

Narrativas sobre vacinas, ciência e educação em memes do Zé Gotinha

DOI: <https://doi.org/10.33871/23594381.2024.22.2.8498>

Kaio Eduardo Oliveira¹, Cristiane de Magalhães Porto²

Resumo: O personagem Zé Gotinha é considerado um símbolo do Programa Nacional de Imunização de diferentes campanhas oficiais de vacinação na história recente do Brasil. Não obstante, pela mediação comunicacional da saúde pública em redes sociais e pela produção de narrativas que mediam o debate público sobre a vacinação da população, buscamos neste trabalho avaliá-lo como um símbolo da divulgação científica. Na dinâmica comunicacional da cibercultura, o personagem tem, assim, integrado outros formatos de comunicação on-line, sendo vetor de discursos, ideologias, sentidos e significados presentes na discussão pública e na mediação cômica dos memes sobre vacinas. Assim, esta pesquisa teve como objetivo analisar os memes sobre o personagem Zé Gotinha, em campanhas de vacinação, com a intenção de destacar pedagogias, narrativas, discursos e imaginários presentes em mídias sociais. Com este propósito, a pesquisa foi realizada por meio de uma pesquisa qualitativa com análise exploratória, além de uma netnografia de coleções de memes sobre o Zé Gotinha propagados em mídias sociais.

Palavras-chaves: Memes, educação, cultura digital.

Narratives about vaccines, science and education in internet memes of Zé Gotinha

Abstract: The character Zé Gotinha is considered a symbol of the National Immunization Program of different official vaccination campaigns in Brazil's recent history. Nevertheless, through the communicational mediation of public health on social networks and the production of narratives that mediate the public debate on the vaccination of the population, we seek in this work to evaluate it as a symbol of scientific dissemination. In the communicational dynamics of cyberculture, the character has thus integrated other online communication formats, being a vector of discourses, ideologies, senses and meanings present in the public discussion and in the economic mediation of memes about vaccines. Thus, this research aimed to analyze memes about the character Zé Gotinha, in vaccination campaigns, with the intention of highlighting pedagogies, narratives, speeches and imaginaries present in social media. For this purpose, research was carried out through qualitative research with exploratory analysis, in addition to a netnography of collections of memes about Zé Gotinha propagated on social media.

Keywords: Memes, education, digital culture.

Introdução

"Cadê o Zé Gotinha? Cadê o nosso querido Zé Gotinha?" - indagou Luiz Inácio Lula da Silva em seu primeiro discurso após recuperar seus direitos políticos, por meio da anulação, pelo Supremo Tribunal Federal - STF, das condenações que sofreu na Operação Lava Jato. A indagação em tom de crítica do até então ex-presidente, em 10 de março de 2021, relacionada ao suposto descaso do governo Jair Bolsonaro no processo de compra e distribuição de vacinas

¹ Universidade Federal do Recôncavo da Bahia- UFRB <https://orcid.org/0000-0002-5390-0593>

² Universidade Tiradentes-Unit <https://orcid.org/0000-0001-5622-030X>

durante a pandemia de Covid-19, orientava as narrativas do debate público em mídias digitais naquela época.

Por meio de uma conotação cômica, o Zé Gotinha, personagem presente no imaginário popular de muitos brasileiros, especialmente, pela atuação em campanhas oficiais de vacinação ao longo dos anos, passou então a mobilizar e ilustrar uma série de coleções de memes que mediarão uma disputa de narrativas, com diferentes interesses nas interações on-line. Memes com diferentes formatos e sentidos, articulados ao personagem, se difundiram e passaram a tensionar ainda mais as discussões sobre vacinas, muitas vezes associados às intenções políticas e ideológicas repercutidas nas mídias sociais e nos aplicativos de mensagens instantâneas.

Naquele contexto, o *Tiktok* e o *Instagram* exerceram um papel decisivo como ambiências de propagação de conteúdos audiovisuais, especialmente em formatos de memes, ou seja, replicando discursos cômicos em formatos resumidos. A popularidade dessas plataformas permitiu a inserção de um tipo de comunicação mediada por microvídeos, com “play automático”, reprodução rápida e verticalizada que se inseriram paulatinamente no nosso consumo cotidiano de informações. Isso faz com que estas ambiências tornem-se determinantes para compreendermos a produção e replicação de memes que mediam o debate público na atualidade, a partir de características multissemióticas resultantes da nossa autoria on-line.

Segundo Oliveira, Couto e Porto (2023) a autoria on-line e a produção de conteúdo ligada à comicidade, a brincadeira digital, e as performances em muitos memes passaram a ser inseridas na formação de opiniões e na reprodução de discursos ligados a muitos assuntos, especialmente por meio do debate político. Sobretudo, pelo modelo comunicacional baseado em tendências e formatada em microvídeos que são espalhados rapidamente por diferentes suportes e ambientes multimidiáticos.

