e do lar”.

Acomodando-se à característica do suporte, o vídeo autoral traz a *vlogueira* à frente da câmera, encenando o modelo de mulher ideal e, posteriormente, comentando a reportagem, sua repercussão e expressando sua opinião a respeito. A diferença entre os dois vídeos exibidos no S3 é que, no primeiro, 18 *memes* são exibidos em uma publicação apenas reproduzindo o que já havia sido transmitido em outros suportes. Já no segundo, vemos mostrado apenas um, especialmente criado para o suporte.

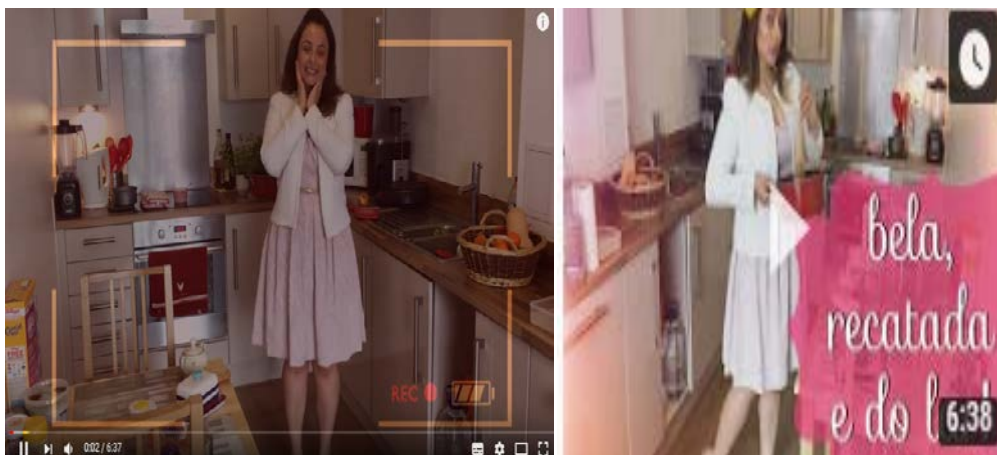
Logo, como veremos mais adiante, isso pode interferir no processo leitor, tendo em vista que cada um desses 18 *memes* exibidos possui forma, conteúdo e função comunicativa distintas. No S1 e S2 é possível fazer postagens de todos os exemplos citados acima, pois, além de exibir imagens estáticas como *image macro*, o *Facebook* e *Twitter* permitem que seus

usuários descarreguem vídeos de até 120 minutos<sup>53</sup> e 140 segundos<sup>54</sup>, respectivamente. O mesmo não acontece com o S3, pois ao acessar o *site*, o usuário espera encontrar um vídeo, uma reprodução de imagens em movimento. Não há a exibição de uma *imagemacro* e, sim, de várias encadeadas sob a forma de um vídeo, com certa duração de exposição e transição de uma a outra imagem, em uma mesma postagem.

Logo, concluímos que a alteração do meio de circulação, armazenamento e exposição desse gênero, para o suporte *YouTube*, apesar de, em princípio, não afetar a função comunicativa, pode afetar sua estrutura e conteúdo – pilares que tratamos a seguir. Com isso, acaba gerando outro modelo de *meme* de *internet*. Esse *meme* em formato de vídeo só pode ser exibido em suportes que comportem a exibição de vídeos, do contrário não seria possível acessá-lo e, conseqüentemente, compreendê-lo.

Quando comparamos as imagens a seguir (figura 20), é possível depreender do que se trata, na da direita, pelo auxílio do texto verbal, mas não na da esquerda. Dessa forma, esse gênero quando realizado e acessado em outro suporte, que não comporte vídeos, um livro didático impresso, por exemplo, apresentará características distintas. Indo ao encontro do que Marcuschi (2008, p. 174) afirma: “o suporte não é neutro e o gênero não fica indiferente a ele”.

Figura 20 – imagem de dois trechos do vídeo exibido no S3



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=WiKnBBdTc0k&t=5s>

<sup>53</sup> Informação extraída do site <https://pt-pt.facebook.com/help/community/question/?id=463868263726424> - Acesso em: 28 de julho de 2018.

<sup>54</sup> Disponível em: <[https://blog.twitter.com/official/pt\\_br/a/pt/2016/novas-formas-de-ver-e-postar-videos-no-twitter.html](https://blog.twitter.com/official/pt_br/a/pt/2016/novas-formas-de-ver-e-postar-videos-no-twitter.html) - Acesso em: 28 de julho de 2018.

### 5.2.2 Conteúdo

Do ponto de vista do conteúdo temático, nos *memes* em formato de *imagemacro*, predominam imagens, coexistindo o verbal e o não verbal, que trazem uma crítica bem-humorada à reportagem exibida pela revista *Veja*. Os *memes* que circularam no S1 e S2 apresentam imagens diferentes e apenas um utilizou o texto no plural, diferenciando-se dos demais.

Trazem as qualidades bela, recatada e do lar, além de presença de figuras femininas em diversas situações. As imagens carregam contradições entre os adjetivos e as imagens femininas, que não correspondem aos ideais sociais expressos pelas palavras (presença de danças eróticas, gestos obscenos, consumos de bebidas alcoólicas em bares, masculinização do feminino, homossexualidade, dentre outras). Também há uma ruptura do contexto original da reportagem ao usar figuras e adjetivos masculinos ao invés de femininos.

Com relação ao primeiro vídeo exibido no S3, percebemos imagens distintas e textos igualmente distintos. Vale ressaltar que esse vídeo é uma compilação de alguns *memes* (18 *memes*– figuras 21-39) que circularam em diversas redes sociais.

Figura 21 - Belo



Figura 22 – Estátua



Figura 23 – Bíceps



Figura 24 – Cervejas

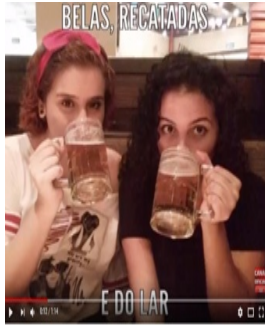


Figura 25 – Dilma



Figura 26 – Pileque

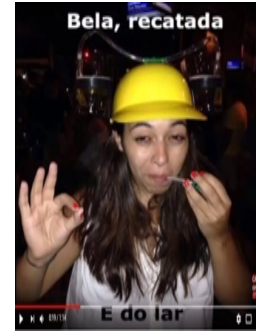


Figura 27 – Trio



Figura 28 – Cerveja



Figura 29 – Protesto



Figura 30 – Massagem

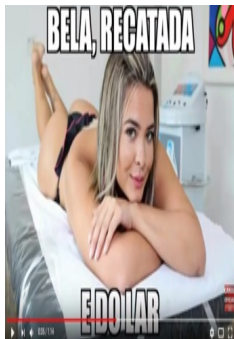


Figura 31 – Dólar



Figura 32 – Casamento



Figura 33 – “do lar”



Figura 34 – Pole dance



Figura 35 – Banheira

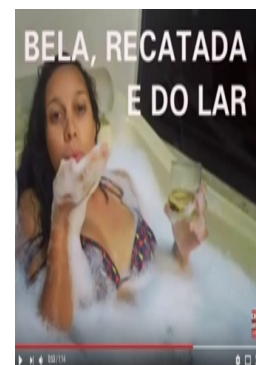


Figura 36 – Batman



Figura 37 – Unicórnio

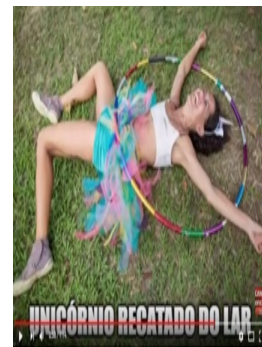
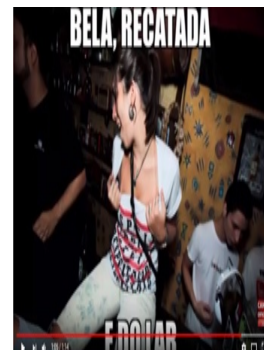


Figura 38 – Camareira



Figura 39 – Balada



Já no segundo vídeo exibido no S3 (figura 18, ver p. 48), a presença de linguagem verbal não é constante, porém, a partir do título do vídeo e da explicação oral da *vlogueira*, percebemos que seu conteúdo também é uma crítica bem-humorada à reportagem, ressignificando as imagens, acontecimentos e estereótipos.

Ainda em relação ao segundo vídeo, ao explicar o conteúdo da publicação, a *vlogueira* comenta que, dada a polêmica do tema e o apelo de seus seguidores, ela resolveu aderir à questão criando um vídeo. Nele, levanta a questão do ideal de mulher, descrito pela revista *Veja*, e faz uma crítica não apenas à matéria, mas aos leitores, defendendo uma postura mais crítica na recepção dos conteúdos que diariamente recebemos.

### 5.2.3 Função comunicativa

Embora os *memes* apresentem diferenças em sua forma, podemos afirmar que todos eles cumprem a função de criticar o acontecimento polêmico: a reportagem sobre Marcela



No caso do vídeo (Figura 18), até os 24 segundos da encenação, é possível que o usuário reconheça a crítica e o humor, pela *tag* “Bela, Recatada e do Lar – o que há por trás do discurso da *Veja*”. Percebemos, entretanto, que apenas nos primeiros 24 segundos do vídeo temos um *meme*, com humor e crítica ideológica, em resposta à reportagem. Após esse período, a *vlogueira* se coloca em frente à câmera e expõe suas opiniões sobre a polêmica, o que nos faz concluir que há um *meme* que foi utilizado como pretexto para que a *vlogueira* expressasse sua opinião sobre o assunto.

