

## **Quando Imagens de Arquivo Viram Memes: Um Estudo do Humor em *O Brasil Que Deu Certo*<sup>1</sup>**

Irion Martins SILVA<sup>2</sup>

Greice SCHNEIDER<sup>3</sup>

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

### **RESUMO**

Este artigo investiga os deslocamentos de sentido presentes nas imagens de arquivo compartilhadas no perfil do Instagram *O Brasil Que Deu Certo*, explorando os mecanismos de construção do humor. O estudo seleciona imagens estáticas publicadas pelo perfil no recorte de um ano, utilizando critérios como originalidade, ausência de manipulação digital e recontextualização. Ao estabelecer uma taxonomia quali-quantitativa para o modo como a página estabelece comunicação, este estudo contribui para a compreensão do papel das redes sociais e demonstra como a remediação de arquivos fotográficos, a partir da utilização do humor, pode influenciar a percepção da identidade cultural e política, numa abordagem multidisciplinar que lança luz sobre a intersecção entre cultura digital, identidade e práticas comunicacionais contemporâneas.

**Palavras-chave:** Arquivo; fotografia; meme; humor; *O Brasil Que Deu Certo*.

### **Introdução**

Com 769 mil seguidores só no Instagram, *O Brasil Que Deu Certo* é comandado por jornalistas. Foi em 2015 que Ciro Hamen e Matheus Laneri começaram o projeto no YouTube depois de terem sido apresentados um ao outro em um bar, em São Paulo, “por gostarem das mesmas besteiras” (Hamen, 2023 *apud* Costa, 2023). A ideia era criar um canal de entrevistas mas, ao migrarem para o Facebook e depois para o Instagram, o perfil começou a publicar imagens que mantivessem a página ativa e, assim, formou-se uma comunidade cada vez mais interessada em ver o retrato do Brasil emoldurado no padrão de arquivos fotográficos. “Nas redes sociais, o trabalho é praticamente de curadoria mesmo”, explicou Ciro Hamen ao *Byte*, do portal *Terra*, ao falar sobre a quantidade de sugestões de publicação imagética enviada pelos seguidores. “A gente vê

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior – IJ05, Comunicação Multimídia – do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação; 7º do Curso de Jornalismo da UFS. E-mail: [irionmartins@academico.ufs.br](mailto:irionmartins@academico.ufs.br)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho; professora do Curso de Jornalismo da UFS. E-mail: [gschneider@academico.ufs.br](mailto:gschneider@academico.ufs.br)

---

se a imagem é realmente engraçada (e não é ofensiva), se ela tem um potencial de engajamento, de ser bastante compartilhada, e basicamente é isso”, conclui (Costa, 2023). Mas, como medir o grau de “engraçamento” de um elemento? O principal objetivo deste estudo é investigar os deslocamentos de sentido propostos nas imagens de arquivo publicadas no perfil *O Brasil Que Deu Certo*, identificando e classificando seus mecanismos de construção do humor. Ao operacionalizar o uso das redes sociais a partir das teorias do humor, o projeto valoriza o meme e a imagem de arquivo presentes no perfil analisado enquanto elementos que fortalecem sentimentos e funções coletivas. Encará-los por essa perspectiva implica, também, lançar luz sobre a prática da remediação e de como ela pode ser realizada de modo mais a convergir e menos a replicar (Bolter; Grusin; 1999).

A seleção do perfil *O Brasil Que Deu Certo*, no Instagram, como corpus desta pesquisa, se deve à prática igualmente astuciosa dos curadores e proprietários da página em utilizar o meme como ferramenta política e de fortalecimento da(s) identidade(s) e cultura(s). Em um primeiro momento, esta pesquisa se debruça sobre a revisão de conceitos pertinentes como *arquivo*, *humor* e *meme* em prol de entender sua trajetória histórica e as principais lacunas deixadas por eles a uma contemporaneidade fluida onde o digital se transforma rapidamente. Depois, os conceitos serão operacionalizados na prática, a partir de uma análise que engloba a coleta de imagens individuais em prol do agrupamento em padrões, trazendo *O Brasil Que Deu Certo* enquanto um estudo de caso. A escolha se dá, ora pela identidade nacional à qual o perfil se engaja, ora pela predominância de um humor irônico.

