


Dossier

Entre humor e desinformação: análise dos lados A e B dos memes na era digital

Between Humor and Disinformation: An Analysis of
the A and B Sides of Memes in the Digital Age

Anderson José Alves Siqueira
siqueira_anderson1979@hotmail.com
ICS - Instituto de Ciências Sociais da
Universidade do Minho
Braga, Portugal
 <https://orcid.org/0009-0004-0788-1442>

Resumo | Abstract

Este artigo investiga como os memes, enquanto linguagem comunicacional contemporânea e fenômeno central da cultura digital, operam simultaneamente como facilitadores do acesso a temas complexos e como potenciais vetores de desinformação. No que chamamos de Lado A, discutimos como os memes, ao articularem humor, síntese informacional e forte apelo visual, tornam-se instrumentos eficazes para engajar públicos diversos, ampliando a compreensão e o alcance de debates sociais, culturais e políticos. Já no Lado B, analisamos seus usos em formatos polarizadores, nos quais a fragmentação, a

ausência de contexto e a rápida circulação favorecem distorções, estereótipos e interpretações equivocadas. A discussão teórica integra abordagens da mamética de Dawkins (1976), os princípios da cultura remix, tipologias de memes, leitura de imagens e conceitos como economia afetiva. Metodologicamente, o estudo adota uma abordagem mista composta por questionário on-line e análise qualitativa de conteúdo, a partir da qual emergiram quatro categorias centrais: criatividade, desserialização de contexto, responsabilização difusa e algoritmo do sensacionalismo. Os resultados indicam que os memes funcionam como gatilhos informacionais e ferramentas expressivas de ampla circulação, mas

sua eficácia comunicacional depende fortemente da mediação crítica do receptor, do contexto sociotécnico em que são disseminados e da capacidade de verificação diante da lógica algorítmica das plataformas digitais. Conclui-se que a ambivalência dos memes exige atenção contínua, especialmente no que diz respeito ao impacto da desinformação e às responsabilidades éticas de produtores e usuários.

This article investigates how memes, as a contemporary communicational language and a central phenomenon of digital culture, operate simultaneously as facilitators of access to complex topics and as potential vectors of disinformation. In what we refer to as Side A, we discuss how memes, by articulating humor, informational synthesis, and strong visual appeal, become effective instruments for engaging diverse audiences, expanding the understanding and reach of social, cultural, and political debates. On Side B, we analyze their uses in polarizing formats, in which fragmentation, lack of context, and rapid circulation foster distortions, stereotypes, and misleading interpretations. The theoretical discussion integrates approaches derived from Dawkins' memetics (1976), principles of remix culture, meme typologies, image-reading frameworks, and concepts such as affective economy. Methodologically, the study employs a mixed-method design consisting of an online questionnaire and qualitative content analysis, from which four central categories emerged: creativity, context deserialization, diffuse accountability, and the sensationalism algorithm. The results indicate that memes function as informational triggers and expressive tools with wide circulation, but their communicational effectiveness depends strongly on the critical mediation of receivers, the socio-technical context in which they circulate, and the capacity for verification within the algorithmic logic of digital platforms. The study concludes that the ambivalence of memes demands ongoing attention, particularly regarding the impact of disinformation and the ethical responsibilities of producers and users.

Palavras-chave | Keywords

Memes • Cibercultura • Multimodalidade • Análise de conteúdo • Desinformação

Memes • Cyberculture • Multimodality • Content analysis • Disinformation

Introdução

A emergência dos memes como fenômeno comunicacional reflete profundas transformações no modo como a cultura circula na era digital. Definido inicialmente por Richard Dawkins (1976) como uma “unidade de transmissão cultural” análoga ao gene, o conceito de meme foi rapidamente apropriado e reelaborado no ambiente online para identificar peças multimodais, que se tratam de combinações de texto, imagem e, por vezes, vídeos curtos que se propagam através das redes sociais. Conforme observa Shifman (2014), os memes não são elementos isolados, mas membros de um ecossistema em constante competição por atenção e engajamento, o que lhes confere um caráter dinâmico e adaptativo.

A sobrevivência e difusão de um meme dependem, sobretudo, do seu compartilhamento, característica que reforça tanto sua adaptabilidade quanto seu impacto cultural (Blackmore, 1999; Dennett, 1996). Apesar do reconhecimento generalizado do potencial criativo e mobilizador dos memes, ilustrado pela proliferação de formatos humorísticos, satíricos e até pedagógicos, surge uma questão que emerge: até que ponto a irreverência e a informalidade inerentes aos memes contribuem para a banalização de temas sérios ou, ao contrário, ampliam sua acessibilidade? Esta pesquisa visa responder a essa questão por meio da abordagem metodológica mista, que combina levantamento quantitativo via questionário aplicado a usuários de redes sociais e análise qualitativa das narrativas coletadas, buscando correlacionar percepções de confiabilidade e engajamento com diferentes estilos de memes.

A principal contribuição desta pesquisa é proporcionar uma análise integrada das percepções dos usuários, estilos de memes e seus impactos na confiabilidade e na recepção da informação, um aspecto que ainda não foi amplamente investigado na literatura brasileira sobre comunicação digital. Dessa maneira, o referencial teórico explora as origens e classificações dos memes, distinguindo seus “estilos” e os papéis ambíguos, o que chamamos aqui de Lado A (aspectos criativos, virais e de facilitação da comunicação rápida) e Lado B (riscos éticos associados a *bullying*, desinformação e reforço de preconceitos). A seção metodológica detalha o delineamento da pesquisa, enquanto a análise discute os resultados a partir do referencial abordado. Por fim, a conclusão sintetiza as contribuições do estudo, suas limitações e aponta direções para investigações futuras.