A linguagem dos memes tem possibilitado, ao longo dos últimos anos, outras formas de exercícios da autoria, que constroem e articulam narrativas e discursos de muitas ordens. Com isso, os memes sobre vacinas mobilizando o debate político podem encaixar na dinâmica comunicacional cotidiana, exercer uma ação pedagógica e produzir diferentes sentidos e significados por meio de ações de persuasão na disputa pela atenção dos sujeitos on-line.

Compreendermos que estas práticas, bem como as transformações socioculturais vão além dos meros usos técnicos e instrumentais. Estão inseridas em um contexto mais amplo, que materializa-se no modo como cada indivíduo cotidianamente produz experiências mediadas por tecnologias digitais, ao passo que produzem diferentes formas de cultura digital. Sendo assim, ressaltamos o que propõe Santos (2019) ao enfatizar que a cultura digital, portanto, é a cultura contemporânea mediada pelas tecnologias digitais em rede.

Nesse contexto, a produção de memes sobre o personagem Zé Gotinha, inseridos ao debate político sobre ciência e divulgação científica, com características e valores estéticos próprios, permite refletir sobre estruturas culturais, sociais e psicológicas significativas. Problematizar discursos, criticar o cenário cultural e político, divulgar saberes de muitas ordens e contribuir para inovar e popularizar ideias e comportamentos ciberculturais (Oliveira *et al.*, 2022)

Considerando as questões expostas até aqui, no delineamento desta pesquisa buscamos responder a seguinte questão: Que pedagogias sobre vacinas são construídas por meio da linguagem dos memes do personagem “Zé Gotinha”? Para tanto, o objetivo geral do trabalho foi analisar os memes produzidos a partir do personagem Zé Gotinha, com a intenção de destacar pedagogias, narrativas, discursos e imaginários presentes nas interações em mídias sociais. Além disso, buscamos discutir como essas experiências de autoria em rede mobilizam ações de divulgação científica sobre vacinas no debate público em mídias sociais.

O argumento que buscamos desenvolver, a partir da coleta de dados e da seleção dos memes para esta pesquisa, foi que, este tipo de conteúdo constrói modos de ensinar e aprender que orientam as experiências ciberculturais, produzem sentidos e subjetividades sobre vacinas e materializam representações, narrativas e discursos de divulgação científica.

Para isso, o campo teórico da pesquisa é o dos estudos culturais na Educação e o dos estudos de mídias sociais e dos memes, enquanto fenômenos da cultura digital (Oliveira; Porto; Santos, 2022); (Chagas, 2022). O método utilizado foi o qualitativo, de cunho descritivo e analítico. Já a metodologia utilizada para o exame dos dados, em um primeiro momento, foi a pesquisa exploratória, baseada em uma busca nas plataformas Tiktok e no Instagram, tendo como palavras-chave o termo: “Zé Gotinha”, a fim de identificar os memes mais populares e relevantes sobre o tema.

A partir dos resultados obtidos, em uma segunda etapa, foi feita a netnografia dos respectivos *posts*, com a intenção de analisar o conteúdo e examinar as narrativas e os discursos a partir das seguintes categorias, conforme Shifman (2014): memes persuasivos; memes de engajamento coletivo; memes de discussão pública.

Desse modo, em sua dimensão total, nas páginas a seguir, discutiremos como se caracteriza a comunicação mediada por memes na cultura digital e, para isso, utilizaremos como contexto on-line as ambiências do *Tiktok* e do *Instagram*. Em seguida, problematizamos e analisamos os principais resultados desta pesquisa e como ela se associa às experiências de aprendizagem em rede, a partir das narrativas apresentadas.

Desenvolvimento: linguagem dos memes no cenário atual da cultura digital

O cenário atual da cibercultura tem se caracterizado por uma série de dilemas que têm impactado efetivamente o cotidiano em detrimento do que durante muito tempo se idealizou para experiências mediadas pela internet. Ideais de inclusão digital, participação, colaboração, ciberdemocracia, diversidade têm perseguido diferentes desdobramentos. Ao passo que a comunicação em rede, de certo modo, é inundada por outros fenômenos mais recentes como a desinformação, o discurso de ódio, a performatividade algorítmica, tecnologias de inteligência artificial, etc.

Nesse cenário, nosso modelo de comunicação, cada vez mais, mobilizado pela linguagem dos memes, tem inaugurado diferentes experiências em plataformas, como o *Tiktok* e o *Instagram* por meio de experiências audiovisuais. Nesse contexto, a produção de conteúdo se materializa por um modelo efêmero de comunicação carregado de comicidade, performances e diferentes formatos de humor, que sintetizam informações, sentidos e significados a partir da autoria on-line de cada usuário em rede.