O conjunto de publicações escolhidas para análise se justifica pelo seguintes critérios: a) imagens fixas, publicadas no recorte temporal de um ano, entre junho de 2022 e junho de 2023; b) fotografias originais, que não sejam fotomontagens, colagens ou arquivos submetidos à inteligência artificial; c) fotografias de arquivo recontextualizadas pela simples reprodução no perfil, que não tenham sido realizadas sob a intenção exclusiva de torná-las meme; d) fotografias originais, nas quais o meme seja o arquivo em si mesmo, sem quaisquer sobreposições textuais (isto é, focar textos não-verbais).

---

## **O meme e o humor**

Nem sempre o meme teve *graça*. Não do modo que o conhecemos hoje. Cunhado pela primeira vez pelo biólogo Richard Dawkins (1976 apud Chagas, 2021) em uma espécie de darwinismo universal, o termo faz uma analogia ao *gene*, ancorada à ideia de que, assim como o material genético, os memes são unidades de transmissão que se espalham e contaminam, além de competirem entre si, em seleção natural, para perpetuar-se no caldo cultural humano.

Chagas (2021) esquematiza, ao revisar autores, o modo como a Memética (o estudo do meme e da sua disseminação) antecede as redes sociais digitais ao ser incorporada em modelos mentalistas e comportamentalistas, isto é, como se ideias, textos ou práticas também se caracterizassem memes. Para o autor, o modo como o assunto é subestimado no campo dos estudos de mídia e das ciências sociais tem a ver com sua trajetória turva, que passa antes pela biologia, pela filosofia e pela psicologia cognitiva.

O humor é a principal marca do meme desde a sua chegada às redes sociais digitais. Ele se conceitua como uma subversão ao modo como o mundo deveria ser, que gera, ao contrário da quebra de expectativas, a noção comparativa de que há algo discordante — isto, por sua vez, é o produtor do divertimento cômico (Carrol, 2014; Morin, 1976; Attardo, 2001; Bergson, 2005; Albertti, 1999).

## **O meme a partir dos arquivos**

Quando, em 2001, a imagem do Beto, personagem fictício do programa infantojuvenil Vila Sésamo, era atrelada ao terrorista Osama Bin Laden em uma fotomontagem que viralizou mundialmente e foi símbolo de manifestos em diversas partes do mundo, nós já experimentávamos estranhamente o poder da repercussão da imagem de arquivo. O ato de mobilizar imagens antigas e/ou fictícias de maneira criativa ou subversiva ainda ganhava as manchetes de jornais com um ar de absurdo. Hoje, o exemplo dado por Jenkins (2009) pode ser apenas mais um em meio às milhões

---

de visualidades experimentais que compõem o feed que diariamente se esvai pelas nossas mãos.

Diante das telas frias de nossos smartphones, tablets e computadores, a avalanche de dados produzidos diariamente faz quem simultaneamente consome e produz arquivos acostumar-se à magnitude do fenômeno vivenciado. Historicamente antiga mas, sobretudo, atemporal, esta discussão perpassa o pressuposto de uma *cultura participativa* digital que possibilita um crescente compartilhamento de informações, sobretudo imagéticas, cuja constância foi capaz de apagar autoridades, estreitar relações intercontinentais e ressignificar ideias ao longo do tempo (Jenkins, 2009).

Pensar esse horizonte a perder de vista no qual a imagem se dissemina nas redes sociais, de modo a desdobrar-se em novos usos e significados, não abrange apenas a dimensão cultural que justifica essas (re)configurações, mas nos conduz à amplitude da própria noção de arquivo. Autores como Alphen (2017) caracterizam *arquivo* como um molde da identidade e da memória, para muito além de um guardião meramente passivo da História. "Nossas identidades são tecidas para nós e o arquivo é o tear" (p. 74; tradução minha). No cerne da tese, está a argumentação de que embora não sejamos unicamente a acumulação dos documentos que produzimos ao longo da vida, o Estado cada vez mais burocrático age e enxerga sob esse viés, a construir uma noção de identidade alternativa à nossa própria; uma noção de rede social menos ideológica e digital e mais objetiva e exterior.