Meme: a evolução como ferramenta de comunicação

Dado o impacto das novas tecnologias da informação e comunicação (TIC) em toda a sociedade, segundo Santaella (2003), hoje o acesso à internet transformou a forma de comunicar-se, e isso inclui novos elementos que possibilitam a troca de informações e mensagens, como o meme. Desde a proposição original de Richard Dawkins, em *O Gene Egoísta* (1976), o “meme” foi concebido como uma unidade de transmissão cultural análoga ao gene, apta a replicar-se, variar e perdurar em um “pool de memes” por meio de processos de imitação entre cérebros humanos. O autor ainda identifica três propriedades fundamentais que regulam a dinâmica dos memes: fidelidade (capacidade de replicação idêntica), fecundidade (potencial de gerar múltiplas réplicas) e longevidade (persistência ao longo do tempo). Essa ontologia memética estabelece um eixo teórico vasto para compreender como ideias, formatos visuais ou slogans são criados, consolidam-se e se transformam no âmbito cultural.

A cultura digital contemporânea apoia-se em práticas de colagem e recomposição contínua de signos, fenômeno descrito como cultura remix por Lemos (2006) e aprofundado por Santaella (2007). Segundo Santaella, a remixagem consiste em “desconstruir e recombinar códigos visuais e textuais, de modo a produzir novos significados em ambientes hipermidiáticos” (Santaella, 2007, p. 52). Para decodificar essa polissemia, ela propõe cinco fases de leitura de imagens (Santaella, 2012):

1. Icônica: reconhecimento das formas e cores básicas;
2. Simbólica: associação de símbolos visuais a valores culturais;
3. Discursiva: compreensão das relações entre elementos;
4. Contextual: inserção do meme em seu ambiente de circulação;
5. Interativa: resposta do receptor, que pode remixar ou comentar o meme, fechando o ciclo memético.

Essa semiótica multimodal explica por que um mesmo *template*, alterado sutilmente na legenda, produz efeitos muito distintos de humor, crítica ou engajamento educativo.

Ressalva-se que a cultura das mídias, na qual circulam os memes, não é sinônimo da “cultura de massas” nem da “cultura virtual”, conforme a visão de Santaella (2003). A autora defende que a cultura das mídias está posicionada entre as duas outras, ou seja, ela também gera uma cultura própria, que se desenvolveu em função das tecnologias como a internet e as mídias sociais.

No contexto digital, a definição de meme expandiu-se para abranger micronarrativas multimodais — combinações de texto, imagem e, eventualmente, vídeo — que circulam em redes sociais em alta velocidade. Pesquisas recentes já se dedicaram a traçar o percurso dos estudos sobre memes, desde as primeiras problematizações conceituais até a análise de seu papel em controvérsias



Figura 1. Linha do tempo dos memes. Baseado no estudo *In meme we trust*. Fonte: <https://gente.globo.com/in-meme-we-trust.ghtml>, 2019

políticas e na cultura participativa (Chagas, 2021; Horta, 2015).

A Figura 1 exibe uma linha do tempo com marcos significativos na evolução dos memes, evidenciando que eles não aparecem de forma isolada, mas estão inseridos em um ecossistema em constante transformação.

Guerra e Botta (2018) classificam o meme como gênero discursivo nativo do meio digital, ressaltando sua estrutura híbrida e seu potencial retórico, enquanto Grundlingh (2017) aplica a teoria dos atos de fala para demonstrar como um meme opera simultaneamente como locução (forma), ilocução (intenção humorística, satírica ou crítica) e perlocução (efeito sobre o receptor). Para Santaella (2014), os “gêneros híbridos” são ocorrências discursivas em redes sociais que reúnem verbalidade, imagem fixa e em movimento, som e interatividade, configurando um ambiente comunicacional não linear e convidando o receptor a uma postura ativa de navegação.

Em seus estudos, McLuhan (1995) já via os meios como “extensões do homem”, ampliando sensorialidades e alterando percepções, tendo sido o criador do conceito de “aldeia global”, na qual as culturas podem estar conectadas ao redor do mundo, mas há o risco de homogeneização das identidades culturais. O trabalho de Fernandes (2016) evidencia esse conceito ao abordar os recursos das quatro telas —cinema, televisão, computador e

celular— que são facilitadores da comunicação de massa com rapidez na troca de informações. Martins (2012) aperfeiçoa essas ideias ao discutir hibrididade e interatividade nas textualidades digitais, apontando a participação ativa do receptor como elemento central na recombinação criativa dos memes.

Jenkins (2006) avança ao propor a economia afetiva, na qual os memes funcionam como “lovemarks”, gerando laços emocionais profundos entre criadores, veículos e públicos, ampliando o poder persuasivo dos formatos meméticos. O autor também destaca que os “consumidores no ciberespaço” —usuários da rede— têm um papel importante com a sua participação ativa. Ao fazer essa análise, ele definiu a “cultura da convergência”, um espaço “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (Jenkins, 2006, p. 27). Portanto, nessa convergência, os consumidores não são passivos, pois se forma uma cultura participativa que gera a transformação cultural por meio de novas formas de se conectar e encontrar informações.

A partir de 2022, a circulação memética se expandiu para ecossistemas audiovisuais como TikTok e Reels, em que o humor, a remixagem e a rapidez algorítmica aumentam a viralidade (Zanetti & Sampaio, 2025; Tavares, 2025). Nesses contextos, o meme transcende sua natureza estática ou textual

e começa a funcionar na lógica do “vídeo-remix”, incorporando camadas de áudio, dublagem, filtros e leitura sincronizada de legendas.

A criação de memes com o uso de modelos de inteligência artificial é outro fenômeno emergente, principalmente com geradores de imagem como DALL-E, Midjourney e Stable Diffusion. Esses sistemas possibilitam a criação rápida de *templates* novos, gerando estéticas meméticas exclusivas e levantando questões éticas a respeito de autenticidade, autoria e manipulação visual (Petruk, 2023).

A perspectiva de discurso contribui para situar os memes no campo das práticas sociais e políticas. Para Charaudeau (2010), as mídias configuram discursos que moldam percepções coletivas. Sob outra análise, Benkler (2006) defende a produção por pares como alternativa ao modelo hierárquico das mídias de massa, apontando a cultura dos memes como expressão máxima de uma economia colaborativa de informação. Essa estrutura teórica integrada, abordando memética, multimodalidade, análise do discurso e também a ascensão da leitura de imagens, fornece a fundamentação para classificar estilos de memes e avaliar suas dimensões ambíguas de democratização comunicativa (Lado A) e riscos éticos (Lado B).