O Tiktok, tem se caracterizado pela facilidade com que permite a produção de conteúdo, principalmente no formato de microvídeos que possuem alta capilaridade e velocidade de propagação que, em muitas situações, é facilitada pelo potencial de imitação e replicação dos conteúdos. Para Zulli e Zulli (2020), o incentivo à imitação e replicação estão na base da interatividade desta plataforma. Esse elemento ajuda a compreender o que os autores chamam de “públicos de imitação”, nos quais as redes se formam justamente por meio de processos de imitação e replicação, e não de conexões interpessoais e experiências vividas (Zulli e Zulli; 2020), como acontece na maioria das outras mídias sociais.

Ao contrário de outras plataformas, o TikTok não estimula diretamente que os usuários sigam outras pessoas. A página inicial, intitulada “For You (Para Você)”, é composta por vídeos selecionados pelos algoritmos de recomendação com base nos interesses e hábitos de cada usuário (Zulli; Zulli, 2020). Esse mecanismo é o principal responsável por estimular a imitação, seja através do compartilhamento ou da remixagem dos conteúdos. Outros fatores que particularizam o *Tiktok* são seus ícones e recursos de edição que auxiliam a transmissão de conteúdo. Em apenas um clique, o usuário pode optar por sons e fazer uma própria versão, sem que seja necessária qualquer experiência técnica prévia (Chagas, 2022).

O estímulo ao compartilhamento e ao engajamento marca a plataforma de vídeos como um ambiente on-line específico para replicação de conteúdo, que se mostra propício para a dinâmica de disseminação de memes. Além disso, a facilidade com que permite interação e

integração com outros ambientes de comunicação facilita este processo. Ao lado de cada vídeo publicado por um usuário, o TikTok oferece diversas opções de interação (curtidas, comentários, ou seguir a conta) e compartilhamento.

Já o Instagram é uma plataforma de compartilhamento de fotos e vídeos que revolucionou a forma como as pessoas se relacionam e consomem conteúdo on-line. A popularização da plataforma permitiu uma maior democratização da produção de conteúdo visual, incentivando a criatividade, autoria e a expressão individual, que para Pimentel e Carvalho (2020) são princípios indispensáveis em nossas práticas conversacionais on-line.

Deste modo, o surgimento do TikTok foi fortemente influenciado pelo sucesso do Instagram, especialmente no que diz respeito à rápida disseminação de vídeos curtos e ao engajamento da comunidade. A ascensão do TikTok foi impulsionada pela demanda por formatos de conteúdo mais dinâmicos e interativos, moldados pela cultura participativa estabelecida anteriormente pelo Instagram.

Podemos compreender a popularização destas plataformas, pelo foco no público jovem, já que sua base de usuários é composta por jovens cujo comportamento deixou de ser um mero consumidor de conteúdo para se tornar um produtor de conteúdo. O exercício da captura da atenção dos sujeitos nestas redes passa a ser uma característica importante. Uma vez que o fluxo de informações é constante e com mediação algorítmica que produz recomendação e personalização da experiência on-line.

Para Bentes (2021) manter o usuário engajado com o conteúdo e ativo nestas plataformas é um modelo de negócios que se aperfeiçoa constantemente. O aumento da oferta de informações e o acesso a novos formatos de comunicação tornam a concorrência pelo tempo e atenção dos consumidores, progressivamente, mais intensa, tornando necessária a utilização de técnicas para capturar a atenção do público

Para Bruno (2019) a racionalidade algorítmica dessas experiências em rede impacta na produção de subjetividades. Em outras palavras, a percepção, interpretação ou avaliação do mundo e das informações passam a ser feitas com interferências e por modelos de indução de comportamentos on-line, variável e influenciável por fatores como crenças, desejos, valores e expectativas da exposição do conteúdo circulado.

[...] racionalidade algorítmica é um modelo de racionalidade onde os algoritmos ocupam um lugar central nos processos de conhecimento de uma certa realidade, bem como nos processos de tomada de decisão e de gestão dessa mesma realidade. Um modelo de racionalidade implica simultaneamente produzir conhecimento e intervir sobre um determinado contexto, problema, fenômeno ou realidade. Em nossa sociedade,

especialmente em nossas experiências tecnologicamente mediadas, os processos algorítmicos vêm se tornando atores decisivos tanto na captura e análise de dados sobre uma série de setores de nossas vidas privadas e comuns, quanto na tomada de decisão automatizada em diferentes contextos. (Bruno, 2019),

Os memes que são replicados nestes ambientes, podem assumir formato audiovisual, comumente curtos, repletos de efeitos e filtros da própria plataforma, bem como editados com uma trilha sonora animada, além de serem articulados por performances e diferentes formas de comicidade. Isso permite, por correlação, a difusão de informações de múltiplas ordens que agenciam o debate público, mas também a propagação de símbolos ligados a formas de interpretar o mundo, com intencionalidades diversas que podem promover regimes de desinformação.