Farge (2008), por sua vez, nos apresenta o *arquivo* como um elemento que se digere, cuja materialidade possui um sabor metafórico. A experiência sensorial com o cheiro dos acervos aos quais se acessa tradicionalmente, suas texturas e suas marcas é, na defesa da autora, o lugar em nós onde a memória ascende e alcança seu poder transcendental — de percorrer fluxos temporais a partir do que é estático.

Mas qual seria o sabor de um arquivo digitalizado? A fabricação e a replicação de imagens de arquivo nas redes sociais é tão emergente que as imagens de hoje já são consideradas os arquivos de amanhã. Quando reapropriados ou republicados, geralmente aparecem em um contexto histórico (nos jornais e demais instituições), de

---

saudosismo (nos perfis pessoais, como o movimento Throwback Thursday, o TBT, que se instituiu em 2006) ou, ainda, de humor (nas páginas de entretenimento, com os memes).

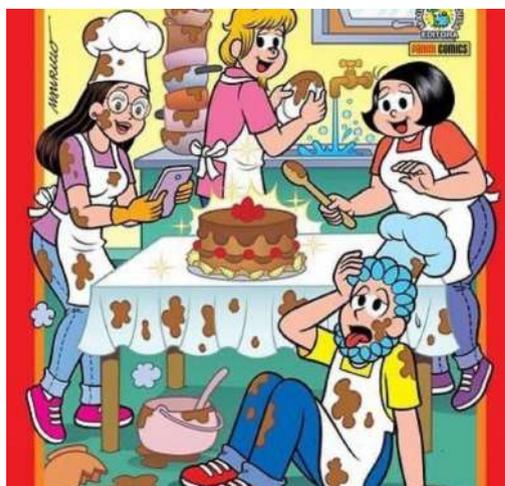
Nesse sentido, o conceito de arquivo se mostra tão flexível quanto sua recepção, uma vez que pode, ainda, ser sinônimo de “ocultar” ou “esconder”, em um recurso novo e controverso do Instagram – a partir dele, escolhemos arquivar o que consideramos de menor ou nenhuma importância e expor o que para nós tem maior valor. Numa “inversão de valores”, como diriam os conservadores, mas em seu sentido mais pleno e literal.

Compreendendo a ausência de controle acerca do modo fluido como as imagens e os conceitos de arquivo moldam o seu tempo e por ele também são moldados, isto é, conformando-nos às possibilidades do arquivo imagético ultrapassar a intencionalidade e o domínio de seu autor, o que nos cabe e interessa é verificar sobre qual arcabouço (técnico, visual e cognitivo) as imagens de arquivo são mobilizadas contemporaneamente.

### ***O Brasil Que Deu Certo: produzindo humor por meio de arquivos fotográficos***

Quando, em 2023, um ator da Turma da Mônica foi flagrado curtindo postagens envolvendo fetiches sexuais com elementos inusitados, como o “cocô”, isso virou uma das fofocas mais comentadas nas redes sociais, mas também virou notícia em alguns portais jornalísticos. No dia em que o assunto alcançou o seu auge, esta imagem (figura 1) foi publicada em *O Brasil Que Deu Certo*, acionando a memória sobre este quadrinho, anterior ao fato, de Maurício de Souza, que alude à situação tanto semiologicamente, pelo modo como o chocolate é representado, quanto pela conexão com o tema *Turma da Mônica*.

Figura 1 - “Ator de turma da mônica é ligado a perfil de fetiche com cocô”



Fonte: O Brasil Que Deu Certo. Instagram. Reprodução. 2023.