Estilos e classificação dos memes

O conceito de “meme” originalmente formulado por Dawkins (1976) expandiu-se para designar objetos comunicacionais multimodais —combinações de texto, imagem e até vídeo— que circulam em cadeia pelas redes sociais, ganhando significado em cada nova reinterpretação (Shifman, 2014). Embora precursores de conteúdo viral possam ser rastreados em MUDs e fóruns dos anos 1990, foi a consolidação de plataformas como 4chan, Reddit e, posteriormente, o Instagram que institucionalizou a noção de “*template*”: formatos replicáveis, facilmente editáveis, que integram um repertório visual compartilhado (Knobel e Lankshear, 2007).

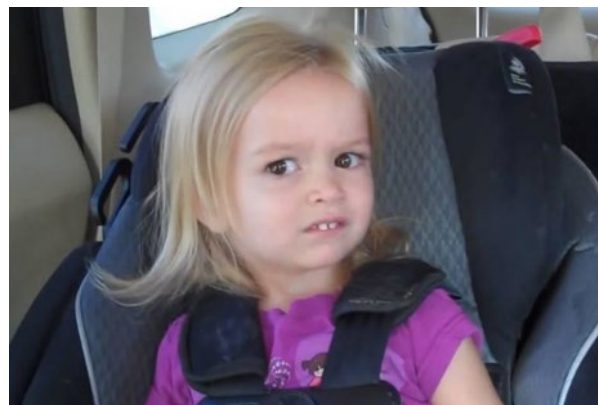
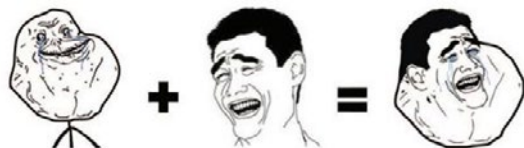


Figura 2. *Chloe sincera*. Fonte: <https://museudememes.com.br/>, 2013

Cada estilo memético mobiliza fases distintas da leitura de imagens —da icônica (*template* bruto) à contextual (reutilização em nichos específicos)— reforçando a importância da análise multimodal (Santaella, 2012). Em meio a isso, com a finalidade de manejar a variedade de formatos e funções, diversos autores propõem tipologias que articulam critérios formais, semânticos e reprodutivos. Shifman (2014) distingue três categorias principais:

- **Memes de reação:** single-image macros ou pequenos cliques que condensam emoções ou julgamentos imediatos;
- **Memes de referência:** conteúdo que faz alusão a fenômenos midiáticos ou culturais específicos (séries, notícias, celebridades), exigindo conhecimento prévio do receptor para decodificação;
- **Memes de exploração de formato:** instâncias em que o *template* se mantém fixo enquanto as legendas variam, gerando humor pela incongruência entre imagem e texto (caso clássico do “Expectativa vs. Realidade”).

A Figura 2 exibe o meme “Chloe sincera”, um dos exemplos mais representativos de meme de reação. Esse tipo de meme funciona como um marcador emocional instantâneo e demonstra a habilidade do formato de condensar expressões afetivas e julgamentos sociais



Forever Alone e Yao Face somados resultando na última Face

Figura 3. *Forever Alone*. Fonte: <https://knowyour-meme.com/>, 2010



Figura 4. Expectativa versus Realidade. Fonte: Reproduzido de Zocchi, 2018

em microgestos. Sua inclusão é fundamental para ilustrar como a memética opera com reconhecimento instantâneo e alta capacidade de replicação.

Esse tipo de meme se alinha ao Lado A, pois facilita a comunicação rápida e a expressão subjetiva; porém, conforme Shifman (2014), pode também servir como veículo de distorção quando reutilizado fora de seu contexto emocional original. Já o meme “Forever Alone”, na Figura 3, retrata um exemplo de meme de referência, pois faz menção a algo que surgiu nos quadrinhos *Range*, portanto possui um contexto prévio que é necessário conhecer para compreender o seu sentido.

A Figura 4 ilustra uma estrutura tradicional de exploração de formato. Memes desse tipo des-

tacam a lógica de comparação e contraste, um dos mecanismos mais eficazes de humor e crítica na cultura digital.

A facilidade de replicação desse modelo simples favorece a proliferação memética mencionada por Dawkins (1976), ao passo que possibilita interpretações diversas de acordo com o contexto em que circula, permitindo tanto o Lado A quanto o Lado B.

Knobel e Lankshear (2007) aprofundam a perspectiva formal da classificação dos memes ao identificar subgêneros como multi-panel comics, narrativas visuais em quadros sequenciais e video remixes, que salientam a crescente complexidade multimodal e a incorporação de som e movimento. No nível reprodutivo, convém diferenciar memes de nicho, aqueles que circulam em comunidades ou grupos restritos, com significados altamente codificados, de memes mainstream, que atingem larga difusão em múltiplos ambientes virtuais e físicos, frequentemente perdendo traços de sua semântica original ao serem apropriados por audiências diversas (Shifman, 2014).

Outro fenômeno que pode ocorrer é a morte de um meme, como ocorreu no exemplo com o meme “Brazil, I’m devastated” (Figura 5), popularizado em 2017, quando a cantora Lady Gaga cancelou shows no Brasil e declarou aos fãs que estava “devastada”. Com o novo show da cantora, em 2025, o meme anterior perdeu força e acaba sendo substituído diante da reconfiguração da narrativa produzida por novos acontecimentos.

Além das tipologias clássicas de Shifman (2014), os memes também surgem como um novo gênero de comunicação política (Chagas, 2018), inclusive para provocar o engajamento por meio do humor. Caracterizam-se por articular crítica sociopolítica e convocação à ação coletiva, atuando como instrumentos de mobilização em movimentos sociais. Esses memes combinam normalmente imagens de manifestantes, cartazes ou símbolos políticos com slogans incisivos, ampliando o alcance de pautas públicas. Um exemplo é o “*We Are*



Figura 5. “Brazil, I’m devastated”. Fonte: Jornal O Globo, 2025

the 99%”, do movimento *Occupy Wall Street*, em 2011, que sobrepôs retratos de cidadãos comuns a legendas destacando desigualdades econômicas, viralizando em redes globais e influenciando debates sobre justiça social. A eficácia desses memes está na sua capacidade de condensar narrativas complexas em formatos visuais de rápida assimilação, cumprindo simultaneamente funções de denúncia e engajamento.

