



**24° ENANCIB**  
Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação  
Perspectivas Contemporâneas na Ciência da Informação  
• Vitória - ES • Ancib • PPGCI/UFES



## XXIV ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – XXIV ENANCIB

ISSN 2177-3688

### GT 12 – Informação, Estudos Étnico-Raciais, Gênero e Diversidades

#### **“SEGURA A MARIMBA AÍ, MONAMU”:**

APROPRIAÇÃO DO MEME #INÊSBRASIL PELA COMUNIDADE LGBTQIA+

#### **“SEGURA A MARIMBA AÍ, MONAMU”:**

*APPROPRIATION OF THE MEME #INÊSBRASIL BY THE LGBTQIA+ COMMUNITY*

**Jade de Jesus dos Santos** – Universidade Federal da Bahia (UFBA)

**Leyde Klebia Rodrigues da Silva** – Universidade Federal da Bahia (UFBA)

#### **Modalidade: Trabalho Completo**

**Resumo:** Perpassando nichos, formando laços e unificando comunidades em uma linguagem interativa e participativa os memes podem ser entendidos como fontes informacionais utilizadas para a comunicação e assimilação de uma identidade e cultura. Neste contexto, comunidades se apropriam e utilizam de memes para se reconhecer e dialogar nas redes sociais digitais, utilizando de figuras meméticas para contextualizar, representar e expressar gestualidades e informações. Desta forma, este artigo tem como objetivo investigar a apropriação dos memes da Inês Brasil pela comunidade LGBTQIA+. Durante o percurso metodológico esta pesquisa foi classificada como descritiva e exploratória, utilizando da netnografia para estudar e compreender a comunidade LGBTQIA+ a qual desejamos estudar. Para levantamento de dados foi aplicado um questionário online no Instagram. Como resultado foi observado que os memes são dinâmicos e plurais, não ficando restritos ao contexto virtual, servindo para a integração e conexão entre comunidades. Os memes da Inês Brasil perpassam essa significação, sendo utilizados como pontes de integração e reconhecimento, sendo produzidos, reproduzidos e ressignificados com o objetivo de integrar e criar vínculos entre grupos.

**Palavras-chave:** apropriação da Informação; memes; Inês Brasil; comunidade LGBTQIA+.

**Abstract:** Pervading niches, forming bonds and unifying communities in an interactive and participatory language, memes can be understood as informational sources used for communication and assimilation of an identity and culture. In this context, communities appropriate and use memes to recognize and dialogue on digital social networks, using memetic figures to contextualize, represent and express gestures and information. Therefore, this article aims to investigate the appropriation of Inês Brasil memes by the LGBTQIA+ community. During the methodological course, this research was classified as descriptive and exploratory, using netnography to study and understand the LGBTQIA+ community that we wish to study. To collect data, an online questionnaire was administered on Instagram. As a result, it was observed that memes are dynamic and plural, not restricted to the virtual context, serving for integration and connection between communities. Inês Brasil's memes permeate

this meaning, being used as bridges of integration and recognition, being produced, reproduced and given new meanings with the aim of integrating and creating bonds between groups.

**Keywords:** appropriation of Information; memes; Inês Brasil; LGBTQIA+ community.

## **1 INTRODUÇÃO**

A Ciência da Informação permeia, por muitas vezes, áreas de estudo como: cibercontecimento, cibercultura, memes e demais temas que movem um segmento cada vez mais ligado às tecnologias da informação e comunicação, onde há um consumo cada vez mais ansioso, ávido e urgente da informação. Desta forma, acreditamos ser importante e necessário haver pesquisas acerca da apropriação, mediação, e uso dessas fontes de informação. Na qual, a pessoa que é profissional da informação deve levar seu olhar para questões e ambientes informacionais digitais, introduzindo sua visão e ampliando cada vez mais seu campo de pesquisa, fazendo uso da transdisciplinaridade.

Os memes, entendidos neste estudo como fontes de informação, surgiram como uma forma de nomear uma prática da natureza humana, que é a de replicação, reprodução e assimilação cultural (Tessarolo; Machado, 2017). A partir do surgimento das redes sociais digitais, o meme foi apropriado e amplificado pela cibercultura. Ele iniciou sua trajetória tendo uma carga cômica, com a utilização de imagens e figuras em baixa definição. Com o aperfeiçoamento das redes sociais digitais, passou a ser utilizado como uma ferramenta das manifestações sociais, assim como um objeto de aprendizagem em escolas (Oliveira; Porto; Alves, 2019).

Nesta pesquisa, nos atemos ao meme virtual, aquele propagado via redes sociais digitais. Esse meme é criado e faz parte da cibercultura, na qual grupos sociais utilizam de ferramentas tecnológicas para se comunicar de forma maleável e interativa. Partimos do princípio de que a utilização dos memes pela sociedade contemporânea vem tornando cada vez mais natural e se introjetou nos mais variados grupos sociais que assimilam e disseminam o que mais combina e se adequa ao seu círculo.