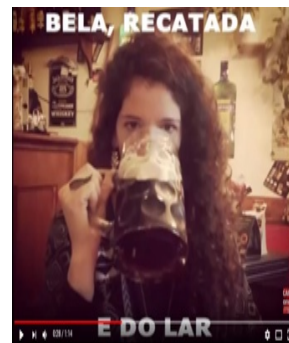
#### 5.2.4 Forma

Observamos, em relação à estrutura dos *memes* coletados em formato de *image* macro, que estes são gêneros compostos de imagens estáticas, em forma retangular ou quadrangular, com um texto verbal sobreposto. Alguns possuem apenas uma imagem e outros, mais de uma, conforme os exemplos a seguir em que o primeiro *meme* (figura 42) é composto de 03 imagens e o outro (Figura 43) de apenas uma. Mas ambas possuem texto verbal sobreposto.

Figura 42 - 03 imagens



Figura 43 - 01 imagem



Em relação ao texto verbal sobreposto, este se apresenta, algumas vezes como a expressão original e, em outras, de forma coloquial e com adjetivos distintos, mas sempre dialogando com a expressão original. Ou seja, seguem um modelo paralelístico. Esse paralelismo, no entanto, vai sendo rompido em um dos itens, conforme a figura 36 – Batman, recatada e do lar.

Quanto à sua posição, pode estar organizado de forma binária, na parte superior e inferior da imagem, ou não. O formato das letras e suas cores, também, não são os mesmos,



entretanto, todos são carregados de ironia e de humor, efeitos obtidos, em geral, pela articulação entre texto verbal e imagem.

Figura 44 – Exemplo 1



Figura 45 – Exemplo 2



Figura 46 – Exemplo 3



Figura 47 – Exemplo 4



É importante salientar que não basta ler a imagem ou a frase separadamente. Para que haja a compreensão de um *meme* é necessário que tanto a imagem quanto o texto sejam lidos em associação. Nisso consiste seu sucesso, conforme citado no capítulo 2, o humor e a intertextualidade.

Figura 48 –Dólar



Figura 49 – Belo



Figura 50 – Unicórnio



Figura 51 – Frida Kahlo



Em relação ao vídeo – figura 18 –, observamos que, nos primeiros 24 segundos de exibição, temos uma retomada da temática, sem recurso de linguagem verbal, apenas visual, com toque de humor, ganhando novo significado. Esse novo significado surge com alguns elementos não verbais associados à imagem: aceleração do vídeo, a música típica de filme mudo, com caracterização atemporal e cômica. Surge igualmente com o visual da *vlogueira*, estereotipado e fora de nosso tempo.

Esse novo sentido, entretanto, só é percebido com a ativação dos conhecimentos de mundo do leitor. A parte verbal posterior vai reforçar tais impressões, após os 24 segundos de vídeo sem uso de linguagem verbal. Do 25º segundo em diante, a protagonista do vídeo expõe sua opinião em relação a todo o alvoroço provocado pela reportagem da revista *Veja* e defende a criticidade na recepção de certos conteúdos – uma forma de enviar uma mensagem didática a respeito do tema.

Após as análises do *corpus* segundo os pilares, apresentamos os níveis, nos itens que seguem. As conclusões a respeito, fechando a caracterização do gênero são expostas posteriormente, visando à integração de todos os aspectos analisados.

### 5.2.5 Contextualização

Quando falamos em contextualizar, nos referimos à ação de colocar algo ou alguém em um contexto específico. Através da contextualização é possível conhecer o caráter social e cultural de determinado texto (DONATO, 2014). No caso deste trabalho, discorreremos sobre a revista *Veja* e a reportagem sobre Marcela Temer.

### 5.2.5.1 A revista *Veja*

Produzida pela Editora Abril, *Veja* começou a circular em 1968 e, atualmente, é a revista com maior tiragem do país, estendendo sua linha editorial também no espaço virtual (DO AMARAL; NETO, 2017). Defensora aberta dos ideais neoliberais<sup>57</sup> tem “seu texto fortemente permeado pela opinião, construída principalmente por meio de adjetivos, advérbios e figuras de linguagem” (BENETTI, 2016, p. 42). De acordo com Augusti (2005), seus leitores, por terem um nível de escolaridade acima da média nacional, são considerados a elite do Brasil.

De acordo com Do Amaral e Neto (2017), em relação ao posicionamento político, a revista se apresenta contrária ao pensamento dos partidos de esquerda. Logo, na reportagem que deu origem ao *corpus* dessa pesquisa, a questão não era exaltar Marcela Temer, mulher do então vice-presidente Michel Temer, mas deslegitimar a presidente Dilma, membro do PT, um partido de esquerda (DO AMARAL; NETO, 2017).

A revista se posiciona como uma instituição que tem autoridade para falar, devido ao fato de recorrer, frequentemente, ao conhecimento legitimado de professores, especialistas em áreas específicas, universidades, institutos de pesquisas, dentre outros (BENETTI, 2016). Augusti (2005, p. 84), afirma que a *Veja* “assume uma postura capaz de ditar normas para o leitor”.

### 5.2.5.2 A reportagem

Inicialmente, voltamos nosso olhar para a reportagem que deu origem a todos os *memes*. Isso porque não podemos deslocá-los de sua realidade social, tampouco de sua relação com as atividades humanas (MARCUSCHI, 2008). Um dia após o *impeachment* da presidente

---

<sup>57</sup>“Conjunto de ideias capitalistas de políticas e economia fundadas principalmente na não participação do Estado na economia e, na liberalização total do comércio (mercado livre) em nível mundial. Enfim, defende a livre circulação de capitais internacionais, abertura das economias nacionais para a entrada de multinacionais, a implantação de ações que impeçam o protecionismo econômico, adoção de política de privatização de empresas estatais etc” (OLIVEIRA, 2015, p. 230).

Dilma Rousseff<sup>58</sup>, a edição *online* da revista *Veja* traz uma reportagem sobre Marcela Temer – esposa do, na época, vice-presidente do país, Michel Temer.

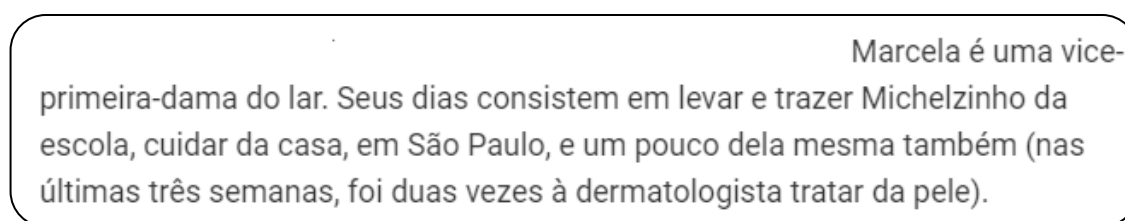
Figura 52 – A reportagem<sup>59</sup>



Fonte: <https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>

A referida reportagem apresenta ao leitor o estilo de vida de Marcela Temer, de 32 anos de idade, 43 anos mais jovem que seu esposo, seus compromissos como a educação do filho do casal, os momentos de intimidade e as atividades ligadas à vida privada. De certa forma, a revista faz uma pré-campanha de um indivíduo que está prestes a substituir a presidente eleita. Começa por criar um construto positivo para defender determinada ideia: a imagem de um homem de família, com valores conservadores e de alta moral, haja vista as qualidades de sua esposa.

Figura 53 – “Vice-primeira-dama do lar”



Fonte: <https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>

<sup>58</sup> “No dia 2 de dezembro de 2015, o presidente da Câmara, Eduardo Cunha (PMDB), acatou o pedido de *impeachment* contra a presidente Dilma Rousseff que fora escrito pelos advogados Janaína Conceição Paschoal, Miguel Reale Júnior e Hélio Bicudo, esse é ex integrante do Partido dos Trabalhadores (PT). O pedido teria sido feito alegando improbidade administrativa e pela ilegalidade das *pedalas fiscais*, manobra contábil que consiste no uso de verba dos bancos para atender aos programas sociais do governo, além dos indícios de corrupção do governo na gestão fraudulenta da Petrobrás, mas, que até o momento, esses fatos não teriam envolvido a presidenta nesse esquema. É pertinente considerar que o pedido de *impeachment* que fora acatado pelo presidente da Câmara aconteceu um dia após a abertura de inquérito de investigação pelo Conselho de Ética que envolve Cunha em esquema de distribuição de propinas. Cunha está preso em Curitiba desde outubro de 2016 e já foi condenado a 15 anos de reclusão” (DO AMARAL; NETO, 2017, p. 269).

<sup>59</sup> Trata-se de um trecho escolhido, a reportagem na íntegra, encontre-se no anexo.

Marcela não é ouvida, mas a reportagem traz alguns depoimentos de pessoas próximas a ela: sua irmã, sua estilista e seu antigo cabeleireiro (ver figuras 54 e 55).

Figura 54 – Depoimento da irmã e da estilista de Marcela Temer

“Marcela sempre chamou atenção pela beleza, mas sempre foi recatada”, diz sua irmã mais nova, Fernanda Tedeschi. “Ela gosta de vestidos até os joelhos e cores claras”, conta a estilista Martha Medeiros.

Fonte: <https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>

Figura 55 – Depoimento de seu cabeleireiro

Por algum tempo, frequentou o salão de beleza do cabeleireiro Marco Antonio de Biaggi, famoso pela clientela estrelada. Pedia luzes bem fininhas e era “educadíssima”, lembra o cabeleireiro. “Assim como faz a Athina Onassis quando vem ao meu salão, ela deixava os seguranças do lado de fora”, informa Biaggi. Na opinião do cabeleireiro, Marcela “tem tudo para se tornar a nossa Grace Kelly”. Para isso, falta só “deixar o cabelo preso”. Em todos esses anos de

Fonte: <https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>

De acordo com Do Amaral e Neto (2017, p. 281) “não há problema de a mulher ser bela, recatada e se restringir ao lar, a questão é legitimar apenas essa representação social como digna à mulher”. A matéria não é longa, expõe alguns fatos da intimidade do casal e procura construir a imagem de esposa de político como sendo razoável e comedida (DO AMARAL; NETO, 2017).