Outra categoria que emerge é a de memes híbridos, caracterizados pela combinação entre memes de reação e trechos de vídeo curto legendados em texto dinâmico, que intensificam a expressividade emocional e potencializam a viralidade. Diferente dos *single-image* macros, esses formatos exploram o movimento e o som originais, aos quais se acrescentam legendas ou sobreposições textuais que contextualizam o clipe para novos significados. Esses memes híbridos ampliam o repertório semântico ao integrar camadas multimodais —imagem em movimento, som e texto editável— e demonstram como a reapropriação de conteúdo audiovisual enriquece o diálogo cultural.

Essa classificação híbrida (formal-semântico-reprodutivo) serve de base para a discussão dos Lados A e B dos memes, pois tanto a familiaridade com o *template* (fidelidade memética) quanto o alcance de sua circulação (fecundidade e longevidade meméticas) determinam, por um lado, seu potencial criativo e educativo, e, por outro, os riscos de distorção e reforço de estereótipos.

Lado A e Lado B dos memes

Os memes apresentam uma ambiguidade que se materializa em dois polos discursivos complementares, aqui denominados como “Lado A” e “Lado B”. No Lado A, destaca-se o potencial criativo e colaborativo dos memes, que funcionam como catalisadores de interação social e expressão individual. Ao reutilizar formatos pré-existentes, os usuários demonstram senso de humor e contribuem para uma produção cultural compartilhada, ampliando a circulação de ideias de forma ágil e, por vezes, educativa. Shifman (2014) observa que memes de reação são capazes de veicular conceitos complexos de maneira acessível, facilitando debates sobre temas como saúde mental ao traduzir emoções coletivas em narrativas visuais instantaneamente reconhecíveis.

Entretanto, o Lado B dos memes evidencia os riscos éticos e sociais associados a essa mesma praticidade comunicativa presente no polo oposto. A rapidez de disseminação e o caráter fragmentado das mensagens podem favorecer a propagação de estereótipos, discursos de ódio e desinformação (Guerra; Botta, 2018). Quando um meme de referência perde seu contexto original, tende a amplificar percepções equivocadas a respeito de eventos ou grupos sociais, potencializando o cyberbullying e reforçando preconceitos, sem oferecer espaço para uma checagem crítica (Knobel; Lankshear, 2007).

Além disso, o anonimato, associado à ausência de responsabilização, intensifica a circulação de conteúdos danosos, já que não há mecanismos eficazes de rastreamento em larga escala (Chagas, 2021). Essa tensão é amplificada pelas lógicas algorítmicas das plataformas digitais, que privilegiam conteúdos com maior engajamento, independentemente de seu valor informativo ou ético. Segundo alerta Shifman (2014), publicações polarizadoras e emotivas geram mais compartilhamentos, reforçando simultaneamente a irreverência do Lado A e a distorção de fatos do Lado B.

Saliba (2017) ressalta que devido à sua ambiguidade e ampla aplicação, o humor não pode ser facilmente compreendido de maneira linear. A

Humor > Piada > Insulto > Fake news > Linchamento / Cancelamento virtual

Figura 6. *Do humor ao linchamento virtual.* Elaborado pelo autor, 2025

depende do seu conteúdo, um meme pode ser uma piada que viraliza, mas também pode gerar uma mensagem negativa e ofensiva a outra pessoa, prejudicando inclusive a vida pessoal e profissional de alguém que esteja identificado no próprio meme. Esse fluxo pode ser evidenciado conforme a Figura 6:

Compreender esse equilíbrio entre a dimensão lúdica e humorística dos memes e seu potencial de dano é, portanto, fundamental para avaliar o papel desses elementos como instrumentos de comunicação na sociedade contemporânea.

Metodologia

Neste estudo, adotou-se uma abordagem de método misto, combinando etapas quantitativas e qualitativas para responder à questão de investigação sobre a influência da irreverência dos memes na percepção de temas mais sérios, como os temas políticos e sociais.

A pesquisa foi estruturada em três fases principais.

Primeiramente, realizou-se um levantamento quantitativo por meio de questionário on-line, alinhado às diretrizes de Creswell (2014, p. 98), com 16 perguntas distribuídas entre escalas Likert e questões abertas, aplicado entre os dias 4 e 5 de setembro de 2023. O instrumento foi disponibilizado via *Google Forms*¹ e divulgado por amostragem em “bola de neve” junto a usuários ativos em grupos de discussão de redes sociais, resultando em 150 respondentes, conforme recomendação de Minayo (2014, p. 75) para estudos exploratórios de média escala.

Os critérios de inclusão foram usar pelo menos uma rede social de forma nativa e afirmar que compartilha ou consome memes com frequência. A opção pela amostragem em bola de neve é justificada pela natureza disseminada do fenômeno em análise, possibilitando o acesso a diferentes públicos nas redes sociais sem restrições geográficas. A amostra final de 150 participantes é apropriada para pesquisas exploratórias de natureza mista, segundo Creswell (2014), apesar de não possibilitar generalizações estatísticas. Dentre as limitações, é importante ressaltar o viés de autorrelato, o foco em usuários mais jovens e a incapacidade de controlar a variedade de redes acessadas.

Em seguida, procedeu-se à análise estatística descritiva dos dados quantitativos, utilizando o software SPSS para calcular médias, desvios-padrão e distribuição de frequências. Essa análise permitiu identificar perfis de usuários mais predispostos a compartilhar memes de Lado A ou Lado B, bem como a percepção geral sobre confiabilidade e relevância informativa.