Para muito além da excreção humana em sua forma física, um termo foi cunhado para este tipo de meme: *shitpost*, “postar merda” em português. Criticado em estudos por atuar na desvalorização do que é relevante e exaltado em outros com a atribuição do título de “novo-dadaísmo digital”, o *shitpost* é estudado em diversas áreas do conhecimento. Pucha (2023) o define como

o que a gente publica na Internet para ser satírico e chamar a atenção. Algo posto na Internet que não é especialmente divertido ou interessante e não tem muito sentido, ou não tem nada que ver com o que está discutindo, especialmente para dificultar que outras pessoas discutam algo (Pucha, 2023, p. 8; tradução minha).

Não obstante, em meio a essa tendência cultural a *merda* ascende a um posto ativista e político. Foi alimentando esse tipo de humor que os integrantes de *O Brasil Que Deu Certo* conseguiram alcançar e entrevistar o presidente Luís Inácio Lula da Silva, ganhar prêmios de alcance na internet e agendar mídias hegemônicas. É, portanto, no contexto dessas lacunas e ambiguidades que este estudo se dá.

Para compreender a construção de humor desempenhada em *O Brasil Que Deu Certo*, foram coletadas 515 imagens estáticas no recorte temporal de junho de 2022 a junho de 2023, seguindo as especificações metodológicas. A partir deste material, buscou-se atribuir a cada uma das imagens uma classificação quanto a verbo-visualidade apresentada (tabela 1). Isto é, o texto predominante de cada arquivo fotográfico foi categorizado em: i) verbal, ii) não-verbal e iii) uma combinação entre o verbal e o não-verbal (figura 3). A amostra foi quantificada, como mostra a tabela 1.

Tabela 1 - Análise das imagens no quesito de sua verbo-visualidade

CLASSIFICAÇÃO	QUANTIDADE DE PUBLICAÇÕES
IMAGENS COM TEXTO VERBAL PREDOMINANTE	112
IMAGENS COM TEXTO NÃO-VERBAL PREDOMINANTE	172
IMAGENS NAS QUAIS PREDOMINAM TEXTO VERBAL E NÃO-VERBAL	230

Fonte: do autor.

Uma segunda classificação decorreu , de modo a afunilar e igualar os parâmetros do recorte analisado (tabela 2). Esta, por sua vez, priorizou os arquivos não-verbais ao considerar a condição desse arquivo em sua originalidade e ao observar que esse tipo de publicação é uma peculiaridade valorizada em *O Brasil Que Deu Certo*. Todo o conteúdo não-verbal do recorte obteve subclassificação quanto ao tipo de humor produzido e quantificação. A tipologia foi criada em conformidade com as teorias do humor estudadas.

Tabela 2: Análise do recorte de imagens em que predomina o texto não-verbal predominante, no quesito do tipo de humor produzido

TIPO DE ARQUIVO	QUANTIDADE DE PUBLICAÇÕES
1. FIGURAS PÚBLICAS OU PERSONAGENS EM OCORRÊNCIA OU ACONTECIMENTO*	11+24+2+3+2+1+1+1+15+6+8 = 74*
2. INCONGRUÊNCIA	16
3. GAMBIARRA	16
4. EXAGERO	16
5. ERRO (?) OU ACIDENTE (?)	5
6. CRIATIVIDADE/COSTUME	27+19

Fonte: do autor.

\*O tipo 1, exemplificado na figura 4, concentra a maior quantidade de fotografias desse recorte amostral. Ele concentra imagens de pessoas ou personagens famosos em torno de ocorrências ou acontecimentos. Em ordem de predominância, são situações relacionadas a: Copa do Mundo (23) + Morte de Pelé (2); Campanha eleitoral presidencial de 2022 (15); Big Brother Brasil 2023 (11); Política pré e pós eleições 2022 (6); Manifestações antidemocráticas (4); Lewis Hamilton em premiação (2); Morte de Glória Maria (2); Morte da Rainha Elizabeth (1) e, por fim, frame de Rodrigo Lombardi em novela da Rede Globo (1). Este tópico é caracterizado por um humor que não é risível, mas que gera contemplação – ora traduzida em sentimentos de leveza, admiração e identificação, ora traduzida em sentimentos de repulsa e superioridade, dependendo da relação do público com a figura exposta.