Com isso, a produção e replicação de memes, mobiliza diferentes formas de expressão, que podem amplificar o debate público sobre muitos temas, tornando o processo mais dinâmico e acessível, mas nem sempre promovendo processos democráticos de informação e comunicação.

Por isso, precisamos compreender a função pedagógica dos memes produzidos como elementos de humor e comicidade, neste cenário complexo da comunicação estruturada em plataformas. Não obstante, é pertinente avaliar a função de elementos risíveis, como memes na estruturação de uma dinâmica comunicacional revestida de brincadeira on-line, mas com grande capacidade de produzir sentidos e subjetividades e afetar os regimes de crenças.

Bergson (2004) nos chama atenção para a função pedagógica do humor. Para ele, o riso é um fenômeno social que serve para punir comportamentos desviantes e pressionar seus responsáveis a retomar os padrões socialmente aceitos. Isso ajuda a explicar como a profusão de memes sobre Ciência, por exemplo, pode atuar a partir da ação de popularização de informações, mesmo que pela ironia e pela brincadeira ligadas às recomendações de especialistas em diferentes situações.

Nas páginas a seguir, nos concentramos em discutir a produção de sentidos e subjetividades durante campanhas de vacinação no Brasil a partir de memes do personagem Zé Gotinha. Não obstante, buscaremos destacar pedagogias, discursos e narrativas presentes nas produções informais de usuários em diferentes formatos e em suas interações. Para isso, evidenciaremos como o respectivo personagem tem atuado como vetor da divulgação científica em campanhas de vacinação no Brasil.

Resultados e Discussão: “Zé Gotinha”, divulgação científica e educação

Sob a ótica da divulgação científica, é possível inferir que o Zé Gotinha tem exercido um papel fundamental na popularização de informações sobre vacinas, Ciência e Saúde no Brasil, mobilizando diferentes situações de aprendizagem. Especialmente enquanto proposição pedagógica que media táticas de persuasão, convencimento e propagação de informações sobre vacinação. Desse modo, na atualidade o personagem compõe uma linguagem alternativa de comunicação sobre ciências e saúde pública, pela representação dos fatos científicos em redes sociais, diante de campanhas oficiais de vacinação.

A inserção do personagem na comunicação pública cotidiana fez com que a informação sobre vacinas fosse mais acessível e compreensível para a população em geral, especialmente, para as crianças. Ao passo que, tem exercido um papel de destaque ao desmistificar crenças e mitos em torno das vacinas e a incentivar as pessoas a se vacinarem para prevenir doenças. Embora não seja originalmente uma ação de divulgação científica, o personagem exerce historicamente uma ação simbólica neste cenário, por articular um exercício pedagógico de conscientização social e de cidadania.

Segundo Peres (2023) o personagem Zé Gotinha foi criado pelo publicitário e artista plástico Darlan Rosa, para ajudar a conscientizar as pessoas quanto à importância da campanha de vacinação. Foi lançado em 1987, passando por consulta pública para escolha do seu nome e passou a representar também as campanhas para outras vacinas do Programa Nacional de Imunizações - PNI. A criação do personagem povoou o imaginário coletivo, idealizado para que as crianças e a população brasileira começassem a perceber o Zé Gotinha como um herói que combatia o monstro Perna de Pau da paralisia infantil e outros vilões associados à não vacinação. No contexto da cultura digital, narrativas sobre o personagem são reconfiguradas, compondo uma disputa discursiva on-line que tem mediado regimes de crenças e diferentes situações de aprendizagem e disputas ideológicas sobre vacinas e saúde pública.

Compreendendo este contexto e a relevância do Zé Gotinha como símbolo do Programa Nacional de Imunização- PNI, mas sobretudo pela inserção deste personagem no debate público mediado por mídias sociais, nos propomos a avaliar como estas narrativas são produzidas e replicadas pelos memes da internet. A primeira etapa deste trabalho foi realizada por meio de uma pesquisa qualitativa com caráter exploratório, seguida da coleta e análise de dados, onde foi realizada uma pesquisa netnográfica (Kozinetz; 2014).

Para Kozinetz (2014) a netnografia é uma forma especializada de etnografia e utiliza comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à

representação etnográfica de um fenômeno cultural na Internet. Sua abordagem é adaptada para estudar fóruns, grupos de notícias, blogs, redes sociais etc.

Deste modo, realizamos uma busca geral nas plataformas Tiktok e Instagram *Reels*, tendo como palavra-chave da busca a *tag* “#ZéGotinha”. Pelo grande fluxo de resultados, foi necessário estabelecer um recorte, para análise e descrição dos resultados. Para isso, utilizamos como critérios de classificação e análise a tipologia de memes proposta por Shifman (2013): (a) memes persuasivos, (b) memes de ação popular e (c) memes de discussão pública.