Por fim, realizou-se a análise qualitativa das respostas abertas, seguindo a abordagem da análise de conteúdo de Bardin (2011, p. 47). Os depoimentos foram codificados em categorias temáticas — criatividade, informação, desinformação, engajamento e ética —, permitindo a construção de um quadro interpretativo que dialoga com o referencial teórico. A triangulação das evidências quantitativas e qualitativas assegura a validade interna do estudo (Guba; Lincoln, 1994).

Além das etapas já mencionadas, o tratamento dos dados envolveu uma sequência de três movimentos analíticos. Primeiramente, foi realizada uma pré-análise exploratória, examinando padrões de frequência e coocorrência entre variáveis como idade, nível de escolaridade e tipo de meme compartilhado. Na etapa seguinte, os dados passaram por uma análise inferencial simples, o que possibilitou a identificação de padrões de associação entre percepções a respeito da credibilidade dos memes e sua frequência de uso. Finalmente, as narrativas

¹ Disponível em: <https://acesse.one/LJhfr>

abertas foram analisadas com base na triangulação teórica sugerida por Shifman (2014), Phillips e Milner (2021) e pelo Critical Meme Reader (Arkenbout *et al.*, 2021). Isso permitiu identificar nuances semânticas e afetivas envolvidas na disseminação de memes, principalmente no que diz respeito ao seu potencial de desinformação.

Análise dos dados e discussão

Ao nos aproximarmos da conclusão, é fundamental pontuar uma questão que norteou a análise dos dois lados dos memes: “Em que medida a irreverência e a informalidade da partilha de um meme é capaz ou não de banalizar a relevância de determinadas informações/notícias?” A investigação revelou percepções diversas, destacando o papel ambivalente dos memes: ora veículos de comunicação criativa, ora fontes de ruído informacional.

Quase metade dos participantes (47,3%) concorda parcialmente que os memes podem banalizar informações sérias. O tom humorístico pode levar à desvalorização de temas relevantes e à compreensão superficial dos acontecimentos. Por outro lado, 33,3% acreditam que o humor não anula a importância do conteúdo, desde que os receptores saibam distinguir entre o humor e a seriedade da informação. Já 11,3% discordam totalmente da ideia de que memes banalizam, vendo-os como meramente entretenimento. Apenas 8% consideram que memes comprometem diretamente a profundidade e a seriedade da informação ao simplificarem temas complexos. A Figura 7 sintetiza as percepções dos participantes sobre a possibilidade de os memes banalizarem temas sérios.

Os dados revelam que a percepção de banalização é significativa, mas não majoritária. Essa nuance confirma que o impacto informacional dos memes depende tanto do tipo de conteúdo quanto da capacidade crítica do receptor, um ponto amplamente discutido por Shifman (2014) e pelo Critical Meme Reader (Arkenbout *et al.*, 2021).

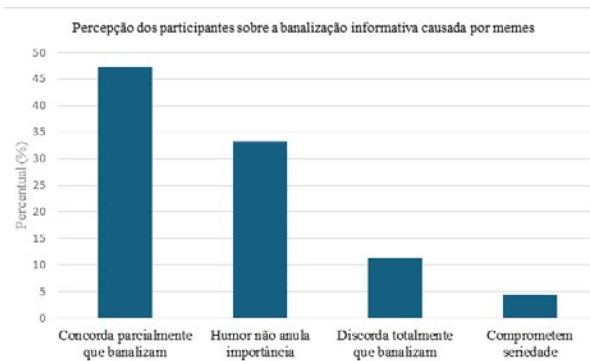


Figura 7. Percepção dos participantes sobre a banalização informativa causada por memes. Elaborado pelo autor, 2025

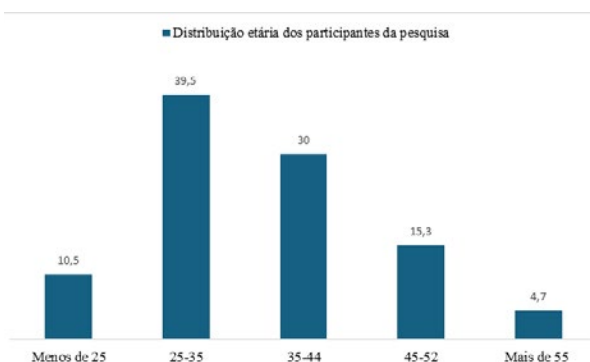


Figura 8. Distribuição etária dos participantes da pesquisa. Elaborado pelo autor, 2025

A maioria dos participantes tinha entre 25 e 35 anos (39,5%), seguida por 30% entre 35 e 44 anos; entre 45 e 54 anos, foram 15,3%. Participantes com menos de 25 anos somam 10,5%, enquanto 4,7% têm mais de 55 anos. Quanto ao gênero, 53,3% identificaram-se como masculino, 45,3% como feminino e 1,4% como outros. Em termos de escolaridade, 38% têm formação superior, 21,3% especialização e 14% mestrado ou doutoramento. Houve também participantes com ensino técnico, médio e fundamental.

A Figura 8 mostra a distribuição etária da amostra e indica que a faixa etária predominante está entre 25 e 44 anos. Esse dado é importante porque essa faixa etária representa uma grande parte dos usuários ativos de páginas de memes e de redes sociais como Instagram, Tik Tok e Twitter. Dessa forma,

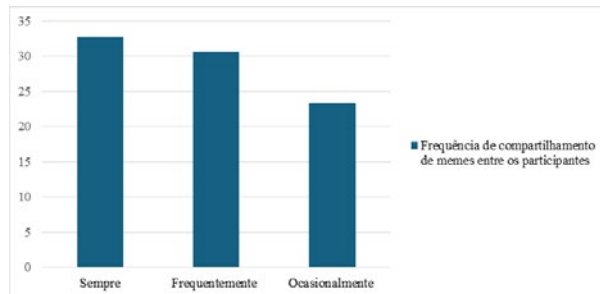


Figura 9. Frequência de compartilhamento de memes entre os participantes. Elaborado pelo autor, 2025

a composição demográfica auxilia na compreensão dos motivos pelos quais certos padrões de humor e remixagem se destacam como mais frequentes nos dados analisados.