Com este fato, foram surgindo as seguintes indagações: Como a sociedade constrói suas relações por meio da utilização dos memes? De que maneira o meme é apropriado pelos diversos grupos sociais?

Um dos memes que se arraigou na sociedade brasileira foi o da Inês Brasil. A artista pode ser considerada uma das principais personagens meméticas do Brasil, com seus vídeos

e bordões virais que conquistaram fãs e admiradores. Inês Brasil é uma mulher negra e periférica que foi apropriada e acolhida pela comunidade LGBTQIA+<sup>1</sup>, aclamada como uma das divas gays.

Desta forma, este trabalho tem como objetivo **investigar os memes sobre Inês Brasil a partir da sua apropriação pela comunidade LGBTQIA+**.

Para isso, o trabalho está estruturado em 5 (cinco) seções: A **primeira** refere-se a esta seção onde apresentamos o tema e as problemáticas que desejamos trabalhar. A **segunda** irá se debruçar em fundamentar os memes, sua base empírica até sua delimitação e introjeção no campo das redes sociais digitais. Também tracejará a informação presente no meme e sua corpus como um documento. A **terceira** seção apresentará o percurso metodológico, a delimitação do problema e os instrumentos utilizados. A **quarta** seção capítulo, contextualizamos o objeto de estudo e iniciamos a análise dos dados, iniciando os estudos a partir das respostas obtidas por meio da aplicação do questionário. A **quinta** seção terá a conclusão e o resultado final do objetivo traçado.

## 2 MEME E INFORMAÇÃO

O conceito de meme surgiu com um propósito um pouco diferente de como é conhecido atualmente. Ele não tinha o caráter humorístico, nem foi produzido e disseminado por meio da internet. Por sua vez, foi cunhado em 1976, pelo biólogo evolutivo Richard Dawkins, em seu livro “O gene egoísta”. O autor sentiu a necessidade de criar esse termo para respaldar sua teoria sobre a replicação da cultura e refutar antigas teorias evolutivas as quais acreditavam que a cultura era passada com os genes, como uma herança hereditária. Dawkins (2007) visualizou essa vertente através de um novo ângulo: ele compreendia que o homem reproduz a cultura da comunidade em que está inserido, e o que difere um homem do outro é a cultura que foi apreendida. Como a biologia não tinha um conceito que abrangia essa visão, Dawkins (2007) se viu instigado a criar uma denominação.

---

<sup>1</sup> LGBTQIA+ é uma sigla que significa: lésbicas, gays bissexuais, transexuais, queer, intersexo, assexuais e o + é uma forma de incluir outros grupos com variações de gênero e sexualidade, como os pansexuais. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2021/06/lgbtqia-saiba-o-que-significa-cada-parte-integrante-da-sigla-ckqgxh2pf002a018myp0n02qo.html>. Acesso em: 26 abr. 2024.

Ao introduzir o conceito de meme, Dawkins (2007) principia uma forma diferente de compreender a memória, ao traçar um conceito para algo que não está em nosso código genético e que nos é ensinado desde a infância, o qual é introduzido, replicado e disseminado socialmente. Contudo Dawkins (2007) também apresenta a fidelidade da cópia, ao imaginarmos que nossos hábitos e cultura podem ser lidos, em alguns momentos, como um telefone sem fio, em uma constante apreensão de hábitos modificados pelas novas gerações em um constante estágio de evolução e adaptação. Podemos perceber isso ao contemplamos como costumes e vivências que eram socialmente condenadas, se tornaram aceitáveis, ou mais toleradas, pela sociedade contemporânea.

O meme, apesar de ter uma mensagem crítica e bem definida, por vezes, pode ser interpretado de diferentes formas, sair do contexto que foi idealizado e ofender, ou surpreender e cativar quem visualizá-lo. Isso não é do controle de quem o produz, é algo que depende unicamente da vivência de quem o consome e, principalmente, de quem irá o replicar, pois “o olhar de quem o avalia e se apropria de um meme se dá sempre em retrospecto, porque é assim que o meme e seu conteúdo ganham força e sentido na rede, a partir da replicação dos conteúdos” (Oliveira; Porto; Alves, 2019, p. 3).

Ao entendermos como funciona a camuflagem social dos memes, compreendemos que o meme pode ser considerado um dispositivo social, já que essa forma de expressão determina características sociais e consegue modificar e incomodar.

Esses dispositivos também têm propriedades semelhantes a dos documentos. Suzanne Briet (2016, p. 59) apresenta alguns conceitos sobre o que seria um documento, ao ponderar: “uma estrela é um documento? Um seixo rolado pela correnteza é um documento? Um animal vivo é um documento? Não, mas são documentos as fotografias e os catálogos de estrelas, as pedras de um museu de mineralogia, os animais catalogados e expostos num zoológico”. Ela traz uma nova denominação do que seria um documento, contudo ainda o apresenta com uma roupagem tradicional, ao inferir que esses documentos devem estar catalogados, expostos em uma Unidade Informacional.