Os memes persuasivos se assemelham a peças publicitárias, incorporam uma retórica de convencimento e operam mais como virais do que como memes propriamente. Já os memes de discussão pública são aqueles a que estamos mais habituados, trazem piadas de um humor ácido e muitas referências intertextuais. A última categoria, dos memes de ação popular, é caracterizada por um comportamento coletivo reiterado, que se articula a um movimento aparentemente coordenado ou correlacionado (Shifman, 2013).

A partir da análise destas características, chegamos efetivamente a um resultado de 6 memes persuasivos; 5 memes de ação coletiva; e 4 memes de discussão pública. Totalizando uma amostra de 15 memes, dispostos a seguir e analisados coletivamente com base nas características de cada categoria atribuída. Vale destacar que, embora a busca considere as duas plataformas, as práticas de compartilhamentos destes artefatos não se restringem a um único ambiente online, o que faz com que eles sejam replicados por diferentes mídias.

Em múltiplos contextos, os memes sobre o Zé Gotinha apresentam narrativas que se disseminam, especialmente pelo viés sociopolítico. A divulgação de informações sobre a eficácia das vacinas foi um dos elementos também presentes nos artefatos analisados. Sejam elas, pela replicação dos discursos de desinformação que comprometem campanhas de vacinação, ou na produção de contradiscursos que tentam encorajar as pessoas a se vacinarem.

A dimensão dos memes como formas de persuasão é relevante, nesta perspectiva, na medida em que são replicados como formas de participação ativa e polifônica, como instrumentos discursivos de expressão com capacidade para articular e mobilizar o discurso público (Shifman; 2013) e como artefatos com capacidade para influenciar os estados de ânimo, perspectivas e opiniões.

É possível observar na figura 1 que, mesmo tendo diferentes símbolos e valores estéticos, os memes são mobilizados e construídos a partir da figura do Zé Gotinha em cenários transmidiáticos, com performances distintas. Essas produções articulam cenas de refutação a processos de desinformação em rede e foram comumente replicadas durante o debate público sobre vacinas como tática de rechaçar posições políticas e diferentes regimes de desinformação.

Figura 1 - Memes Persuasivos



Fonte: @Ministeriodasaúde; @southamericamemes; Captura de tela em: 19 abr. 2023.

A análise da coleção permite exemplificar o caráter fortemente persuasivo desses memes, que foram produzidos desde a representação da opinião dos sujeitos em rede, à comunicação oficial de entidades de Saúde pública, como é o caso do Ministério da Saúde do Brasil, que insere os memes em sua comunicação oficial, tendo também o personagem como elemento central das narrativas.

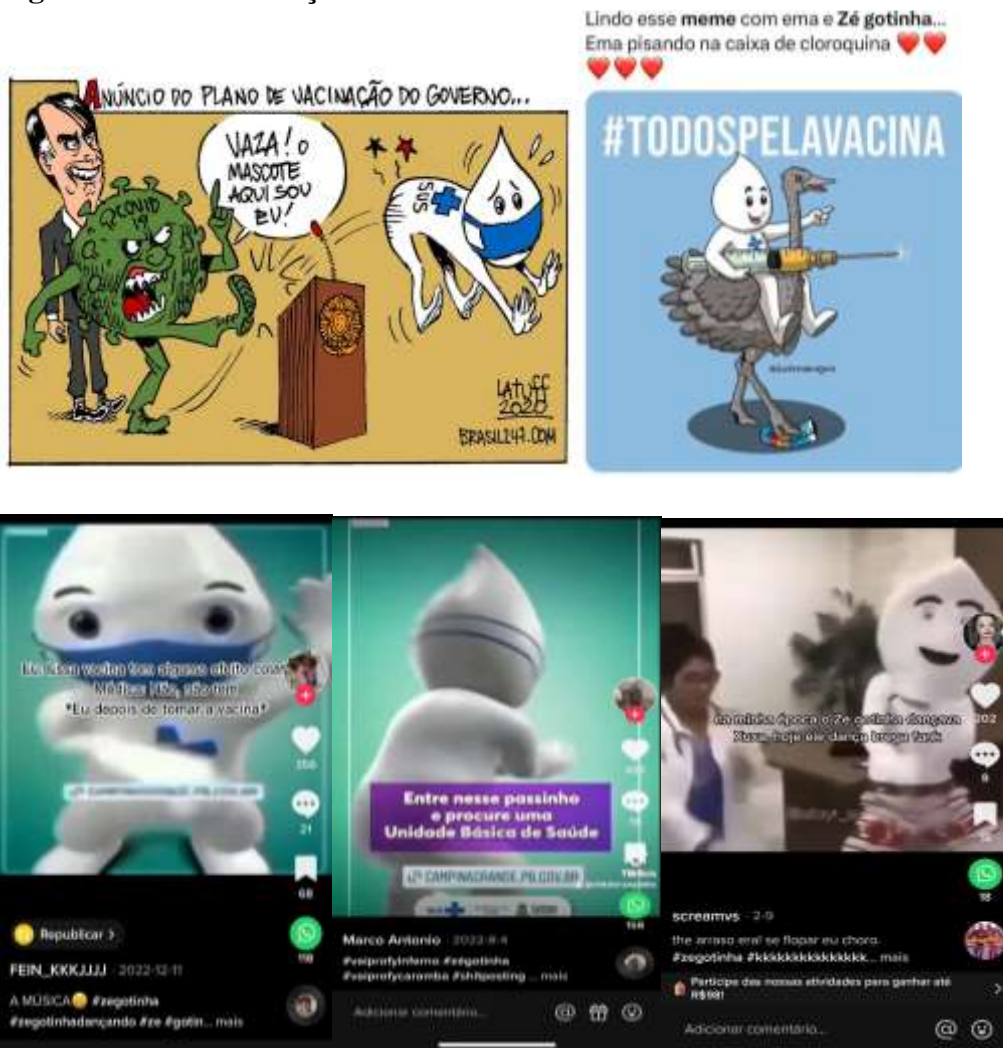
As três primeiras imagens, materializam narrativas “contradiscursivas” ao cenário da pandemia de covid-19. Naquele momento, especialmente no primeiro semestre de 2021, o debate em rede se dividia em grupos que defendiam a ampla vacinação, ao passo que outros grupos de militância digital replicavam discursos mediados, muitas vezes, por memes de negação e invalidação das vacinas e de promoção de processos de desinformação sobre o efeito delas.