Todos os participantes afirmaram conhecer e partilhar memes. Destes, 32,7% fazem-no sempre, 30,7% frequentemente e 23,3% ocasionalmente. O humor é o principal motivo para partilha (43,3%), seguido por identificação pessoal com o conteúdo (26,7%) e pela capacidade de transmitir mensagens de forma rápida (18,7%). A Figura 9 mostra a frequência com que os participantes compartilham memes, destacando padrões de uso que afetam diretamente a exposição a conteúdos humorísticos e informativos. Entender essa dinâmica é fundamental para medir o impacto quantitativo da disseminação de memes no dia a dia digital.

A significativa proporção de participantes que compartilha memes “sempre” ou “frequentemente” evidencia o caráter viral e habitual desse formato. Isso é fundamental para entender o Lado A (criatividade e síntese) e o Lado B (risco de desserialização do contexto), já que quanto mais ampla a circulação, maior a chance de mudanças de sentido. Para 48,7%, os memes têm papel significativo na forma como as pessoas comunicam, enquanto 27,3% os vêem como expressão criativa e humorística, com impacto moderado na cultura digital. Embora 16 entrevistados não sigam páginas específicas, os restantes citaram diversas, com destaque para as páginas organizadas no Quadro 1.

Conforme observamos, os temas mais frequentes são Política, Humor e Celebidades, seguidos de Cultura, Entretenimento e Esporte. Para 67,3%, os memes podem aproximar o público das notícias, tornando-as mais acessíveis. Em contrapartida, 32,7% demonstraram preocupação com a perda de seriedade e integridade jornalística causada pela informalidade dos memes. O impacto depende, portanto, da capacidade crítica do receptor e do uso responsável deste formato.

Sobre a relação entre memes e desinformação, 75,3% afirmaram já ter visto memes com informações falsas. As percepções variam: alguns vêem-nos como distorções cômicas da realidade; outros alertam para o seu uso em manipulação política e disseminação de fake news —especialmente em contextos eleitorais ou durante a pandemia, quando memes circularam com falsidades sobre vacinas e tratamentos.

Os resultados empíricos se relacionam diretamente com o conceito de “ecologia participativa da circulação memética” proposto por Milner (2018), no qual elementos de humor, afeto e conflito interpretativo coexistem em permanente tensão. O fato de que 75,3% dos participantes já viram memes com informações falsas reforça a ideia de “virilidade manipulada”, proposta por Arkenbout e Scherz (2022). Essa teoria sugere que a estrutura do meme facilita táticas de simplificação excessiva, apelo emocional e polarização.

Há ainda uma divisão entre os que verificam as informações antes de partilhar e os que admitem já ter divulgado dados falsos inadvertidamente. Essa dualidade reforça a complexidade das interações entre humor, política, desinformação e responsabilidade digital.

Memes políticos foram apontados como fontes de amplificação de problemas, gerando polarização e desinformação. Mesmo assim, muitos ainda valorizam seu potencial humorístico, mesmo quando baseado em meias verdades. A linha entre o humor e distorção informativa permanece demasiadamente tênue.

Página citada	Caracterização	Eixo predominante	Relação com Lado A / Lado B
Saquinho de Lixo	Conteúdos humorísticos de humor ácido e cotidiano; ironias sobre comportamento social.	Humor / Crítica social	Pode reforçar crítica cotidiana (Lado A), mas também estereótipos (Lado B).
Melted Videos	Vídeos curtos, situações absurdas, recortes de programas; humor audiovisual.	Entretenimento / Humor	Forte no Lado A: viralidade, humor rápido.
Memes Twitter	Compilações de memes que surgem no X/Twitter, geralmente ligados a atualidades.	Atualidades / Cultura digital	Alto potencial de desserialização de contexto (Lado B).
Nazaré Amarga	Humor cotidiano, memes de novela e cultura pop brasileira.	Cultura pop / Humor	Predomina o Lado A (humor leve e identificação).
New Memesum	Memes contemporâneos, curadoria estética; foco cultural e visual.	Arte / Cultura digital	Predominância Lado A (criatividade e remix).
Coisas PV Chapado	Memes absurdos, aleatoriedade; humor nonsense.	Humor / Subcultura online	Forte Lado A; baixa intencionalidade informativa.
Brazilian Version	Traduções e adaptações de memes internacionais para a cultura brasileira.	Globalização / Cultura digital	Processo típico de remix (Lado A), mas pode gerar distorções (Lado B).
Deusogrego	Humor cotidiano, diálogos inventados, situações surreais.	Humor / Entretenimento	Lado A predominante.
Gina Indelicada	Humor agressivo, sarcasmo e ironias sobre relações sociais.	Humor ácido / Cotidiano	Pode acionar Lado B (estereótipos, ofensas).
Gif Galera de Humanas	Conteúdos ligados ao ambiente acadêmico, linguagem jovem e crítica social.	Cultura / Educação	Predominância Lado A; potencial educativo.

Quadro 1. Principais páginas de memes citadas pelos participantes e seus eixos temáticos. Elaborado pelo autor, 2025

Confrontando esses resultados com o referencial teórico, identifica-se que a multimodalidade dos memes é a sua principal força (McLuhan, 1995; Knobel; Lankshear, 2007), sendo capaz de gerar engajamento imediato. Contudo, sem “contextualização ativa”, a exemplo de práticas como inclusão de legendas explicativas, metadados e referências claras, o mesmo mecanismo favorece a “desserialização do contexto” (Bardin, 2011) e a “responsabilização difusa” dos autores. Sugere-se, portanto, que produtores de conteúdo adotem diretrizes de transparência e verificação, de modo a equilibrar criatividade e rigor informativo, redu-

zindo os riscos éticos e fortalecendo o potencial educativo dos memes.

As respostas abertas, além dos padrões quantitativos, mostram aspectos importantes sobre como os participantes vêem a conexão entre humor, credibilidade e disseminação de informações por meio de memes. Para alguns participantes, o humor pode atuar como um filtro interpretativo que diminui a gravidade das mensagens. Conforme declarou o Participante 01: “Quando uma notícia séria é transmitida com humor ou sarcasmo, perde um pouco de credibilidade, assim quem recebe a notícia acaba não levando tão a sério a gravidade da situação.” Essa

constatação fortalece a discussão apresentada por Shifman (2014) a respeito de como componentes humorísticos podem influenciar a credibilidade percebida.