Michael Buckland (1991) disserta que a informação deriva do significado sobre si mesmo, ou sobre a classe de que fazem parte. Ou seja, eles representam algo, e se não simbolizam de forma direta, podem ser considerados um representante indireto da informação. O autor também discorre que, se um objeto não representar algo, não é possível compreender até que ponto ele pode ser uma fonte informativa.

O meme emprega um significado para aqueles que interagem com ele, sendo uma fonte informativa que se utiliza de um discurso<sup>2</sup> para representar um evento. Desta forma, o meme tem um papel informativo para aqueles que fazem parte do mesmo segmento. Por vezes, ele só fará sentido em determinados grupos, perdendo, assim, o sentido primário para qual foi criado. Descrever todos os memes como fontes informacionais de um único entendimento seria errôneo, visto que muitos correspondem a linguagens que só conseguem ser decifradas tanto por comunidades específicas como por pessoas que irão ler o meme, dessa forma, dependendo do entendimento de cada uma.

Assim, um meme pode ser apreendido como um documento não tangível, que, segundo Liana Ocampo (1991, p. 2 *apud* Dodebei, 2011), são documentos que não “[...] se encontram registrados em suportes materiais e que nem por isso deixam de ser resultado de manifestações culturais significativas, tais como mitos de criação, lendas, superstições, músicas (bens culturais intangíveis)”. Enquanto os documentos não tangíveis são aqueles que tiveram em sua criação e origem aparatos e suportes que não são palpáveis e físicos, os documentos tangíveis têm como base um suporte físico, ou seja, “[...] entendendo-se por tangibilidade não só a visibilidade, mas, sobretudo, a ação de registro material” (Dodebei, 2011). Sendo assim, é exemplificado que o documento tem como principal escopo um material palpável em que se apoiar.

A documentação memética produzida virtualmente sofre influência direta de quem o dissemina, ressignifica e reproduz. Com o contínuo processo de transformação, a documentação digital passa a ser inconstante e influenciável, sendo apropriada e remodelada pelos *prosumers*<sup>3</sup>. A multiplicidade da documentação digital consegue alcançar, dialogar e informatizar comunidades e grupos sociais. Nessa perspectiva, o autor Michael Buckland (1991) conceitua o processo de informar como Informação-como-processo, pois há o objetivo de transmitir informações e notícias. Os memes detêm, em si, o conceito criado por Michael

---

<sup>2</sup> Aqui, trazemos a denominação discurso com o significado apresentado por Michael Buckland (1991), que utiliza este termo para denominar documentos que utilizam texto. O autor estende essa palavra para figuras, mapas, gravações sonoras, textos que podem ser lidos não somente através de palavras escritas, mas também da interpretação de figuras, numeração e fala.

<sup>3</sup> Esses novos produtores-consumidores são classificados como *prosumers*, que, segundo Marcelo Fonseca, Manuela Gonçalves, Marta Oliveira e Maria Tinoco (2008), são consumidores proativos e engajados em dar seu ponto de vista sobre produtos e informações, refletindo e influenciando o mercado por meio de suas interações e participações ativas nas redes sociais.

Buckland (1991), pois atinge diferentes massas sociais, modificando conhecimentos e criando formas de pensar.

A produção dos documentos digitais é influenciada, como mencionado anteriormente, por quem produz, utiliza, dissemina e ressignifica essa unidade. Esse constante processo apresenta caráter social intrínseco na esfera cultura, pois “[...] toda prática social tem uma dimensão cultural, da mesma forma que as práticas política e econômica, também possuem uma dimensão cultural” (Godoy; Santos, 2014, p. 16). Com esse pensamento, os documentos digitais, os memes, tornam-se parte da cultura, introjetando-se na memória social<sup>4</sup> e na identidade dos grupos sociais que disseminam essas informações.

### 3 METODOLOGIA

Esta pesquisa é classificada como pesquisa qualitativa, aquela que analisa os dados trabalhando seus significados. Com relação ao tipo, esta pesquisa tem características descritiva e exploratória (Gil, 2016, p. 27), e ainda é classificada como documental, pois utiliza um questionário para realizar a coleta de dados, por entender que a pesquisa documental utiliza fontes que não passaram por uma avaliação, nem são fundamentadas em pesquisas e publicações científicas (Gil, 2016).

O campo de pesquisa foi o Instagram, devido à proximidade com a rede. Como instrumentos foram utilizados questionários, estes foram organizados em formulário Google<sup>5</sup> e encaminhados via link para usuários.

O questionário obteve 45 respostas e foi aplicado tendo como público-alvo pessoas que fazem parte da comunidade LGBTQIA+ — apesar do público-alvo, a pesquisa obteve respostas de pessoas heterossexuais, e tais respostas foram incluídas na análise dos resultados. Esse grupo foi escolhido por ser o principal público dos shows da Inês Brasil, visto que as performances da artista são alocadas em boates LGBTQIA+, além de ser a comunidade que ela agradece e cita em suas publicações. Algumas respostas ao questionário foram descartadas, visto que não apresentavam respostas passíveis de serem analisadas ou incluídas

---

<sup>4</sup> A memória social está alojada às múltiplas definições: “[...] A memória é, simultaneamente, acúmulo e perda, arquivo e restos, lembrança e esquecimento. Sua única fixidez é a reconstrução permanente, o que faz com que as noções capazes de fornecer inteligibilidade a esse campo devam ser plásticas e móveis” (Gondar, 2016, p. 19).