Este recorte explicita como o personagem Zé Gotinha foi articulado à diferentes táticas de comunicação em rede, com o propósito de persuadir sujeitos e replicarem discursos que afetam os regimes de crenças, com alguma credibilidade, ao associar um personagem presente

no imaginário popular sobre vacinas à discursos enganosos. As intencionalidades e os sentidos diferentes, mobilizados por meio da intertextualidade e do exercício de síntese nestes memes passam a produzir narrativas que podem afetar as campanhas de vacinação e, conseqüentemente, a saúde pública.

Embora possam se materializar a partir de diferentes formatos e suportes, muitos memes se inscrevem em um mesmo sentido. Ao passo que só produzem poder comunicacional em coletividade. Esse tipo de meme, como os que são expostos na figura 2, podem representar performances, desafios, tendências, narrativas produzidas em encadeamento discursivo. Esse tipo de meme é caracterizado por Shifman (2013) como memes de ação popular ou de engajamento coletivo, e se materializam como coleções ou grupos que se notabilizam pela ação coordenada em determinado processo de ativismo on-line.

Figura 2: Memes de ação coletiva



Fonte: @brasilefedecovid; @screamvs. Captura de tela em 19 abr. 2023

Neste contexto de ação coletiva on-line, mesmo em formatos e ambientes ou redes distintas, muitos memes com representações do Zé Gotinha foram produzidos com performances e coreografias publicadas em microvídeos tanto no Tiktok, quanto no Instagram *Reels*. Essas experiências mobilizam um tipo de humor que é materializado pelo movimento, articulado a um determinado contexto musical, além da experiência estética, carregado de ironias e jogos de sentidos e formas de humor, que mediam a replicação de mensagens pela gestualidade e pelos ritmos.

Não obstante, memes com mensagens de desaprovação a ações do Governo Federal, também foram mobilizados por estas narrativas, como é o caso das duas primeiras imagens apresentadas na coleção da figura 2. Os memes representam um tipo de militância digital on-line, mediada por grupos que, através do engajamento coletivo, replicaram o uso de medicamentos para um suposto tratamento precoce da Covid-19, sem comprovação científica de sua eficácia e que paralelamente questionavam a eficácia das vacinas produzidas em contexto emergencial. Enquanto outros grupos replicaram memes de contradiscurso ao suposto tratamento precoce e ao processo de desinformação sobre as vacinas.

Esses memes têm em comum a apropriação do personagem Zé Gotinha em cenários e contextos distintos, que são tensionados por meio de uma disputa ideológica e discursiva, materializada pela ludicidade e pelo efeito de sentido implicado à sátira produzida, mas todos eles articulados ao contexto geral da vacinação, seja como forma de produzir credibilidade aos discursos ou para ironizar os processos de desinformação.

Embora o Zé Gotinha seja um personagem muito popular em campanhas oficiais de vacinação no Brasil e tenha sido amplamente utilizado em ações de divulgação científica para promover a importância da vacinação, esses recortes mostram como o personagem foi também amplamente apropriado em campanhas de desinformação on-line, para ironizar as vacinas ou para promover a adoção da ampla vacinação.