Foi esse contexto que engendrou a crítica ao modelo idealizado de mulher, modelo este típico de séculos passados. A revista assumiu uma postura que estaria perfeitamente adequada nos anos 50, na primeira metade do século XX, porém sem cabimento em pleno século XXI, indo contra todas as posturas de defesa dos direitos da mulher, questões de gênero, dentre outras. De acordo com Tardin et al (2015), até o início do século XX, não era possível imaginar a mulher fora do seu ambiente natural: a casa, além de receber e guardar os

títulos de filha, esposa, e mãe como as únicas identificações valorizadas da mulher na sociedade.

Cumprindo seu papel, as redes sociais (RS) permitiram a ampla repercussão de um fato e trouxeram uma enorme visibilidade ao assunto (Ver item 1.4). Em pouquíssimo tempo, milhares de pessoas já compunham este cenário curtindo, comentando e compartilhando/retuitando diversos conteúdos sobre a polêmica em forma de *memes* de internet. Isto porque, de acordo com Souza (2014), o usuário da internet cria um *meme* com a intenção de criticar algum acontecimento (Ver item 2.3).

Todo esse contexto acaba afetando os níveis da produção e da recepção. Afinal, toda essa estranheza vai gerar um desconforto social das pessoas que vão contra essa ideia, provocando um determinado tipo de produção, pensando em determinados tipos de receptores. Consequentemente, vai demandar do leitor (receptor) a ativação de uma série de conhecimentos prévios para que haja uma efetiva compreensão dessa resposta sob a forma de *memes* de internet, pois, conforme já citado no capítulo 3 deste trabalho, os conhecimentos prévios do leitor, suas crenças, valores e pressupostos existentes em sua memória são partes integrantes da compreensão (NUNES, 2005).

#### 5.2.6 Produção

No contexto da produção, os *memes* de internet, ao menos neste caso, surgem como uma resposta ao modelo de mulher ideal descrito pela revista *Veja*. Esses *memes* realizam-se no suporte digital e, geralmente, encontram-se publicados nas RS com caráter basicamente multimodal, interativo e colaborativo (Ver item 1.4) e, “como acontece em qualquer atividade escrita, os usuários da internet muitas vezes pensam em quem vai ler o conteúdo escrito e criado por eles” (BARTON; LEE, 2015, p.80).

De acordo com os referidos autores, existem 03 grupos principais de público alvo nesses espaços *online*. São eles: “o público geral – desconhecido na *Web* – amigos – que estão listados como contatos – e amigos na vida real” (BARTON; LEE, 2015, p. 80).

No nível da produção, o autor deve pensar que o *meme* postado cumprirá seu papel de criticar com humor a polêmica gerada pela reportagem. Para isso, precisa pressupor o conhecimento prévio sobre a publicação da revista por parte de seus leitores. Além do mais,

comporta, enquanto criação, um jogo de composição entre palavras e imagens que vai explorando novas possibilidades de significação a partir de diferentes combinações.

Isso se explica porque, conforme já abordado anteriormente, tratamos neste trabalho o *meme* de internet a partir da alteração de conteúdos e não apenas uma cópia (Ver Cap. 3). Por se tratar de uma produção coletiva, ao ser replicado, são feitas mudanças que provocarão efeitos na leitura, ou seja, na recepção desse conteúdo. Tudo vai depender do objetivo de quem produz o *meme*.

No caso do *meme* de Frida Kahlo (Figura 56), durante sua produção, o autor deve ter levado em conta o fato de que seu leitor compreenderá a mensagem de sua postagem, pois trata-se de um público que, supostamente, se interessa por assuntos de Artes e Humanidades. O produtor do *meme* “seleciona conteúdo, formas e esquemas que possam ser compartilhados com seu interlocutor” (VERGNANO-JUNGER, 2015, p. 19-20).

Figura 56 – *Meme* de Frida Kahlo, presente na figura 14



O *meme* foi postado em uma página que apresenta humor e ironia dentro das Artes Plásticas (Ver item 5.2.3), logo, para que haja uma interação autor/leitor, foi necessária, da parte da produção, a ativação de diversos esquemas. Conhecimentos temáticos e linguísticos que pudessem ser compartilhados com seu receptor de maneira a alcançar o objetivo de criticar com humor, isso porque, ao produzir um *meme*, o produtor antecipa conhecimentos e características de seu leitor.

A ativação de conhecimento prévio do leitor, o conhecimento adquirido ao longo de sua vida é que vai determinar a compreensão leitora (KLEIMAN, 2013). Assim, ao ativar seu conhecimento enciclopédico, sobre a personagem retratada, o leitor vai procurar, em sua

memória, informações relevantes que o ajudarão a fazer as inferências necessárias para a compreensão textual.

O mesmo acontece com relação à figura 21 (ver sua repetição a seguir, na figura 57). *Omeme* seria destinado a um público que tivesse conhecimento do cantor Belo e de seu estilo musical. Dessa forma, o leitor, explorando seu conhecimento prévio, seria capaz de fazer inferências e compreender o texto. Ou seja, esse leitor terá que ter conhecimento de mundo para isso (Ver item 3.2).

Figura 57 – Repetição da Figura 21



Observamos que, em relação ao vídeo usado como *corpus* em nossas análises (Figura 18 – página 54), é preciso que o leitor ative seus conhecimentos de mundo para compreender os seus primeiros 24 segundos, onde não há auxílio de texto verbal. Entretanto, após esse período, a *vlogueira* procura deixar o leitor ciente do alvoroço provocado pela reportagem exibida pela revista *Veja*.

Ela explica a seus seguidores que, inicialmente, após publicar um vídeo com outra temática, percebeu que havia muitas *hashtags* “belarecatadaedolar”. Ela, porém, desconhecia a matéria publicada pela revista e a polêmica que esta gerara. Mais tarde, recebeu um telefonema de uma amiga que a indagava a respeito dos comentários nas RS sobre a reportagem *Bela, recatada e do lar*. A partir desse momento, buscou a reportagem para entender do que se tratava e, então, publicou o vídeo ironizando a reportagem e alertando as pessoas para o fato de pensar de maneira mais crítica sobre o que a mídia veicula.

### 5.2.7 Recepção



Ao abordar o nível da recepção, logo pensamos no que uma pessoa precisa para receber esse *meme* de internet e efetivamente ler e interagir com ele. Ou seja, precisa saber qual sua função comunicativa, perceber a intertextualidade e utilizar seus conhecimentos prévios para que haja a compreensão. Não se trata de uma atividade simples, será exigido do leitor que, “além de seus conhecimentos linguísticos e de mundo, construa a interpretação daquilo que está tanto explícito na superfície textual, quanto implícito (COELHO; CORREA, 2017, p. 41).

Utilizamos dois exemplos de *memes*, neste subcapítulo, pois acreditamos que, ao tratar do processo leitor dos *memes*, estamos diretamente enfocando o nível da recepção. Afinal, nele, “o leitor aproxima-se do texto e estabelece relações entre o que lhe é oferecido e o que ele próprio traz como bagagem de conhecimentos” (VERGNANO-JUNGER, 2015, p. 20).

Trazemos como primeiro exemplo, o *meme* da figura 31 (Ver p. 58), que apresenta um texto verbal sobreposto à imagem. O texto dialoga com a polêmica reportagem sobre Marcela Temer (Ver item 5.2.5.2) e sofre uma pequena alteração, em relação à manchete original, gerando uma crítica bem humorada: “Bela, recatada edólar”.

Para que haja a compreensão, o leitor precisa ativar um conjunto de conhecimentos e estratégias. Deve saber que a personagem na imagem é a jornalista Cláudia Cruz – mulher do ex-deputado federal Eduardo Cunha (MDB-RJ), condenada pelo crime de evasão de divisas em processo da Operação Lava Jato julgado no dia 18 de julho de 2018 no TRF-4 (Tribunal Regional Federal da 4ª Região), sediado em Porto Alegre. Cláudia Cruz chegou a ser acusada e condenada, por ter utilizado valores provenientes de vantagens indevidas recebidas por Cunha. Entre 2008 e 2014, ela gastou mais de um milhão de dólares em gastos e viagens ao exterior<sup>60</sup>. Precisa reconhecer o aspecto intertextual (Ver item 3.5), remetendo à reportagem sobre Marcela Temer, na *Veja*, e fazer uma associação das linguagens verbal e não verbal para que a construção de sentidos seja aconteça (Ver Cap. 2).

Conforme já dissemos no item 3.2, a leitura é uma atividade complexa, social, cultural e de caráter cognitivo. Logo, na tarefa de compreensão de um texto, passamos por vários níveis: a decodificação, a comparação, inferências, avaliação e seleção do que serve à compreensão e abandono do inadequado (VERGNANO-JUNGER, 2016). Isso pode ser

---

<sup>60</sup>Fonte: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2018/07/18/claudia-cruz-mulher-de-cunha-e-condenada-em-2-instancia-na-lava-jato.htm>. Acesso em: 20 de outubro de 2018.

comprovado no que citamos acima com relação à leitura do *meme* da figura 31 e tudo o que demanda para ser compreendido.

Como segundo exemplo, escolhemos o *meme* já citado anteriormente (logo abaixo), onde há a figura de uma mulher sorrindo com um texto que dialoga com a polêmica frase da Revista *Veja*: “Bela, recatada e do lar”. Entretanto, inicialmente, o vocábulo *unicórnio* inserido nesta nova versão traz certa estranheza. Qual a relação deste animal com a polêmica gerada pela reportagem?<sup>61</sup>

Para que o leitor chegue a uma compreensão, ele terá, em primeiro lugar, que compreender a função comunicativa do *meme*, que é criticar com humor (Ver Cap. 2). Nesse caso, os atributos valorizados em Marcela Temer numa reportagem. Em seguida, utilizando sua capacidade cognitiva, terá que ativar os conhecimentos armazenados em sua memória e “conjuguar diferentes elementos em múltiplas direções” (VERGNANO-JUNGER, 2015, p.16).