<sup>5</sup> Disponível em: <https://forms.gle/P7eiaC7GvCSr875t5>. Acesso em: 26 maio. 2024.

na análise de resultados. Para a identificação dos respondentes, foi utilizado o sistema alfabético, que será iniciado em A até Ab.

O questionário foi elaborado com 8 questões abertas. O link do questionário foi publicado na *bio*<sup>6</sup> pessoal desta pesquisadora. Com o compartilhamento da publicação entre os seguidores do perfil, foi realizado o levantamento de dados.

Para atingir o objetivo desta pesquisa, utilizamos a netnografia como método para análise dos dados obtidos. O estudo netnográfico analisa os contextos sociais e culturais, debruça-se em contextualizar e compreender o grupo social observado, entendendo que os comportamentos virtuais modificam as interações sociais dos indivíduos (Aguar, 2019).

#### 4 ANÁLISES E RESULTADOS

Inês Tânia Lima da Silva, mais conhecida pelo nome artístico Inês Brasil, nasceu no Rio de Janeiro em 25 de outubro de 1969, em uma grande família, sendo a oitava filha entre nove irmãos, filha de um compositor de escola de samba. Ela teve uma criação religiosa, o que reverbera em suas falas e vídeos para o YouTube. Inês é uma cantora, compositora, atriz, modelo, dançarina, vlogueira<sup>7</sup>, youtuber e webcelebridade. Iniciou sua vida artística como dançarina em uma casa de espetáculos e sendo musa do autointitulado mulatólogo, famoso por revelar passistas para o Carnaval. Ela também ministrou aulas de samba para aumentar a sua renda (Menezes, 2022).

Inês Brasil é confundida por muitos como uma travesti em decorrência das cirurgias que realizou e que alteraram significativamente a sua aparência, porém, em um depoimento, ela diz que colocou silicones a fim de se tornar mais atrativa em sites de prostituição. Segundo a artista, em uma publicação do Twitter, só fez a cirurgia para sustentar as filhas. Ela também comenta que, com esses procedimentos estéticos, foi eleita a número um em um site de prostituição (Morais, 2019).

Após oito anos se prostituindo na Alemanha, Inês Brasil retornou para o Brasil, onde abandonou a profissão e as drogas e passou a investir em uma carreira artística. Devido à insistência de uma amiga, gravou um vídeo para participar da seletiva do Big Brother Brasil

---

<sup>6</sup> A *bio* é um espaço no perfil pessoal do usuário destinado à inserção de *emojis*, frases e links.

<sup>7</sup> Diferente de um blog, no qual as postagens contam apenas com textos ou imagens, o vlog é gerado em formato de vídeo, podendo ser postado no YouTube ou Instagram.

(BBB), no ano de 2009, entretanto o seu vídeo não foi selecionado. Inês Brasil não desistiu e continuou encaminhando vídeos de inscrição por mais cinco anos, e no ano de 2012, seu vídeo para o BBB13 viralizou na internet. Trazendo, na abertura do vídeo, o que se tornaria seu bordão mais conhecido, “Alô, alô, você sabe quem sou eu? Alô, alô, graças a Deus”, em dois dias, conseguiu a marca de 310 mil visualizações no YouTube.

No mesmo ano, após a viralização de seu vídeo, ela logo foi chamada para participar do quadro Telegrama Legal, do programa Domingo Legal. Acreditando que iria participar da gravação de um videoclipe, passou por diversas situações que a levaram ao extremo, fazendo-a falar alguns dos memes que se tornaram, novamente, virais: Monique, se você me ama, sai fora; segura a marimba, *monamour*; Eu não gosto disso. Dezoito anos de Alemanha, eu tenho responsabilidade.

Inês Brasil também iniciou sua carreira como cantora com músicas que se tornaram virais, tais como: *Make Love*, *Undererê* e *Adão e Eva*, *Eva e Adão*. Em 2015, antes da revelação dos indicados ao *Grammy 2016*, a página da premiação no Facebook realizou uma enquete perguntando quem o público achava que seria indicado para a nomeação. Logo o *post* foi bombardeado pelos brasileiros, que começaram a escrever a frase *Inês Brasil Best Be Nominated*. Esse texto se tornou um dos mais curtidos e comentados, gerando muitos outros. Com tamanha comoção, Inês Brasil parou na página oficial do Grammy, tendo mais de 75 mil audições. Não demorou muito até o Grammy 2016 bloquear os brasileiros e retirar o perfil da Inês de sua página oficial (Berenguel, 2021).