Ações de engajamento coletivo como essas podem ser pensadas por meio da replicação ampla de memes com discursos semelhantes e com objetivo comum. Não obstante, Chagas (2022) enfatiza que os memes são experiências compartilhadas de sentidos. Posto que eles estabelecem uma relação contextual e de complementaridade. Esse tipo de ação coletiva, portanto, agrega indivíduo em torno de um interesse comum, o que traz à tona uma percepção de pertencimento e tribalismo que os direciona por meio de interesses mútuos em rede e na produção de *clusters*.

A coleção de memes da figura 3, ilustra o que Shifman (2013) entende como “memes de discussão pública”. Os memes de discussão pública possuem humor latente, geralmente flertam

com a ironia e com humor subversivo e dessacraliza e deslocam sentidos. Segundo Chagas (2022) o papel de diferentes formas de humor nestes artefatos, mobiliza uma experiência liminar que “performatiza” e dramatiza as liberdades individuais a partir de comportamentos generativos e imitativos, habitualmente sustentados pela emergência de agentes que estimulam narrativas e discurso mediante brincadeiras on-line, que mobilizam formas de interação.

Figura 3: Memes de discussão pública



Fonte: @bolsonarosp; @brasilfedecovid. Captura de tela: 19 abr. 2023.

A coleção de memes da figura 3 apresenta um contexto de discussão pública, que reflete duas perspectivas opostas em relação à imunização; a primeira trata da associação da figura do Zé Gotinha à discussão armamentista, enquanto a outra ironiza o debate político e armamentista implícito na narrativa. A coleção estabelece também uma discussão que exige um referencial contextual, que não está atribuído ao meme, mas que só é possível de ser compreendido associando-o ao debate público e às referências implícitas. Ou seja, um exercício de intertextualidade.

Em consonância com o que aponta Chagas (2022), podemos afirmar que a brincadeira digital replicada nesse contexto, compreende uma ação de desobediência e transgressão. Os memes atuam no sentido de desconstruir uma determinada atmosfera e, simultaneamente, prover elementos para a consubstanciação de outra, a partir da dessacralização de temas mais sérios, reconfigurados pela mediação lúdica.

Com esses exemplos, é possível evidenciar que a comunicação mediada por memes pode ampliar formas de participação, engajamento e colaboração, mas, também, criar modos de ensinar e aprender que nem sempre produzem criticidade, conscientização. Essas experiências de aprendizagem on-line podem estar alinhadas a um tipo de produção de conteúdo que são, geralmente, curtos, engraçados e passíveis de serem compreendidos e, principalmente, compartilhados para outros ambientes de comunicação instantânea, mas com efeitos extremamente latentes e efetivos na produção de sentidos e subjetividades.

Considerações finais

Diferentes tipos de memes, propagados nas redes, têm ajudado a popularizar informações de múltiplos campos do conhecimento. A interação em rede também tem ajudado a esclarecer dúvidas e a estimular o interesse pelos assuntos inerentes ao meio científico e acadêmico. Um aspecto positivo é a possibilidade de alcançar pessoas que normalmente não teriam acesso às informações, como crianças e jovens. Desse modo, o formato curto e cômico dos memes na dinâmica atual das mídias sociais ajuda a produzir outras experiências comunicacionais.

Na produção desta pesquisa, o personagem “Zé Gotinha” foi o objeto de análise sobre a produção e replicação de memes com muitos “modos de dizer”, com diferentes discursos, múltiplas intencionalidades e outras pedagogias on-line. Esse tipo de produção pode se alinhar a narrativas que incentivam a população a se vacinar, mas, similarmente, que podem estar associadas à propagação de desinformação, discursos anticiência e antivacina, discurso de ódio, que dificultam o processo de divulgação científica e a intencionalidade pedagógica das campanhas oficiais de vacinação.

Ao produzir uma análise de diferentes coleções de memes produzidos e compartilhados a partir do personagem Zé Gotinha, foi possível chegar a algumas conclusões: Dentre elas, a principal foi constatar que muitos dos memes produzidos a partir da representação do personagem Zé Gotinha se inserem no que Jenkins *et al.* (2014) denominam de mídia cívica. Ou seja, uma mídia que é formada por um tipo de conteúdo que visa o engajamento cívico ou a motivação para a participação no processo político. Os memes sobre vacinas mobilizados a

partir da representação do personagem utilizam processos criativos como um recurso para propagar e compartilhar os interesses próprios de determinados grupos.