Figura 58 – repetição da Figura 48



Na literatura, o unicórnio é símbolo da castidade, um ser forte e puro que só uma virgem pode capturar<sup>62</sup>. Olhando atentamente a imagem, percebemos que não se trata de um unicórnio, mas sim, de uma referência a este pelo chifre no arco de cabelo que está na cabeça da mulher. Ela está em uma posição e com vestimenta que não são típicas do estereótipo de uma pessoa recatada. Com relação às cores, em toda a literatura, o unicórnio é branco,

<sup>61</sup>Na busca de uma explicação sobre o *meme*, perguntamos a um *blog* que veiculou esse *meme*, qual a intenção em postá-lo, qual o significado do unicórnio e eles não souberam informar. Disseram apenas que a postagem foi feita “surfando na onda” do bela, recatada e do lar - <https://180graus.com/blog-geral/bela-recatada-e-do-lar-veja-os-memes-em-resposta-a-materia-da-veja>. Entretanto, encontramos uma possível leitura do *meme* no próprio *blog* - <https://180graus.com/blog-sexo-prazer/o-que-e-o-sexo-unicornio-conheca-essa-fantasia-sexual-um-tanto-questionavel>. Acesso em 10 de outubro de 2018.

<sup>62</sup><https://super.abril.com.br/mundo-estranho/qual-e-a-simbologia-do-unicornio/>. Acesso em 11 de outubro de 2018.

prateado ou dourado<sup>63</sup> e a imagem que o representa, no *meme*, é multicolor. E, por fim, não está no lar. Sendo assim, parece haver uma tensão entre o que o unicórnio representa na mitologia, como é caracterizado, e a imagem escolhida para o *meme*. Essa contradição pode reforçar o sentido de crítica.

No caso do referido *meme*, o unicórnio – que segundo a lenda era uma espécie que não tem sexo definido – pode ser lido de formas bem diferentes. Tudo vai depender dos conhecimentos do leitor sobre o assunto, ou dos que ele escolha acessar. Além do significado que encontramos na literatura, no contexto atual, pode representar uma mulher que se junta a um casal para participar de uma relação sexual poliamorosa e sem compromissos<sup>64</sup>. O termo unicórnio, neste caso, deve-se ao fato de ser uma raridade encontrar uma terceira pessoa que aceite esse envolvimento com um casal heterossexual, sem compromisso. A partir dessa leitura, também é possível perceber a crítica ao modelo de mulher ideal exibido pela *Veja* (Ver item 5.1).

O nível da recepção, no caso deste trabalho, se identifica com o processo leitor por estarmos tratando de um conteúdo verbo-visual-escrito. Nesse nível, temos uma noção ampla de todos os processos cognitivos e sociais que passam pelo indivíduo quando ele recebe determinado conteúdo. Afinal, ao receber um *meme* de internet, o leitor terá uma reação e ativará uma série de processos: de que se trata, como é sua estrutura, qual sua função comunicativa, seu contexto, características. E tudo isto se associa aqui com a noção de compreensão leitora. Caso se tratasse de um conteúdo verbo-visual-oral, abordaríamos a questão a partir da compreensão auditiva. Se fosse apenas imagético, focaríamos a fruição e leitura de imagens e assim por diante. A seguir, temos um capítulo que trata mais específica e exclusivamente do processo leitor, embora muito do que foi discutido aqui, conforme já ressaltamos, se identifique com esse processo.

---

<sup>63</sup>[https://cvc.cervantes.es/literatura/aih/pdf/14/aih\\_14\\_4\\_004.pdf](https://cvc.cervantes.es/literatura/aih/pdf/14/aih_14_4_004.pdf). Acesso em 11 de outubro de 2018.

<sup>64</sup><https://delas.ig.com.br/amoresexo/2017-05-11/unicornio-do-sexo.html.amp>. Acesso em 11 de outubro de 2018.

## 6 MEMES DE INTERNET E O PROCESSO LEITOR

Conforme citado no item 4.3, dada a natureza da dissertação num programa de Letras/Estudos de Língua, optamos por analisar o processo leitor apenas nos *memes* em formato de *image* macro, verbo-visual-escrito. Essa opção deve-se ao fato de esses *memes* serem compostos por imagem e texto, o que nos permite fazer uma análise da leitura enquanto compreensão escrita.

Para isso, fazemos uso de um *corpus* adicional – os comentários dos usuários das redes sociais –, pois acreditamos que estes nos permitem, em certa medida, reconstruir alguns movimentos leitores dos que comentam. Apesar de se tratar ainda de um estudo documental de materiais disponíveis em redes sociais, a identidade de cada usuário que faz comentários foi apagada e substituída por diferentes cores.

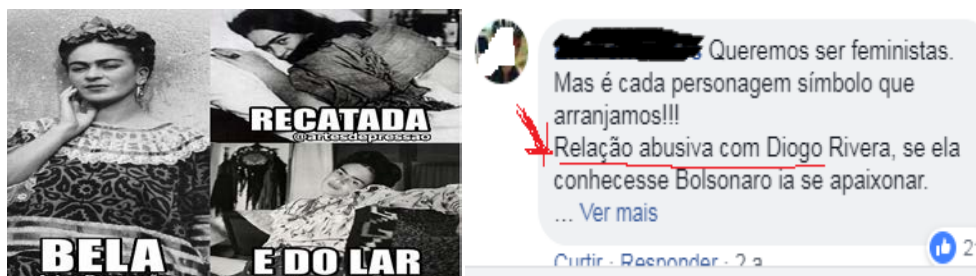
No capítulo anterior, já levantamos aspectos de recepção que seriam requeridos no processo compreensivo, com base nos *memes* e na teoria sobre leitura. Como aqui pretendemos discutir o processo leitor, optamos por manifestações de pessoas que leram os *memes* e fizeram algum tipo de comentário. O que tentamos inferir, de alguma maneira, é o caminho do leitor manifestado por meio desses comentários.

Ao analisar o *meme* de Frida Kahlo<sup>65</sup>, exibido em duas redes sociais (S1 e S2), percebemos, em alguns comentários, que o assunto principal, a crítica ao modelo ideal de mulher (Ver item 5.2.5.2), ficou em segundo plano e os usuários das RS passaram a discutir outras questões. No primeiro comentário (Ver Figura 59, abaixo), percebemos que o leitor ativa seus conhecimentos sobre a vida de Frida Kahlo ao citar a relação abusiva dela e Diego Rivera (“Diogo” no texto do comentário) – seu marido. Isso pode ser afirmado, já que tal informação não está presente no *meme*.

---

<sup>65</sup> Frida Kahlo usava cores fortes e vivas, explorando principalmente os autorretratos, era também aficionada por fotografia, hábito que herdou de seu pai e do seu avô materno, ambos, fotógrafos profissionais. Frida Kahlo lecionou artes na Escola Nacional de Pintura e Escultura, recém-fundada na cidade do México. Foi uma defensora dos direitos das mulheres, tornando-se um símbolo do feminismo.

Figura 59 – Comentário extraído do *Facebook*



Ainda sobre esse comentário, podemos inferir que o leitor percebe a contradição da *remixagem*, pois a frase “bela, recatada e do lar” tem valor conservador e Frida Kahlo é símbolo do feminismo. Ao reconhecer isso, o leitor pode ter compreendido o *meme*, mas também pode ter feito apenas a leitura da imagem, pois não há, no comentário, nenhuma associação entre frase e imagem. O que ficou manifesto neste comentário foi o conhecimento de mundo sobre Frida Kahlo, sua relação com Diego Rivera e uma observação que tem caráter descendente na leitura, centrado na opinião do leitor (Ver item 3.1).

Assim, o leitor trouxe seu conhecimento sobre a vida da artista e fez um juízo de valor a respeito dela como símbolo do feminismo. Isso, entretanto, não tem, necessariamente, relação com a proposta do *meme*. Considerando os contextos da reportagem da *Veja* (Ver item 5.2.5.2) e do perfil da artista plástica, a referida proposta seria romper a ideia de recato da frase replicada no *meme* com a rebeldia de Frida Kahlo. E isso o leitor não resgatou explicitamente no seu comentário. O leitor também construiu uma relação intertextual, associando Diego Rivera e Bolsonaro, devido ao modo rude com que aquele a tratava e a imagem de pessoa rude de Jair Bolsonaro<sup>66</sup>. Mais uma vez, podemos inferir que o leitor se fixou apenas na imagem, ignorando a proposta do *meme* e realizando uma leitura descendente centrada em suas impressões pessoais sobre as relações abusivas que pareciam, segundo ele, ser “agradáveis” à Frida Kahlo.

Os comentários a seguir (Figura 60), esperaríamos, deveriam responder ao *meme*, entretanto o segundo (do comentador em marrom), estabelece uma relação indireta com o conteúdo do primeiro comentário (em preto).

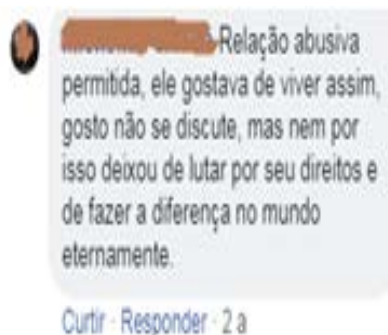
Parei aqui

<sup>66</sup> Eleito presidente da república no Brasil em 2018.



No terceiro comentário (Figura 61), o leitor discorda do primeiro, reconhece a relação abusiva, mas considera que Frida é um símbolo feminista.

Figura 61 – terceiro comentário extraído do *Facebook*



Assim, notamos que houve uma compreensão leitora do primeiro comentário, pois retoma a ideia de ícone feminista e entende que o primeiro comentador está criticando Frida Kahlo, como tal, afinal ela era vítima de abuso (por parte de seu companheiro Diego Rivera).