Os tipos 2, 3 e 4 figuram com a mesma quantidade de imagens no recorte, construindo humor respectivamente a partir da incongruência, da gambiarra e do exagero. Como se pode observar no grid (figura 2), as imagens refletem: o paralelo entre a figura policial e a inocência de um desenho animado; os artifícios para se continuar num bar, ainda que sob fortes chuvas; a representação exagerada de um grande quebra-molas sinalizado em amarelo, uma mesa fechando a entrada do banheiro

de acessibilidade e, por fim, uma mulher que faz selfie com celular, cujo reflexo é mostrado no quadro ao fundo, em interação com a imagem de Jesus Cristo.

Figura 2 - Exemplo dos tipos



Fonte: O Brasil que Deu Certo. Instagram. Reprodução. 2022/2023.

Considerando as tipologias nas quais as imagens não-verbais da amostra se dão, é característico de *O Brasil Que Deu Certo* publicar imagens de arquivo originais, geralmente sem acompanhamento de legenda. Esse artifício corrobora a ideia de um humor que se configura a partir de pistas, sutilmente. A fusão de horizontes incitada pelos autores no leitor, ao fazê-lo acionar os signos, os fatos históricos e as representações culturais brasileiras, cria um condicionamento de identificar: I) o perfil publicador; II) Em qual elemento representado ou insinuado reside um possível ideal de *Brasil Que Deu Certo*, caso tenha sido este o perfil publicador.

---

Em algumas imagens mais do que em outras, principalmente as do Tipo 1, percebe-se que o deslocamento de sentido é extremo pela simples mudança de perfil publicador. Quando a figura que exemplifica o Tipo 1 foi publicada no perfil de David Brazil, que em seu aniversário posa ao lado de influenciadores e uma estátua de cera com a imitação de seu rosto, o intuito era apenas retratar a celebração de seu aniversário.

A repostagem do arquivo em *O Brasil Que Deu Certo* aciona, automaticamente, o risível e os seus derivados ao nos fazer questionar por quais circunstâncias a representação de Brasil, na figura, deu certo: encomendar uma estátua de cera para si mesmo, o que é em Nova Iorque e Dubai a expressão máxima da fama no Museu Madame Tassauds? Aludir à "plasticidade" nas relações que influenciadores presentes na foto compartilham entre si, tendo em vista os motivos que os levaram à fama? Refletir o modo como a estátua de cera tem relação semiótica com os procedimentos estéticos exacerbados aos quais se submetem os influenciadores?

Ao abrir um leque de possibilidades, *O Brasil Que Deu Certo* está por vezes a ironizar ou mesmo valorizar os modos como os brasileiros idealizam o sucesso, sendo o "Certo" o conjunto de soluções, artimanhas e ressignificados que possam fazer a identidade nacional superar os seus entraves históricos e as condições socioeconômicas provenientes que imperam até hoje. Esta maneira de resistência cultural não é nova, mas está sempre ganhando novas roupagens. Na primeira edição da *Revista Continente*, em janeiro de 2001, Caetano Veloso já refletia sobre as representações culturais na comunicação, ao criticar, inclusive, o jornalismo cultural. “A obsessão em encontrar uma identidade nacional evidentemente é sintoma de uma insegurança do país”, disse.

### **Considerações finais e contribuições da pesquisa**

Diante da análise metonímica representada, pode-se concluir que os seguidores de *O Brasil Que Deu Certo* estão, sobretudo, condicionados a identificar, a cada vez que uma imagem aparece em seu feed, aspectos identitários e, por vezes, risíveis. Não é de interesse do público, em um primeiro olhar, saber quem são os personagens contidos nas

---

imagens em profundidade e suas histórias reais, mas fundir, a partir de alguns referenciais, a imagem à brasilidade e ao humor.