Em 2022, Inês protagonizou uma campanha para a marca de maquiagens Avon, tendo seu vídeo transmitido em rede nacional e não somente nas redes sociais digitais. Para melhor compreender o apoio e o impacto dos memes da Inês Brasil na comunidade LGBTQIA+, iremos analisar as respostas que foram obtidas por meio do instrumento de coleta de dados, o questionário.

#### **4.1 Apropriação do meme #inêsbrasil pela comunidade LGBTQIA+**

Nesta seção, apresentamos os resultados e análises dos dados coletados com o instrumento de pesquisa questionário.

Iniciamos as perguntas abertas traçando o perfil dos(as) participantes a partir da idade. Com esses dados, percebemos que a geração dos participantes variava entre Y, *Millennial* e

geração Z, ou seja, pessoas entre os 17 e 35 anos. Dentre esse percentual, 69% dos participantes tinham entre 17 e 25 anos, sendo as idades de 18 (13%) e 25 anos (20%) os maiores respondentes. Entre 26 e 35 anos, tivemos o percentual de 31%.

Nessa perspectiva, as idades denotam como o fluxo dos memes conseguem transpassar diferenças de idades e períodos. Quem conhece, utiliza e ressignifica os memes da Inês Brasil são pessoas de ciclos e gerações diferentes, tendo um intervalo de mais de dez anos de diferença. Os memes são disseminados em rede e apropriados por grupos; eles não se encontram presos em uma linha temporal, são dinâmicos, podendo ser esquecidos e retransmitidos, renovados e lembrados por uma geração.

Quando perguntamos em que momento eles conheceram a Inês Brasil, 24% dos respondentes apontaram de forma límpida que a conheceram através da viralização do vídeo de inscrição ao BBB13 e a pegadinha em que ela caiu no programa Domingo Legal, no ano de 2013, enquanto 47% das pessoas respondentes mencionaram os anos de 2014 a 2019. Por fim, 16% das pessoas respondentes não apontaram uma provável data, porém mencionaram contextos, interações e momentos em que tomaram conhecimento da Inês Brasil. Respondente A narra como a conheceu: “Durante um carnaval, uma das minhas amigas falou um bordão bem famoso dela ‘Se esse mundo existe, graças a Deus pq existe’, aí foi a partir disso que conheci a Inês”. Respondente B também comenta um fato similar: “Quando tinha várias pessoas utilizando uma música dela”. Dentre as pessoas respondentes, 13% pontuaram que conheceram a Inês Brasil por intermédio das redes sociais digitais e pelo YouTube.

A próxima pergunta no questionário indagava se as pessoas utilizavam os memes em conversas presenciais ou através das redes sociais digitais: 13% responderam que não fazem uso dos memes da Inês Brasil em conversas tanto presenciais como pelas redes sociais digitais. Dentre esse percentual, a idade dos respondentes estava desnivelada, havendo pessoas entre 19 e 35 anos, sendo assim, é perceptível que, apesar das diferenças geracionais, tanto pessoas mais jovens como mais velhas se esquecem dos memes, pois eles estão num constante fluxo de apropriação, disseminação e esquecimento, dependendo de quem irá transmitir e ressignificar essa informação. Entretanto, 87% responderam que fazem o uso dos memes tanto no meio presencial como no virtual, uma significativa quantidade de pessoas que empregam os memes em suas interações sociais.

Os memes conseguem transmitir de forma cristalizada o sentimento que a pessoa deseja passar, e podem ser vistos tanto em momentos presenciais como nas redes sociais,

Respondentes E e F explicam respectivamente esse momento ao dizer: **“Uso as expressões dela no dia a dia principalmente”**; **“Os dois, mas uso mais em conversas presenciais”**. Como salientado anteriormente pela autores Felipe Tessarolo e Arthur Neto Machado (2017), os memes conseguem expressar sentimentos; eles não se encontram presos ao virtual, caracterizando-se como fluviiais, e seguem as necessidades de quem os utiliza, podendo ser manejados para interações sociais.

Para definir quais os memes mais viralizados e apropriados entre os respondentes, perguntamos quais eram os que eles mais usavam. Houve uma expressiva quantidade de bordões, e os mais citados foram os memes criados a partir do vídeo de inscrição ao BBB13 e o Telegrama Legal. Alguns dos memes comentados estão expostos no Quadro 1 a seguir.

**Quadro 1** – Quais os memes que você mais usa?

Respondente G	Segura essa marimba ai, mon amour!"; "Ah o dreigui, iiiiiiih!"; "Você num me arrasa não!"; "Alô alô vocês sabem quem sou eu?"
Respondente H	Eu utilizo figurinhas dela no WhatsApp e vídeos no Instagram/TikTok. Nos memes, ela geralmente está dançando, falando ou fazendo "caras e bocas"
Respondente I	Pelas crianças eu dou a minha vida, alô alô graças a Deus
Respondente E	"pela criança eu dou a vida" "iiiih o dregue" "se me ataca eu vô atacá"
Respondente J	"Ah o dreig iiih" e aquele vídeo dela indignada falando "eu não aceito"
Respondente K	O cachorro com olhar da Inês; O gif da Inês disfarçando que não gostou da comida; o estático "/quietinha"; o print de um stories do Instagram da Inês onde ela aparece gemendo acompanhado da legenda "Tesão".
Respondente L	Alô Alô graças a Deus; não mexe com a criança não; qual o nome da menina?
Respondente M	o citado anteriormente, "meu amor, sou professora de dança!", "ah lá, nem vou ler", "o dinheiro não me compra!", se me chamar de matadora, assassina...", "uuui, que delíciaaaaa", "SANGUE de JESUS tem PODER!", "NÃO SE METE COM CRIANÇA NÃO!".
Respondente N	Gifs com expressões
Respondente O	O único que ainda uso é o sticker-gif dela derrubando a garrafa de Coca-Cola.