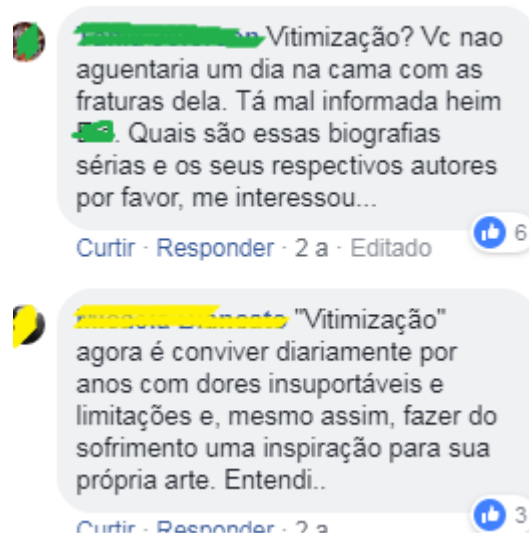
Nos comentários que seguem (Figura 61), observamos também que há leitores que se posicionam como defensores da personagem retratada no *meme*, Frida. Isso foge completamente à proposta inicial de criticar com humor a imagem de mulher retratada na reportagem da *Veja*, que gerou o *meme*.

Figura 62 – comentários em defesa de Frida



Observando atentamente os comentários anteriores, é fácil perceber que, a essa altura, não há mais nenhuma referência ao *meme* postado (Figura 62). A discussão se dá em torno da vitimização ou não de Frida Kahlo.

Figura 63 – Vitimização?



Constatamos, a partir desses comentários (Figura 63), que todo o processo leitor dos usuários envolvidos nesse diálogo centrou-se na imagem de Frida Kahlo e no primeiro comentário. O *meme* não foi lido, ou foi abandonado do foco de atenções. Isso porque, de



acordo com Arango (2014), a leitura de um *meme* consiste na associação do verbal e não verbal para que haja produção de sentidos. A frase: “Bela, recatada e do lar” não foi citada por nenhum dos comentadores. Apenas a imagem de Frida e os conhecimentos enciclopédicos resgatados sobre ela passaram a interessar.

No comentário a seguir, percebemos que uma pergunta (Figura 64) é dirigida à personagem retratada no *meme* e não tem nenhuma ligação com os comentários anteriores, ou com a proposta do *meme*. Isso vai ao encontro do que afirmam Rojo e Barbosa (2015, p. 121) “A superficialidade se estabelece como corolário: curtir e comentar nas redes sociais, sem refletir sobre o que se lê, apenas para não perder a oportunidade de se posicionar, na verdade de aparecer ou se satisfazer”.

Figura 64 – Comentário da sobancelha

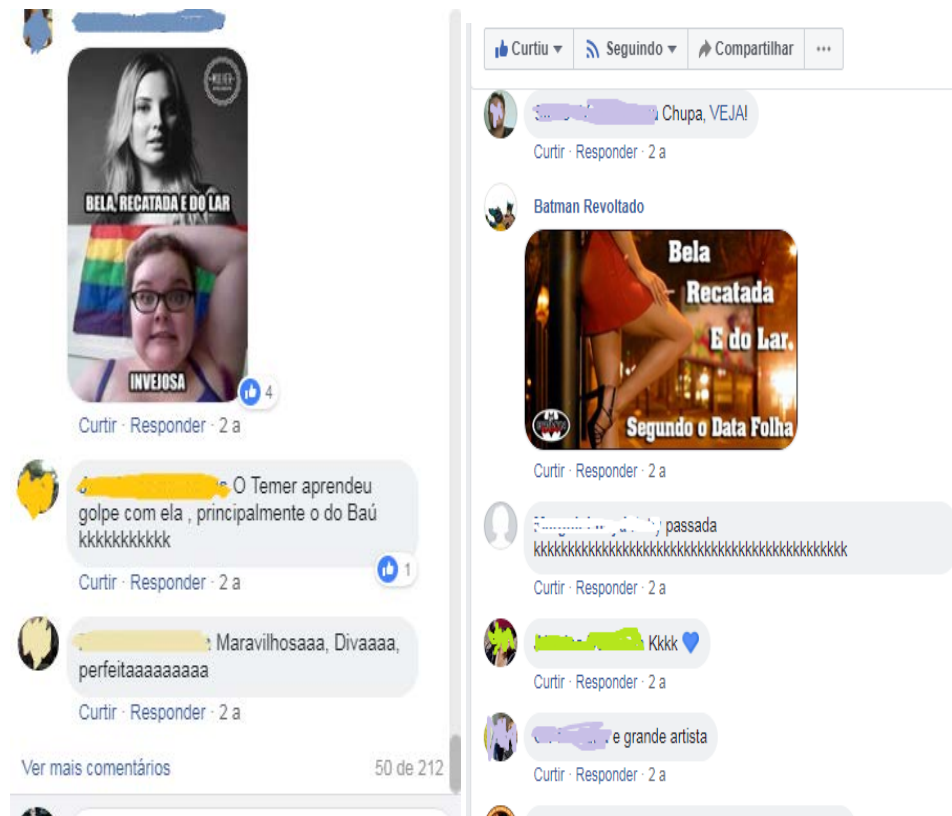


Novamente o usuário se baseia apenas na imagem e ignora a frase. Como o *meme* (*image macro*) é composto pela associação de texto e imagem, quando se ignora um desses elementos, não pode haver compreensão no contexto do gênero lido. O entendimento que o leitor constrói nessas condições desrespeita as coerções do gênero textual – sua função comunicativa de criticar com humor. Parece centrar-se, igualmente, num modelo mais descendente, focalizando as experiências e os conhecimentos e quem lê, com valorização secundária dos insumos do texto e da interação entre estes e a bagagem do leitor.

Já nos comentários que se seguem (Figura 65), observamos que algumas respostas se deram em forma de *memes* de internet com a mesma temática “bela, recatada e do lar”. Esses usuários/leitores podem ter compreendido o *meme* de Frida Kahlo (Figura 57) ou podem ter se fixado apenas no texto verbal: *bela, recatada e do lar*.

O fato é que, pelos comentários, apenas se pode perceber a intertextualidade pela remissão a outros *memes* correlatos ao originalmente postado, com base na frase reiterada. Onomatopeias de riso e os elogios “maravilhosaa, divaaa, perfeitaaaaaa” não esclarecem se houve percepção da crítica.

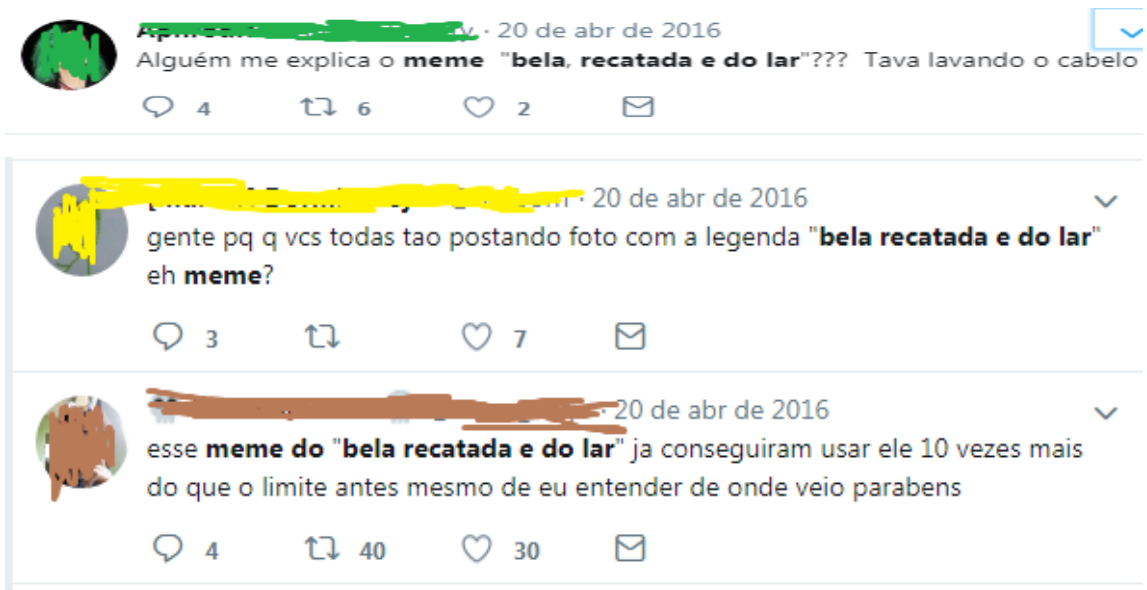
Figura 65 – comentários com *memes*



No comentário “O Temer aprendeu golpe com ela, principalmente o do Baú (...)”, ao contrário dos demais (Ver figura 65), o leitor demonstra o reconhecimento da relação entre Marcela, Temer e os *memes*. Também ironiza, ao falar em “golpe do baú”, mas, nesse caso, foge à questão central do ideal de mulher valorizado pela *Veja* e posto em xeque pelos *memes*.

Agora, observando os comentários de alguns leitores, no *Twitter*, percebemos que muitos não compreenderam o sentido dos *memes* postados, talvez por desconhecer a reportagem da revista *Veja* que gerou toda a polêmica sobre o modelo de mulher ideal (Ver Figura 66). A partir desses comentários, é possível comprovar que, para que haja a compreensão, não basta apenas decodificar as palavras. “O ato de ler envolve a capacidade de usar recursos linguísticos e extralinguísticos, que abrange sistemas diversos de conhecimentos e intervém, conjuntamente na compreensão” (NUNES, 2005, p. 8).

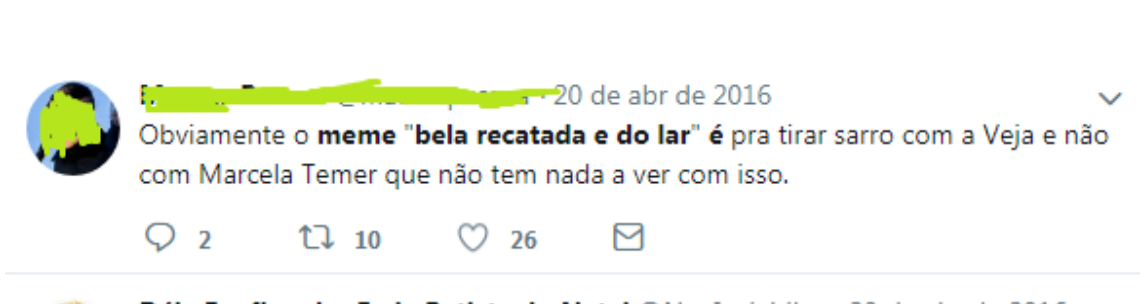
Figura 66 – Dúvidas sobre o *meme* no *Twitter*



Dentre esses conhecimentos está o enciclopédico, que permite aos usuários/leitores associar o *meme* ao título da reportagem. Essa relação intertextual permitiria ao leitor recuperar em sua memória algum aspecto que o levasse a construir o sentido no *meme*. A contextualização é um importante recurso para a compreensão leitora, afinal “nos permite, nesta categorização, enfatizar os aspectos sociais e contextuais tanto da produção do gênero, quanto de sua recepção” (VERGNANO-JUNGER, 2015, p. 20).