Para Walter Benjamin (apud Didi-Huberman 2012, p. 208), “A verdade [...] não aparece no desvelo, mas sim em um processo que poderíamos designar analogicamente como o incêndio do véu [...], um incêndio da obra, onde a forma alcança seu grau maior de luz”. *O Brasil Que Deu Certo* produz uma remediação na qual o que interessa é a incongruência posta por intermédio do humor. Desse humor não decorre, necessariamente, o riso, mas a leveza ou sentimentos de pertença; por vezes, de superioridade (Carroll, 2014).

O humor está posto no estático e é o intérprete quem se movimenta, quando seu olhar desvenda, em seu tempo, os deslocamentos e os relaciona ao seu universo de saberes. Nesse sentido, o fenômeno em que imagens de arquivo viram memes não se limita – e nem é representado principalmente – à alteração da visualidade imagética com indícios de padrões de humor. Pode, assim, as imagens de arquivo serem, simultaneamente, os próprios memes, assim como pode a transformação em meme ser um processo mais subjetivo e interior.

Nesta investigação, notamos que, assim como arquivos da mídia televisiva invadem a política, a vida cotidiana e a internet na forma de memes, a exemplo do “Beto é Mau” figurando ao lado de Osama Bin Laden no começo dos anos 2000, um movimento inverso passa a ser recorrente – os arquivos, reconfigurados como memes, estão com cada vez mais potência invadindo o universo musical, os programas televisivos e a vida cotidiana. Há, nesta dobradinha, uma crescente observada ao estudar *O Brasil Que Deu Certo*: o potencial do meme tem no arquivo o seu trampolim; e por isso se faz memes com cada vez mais frequência a partir dele.

No conjunto de questionamentos que surgem a partir deste artigo e podem ser vislumbrados como problemas de pesquisa posteriores, cabe questionar as ameaças e as oportunidades dessas nuances, visto que, se por um lado a mercantilização e a migração do meme valoriza a identidade nacional, por outro, o acesso e a compreensão a essa noção de identidade ainda não são igualitários – desde o poder aquisitivo para adquirir

---

os produtos comercializados pelo perfil (figuras 3 e 4) até o letramento necessário para operar um humor que não está posto objetivamente.

Quando essas imagens de arquivo viram memes e quando esses memes alcançam outras mídias, com maior alcance, isto é contraditório ao objetivo dos autores, que em entrevista à Byte (Costa, 2023) enfatizam serem criadores para um nicho e não atribuem importância à quantidade de seguidores; pode ser, ainda, numa dimensão a longo prazo, uma ameaça à memória, pois a efemeridade dos conteúdos e os deslocamentos de humor correm o risco de secundarizar o contexto original do arquivo neste *sítio* de atualizações constantes onde a memória é espessa em poder de armazenamento, mas ainda incipiente no que tangencia estruturar e operar este armazenamento.

Figura 3 - Meme de Celso Portioli é produto de *O Brasil Que Deu Certo*<sup>4</sup>



Fonte: O Brasil Que Deu Certo. Instagram. Reprodução. 2022

---

<sup>4</sup> "Celso Portioli não tem nada a ver com o 11 de setembro" é um meme que surgiu a partir de imagens de arquivo do apresentador em Nova Iorque, em visita ao memorial das Torres Gêmeas. O humor desta proposição reside no fato da afirmação ser uma tese aleatória e não uma resposta defensiva, como naturalmente se pensa. O apresentador do SBT já levou a frase ao seu programa dominical, onde verbalizou olhando diretamente para a câmera. A frase não foi explicada, como geralmente as piadas tradicionais e acessíveis também não o são.

Figura 4 - Jornalista Cauê Fabiano vestindo produto de *O Brasil Que Deu Certo*<sup>5</sup>



Fonte: O Brasil Que Deu Certo. Instagram. Reprodução. 2022.

*O Brasil Que Deu Certo* revela, a partir da remediação de arquivos fotográficos e atravessado pelo pensamento de Carroll (2014), que o humor age, por vezes, em favor da norma. Uma norma que não é necessariamente conservadora, mas que aqui se configura como recorte possível do que é ser brasileiro. Essa valorização e a crítica à identidade nacional faz revolução à medida em que faz graça.

