



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**CENTRO DE HUMANIDADES**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA**

**MARIA ALICE DA SILVA DE LIMA**

**MEDIAÇÃO DA LEITURA E PRÁTICAS INFORMACIONAIS DOS LEITORES DE  
MEMES**

**FORTALEZA**

**2023**

MARIA ALICE DA SILVA DE LIMA

**MEDIAÇÃO DA LEITURA E PRÁTICAS INFORMACIONAIS DOS LEITORES DE  
MEMES**

Monografia apresentada ao Curso de Biblioteconomia do Departamento de Ciências da Informação da Universidade Federal do Ceará - UFC, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Profa. Dra Lídia Eugênia Cavalcante

FORTALEZA

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

L699m Lima, Maria Alice da Silva de.  
Mediação da leitura e práticas informacionais dos leitores de memes / Maria Alice de Lima da Silva. – 2023.  
59 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Curso de Biblioteconomia, Fortaleza, 2023.  
Orientação: Profa. Lídia Eugênia Cavalcante .

1. Práticas Informacionais. 2. Mediação da Informação. 3. Mediação da Leitura. 4. Leitura de memes. I. Título.

CDD 020

---

MARIA ALICE DA SILVA DE LIMA

MEDIAÇÃO DA LEITURA E PRÁTICAS INFORMACIONAIS DOS LEITORES DE  
MEMES

Monografia apresentada ao Curso de Biblioteconomia do Departamento de Ciências da Informação da Universidade Federal do Ceará - UFC, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Aprovada em: 13/12/2023.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dra. Lídia Eugenia Cavalcante (Orientadora)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dra. Laiana Ferreira de Sousa (Membro da banca)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Mestranda Leandra Alencar Soares Lima de Passo (Membro da banca)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dra. Maria Aurea Montenegro Albuquerque (Suplente)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus, por guiar meus passos e me dar forças para seguir no meu caminho, sem Ele nada, para mim, seria possível.

Em seguida, gostaria de agradecer à ‘Minha Norinha’, minha mãe, minha amiga, que lutou para me dar bons estudos e me acompanhou em todos os meus passos – a senhora é demais. E obrigada ao meu pai, por ser um homem muito bom. Gostaria de também mencionar a Tia Toinha, a senhora estava lá (*acabando-se de achar graça*) na primeira vez que li algo (uma receita de bolo), obrigada também por ser um guia em minha vida. E, ao ‘Meu Bem’, mais conhecido por Alyson Monteiro, muito obrigada, por estar ao meu lado, por ser essa pessoa incrível.

Aos professores e todo o pessoal do curso de Biblioteconomia, muito obrigada, por nos mostrarem a profissão com a beleza que ela é. E à minha orientadora, Professora Lídia, obrigada pelos seus ensinamentos e dedicação para me auxiliar na batalha de escrever um trabalho de final de curso.

A cada pessoa que tirou do seu tempo para responder ao meu questionário, minha família, Mym, Gaby, Tenorinha (mãe), Isaac, Bele, Alyson (Meu bem); as minhas amigas e amigo, Bianca, Bia, Dayane, Clay, Jéssica, Clayne, Pamela e Lucas Ferreira; ao Grupo de Leitura da Thali; ao grupo dos amigos do Alyson; ao pessoal que respondeu por meio dos links enviados pelos meus amigos e quem respondeu pelo Sigaa, sem vocês essa pesquisa não seria possível.

Queria agradecer à minha família, obrigada pelos momentos que tornam tudo mais calmo, pelas risadas e por tudo. Aos meus amigos do curso, Luiz Allan, Maira Emily, Evandro Leandro, Ruan Gomes, Raquel Ellen, Eulhalia, Laura Tabata, Pedro Ivo, Márcia Eduarda, Vitória Ellen, Bruno, Evelyn, e a todos do curso (teria que dedicar uma folha a todo mundo para agradecer totalmente) que me ajudaram em toda essa jornada. A gente se ajudava no que dava e sem vocês a graduação talvez não fosse o que foi.