No comentário a seguir (Ver Figura 67), o usuário/leitor tenta explicar a origem dos *memes*. Ele demonstra ter compreendido sua função comunicativa e o reconhece como uma reação irônica à reportagem sobre Marcela Temer.

Figura 67 – A explicação do *meme*



Observando os comentários e suas respostas, percebemos que, nas redes sociais, nem sempre há tempo para reflexões “As ações de comentar e curtir são cada vez mais frequentes e se dão de forma nem sempre criteriosa” (ROJO; BARBOSA, 2015, p. 122). Ainda de acordo com as referidas autoras, os comentários, as curtidas e compartilhamentos nas redes sociais são maneiras diferentes de respostas ao que é publicado na Rede, no caso deste trabalho, os *memes*.

Embora vivamos num mundo mediado pelas tecnologias digitais, quando pensamos em leitura entendemos que, para que esta seja bem sucedida, é necessário que o leitor integre várias operações. Ou seja, construa um significado global do conteúdo recebido, procure pistas, formule hipóteses, produza inferências. Afinal, o mero passar de olhos no texto não é leitura (KLEIMAN, 2013; COSCARELLI, 2016; VERGNANO-JUNGER, 2016).

Em nossas observações, constatamos, a partir dos comentários selecionados, que estes nem sempre refletiram a compreensão do *meme*. Identificamos diferentes perfis de leitores. Por um lado, há o leitor que se fixou na leitura da imagem, ignorando o texto verbal e a partir de seus conhecimentos prévios, registrou seu entendimento sobre o assunto. De outro lado, há o leitor que ignorou a imagem e se fixou apenas no texto, também imprimindo sua opinião a partir de seus conhecimentos.

Encontramos, ainda, o leitor que desconhecia o contexto. Nesse caso, todo o processo de compreensão leitora ficou comprometido, pois o nível da contextualização “permite lançar um olhar sintetizador que engloba todos os níveis e pilares. Enlaça-os aos aspectos sociais, culturais, do espaço e do tempo em que se inserem todos os elementos e atores do processo” (VERGNANO-JUNGER, 2015, p. 67). Finalmente, temos o leitor que efetivamente compreendeu a função comunicativa do *meme*. Utilizou sua bagagem, acionando e negociando estratégias durante a leitura, estabelecendo uma interação entre texto e seus conhecimentos para construir sentidos.

## CONCLUSÃO

Neste trabalho, buscamos compreender que relação poderia ser estabelecida entre *memes* de internet e o processo leitor. Entretanto, como dissemos anteriormente, nos vimos diante de uma confusão de teorias, visto que não encontramos um consenso a respeito de sua caracterização. Alguns autores consideram os *memes* de internet como gênero textual, outros como um *remix*, há também os que os consideram um fenômeno e, ainda, há autores que os caracterizam como tudo isso.

Dessa forma, dividimos nossa pesquisa em duas etapas. Num primeiro momento, buscamos responder se podemos caracterizar o *meme* de internet como um gênero textual. Isso porque, de acordo com a perspectiva sociocognitivista, seguida por esta pesquisa, gênero textual é uma categoria cognitiva e sócio-histórica que possui forma, função, conteúdo e suporte, visto que este não é neutro e o gênero não fica indiferente a ele (MARCUSCHI, 2008; DONATO, 2014).

Em uma segunda etapa, visamos identificar as possíveis estratégias e procedimentos demandados para sua leitura. Para isso, nos apoiamos na visão sócio-interacional de leitura sob uma perspectiva multidirecional, onde o leitor desempenha um papel de reconstrutor de significados, utilizando vários recursos para atribuir sentidos ao texto, interagindo com o que este lhe oferece (VERGNANO-JUNGER, 2010).

Nosso caminho metodológico constituiu-se inicialmente em coletar vários *memes* de internet (o que as pessoas chamam de *memes*) a fim de chegar a um acordo sobre se eles são um gênero textual. Para isso, utilizamos parâmetros metodológicos de um constructo de estrutura de gênero textual (DONATO 2014). Utilizamos *memes* de internet com o mesmo tema e buscamos resgatá-los os quatro pilares de sua composição: função comunicativa, suporte, forma/estrutura e tema/conteúdo temático, além dos três níveis: contextualização, produção e recepção.

Ao término da análise, confirmamos tal possibilidade. Afinal, apesar de sofrerem alterações estruturais em função da mudança de suporte, em termos de função comunicativa, forma, conteúdo, e em termos dos níveis de contextualização, produção e recepção, se mantêm estáveis.

Percebemos que os vários *memes* em formato de *imagemacro* tinham a mesma função comunicativa – crítica bem humorada sobre a reportagem exibida na revista *Veja* sobre Marcela Temer, cujo título era *Bela, recatada e do lar*. Todos os *memes* analisados tinham

uma estrutura de uma frase sobreposta a uma ou mais imagens, mas, em geral, frase ou imagem sofre alguma alteração em relação ao que gerou o primeiro *meme*.

Outra característica é o conteúdo, pois, de certa forma, todos os *memes* são reativos. Ou seja, uma determinada situação que causa um impacto social, gera uma reação em forma de *memes*. Essa reação, em geral, é uma reação crítica, cômica, satírica que tem relação direta com o conteúdo.

Cabe ressaltar que, por uma questão de recorte, analisamos apenas os *memes* em formato de *imagemacro* – compostos de texto e imagem. Como estes foram coletados das três redes sociais mais acessadas (ARAUJO; LEFFA, 2016), no Brasil – *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*, não poderíamos deixar de comentar o vídeo exibido no *YouTube* (Figura 18). O outro vídeo é composto por 18 *memes* em formato de *imagemacro*, em movimento.

Por considerar que o vídeo tem outra natureza, não verbo-visual-escrito, e a frase com a imagem aparece apenas no início do vídeo, depois se perde, optamos por não incluí-lo na categoria de *meme*. Ele apresenta a mesma função comunicativa dos outros, em formato de *image macro*, porém não apenas esta, pois ela tem uma intenção de criar uma expectativa para o que vem em seguida, tratando-se, portanto, de uma introdução. Há elementos do *meme*, entretanto, após os 24 segundos iniciais de exibição, percebemos que se trata de uma epígrafe para o que realmente importa: o discurso da *vlogueira* sobre a polêmica reportagem (Ver item 5.2.5.2).

No tocante à segunda pergunta, revisamos as teorias sobre leitura, estratégias e conhecimentos mobilizados para o processamento textual para dar-nos fundamentação para respondê-la. Para tal, fizemos uso de um *corpus* adicional (comentários de usuários das redes sociais) e buscamos compreender, a partir dos comentários feitos no *Facebook* e *Twitter*, quais conhecimentos e estratégias esses leitores utilizaram para chegar à uma efetiva compreensão.

Percebemos que, para que haja a compreensão de um *meme* de internet, é necessário que o leitor associe imagem e texto, pois, ao ignorar um desses elementos, ele não será capaz de resgatar a ideia do *meme*. É necessário também que ative seus conhecimentos prévios, faça inferências e perceba o jogo intertextual proposto. Afinal, conforme citamos no quadro teórico, o sucesso de um *meme* depende de algumas características importantes: “o humor, a intertextualidade baseada em diversas referências da cultura popular e justaposições, sobretudo de imagens provocativas, peculiares ou pouco convencionais” (ARANGO, 2014, p. 4).

O que constatamos é que nem todos os usuários/leitores chegaram a compreender a função comunicativa do *meme*. Uns por ignorarem o texto verbal, outros por se fixarem apenas na frase. Provavelmente, pelo desconhecimento do gênero, do contexto, da finalidade ou do objetivo de quem produziu o *meme*. Alguns leitores tinham o conhecimento do gênero, mas não do contexto, o que resultou na incompreensão do *meme*.

Dessa forma, ao final desta pesquisa, concluímos que o *meme* de internet (*image macro*) é um gênero textual típico do ambiente virtual. Como tal, demanda do leitor uma leitura multidirecional devido à construção ativa dos caminhos a percorrer até sua efetiva compreensão.

Quanto ao que muitos chamam de *remix*, não excluimos essa ideia como uma característica da forma. O *remix* seria, então, um elemento dentro da caracterização de gênero textual e não um constructo absoluto.

O *meme* enquanto fenômeno seria uma manifestação de caráter sociológico e não de caracterização linguística. Nada impede que um gênero textual seja um fenômeno – devido a sua viralização, ao número de visualizações, compartilhamentos e comentários –, mas isso não invalida sua característica como gênero textual, pois não apaga sua forma, função comunicativa, seu conteúdo e suporte.

Cabe salientar que considerá-lo um fenômeno está em outro nível de análise, em um campo de conhecimento diferente da abordagem desta pesquisa. O que abordamos neste trabalho é o estudo dos gêneros textuais à luz da Linguística Textual e do processo leitor dentro da teoria sociocognitiva.

A relevância de nosso estudo está no fato de que os *memes* de internet ainda não haviam sido assim analisados, apesar de existirem alguns trabalhos acadêmicos sobre eles. Boa parte dos trabalhos que encontramos e aos quais tivemos que recorrer, vinculam-se aos campos da Comunicação, Ciência da Informação, Educação e, nos estudos de Letras, são desenvolvidos no âmbito da Análise do Discurso. Sugerimos, entretanto, um possível desdobramento deste estudo (análise de leitura por sujeitos, por exemplo), pois dariam mais profundidade às teorias a respeito dos problemas de leitura e do que esta demanda.