Fonte: elaborado pela autora (2024).

Por meio de algumas das respostas, podemos visualizar uma esfera do macro, que está ligada ao discernimento humano de se conectar com a imagem, de transmitir uma mensagem sem precisar contextualizar ou textualizar a mensagem, como está explanada na resposta das pessoas Respondentes K, N e O. Os memes não precisam de um texto, eles são imagens que falam por si só. Inicialmente, eram disseminados como imagens estáticas ou apenas frases soltas para expressar o sentimento que a pessoa estava tentando contextualizar, mas com os avanços tecnológicos, os memes estão sendo propagados em formatos de GIFs e *stickers*. O ser humano consegue ler e reconhecer as expressões corporais, já que elas são as primeiras leituras que fazemos em nossas vidas; antes da alfabetização, aprendemos a ler expressões,

movimentos, então analisamos e armazenamos esses conhecimentos apreendidos para serem utilizados nas interações sociais. Com os memes, não é diferente: com a bagagem pessoal, conseguimos entender a mensagem visual e performática dos memes de forma quase instantânea.

Sobre a questão dos memes, perguntamos às pessoas respondentes se elas acreditavam que os memes impactavam sua forma de se expressar e se comunicar. Destas, 11% disseram que não achavam que os memes impactavam sua forma de se comunicar, contudo 89% dissertaram como os memes impactam ou impactaram a forma de se expressar e se comunicar com seus grupos sociais. Respondente J manifesta como os memes modificaram sua forma de se expressar e se inserir, transformando o seu eu social para seu grupo: **“Os memes da Inês ajudaram bastante na minha comunicação durante a adolescência, já que naquela época era a época onde os memes delas mais bombavam e utilizar os memes dela, tanto pelas redes sociais quanto presencialmente, dava um toque de irreverência na minha personalidade e fazia a conversa fluir divertidamente”**.

A partir desse relato, podemos compreender que estar informado sobre memes do momento ou aqueles que representam determinado grupo é um artifício para se encaixar e se entrosar. A linguagem e a memória social de determinados grupos determinam quem faz ou não parte dessa unidade, assim, a constante construção da identidade é um processo que leva em conta pequenos instrumentos que permeiam o grupo em que se deseja inserir.

Duas pessoas respondentes norteiam essa discussão ao especificar suas interações sociais e o impacto dos memes:

Acho que acabam trazendo mais expressividade à fala e me aproximando de comunidades específicas da qual faço parte, como a LGBT e a do Twitter (Respondente P).

Me ajudaram a expressar meus sentimentos de forma descontraída e facilmente reconhecível entre outros amigos/colegas no presencial e virtual que também são LGBT e compartilham da bolha de memes lgbt da internet (Respondente G).

Com as respostas, podemos ter, então, uma visão de como as interações sociais são atravessadas por pequenos tracejados sociais, pontos que são delineados a fim de serem encaminhados para uma direção. Ser reconhecido, aceito e conseguir se perceber é um ponto

vital nas conexões, portanto, conseguir transmitir sua mensagem e entender a comunicação do próximo é essencial para que haja uma ponte para a construção da memória social das comunidades do sentimento de pertencimento. Respondente Q expõe bem esse sentimento: **“Acredito que todo meme faça parte de uma cultura de pertencimento. É como se você, ao utilizar, se mostre pertencente aquele grupo”**.

Dando seguimento a essa linha de raciocínio, perguntamos às pessoas respondentes quais tipos de informações eles achavam que os memes conseguem transmitir e compartilhar. As respostas foram plurais, denotando que os memes não são apenas marcadores do humor e do deboche, eles também exprimem críticas, marcadores sociais, sexualidade, entre outros. Estas são algumas respostas destacadas:

Os memes conseguem trazer a contextualização de fatos que marcaram as pessoas de forma positiva ou negativa. As informações levantadas pela linguagem visual garantida pelos memes concentram-se na reprodução de discursos e narrativas baseadas na realidade das pessoas normalmente envolta de uma roupagem descontraída, sarcástica, irônica e crítica (Respondente R).

Qualquer tipo de informação, meme é vida (Respondente S).