Às minhas dogs Awolf, Juju, Linlin, Gilda e as galinhas lá de casa também (vocês tornam a vida mais leve).

## RESUMO

A pesquisa tem por propósito analisar como as práticas informacionais e a mediação da informação dos leitores de memes influenciam os formatos e linguagens da cibercultura de memes. Os conteúdos relacionados aos memes são diversos, vão desde animes, até de situações da realidade que conversam com o seu público e fazem surgir conexões entre a realidade das pessoas e aquilo que está sendo visualizado. Com isso, o trabalho tem por objetivo geral, *analisar as práticas informacionais e mediação da informação dos leitores de memes em relação ao perfil de usuários da internet*, conferindo ainda, com os objetivos específicos, a) identificar quais os aspectos que mais chamam a atenção dos leitores durante a interação com as postagens; b) compreender qual é a relevância dos memes para as práticas informacionais e mediação da informação dos seus usuários, e c) distinguir como os jovens leitores usam os memes nas redes sociais para se comunicar. Em seu referencial teórico, a pesquisa debruçou-se sobre os conceitos de mediação da informação e da leitura, e qual o papel destas no ambiente da internet, mais especificamente nas redes sociais; foi contextualizado sobre o que são as redes sociais; elucidou sobre as práticas informacionais e sobre os memes nas redes sociais. Para atingir os retratados objetivos, optou-se como procedimento metodológico uma pesquisa fenomenológica e bibliográfica, de caráter exploratório, usando a análise de conteúdo qualitativa, e tendo por material de coleta de dados a aplicação de questionário eletrônico estruturado destinado ao público que consome memes na internet. Os resultados alcançados demonstraram que há diversos tipos de memes que vão agradar a diferentes públicos, e as redes sociais estreitaram a forma de compartilhar os conteúdos; as formas como as pessoas buscam e selecionam influenciam no formato que será visualizado com mais frequência, e ainda constatou-se que os memes são utilizados como expressão dentro das redes sociais. Portanto, explorar como as pessoas interagem com a cibercultura de memes na internet, revela que essa relação muitas vezes é feita de forma automática, sem reflexões sobre o que está influenciando aquele processo. É importante salientar que analisar as práticas informacionais e as mediações da leitura e informação desempenham um papel significativo no processo de dialogar entre as redes sociais, usuário da internet e a cibercultura de memes.

Palavras-chave: Práticas informacionais; Mediação de informação; Mediação de leitura; Leitura de memes.

## **ABSTRACT**

The research aims to analyze how informational practices and the mediation of information by meme readers influence the formats and languages of meme cyberculture. The content related to memes is diverse, ranging from anime to real-life situations that speak to their audience and create connections between people's reality and what is being viewed. Therefore, the general objective of the work is to analyze the informational practices and information mediation of meme readers in relation to the profile of internet users, also checking, with the specific objectives, a) identifying which aspects attract the most attention of readers during interaction with posts; b) understand the relevance of memes to the informational practices and information mediation of their users, and c) distinguish how young readers use memes on social networks to communicate. In its theoretical framework, the research focused on the concepts of information mediation and reading, and their role in the internet environment, more specifically in social networks; it was contextualized about what social networks are; elucidated information practices and memes on social networks. To achieve the stated objectives, a phenomenological and bibliographical research was chosen as a methodological procedure, of an exploratory nature, using qualitative content analysis, and having as data collection material the application of a structured electronic questionnaire aimed at the public that consumes memes in Internet. The results achieved demonstrated that there are different types of memes that will appeal to different audiences, and social networks have narrowed the way content is shared; The ways in which people search and select influence the format that will be viewed most frequently, and it was also found that memes are used as expression within social networks. Therefore, exploring how people interact with the cyberculture of memes on the internet reveals that this relationship is often made automatically, without reflections on what is influencing that process. It is important to highlight that analyzing informational practices and the mediations of reading and information play a significant role in the process of dialogue between social networks, internet users and the cyberculture of memes.