## REFERÊNCIAS

ARANGO, Luis Gabriel. Experiencias en el uso de los memes como estrategia didáctica en el aula. In: CONGRESO IBEROAMERICANO DE CIENCIA, TECNOLOGÍA, INNOVACIÓN Y EDUCACIÓN, 2014, Buenos Aires. *Anais....* Buenos Aires, 2014.

ARAÚJO, Júlio; LEFFA, Vilson. *Redes sociais e ensino de línguas: o que temos de aprender?*. São Paulo: Parábola, 2016.

ARAÚJO, Júlio; COSTA, Sayonara Melo. Redes sociais e reelaboração de gêneros. In: CONGRESSO NACIONAL UNIVERSIDADE, EAD E SOFTWARE LIVRE, 1., 2013, BELO HORIZONTE. *Anais....* Belo Horizonte: periódicos UFMG, 2013.

AUGUSTI, Alexandre Rossato. *Jornalismo e comportamento: os valores presentes no discurso da revista Veja*. 2005.

AZEREDO, J. C. de. *Gramática Houaiss da língua portuguesa*. 3. ed. São Paulo: Publifolha, 2010.

BAHKTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BAPTISTA, Juliana. *Jornalismo nas redes sociais: o uso do facebook pelos jornais Estadão e Folha de São Paulo*. 2014.

BARBOSA, Erika Guerrieri et al. Experiência da fisioterapia no Núcleo de Apoio à Saúde da Família em Governador Valadares, MG. *Fisioterapia em movimento*, v. 23, n. 2, 2017.

BARROS, Pedro Ladeira. O ensino de uma língua escrita a alunos surdos: exemplo de uma atividade pedagógica baseada no gênero textual. *Revista Espaço*, n. 44, 2016.

BARTON, David; LEE, Carmen. *Linguagem online: textos e práticas digitais*. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

BAZERMAN, Charles. *Gêneros textuais, tipificação e interação*. São Paulo: Cortez, 2005.

BENETTI, Marcia. A ironia como estratégia discursiva da revista *Veja*. *LÍBERO*, n. 20, p. 37-46, 2016. ISSN impresso: 1517-3283/ISSN online: 2525-3166.

BONINI, Adair. Mídia/suporte e hipergênero: os gêneros textuais e suas relações. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, v. 11, n. 3, 2011.

BURGOS, T.L. *O hipertexto eletrônico de meio ambiente: estratégias de leitura e navegação*. 2006.150f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2006.

CAMBRAIA, César Nardelli. *Introdução à crítica textual*. Martins Fontes, 2005.



COELHO, Carmen Lucia Gobel; CORREA, Jane. Compreensão de leitura: habilidades cognitivas e tipos de texto. *Psico*, v. 48, n. 1, p. 40-49, 2017.

CORDOVA, Tania. Curtir, comentar e compartilhar: o uso do Facebook na educação de jovens e adultos. *Revista E-Tech:Tecnologias para Competitividade Industrial*, v. 9, n. 1, p. 17-31, 2016.ISSN-1983-1838.

COSCARELLI, Carla Viana. *Tecnologias para aprender*. 1. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2016.

COSCARELLI, Carla Viana. Os dons do hipertexto. *Littera: Revista de Lingüística e Literatura*. Pedro Leopoldo,v.4, n.4, jul./dez., 2006. Faculdades Integradas Pedro Leopoldo.

DAWKINS, Richard. *O gene egoísta*. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

DEHAENE, Stanislas. *Aprender a leer: de las ciencias cognitivas al aula*. Argentina: Siglo XXI Editores, 2015.

DE MATOS THEISEN, Jossemar; LEFFA, Vilson José; PINTO, Cândida Martins. A leitura de imagens na perspectiva dos letramentos visuais. *Ciências & Letras*, n. 55, 2014.

DE MORAES, Thiago Perez Bernardes; SANTOS, Romer Mottinha. Os Protestos no Brasil: Um estudo sobre as pesquisas na web, e o caso da Primavera Brasileira. *Revista internacional de investigación en ciencias sociales*, v. 9, n. 2, p. 193-206, 2013.

DENYER, M.: *La lectura una destreza pragmática y cognitiva mente activa*. Madrid: Fundación Antonio de Nebrija, 1999. Col. Aula de español.

DO AMARAL, Muriel Emídio Pessoa; NETO, José Miguel Arias. Gênero e política: representações da mulher no discurso da Veja. *Revista Extraprensa*, v. 10, n. 2, p. 266-283, 2017.

DIAS, Filipe et al. Memes, Uma Meta-análise: Proposta a Um Estudo Sobre As Reflexões Acadêmicas do Tema. In: *Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*.Rio de Janeiro. 2015.

DONATO, Aline de Bettencourt. *Gêneros textuais introdutórios e suporte: uma visão sociocognitiva da revista Nova Escola*. 2014. 152 f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

DORIA, Nívea Guimarães; VERGNANO-JUNGER, Cristina. compreensão leitora em E/LE de alunos universitários do estado do Rio de Janeiro em um fórum de discussão *on-line*: a pesquisa piloto. *Intercâmbio. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem*,v. 17, 2008.ISSN 2237-759X.

DUDENEY, Gavin; HOCKJY, Nicky. PEGRUM, Mark. Da pesquisa às implicações. In: *Letramentos digitais*. São Paulo: Parábola Editorial, 2016.

EMANUEL, Bárbara; RODRIGUES, Camila; LIMA, Edna Cunha. Memória gráfica digital: colecionando memes de internet. *Blucher Design Proceedings*, v. 2, n. 2, p. 844-854, 2015.

GOMES, L.F. *Hipertextos multimodais: o percurso de apropriação de uma modalidade com fins pedagógicos*. 2007. 212 f. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2007.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. [São Paulo]: Aleph, 2015.

KLEIMAN, Ângela. *Leitura: ensino e pesquisa*. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 1996.

KLEIMAN, Ângela. *Texto e leitor: aspectos cognitivos da leitura*. 15. ed. São Paulo: Pontes, 2013.

KOCH, Ingedore. *O texto e a construção de sentidos*. São Paulo: Contexto, 2016.

KOCH, Ingedore; ELIAS, V. M. *Ler e compreender: os sentidos do texto*. 2015.

KOCH, Ingedore. Grunfeld Villaça et al. Aspectos do processamento do fluxo de informação no discurso oral dialogado. *Gramática do Português Falado, v. 1: a Ordem*, [São Paulo: s.n.]: 1991.

LARA, Marina Totina. A presença de memes em aulas online de língua materna: considerações sobre multiletramentos e práticas de leitura de enunciados verbo-visuais. *Miguilim – Revista Eletrônica do Netlli*, v. 6, n. 1, p. 05-23, 2017.

LEFFA, Vilson J. Perspectivas no estudo da leitura. Texto, leitor e interação social. In: LEFFA, Vilson J. PEREIRA, Aracy, E.(org.). *O ensino da leitura e produção textual*, 2014.

LIMA, R. F. *O par post/comentário na rede social Facebook*. 1. ed. Saarbrücken: Novas Edições Acadêmicas, 2015. v. 1. 225p.

MAINGUENEAU, Dominique. *O contexto da obra literária: enunciação, escritor, sociedade*. Martins Fontes, 2001.

MARCUSCHI, Luiz Antônio et al. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, Angela Paiva et al(org.). *Gêneros textuais e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, v. 20, 2002.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola, 2008.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá. A potência da alteridade nas mídias digitais. In: CONFERÊNCIA DE ABERTURA DO VIII ECOMIG. [Anais do...]. Belo Horizonte: FAFICH-UFMG. 2015.

MODEL, S.E. *Tecnologias da informação e da comunicação: ferramentas que potencializam a leitura e a escrita.*- Porto Alegre, 2010.

NUNES, Myriam Brito Corrêa. Visão sócio-interacional de leitura. *Oficina de Leitura Instrumental: planejamento e elaboração de materiais*, 2005.

OLIVEIRA, Gabriel Abílio de Lima. Liberalismo e religião no império brasileiro: o período regencial (1831-1840). *Anais do XXVIII Simpósio Nacional de História*, Florianópolis, 2015.

PENNER, Tomaz Affonso; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. youtube: conteúdos sob demanda e negócios na lógica da gratuidade. *Revista GEMInIS*, v. 8, n. 1, p. 87-104, 2017.

PEREIRA, Francisca Damiana Formiga; DO NASCIMENTO, George Patrick. O ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA POR MEIO DE MEMES. Campina Grande: SIN@LGE, 2017.

POSSOLLI, Gabriela Eyng; DO NASCIMENTO, Gabriel Lincoln; DA SILVA, Juliana Ollé Mendes. A Utilização do facebook no contexto acadêmico: o perfil de utilização e as contribuições pedagógicas e para educação em saúde. *Renote*, v. 13, n. 1, 2015.

PROVOSTE SALAZAR, Marcela et al. *La producción de memes como recurso evaluativo de la lectura crítica de textos literarios: un enfoque en la problemática de los estereotipos de género*. 2017. Tese (Doutorado) - Universidad Católica de la Santísima Concepción, Concepción, 2017.

RECUERO, Raquel. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, n. 32, 2007.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. *A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. *Verso e Reverso*, v. 28, n. 68, p. 117-127, 2014.

RIBEIRO, A. E. Ler na tela – letramento e novos suportes na leitura e escrita. In: COSCARELLI, C; RIBEIRO, A. E. *Letramento digital: aspectos sociais e possibilidades pedagógicas*. Belo Horizonte: Ceale; Autêntica, 2011. pp. 125-150.

RIBEIRO, Ana Elisa. *Textos multimodais: leitura e produção*. São Paulo: Parábola Editorial, 2016.p. 31.

ROJO, Roxane. Gêneros do discurso e gêneros textuais: questões teóricas e aplicadas. *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola Editorial, v. 207, 2005.