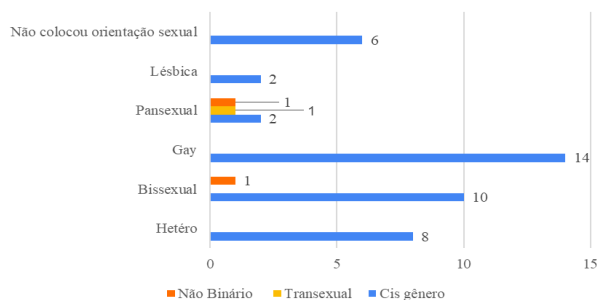
Expressões corporais e reações compartilhadas por um grupo (Respondente N).

Mensagens políticas, advertência de forma mais sutil de repudiar atos que desrespeitem ao próximo (Respondente U).

Essas são algumas das 45 respostas; são múltiplas, expressam diferentes formas de ver a mesma unidade, de perceber um objeto comunicacional em diferentes ângulos. Com esses relatos, podemos perceber que os memes são empregados em diferentes contextos para nuances variadas de uma mesma comunidade. Eles não se prendem a uma esfera e ficam estagnados, e sim, conseguem fluir como uma memória social que se transforma e se renova a depender de quem o manuseia.

O questionário tinha como público-alvo pessoas pertencentes à comunidade LGBTQIA+. Para isso, pedimos às pessoas respondentes para dizer sua identificação de gênero e orientação sexual. Assim, os dados coletados estão apresentados no Gráfico 1 a seguir.

Gráfico 1 – Identificação de gênero e orientação sexual das pessoas respondentes



Fonte: elaborado pela autora (2024).

Deixamos essa pergunta mais livre, pois, quem se sentisse à vontade para responder sua orientação, poderia fazê-lo. É possível, então, visualizar que 6 dentre os 45 responderam apenas sua identificação de gênero, sendo todas as pessoas cisgênero. Apesar de os memes da Inês Brasil serem mais propagados na comunidade LGBTQI+, podemos perceber que uma expressiva quantidade de respostas é de pessoas heterossexuais, indicando que, apesar de o principal público da Inês ser pessoas da comunidade, eles ainda são presentes em outros grupos sociais. 86,67% dos respondentes fazem parte da comunidade, como está explicitado no Gráfico 1. Dividimos em identidade e orientação, pois são nuances que fazem parte da essência humana, havendo ramificações dos padrões patriarcais e arcaicos em que a sociedade inicialmente foi instituída. Visibilizar não somente a orientação sexual de uma comunidade, como também sua identificação, é dar voz para que eles se expressem e se reconheçam dentro de seu grupo, da sociedade e desta pesquisa.

A última pergunta do questionário foi direcionada ao foco central desta pesquisa: os memes da Inês Brasil são mais consumidos por pessoas da comunidade LGBTQIA+? Podemos iniciar essa análise com a pontual frase da pessoa Respondente V, que abre sua afirmação ao dizer: **“Sim. Porque ekq (sic) ama as gays kkkk”**. Apoiar, amar, e agradecer ao público, como evidencia a pessoa Respondente X **“[...] creio que por ela sempre estar defendendo a comunidade e se mostrando uma aliada em suas falas”**.

Algumas pessoas respondentes argumentam que os memes da Inês Brasil não são somente virais, como também são partes da identidade cultural de grupos, uma identidade visual que faz com o que receptor consiga facilmente demarcar a qual grupo o outro pertence:

Acho que são um dos mais consumidos, não sei se hoje em dia eles são os mais consumidos por conta da profusão de memes que viralizam nas redes sociais. Sinto que os da Inês Brasil não são virais e sim memes consagrados entre os lgbts (Respondente G).

eu acho que sim, e acho que seja algo cultural da comunidade até (não só os memes dela mas acho que esse costume de usar esse tipo de meme em conversas eu vejo como algo cultural dos lgbt brasileiros). Principalmente no twitter você percebe isso nas discussões nos 'debates' que acontecem se tem alguém usando as imagens (que também são chamados de estáticos) ou gif da Inês provavelmente a pessoa faz parte da comunidade ou é próxima de alguém que faz parte e acabou aderindo esse costume de usar os memes dela. [...] Eu uso bastante twitter e eu tenho a impressão de que esses memes da Inês estão mais inseridos no meio dos homens gays/bi fãs de diva pop, mas no geral eu acredito que seja algo cultural da comunidade lgbt brasileira mesmo, pq eu não vejo pessoas de fora (estadunidense europeu e etc) usando os memes em geral dessa forma que a gente usa (Respondente Y).

As pessoas respondentes salientam a profusão dos memes da Inês Brasil entre a comunidade LGBTQIA+, desse modo, a consagração dela entre aqueles(as) que fazem parte deste grupo é uma apropriação imagética, um delineamento pessoal e social. Tal delineamento ocorre com todos os grupos sociais, classificados e etiquetados em unidades. Os memes sofrem as mesmas classificações, sendo mapeados e catalogados em pequenas descrições, como: meme de tio, meme de gay meme de hétero topzera, entre muitos outros. Essas são apenas algumas das classificações sociais que intuitivamente fazemos ao interagirmos com outras comunidades de forma direta ou indireta.