**Keywords:** Information practices; Information mediation; reading mediation; reading memes.

## LISTA DE IMAGENS

<b>Imagem 1</b> – O Ato de ler	20
<b>Imagem 2</b> – Meme da Gretchen	31
<b>Imagem 3</b> - Meme dos Debates presidenciais 2022	32
<b>Imagem 4</b> - Meme do filme Aí que vida	33
<b>Imagem 5</b> - Meme da Nazaré na cadeia	34
<b>Imagem 6</b> - Meme de reportagem “Senhora? Senhora”	34

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> - Idade dos participantes	41
<b>Gráfico 2</b> - Acesso aos memes	42
<b>Gráfico 3</b> - Tipo de memes	43
<b>Gráfico 4</b> - Aspectos que chamam a atenção	44
<b>Gráfico 5</b> - Usabilidade dos memes no cotidiano	45
<b>Gráfico 6</b> - Conteúdos dos memes	45
<b>Gráfico 7</b> - Quais redes sociais seguem os conteúdos de memes	46
<b>Gráfico 8</b> - Formas de conteúdo de memes	47
<b>Gráfico 9</b> - Busca pelos conteúdos de memes nas redes sociais	48

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Fundamentação Teórica	35
<b>Quadro 2</b> - Demonstrativo de objetivos e perguntas	37
<b>Quadro 3</b> - Respostas da questão 10	49

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	12
<b>2</b>	<b>MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO E DA LEITURA E AS PRÁTICAS INFORMACIONAIS</b>	15
<b>2.1</b>	<b>Mediação da Informação</b>	15
<b>2.2</b>	<b>Mediação da Leitura</b>	18
<b>2.3</b>	<b>Mediação da Leitura e da Informação nas Redes Sociais</b>	22
<b>2.3.1</b>	<i>As redes sociais</i>	22
<b>2.3.2</b>	<i>A mediação de leitura e da informação nas redes sociais</i>	23
<b>2.4</b>	<b>As Práticas Informacionais</b>	25
<b>3</b>	<b>MEMES NAS REDES SOCIAIS</b>	29
<b>4</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	35
<b>4.1</b>	<b>Estudo do fenômeno</b>	35
<b>4.2</b>	<b>Coleta de dados</b>	39
<b>5</b>	<b>ANÁLISE DE DADOS</b>	41
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	52
	<b>REFERÊNCIAS</b>	53
	<b>APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS</b>	57

## 1 INTRODUÇÃO

Uma cena de filme, um trecho de uma música, uma reportagem, uma propaganda política; algo editado para a internet pode transformar-se em um meme e se tornar “viral”. Para tal, não há um limite, basta ser um tipo de conteúdo curto, de fácil acesso que pode também ser identificado pela sua comicidade. Com isto percebe-se que esse conteúdo pode atingir milhares de pessoas na web, de forma rápida e sem muitos preâmbulos.

A internet é um meio que nos cerca. Estamos inseridos mais do que nunca nas mídias e redes sociais. Tudo rapidamente, a apenas alguns cliques de distância. Então, frequentemente não há uma separação delimitada para como ocorre a mediação de algo nesse ambiente da web; é algo que acontece intrinsecamente à leitura e ao compartilhamento de mensagens. A mediação da leitura e da informação, pode acontecer por exemplo, na leitura de comentários em um post de uma rede social.

Os memes, em geral, são usados para expressar opiniões, críticas, ou para dar notoriedade a algo, como memes do cotidiano que podem ser classificados como conteúdos curtos e normalmente leves para acessar, como a reclamação de um dia da semana, acontecimentos engraçados de programas de tv, situações que foram gravadas no momento certo de animais. São conteúdos produzidos para falar sobre o dia a dia das pessoas, obviamente há mais exemplos de assuntos, a linguagem do meme não serve somente para demonstrar, mas possivelmente também para informar, utilizar em conversas informais e outras tantas possibilidades de manusear, é uma linguagem da web plural, pois usa diversos métodos e linguagens como músicas, falas, imagens, desenhos, vários objetos imagéticos etc.