Outros participantes apontaram diferenças estruturais entre a lógica do jornalismo e a lógica memética. O Participante 12 declara que “são linguagens diferentes que abordam momentos e nichos diferentes” e que, diferentemente do jornalismo, o meme “não necessariamente carrega em si uma verdade, pela própria finitude da sua estrutura”. Essa interpretação está em consonância com as reflexões de Phillips e Milner (2021) acerca da natureza sintética e afetiva dos memes, além do perigo de desserialização de contexto ao transformar mensagens complexas em formatos humorísticos.

Também houve quem ressaltasse o papel dos memes como instrumentos de acesso à informação para o público mais jovem. De acordo com o Participante 31, “os memes utilizam linguagens mais acessíveis para os jovens, transmitindo uma mensagem fundamental que eles não receberiam por não se interessarem muito pelos meios tradicionais de notícias.” Esse testemunho fortalece o Lado A ao evidenciar o potencial educacional dos memes, porém também aponta o perigo de uma simplificação exagerada.

Os respondentes também destacaram a falta de compromisso factual como outro ponto importante. O Participante 48 resume essa ideia ao declarar: “O meme não tem compromisso com a verdade. Muito mais um tipo de humor.” Essa afirmação destaca as categorias de responsabilização difusa e desserialização de contexto, particularmente em contextos digitais, onde a autoria é incerta e a disseminação é acelerada por meio de algoritmos.

Assim, as quatro falas destacam um conjunto de tensões fundamentais: entre humor e credibilidade, entre síntese e superficialidade, entre engajamento e desinformação. Elas mostram como o público entende a ambivalência dos memes e contribuem para embasar as categorias emergentes abordadas no Quadro 2.

O fato é que as quatro categorias emergentes — criatividade, desserialização de contexto, responsabilização difusa e algoritmo do sensacionalismo — atuam como camadas interpretativas que auxiliam na compreensão do motivo pelo qual certos memes do Lado B ganham mais influência do que conteúdos jornalísticos convencionais. A desserialização de contexto, por exemplo, se alinha ao conceito de “memetic drift”, apresentado por Phillips e Milner (2021). Esse conceito descreve como o sentido original de um meme é alterado de forma significativa ao longo de sucessivas reinterpretações.

Por outro lado, os memes classificados como Lado A evidenciam o potencial pedagógico dessas narrativas multimodais, particularmente quando são vistos como instrumentos de síntese, mediação e envolvimento emocional. Esse movimento corrobora a afirmação de Shifman (2014), que defende que memes não são apenas textos humorísticos, mas também formas de envolvimento social que condensam tensões culturais e disputas de significado.

As quatro categorias emergentes da análise qualitativa (criatividade, desserialização de contexto, responsabilização difusa e algoritmo do sensacionalismo) são organizadas de forma conceitual no Quadro 2. Organizar essas categorias é essencial para entender como os participantes percebem a disseminação e os impactos dos memes.

A síntese no quadro acima indica que os participantes reconhecem tanto o valor expressivo dos memes (Lado A) quanto os perigos ligados à ausência de contexto e amplificação algorítmica (Lado B). Isso fortalece a conexão entre o referencial teórico e as evidências empíricas. Uma vez que as quatro categorias identificadas dialogam diretamente com autores como Shifman (2014) e Phillips e Milner (2021). A criatividade, por exemplo, manifesta a natureza participativa dos memes; a desserialização de contexto relaciona-se ao conceito de memetic drift; a responsabilização difusa ecoa debates sobre autoria na cultura digital; e o algoritmo do sensacionalismo retoma as críticas recentes ao papel das plataformas na amplificação de polarização.

Categoria	Descrição
Criatividade	Capacidade de remixar, adaptar e reinterpretar conteúdos, gerando novas camadas de humor, crítica e participação cultural. Nos memes do Lado A, essa criatividade fortalece a circulação positiva e o engajamento expressivo, funcionando como um vetor de síntese informacional.
Desserialização de contexto	Processo de ruptura, perda ou resignificação do contexto original do meme à medida que ele é reapropriado por diferentes públicos. Essa desserialização pode alterar o sentido inicial, favorecendo leituras equivocadas ou distorcidas, especialmente nos memes do Lado B.
Responsabilização difusa	Dificuldade de identificar autoria, intenção e responsabilidade pela circulação do conteúdo devido ao caráter coletivo, anônimo e replicável dos memes. Esse fenômeno reduz a imputação ética e facilita usos problemáticos, como a propagação de desinformação.
Algoritmo do sensacionalismo	Amplificação algorítmica de conteúdos emocionalmente carregados, polarizantes ou humorísticos. Plataformas tendem a priorizar aquilo que gera cliques e engajamento, o que favorece a viralidade de memes potencialmente danosos, acelerando sua disseminação.

Quadro 2. Sistematização das quatro categorias emergentes da análise (criatividade, desserialização de contexto, responsabilização difusa e algoritmo do sensacionalismo). Elaborado pelo autor, 2025

Conclusão

A investigação demonstrou que os memes, enquanto ferramentas multimodais e dinâmicas, atuam simultaneamente como poderosos veículos de engajamento (Lado A), mas também como propagadores de interpretações equivocadas e discursos danosos (Lado B). Os dados quantitativos revelaram uma preferência significativa por memes que equilibram criatividade e informação acessível, embora

indiquem baixa confiança quando não há contextualização clara. Teoricamente, o estudo integra os conceitos desenvolvidos por Dawkins (1976) a abordagens contemporâneas de multimodalidade e análise do discurso, propondo uma classificação integrada de estilos de memes e um modelo conceitual dos Lados A e B que pode orientar pesquisas futuras. Metodologicamente, a articulação entre questionário e análise de conteúdo permitiu mapear percepções reais de usuários, trazendo implicações práticas para produtores de conteúdo digital e profissionais do jornalismo.