Com as respostas selecionadas, podemos compreender a essência do meme, a integração social que ocorre através de um objeto imagético afetivo e social, e conhecer como seu grupo se apropria dessas informações. Portanto sua ramificação dentro desse grupo é uma forma de alinhar as suas memórias pessoais, sociais e conceber sua identidade perante a sociedade e a si mesmo.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Nesta pesquisa apresentamos Inês Brasil como uma personagem memética, assim como sua apropriação e disseminação entre as pessoas da comunidade LGBTQIA+. Reforçamos a importância dos memes e a linguagem construída por intermédio dos memes da Inês Brasil pela comunidade LGBTQIA+, como os sujeitos de determinado grupo dialogam e ramificam suas relações sociais.

Observamos que os memes da Inês Brasil são caracterizações multiversais, contextualizações de situações e interações escrachadas. Portanto não se limitam a um propósito, são dinâmicos e plurais, sendo transpassados para diferentes camadas sociais. Os

memes surgem e são criados por interações e troca de culturas e memórias, porém, ele não detém a finalidade de ser viral — isso ocorre pela sua constante disseminação, identificação e apropriação e interações de grupos e comunidades. O constante compartilhamento tanto no meio virtual, como no presencial, das expressões e bordões, torna o meme uma marca identitária de uma comunidade. Eles são documentos e imagens passados e disseminados em um grupo, em consequência, a constante disseminação, apropriação e uso os torna essenciais para uma comunidade que interage com esse objeto. Os memes, então, passam a ser um signo efêmero, uma assinatura capaz de transmitir qual grupo o transmissor faz parte, criando laços entre a memória social e a fomentação da identidade, a completude de uma narrativa pessoal e social.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Jaqueline Gomes de. A pesquisa etnográfica online em tempos de cultura da convergência. **Revista Observatório**, Palmas, v. 5, n. 6, p. 109-131, out./dez. 2019.

BERENGUEL, Fernando. O dia em que Inês Brasil foi parar no badalado site do Grammy. **Observatório de Música**, [São Paulo?], 2021. Disponível em: <https://observatoriodemusica.uol.com.br/noticia/o-dia-em-que-ines-brasil-foi-parar-no-badalado-site-do-grammy>. Acesso em: 26 abr. 2024.

BRIET, Suzanne. **O que é a documentação?** Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2016.

BUCKLAND, Michael. Information as thing. **Journal of the American Society of Information Science**, United States, v. 42, n. 5, p. 351-360, June 1991.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DODEBEI, Vera. Cultura Digital: novo sentido e significado de documento para a memória social? **DataGramZero**, [Brasil], v. 12 n. 2 abr. 2011. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/7335>. Acesso em: 22 maio 2024.

FONSECA, Marcelo Jacques; GONÇALVES, Manuela Albornoz; OLIVEIRA, Marta Olivia Rovedder de; TINOCO, Maria Auxiliadora Cannarozzo. Tendências sobre as comunidades virtuais na perspectiva dos prosumers. *In*: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 3., 2008, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: Anpad, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2016.

GODOY, Elenilton Vieira; SANTOS, Vinício de Macedo. Um olhar sobre a cultura. **Educação em revista**, Belo Horizonte, v. 30, n. 3, p. 15-41, jul./set. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/edur/a/g9PftWn8KMYfNPBs7TLfC8D/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 1 jun. 2024.

**XXIV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXIV ENANCIB**  
**Vitória-ES – 04 a 08 de novembro de 2024**

GONDAR, Jô. Cinco proposições sobre memória social. *In*: DODEBEI, Vera; FARIAS, Francisco R. de; GONDAR, Jô (org.) **Por que memória social?** Rio de Janeiro: Híbrida, 2016. p. 19-40. Disponível em: <http://www.seer.unirio.br/morpheus/article/view/5475/4929>. Acesso em: 20 mar. 2022.

MENEZES, Bruno. Inês Brasil conta do passado: “Fui prostituta e usei cocaína por anos”. **Metrópoles**, Brasília, DF, 24 jan. 2022. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/ines-brasil-conta-do-passado-fui-prostituta-e-usei-cocaina-por-anos>. Acesso em: 11 abr. 2024.

MORAIS, Kauan de. Inês, um retrato do Brasil. **Conexões Mistas**, [S. l.], 14 fev. 2019. Disponível em: <http://www.conexaomista.com.br/2019/02/ines-o-retrato-do-brasil.html>. Acesso em: 11 abr. 2024.

OLIVEIRA, Kaio Eduardo de Jesus; PORTO, Cristiane de Magalhães; ALVES, André Luiz. Memes de redes sociais digitais enquanto objetos de aprendizagem na cibercultura: da viralização à educação. **Acta Scientiarum**, Maringá, v. 41, 2019.

TESSAROLO, Felipe Maciel; MACHADO, Arthur Santiago Neto. Game of memes: uma análise sobre os memes e a série televisiva Game of Thrones. **Comunicação: reflexões, experiências, ensino**, Curitiba, v. 13, n.13, p. 9-22, 1. sem. 2017.