De modo geral, é possível concluir também que essas interações em rede produzem pedagogias por meio de narrativas sobre saúde pública que podem promover divulgação científica e popularização da ciência, mas também atrapalhá-la, ao passo que estão inerentes ao processo de desinformação. Além de tornar os assuntos mais acessíveis e atrativos para o público em geral, também pode ajudar a aumentar o interesse pela ciência e a esclarecer dúvidas sobre assuntos complexos, podendo funcionar como linguagem de contradiscurso aos regimes de crenças fundamentadas em desinformação e negação à ciência.

Em suma, embora exerça papel de destaque no imaginário popular do Brasil, especialmente em campanhas de vacinação, o Zé Gotinha se notabilizou nos últimos anos como um importante vetor da divulgação científica, mas também do debate político na comunicação mediada por memes. Essas experiências se notabilizam pela construção de pedagogias e processos persuasivos que possibilitam conscientizar e educar a população sobre a importância da vacinação e a combater a desinformação em torno das vacinas, apesar de contraditoriamente ser apropriado em muitos exemplos que distorcem o verdadeiro objetivo da criação e popularização do personagem enquanto símbolo do Programa Nacional de Imunização.

Por isso, é importante que as campanhas de vacinação e de divulgação científica estejam sempre atentas aos potenciais usos indevidos e mal-intencionados de elementos da divulgação científica, como a figura do Zé Gotinha e outras estratégias de comunicação, a fim de combater a desinformação e promover informações precisas e baseadas em evidências científicas. Portanto, podemos concluir que, embora sejam engraçados, os memes sobre o Zé Gotinha precisam ser levados a sério.

Referências

BENTES, Anna. *Quase um tique: economia da atenção, vigilância e espetáculo em uma rede social*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2021.

BERGSON, Henri. *Ensaio sobre a significação do cômico*. Tradução: Nathanael C. Zahar Editores. Rio de Janeiro, 2004.

BRUNO, F. *Tecnopolítica, racionalidade algorítmica e mundo como laboratório*. 2019. Disponível em: <<https://www.ihu.unisinos.br/categorias/594012-tecnopolitica-racionalidade-algoritmica-e-mundo-como-laboratorio-entrevista-com-fernanda-bruno>> Acesso em 27 out. 2023.

CALIXTO, D. *O avesso dos algoritmos: sociabilidades na escola e mediações educacionais no ritmo do TikTok*. 2023. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo,

São Paulo, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/T.27.2023.tde-20122023-123018>. Acesso em: 25 abr. 2024.

CHAGAS, Viktor. *TikTok e polarização política no Brasil*. Rio de Janeiro: Ed. dos Autores, 2022.

SANTOS, Edméa. *Pesquisa-formação na cibercultura*. Teresina: EDUFPI, 2019.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio de mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014.

KOZINETS, Robert. V.. *Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso, 2014. 203p.

OLIVEIRA, K. COUTO, E. PORTO, C. *Pedagogias de memes pró-vacinas no contexto da Pandemia de Covid-19*. Aurora: revista de arte, mídia e política, São Paulo, v.16, n.46, p. 47-67. 2023

OLIVEIRA, K. E, PORTO, C & SANTOS, E. (org.). *Memes e educação na cibercultura*. [online]. Ilhéus: EDITUS, 2022.

PERES, E. *História do Zé Gotinha: saiba como nasceu o símbolo da imunização do Brasil*. Ministério da Saúde. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2023/marco/historia-do-ze-gotinha-saiba-como-nasceu-o-simbolo-da-imunizacao-do-brasil>. Acesso em: 25 abr. 2024.

PIMENTEL, M; CARVALHO, F. *Princípios da Educação Online: para sua aula não ficar massiva nem maçante!* SBC Horizontes, maio 2020. ISSN 2175-9235. Disponível em: <<http://horizontes.sbc.org.br/index.php/2020/05/23/principios-educacao-online>>. Acesso em: 25 abr. 2024.

PORTO, Â.; PONTE, Carlos Fidelis. "Vacinas e campanhas: as imagens de uma história a ser contada." *HCS-Manguinhos*. vol. 10, 2003.

SEABRA, B. *Como o Zé Gotinha ajudou a tornar a vacinação no Brasil um caso de sucesso*. 2021. Disponível em: <<https://www.brasilpopular.com/como-o-ze-gotinha-ajudou-a-tornar-a-vacinacao-no-brasil-um-caso-de-sucesso/>> Acesso em: 27 out. 2023

SHIFMAN, L. "Memes in Digital Culture." *MIT Press.*, 2013.

VILLARREAL, Ivett Herrera. *A publicidade e a propaganda nas políticas públicas: uma análise diante do tratamento da poliomielite no Brasil*. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/16553/1/2017_IvettHerreraVillareal_tcc.pdf> Acesso em: 27 out. 2023.

ZULLI, D.; ZULLI, D. J. "Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform." *New Media & Society*, online-first, 2020. doi:10.1177/1461444820983603.

Submissão: 27/11/2023. Aprovação: 28/04/2024. Publicação: 20/08/2024.