Ressalva-se, entretanto, que, ao contrário da prática jornalística, que segue determinados padrões éticos e profissionais, o meme é uma ferramenta de transmissão de informação que não funciona sob essa mesma lógica. Dessa forma, há preocupações relevantes sobre o seu potencial para disseminar informações falsas ou distorcidas, inclusive banalizando temas de importância social. Além disso, como qualquer tipo de conteúdo digital, o compartilhamento ou não de um meme depende de forma direta da cultura e do conhecimento do povo em questão. Deve haver um senso crítico que permita diferenciar o humor da verdade, por exemplo, destacando-se a importância da educação para que esse tipo de discernimento seja incentivado, em especial com relação aos memes do lado B, que podem causar efeitos negativos na sociedade.

Embora haja contribuições, limitações como a amostragem por conveniência dificultam a generalização dos resultados. Estudos futuros podem expandir plataformas, diversificar audiências e experimentar intervenções de contextualização ativa para diminuir os perigos da desinformação. Diante desse complexo cenário, é essencial reconhecer que os memes são ferramentas, moldadas pela intenção de seus criadores e interpretadas pelos olhos de seus espectadores e como qualquer forma de comunicação, seu impacto depende da forma de como são criados, compartilhados e interpretados, afinal há uma linha tênue entre piada e insulto. Os memes não são inerentemente bons ou maus;

seu efeito depende das intenções de quem os cria e da habilidade de quem os recebe para interpretá-los. Entender essa dinâmica é fundamental para incentivar o uso ético e crítico desse formato, cuja capacidade de comunicação segue se expandindo vertiginosamente na cultura digital atual.

Referências bibliográficas

- [1] Arkenbout, C., Wilson, J., & de Zeeuw, D. (2021). *Critical meme reader: Global mutations of the viral image*. Institute of Network Cultures.
- [2] Arkenbout, C., & Scherz, L. (2022). *Critical meme reader II: Memetic tacticality*. Institute of Network Cultures.
- [3] Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo* (3ª ed.). Edições 70.
- [4] Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press.
- [5] Charaudeau, P. (2010). *Análise do discurso: Práticas e críticas*. Contexto.
- [6] Chagas, T. (2021). *Memes e cultura digital: Perspectivas e práticas*. Appris.
- [7] Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- [8] Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford University Press.
- [9] Dennett, D. C. (1996). *Darwin's dangerous idea: Evolution and the meanings of life*. Simon & Schuster.
- [10] Fernandes, J. (2016). *As quatro telas: Cinema, TV, computador e celular*. Sulina.
- [11] Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE handbook of qualitative research* (pp. 105–117). Sage Publications.
- [12] Guerra, C., & Botta, R. (2018). Memes como gênero discursivo digital. *Comunicação & Sociedade*, 39(2), 45–62.
- [13] Horta, M. (2015). *Internet memes: Estudo das práticas culturais na web*. Sulina.
- [14] Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- [15] Knobel, M., & Lankshear, C. (2007). *A new literacies sampler*. Peter Lang.
- [16] Lévy, P. (1994). *Cibercultura*. Editora 34.
- [17] Lema, M. (2006). *Cultura da cibercultura*. Atlas.
- [18] Lohmann, S. (2019). Metamemes: Uma estrutura conceitual. *Estudos Culturais*, 5(1), 23–38.
- [19] McLuhan, M. (1995). *Understanding media: The extensions of man*. Routledge & Kegan Paul.
- [20] Milner, R. M. (2018). *The world made meme: Public conversations and participatory media*. MIT Press.
- [21] Minayo, M. C. S. (2014). *O desafio do conhecimento: Pesquisa qualitativa em saúde* (14ª ed.). Hucitec.
- [22] Martins, C. (2012). Híbridez e interatividade nas textualidades digitais. *Comunicação Digital*, 3(2), 67–82.
- [23] Petruk, A. (2025). Memes vs. machines: Comparison of AI-generated images vs. traditional memes in right-wing social media discourse. *Crossings: An Undergraduate Arts Journal*, 5(1), 99–114.
- [24] Phillips, W., & Milner, R. M. (2021). *You are here: A field guide for navigating polarized speech, conspiracy theories, and our polluted media landscape*. MIT Press.
- [25] Santaella, L. (2003). *Cultura das mídias: Comunicação, consumo e tecnologias*. Paulus.
- [26] Santaella, L. (2007). *Cibercultura e re-mixagem*. Paulus.
- [27] Santaella, L. (2012). *Leitura de imagens: Formas de ver e pensar* (2ª ed.). Paulus.
- [28] Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT Press.
- [29] Tavares, G. C. (2025). *Vortex viral: Uma análise sobre as consequências do uso excessivo do Tik Tok pela geração Z* (Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho).
- [30] Zanetti, D., & Sampaio, R. C. (2025). *Deixe seu like: Estratégias e narrativas audiovisuais na comunicação política digital*. Travassos Editora.

Bio

Anderson Siqueira é profissional multidisciplinar nas áreas de Comunicação e Negócios, com atuação no Brasil e em Portugal. É mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho (Portugal), pós-graduado em História da Arte e licenciado em Marketing (Brasil). Ao longo de mais de duas décadas de experiência, construiu uma trajetória que integra comunicação, gestão e cultura, desenvolvendo uma visão estratégica orientada à conexão entre marcas, pessoas e comportamento. Seu principal foco de interesse situa-se na interseção entre comunicação, arte e educação, promovendo reflexões críticas sobre as dinâmicas que atravessam e conectam essas áreas. É apaixonado por música, artes plásticas e viagens, vivências que expandem seu repertório e moldam sua visão sobre a diversidade e a comunicação contemporânea.

Artigo recebido em 2025-08-04

Artigo aceite em 2026-01-16

Artigo publicado em 2026-02-23

© 2026 Anderson José Alves Siqueira

Alves Siqueira, A. J. (2026). Entre humor e desinformação: análise dos lados A e B dos memes na era digital. *Rotura – Revista de Comunicação, Cultura e Artes*, 6(1). <https://doi.org/10.34623/2184-8661.2026.v6i1.498>

© ⓘ ⓘ ⓘ This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)