---

<sup>5</sup> Na imagem, uma expressão máxima da imagem de arquivo enquanto um trampolim. Um arquivo ganhou atribuição de meme; que por sua vez foi mercantilizado; que foi adquirido por um jornalista e utilizado em rede nacional, durante sua apresentação; que foi fotografado (ou printado) e publicado novamente no perfil, enquanto meme e enquanto potencial de conversão em mais vendas, num ciclo.

É cada vez mais urgente que desempenhemos um olhar político e científico acerca da influência das redes sociais nas decisões e nos pensamentos populares, mesmo que em elementos que aparentemente, ao primeiro olhar, só despertem o riso. Esta pesquisa mostra, na força comunicacional do meme proveniente de memórias documentadas, que há potencialidade do humor enquanto ato de resistência e na imagem estática enquanto um catalisador irreverente, mas igualmente capaz de valorizar "um tempo dentro de outro tempo", como se faz nas narrativas convencionais (Metz, 1968 apud Baroni, 2021).

## REFERÊNCIAS

- ALBERTI, Verena. **O riso e o risível na história do pensamento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- ALPHEN E.J. van. The Decline of Narrative and the Rise of the Archive. In: Alphen E.J. van (Ed.), **Storytelling and Ethics**. Literature, Visual Arts and the Power of Narrative. New York and London: Routledge. 68-83. 2017.
- ATTARDO, Salvatore. **Humorous texts: a semantic and pragmatic analysis**. Berlim: Walter de Gruyter, 2001.
- BARONI, Raphaël. **A narrativa na imagem: sequência, intriga e configuração**. Université de Lausanne, Lausanne, Suisse. Tradução: Nikoleta Kerinska. ESTADO da ARTE. Uberlândia. v. 2 n. 1 p. 267 - 283 jan./jun. 202. 2021.
- BERGSON, Henri. **Laughter: an essay on the meaning of the comic**. Nova York: Dover Publications, 2005.
- BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation**. Understanding New Media. Cambridge: The MIT Press, 1999. 295 p.
- CARROLL, Noël. **Humour: A very short introduction**. [s.l.]: OUP Oxford, 2014.
- CHAGAS, V. Da memética aos memes de internet: uma revisão da literatura. **BIB - Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, [S. l.], n. 95, 2021. Disponível em: <https://bibanpocs.emnuvens.com.br/revista/article/view/119>.
- COSTA, Anna Gabriela. **O Brasil Que deu Certo abusa dos memes para agregar a zoeira do país**. Byte. Terra, UOL. 10 de abril de 2023. Disponível em: <https://www.terra.com.br/byte/o-brasil-que-deu-certo-abusa-dos-memes-para-agregar-a-zoeira-d-o-pais,24a117b084511933afb6daef5678c786jjlvtvh4.html>.

DIDI-HUBERMAN, G. **Quando as imagens tocam o real**. PÓS: Revista do Programa de Pós-graduação em Artes da EBA/UFMG, [S. l.], p. 206–219, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/revistapos/article/view/15454>

FARGE, Arlette. **O sabor do arquivo**. São Paulo: Edusp, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Editora Aleph; Português. Nova Edição - Ampliada e atualizada. 5 outubro 2009. 432 p.

MORIN, Violette. **A historieta cômica**. In: *Análise estrutural da narrativa: pesquisas semiológicas*. Petrópolis: Vozes, 1976. p. 174-200.

**O Brasil Que Deu Certo**. Instagram. S. D. Disponível em: <https://instagram.com/obrasilquedeucerto?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg==>

PUCHA, Kelly Nicolle Arias. **INFLUENCIA DE LOS MEMES, VIDEOMEMES Y SHITPOST EN LAS INTENCIONES DE COMPRA DE LOS PRODUCTOS IMPORTADOS DE CHINA, EN LOS CENTENIALS DE GUAYAQUIL**. Guayaquil. Ecuador. 2023. Disponível em: <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/24795>