ROJO, Roxane; BARBOSA, Jaqueline. *Hipermodernidade, multiletramentos e gêneros discursivos*. 1.ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

SANTAELLA, Lucia. Como eu ensino: leitura de imagens. [Rio de Janeiro]: Melhoramentos, 2012. Disponível em:

[https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=Hrv0pjjqonC&oi=fnd&pg=PT2&dq=leitura+de+imagens&ots=N9d0B60CcD&sig=yPVO1uXc3XeW9auy7JgAi\\_p3tYM#v=onepage&q=leitura%20de%20imagens&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=Hrv0pjjqonC&oi=fnd&pg=PT2&dq=leitura+de+imagens&ots=N9d0B60CcD&sig=yPVO1uXc3XeW9auy7JgAi_p3tYM#v=onepage&q=leitura%20de%20imagens&f=false). Acesso em: 28 mar. 2018.

SIGILIANO, Daiana; BORGES, Gabriela. A Rede Globo no ecossistema da Social TV: uma análise sobre as postagens do perfil@ redeglobo no Twitter. *Intexto*, n. 36, p. 103-120, 2016.

SILVEIRA, R.C.P. Leitura: produção interacional de conhecimentos. In: BASTOS, N.B. (org). *Língua Portuguesa: história, perspectivas, ensino*. São Paulo: Editora da PUC, 1998.

SOARES, Magda. Leitura e democracia cultural. *Democratizando a leitura: pesquisas e práticas*. Belo Horizonte: Ceale, 2004. p. 17-32.

SOLÉ, Isabel. *Estratégias de leitura*. Trad. Cláudia Schilling. Porto Alegre: Penso, 1998. v. 6.

SOUZA, Humberto da Cunha Alves. Memes (?) do Facebook: reflexões sobre esse fenômeno de comunicação da cultura ciber. *Temática*, v. 10, n. 7, 2014.

TARDIN, Elaine Borges; DA GAMA LIMA, Lana Lage. A mulher militar brasileira no século XXI: antigos paradigmas, novos desafios. *Revista Ágora*, n. 22, p. 70-82, 2016.

TEIXEIRA, Andreia Fonsêca *et al.* A rede social Facebook e suas possibilidades pedagógicas em diferentes níveis de ensino: uma revisão sistemática da literatura. *Revista Espacios*, v. 38, n. 5, 2017.

TEIXEIRA, Eliana. *Espaços de leitura interativos*. Passo Fundo: UPF, 2003.

TEIXEIRA, Andreia Fonsêca *et al.* A rede social Facebook e suas possibilidades pedagógicas em diferentes níveis de ensino: uma revisão sistemática da literatura. *Revista Espacios*, v. 38, n. 5, 2017.

TRAVAGLIA, Luiz Carlos. Das relações possíveis entre tipos na composição de gêneros. In: 4º SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS DE GÊNEROS TEXTUAIS (4º SIGET), Tubarão, 2007. In: BONINI, Adair *et al* (org.). *Anais ...* Tubarão: UNISUL, 2007. p. 1297-1306.

TREVISAN, Amarildo Luiz. Formação Cultural e Hermenêutica: leitura de imagens. *Educação & Realidade*, v. 27, n. 1, 2002.

VERGNANO-JUNGER, Cristina. VERGNANO, Solange de Souza. Leitura da palavra, leitura de imagens, leitura de mundo: a formação do formador de leitores. *Cadernos do CNLF*, Rio de Janeiro, v. 9, fasc. 9, 2005. CEFEFIL.

VERGNANO-JUNGER, Cristina. Elaboração de materiais para o ensino de espanhol como língua estrangeira com apoio da Internet. *Calidoscópio*, v. 8, p. 24-37, 2010. (UNISINOS).

VERGNANO-JUNGER, Cristina. Compreensão leitora em meio virtual: a autopercepção de alunos universitários de espanhol. *Revista Abêchache*, ano 4, n. 7, p. 217-235, 2. sem. 2014.

VERGNANO-JUNGER, Cristina. Leitura na sociedade da informação e formação de professores: um olhar sociocognitivo. In: BAALBAKI, A.; CARDOSO, J.; ARANTES, P.; BERNARDO, S. *Linguagem: teoria, análise e aplicações* (8). Rio de Janeiro: UERJ/Programa de Pós Graduação em Letras, 2015. p. 13-28.

VERGNANO-JUNGER, Cristina. Crise na leitura e formação de leitores: uma questão de política linguística?. *Matraga – Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da UERJ*, v. 23, n. 38, 2016.

XAVIER, A. C. Leitura, texto e hipertexto. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. São Paulo: Cortez Editora, 2010, p. 207-220.

## ANEXO A – Reportagem na íntegra

veja

Jair Bolsonaro João Doria Michel Temer Revista Newsletter Palavras cruzadas Gastronomia

Assine

Brasil

## Marcela Temer: bela, recatada e “do lar”

A quase primeira-dama, 43 anos mais jovem que o marido, aparece pouco, gosta de vestidos na altura dos joelhos e sonha em ter mais um filho com o vice

Por Juliana Linhares  
© 18 abr 2016, 19h14

✉

f

🐦

in

⋮



Marcela, mulher do vice, Michel Temer: jantares românticos e apelidos carinhosos (Bruno Poletti/Folhapress)

Marcela Temer é uma mulher de sorte. Michel Temer, seu marido há treze anos, continua a lhe dar provas de que a paixão não arrefeceu com o tempo nem com a convulsão política que vive o país – e em cujo epicentro ele mesmo se encontra. Há cerca de oito meses, por exemplo, o vice-presidente, de 75 anos, levou Marcela, de 32, para jantar na sala especial do sofisticado, caro e badalado restaurante Antiquarius, em São Paulo. Blindada nas paredes, no teto e no chão para ser à prova de som e garantir os segredos dos muitos políticos que costumam reunir-se no local, a sala tem capacidade para acomodar trinta pessoas, mas foi esvaziada para receber apenas “Mar” e “Mi”, como são chamados em família. Lá, protegido por quatro seguranças (um na cozinha, um no toailete, um na entrada da sala e outro no salão principal do restaurante), o casal desfrutou algumas horas de jantar romântico sob um céu estrelado, graças ao teto retrátil do ambiente. Marcela se casou com Temer quando tinha 20 anos. O vice, então com 62, estava no quinto mandato como deputado federal e foi seu primeiro namorado.

Michelzinho, de 7 anos, cabelo tigelinha e uma bela janelinha no lugar que abrigará seus incisivos centrais, é o único filho do casal (Temer tem outros quatro de relacionamentos anteriores). No fim do ano passado, Marcela pensou que esperava o segundo filho, mas foi um alarme falso. “No final, eles acharam que não teria sido mesmo um bom momento para ela engravidar, dada a confusão no país”, conta tia Nina, irmã da mãe de Marcela. Ela se refez do sobressalto, mas não se resignou – ainda quer ter uma menininha. No Carnaval, Marcela planejou uns dias de sol e praia só com o marido e o filho e foi para a Riviera de São Lourenço, no Litoral Norte de São Paulo. Temer iria depois, mas, nos dias seguintes, o plano foi a pique: o vice ligou, dizendo que estava receoso de expor a família, devido aos ânimos acirrados no país. Pegou Marcela, Michelzinho, e todo mundo voltou para casa.

Bacharel em direito sem nunca ter exercido a profissão, Marcela comporta em seu *curriculum vitae* um curto período de trabalho como recepcionista e dois concursos de miss no interior de São Paulo (representando Campinas e Paulínia, esta sua cidade natal). Em ambos, ficou em segundo lugar. Marcela é uma vice-primeira-dama do lar. Seus dias consistem em levar e trazer Michelzinho da escola, cuidar da casa, em São Paulo, e um pouco dela mesma também (nas últimas três semanas, foi duas vezes à dermatologista tratar da pele).

Por algum tempo, frequentou o salão de beleza do cabeleireiro Marco Antonio de Biaggi, famoso pela clientela estrelada. Pedia luzes bem fininhas e era “educadíssima”, lembra o cabeleireiro. “Assim como faz a Athina Onassis quando vem ao meu salão, ela deixava os seguranças do lado de fora”, informa Biaggi. Na opinião do cabeleireiro, Marcela “tem tudo para se tornar a nossa Grace Kelly”. Para isso, falta só “deixar o cabelo preso”. Em todos esses anos de atuação política do marido, ela apareceu em público pouquíssimas vezes. “Marcela sempre chamou atenção pela beleza, mas sempre foi recatada”, diz sua irmã mais nova, Fernanda Tedeschi. “Ela gosta de vestidos até os joelhos e cores claras”, conta a estilista Martha Medeiros.

Marcela é o braço digital do vice. Está constantemente de olho nas redes sociais e mantém o marido informado sobre a temperatura ambiente. Um fica longe do outro a maior parte da semana, uma vez que Temer mora de segunda a quinta-feira no Palácio do Jaburu, em Brasília, e Marcela permanece em São Paulo, quase sempre na companhia da mãe. Sacudida, loiríssima e de olhos azuis, Norma Tedeschi acompanhou a filha adolescente em seu primeiro encontro com Temer. Amigos do vice contam que, ao fim de um dia extenuante de trabalho, é comum vê-lo tomar um vinho, fumar um charuto e “mergulhar num outro mundo” – o que ocorre, por exemplo, quando telefona para Marcela ou assiste a vídeos de Michelzinho, que ela manda pelo celular. Três anos atrás, Temer lançou o livro de poemas intitulado *Anônima Intimidade*. Um deles, na página 135, diz: “De vermelho / Flamejante / Labaredas de fogo / Olhos brilhantes / Que sorriem / Com lábios rubros / Incêndios / Tomam conta de mim / Minha mente / Minha alma / Tudo meu / Em brasas / Meu corpo / Incendiado / Consumido / Dissolvido / Finalmente / Restam cinzas / Que espalho na cama / Para dormir”.

Michel Temer é um homem de sorte.

Extraído do site: <https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/> - Acesso em: 13 mar. 2018.