Por tais motivos, foi de interesse da autora pesquisar sobre a relação dos memes, os usuários, a mediação da leitura e da informação e as práticas informacionais dos leitores de memes. Com isto, observa-se que o meme pode possuir algum caráter de informar sobre algo, o que é feito para chamar atenção nos seus conteúdos, e como essa linguagem da internet é inserida na comunicação das pessoas. A partir dessas considerações, temos a seguinte questão problema: *como as práticas informacionais e a mediação da informação dos leitores de memes influenciam os formatos e linguagens da cibercultura de memes?*

O principal propósito da pesquisa, que se constitui em objetivo geral, é analisar as práticas informacionais e mediação da informação dos leitores de memes em relação ao perfil de usuários da internet. Como objetivos específicos elencamos: a) identificar quais os aspectos que mais chamam a atenção dos leitores durante a interação com as postagens; b)

compreender qual é a relevância dos memes para as práticas informacionais e mediação da informação dos seus usuários, e c) distinguir como os jovens leitores usam os memes nas redes sociais para se comunicar.

A pesquisa foi dividida em 2 capítulos teóricos, onde na parte a seguir foi exposto sobre a mediação da leitura e da informação, seus conceitos, como de Silva e Gomes (2015); Almeida Júnior e Santos Neto (2014); Silva (2018); Assis e Santos (2022), entre outros, e também as aplicações, primeiramente nos âmbitos físicos, e depois focando no conceito de redes sociais e trazendo em como ocorre as mediações nesse ambiente; ainda no mesmo capítulo, mas em outra seção será apresentado sobre as práticas informacionais, algumas noções trazidas pelos autores, como Araújo (2017); Nunes e Carneiro (2018), entre outros.

No capítulo 3, retratou sobre os memes na web, a facilidade de que se é capaz de acessar esses conteúdos, como quase qualquer material na internet, pode se tornar um meme, basta gerar identificação com a realidade dos leitores e de fácil acesso e compartilhamento. Também trará algumas ideias de autores, como Blackmore (1999); Damasceno (2020), e outros, e alguns exemplos dessa cibercultura de memes.

O capítulo 4, identificou os procedimentos metodológicos que se trata de uma pesquisa de natureza exploratória, abordagem qualitativa e método fenomenológico, e também foi desenvolvido pesquisa bibliográfica, para debruçar-se sobre conceitos dos termos principais da pesquisa. O método de coleta de dados utilizado foi um questionário online, e a abordagem para escolha do público participante. Foi elaborado dois quadros demonstrativos, um com a fundamentação teórica e outro referente aos objetivos e a quais perguntas do questionário atendiam aos propósitos. E ainda, como foi o processo da coleta de dados, desde sua elaboração até sua aplicação e como aconteceu.

No capítulo 5, discorreu sobre a análise dos resultados da pesquisa aplicada. As perguntas 1 a 9, foram demonstradas em formato de gráficos de pizza, para melhor visualização e interpretação dos dados coletados, advindo da análise das respostas do questionário; a questão 10, por ser dissertativa, foi criado um quadro com alguns retornos das pessoas e posteriormente foi tecido comentários e reflexões de como os leitores entendem se os memes são uma espécie de práticas informacionais e se esse conteúdo contribui para as mediações.

Por fim, nas considerações finais, com a questão de como as práticas informacionais dos leitores e a mediação da informação influenciam os formatos dos memes, conclui-se que sim, as pesquisas dos leitores na web, vai construindo formatos e tipos que se adaptam ao

gostos do público, e que entender o processo de busca, seleção é tão importante quanto compartilhar.

Ademais, é importante pesquisar sobre como as práticas informacionais e as mediações das pessoas se desenvolvem à medida que os meios de interação vão se transformando e trazendo novas formas de comunicação. Um simples signo pode conter os mais diversos significados, que como vamos ver mais a frente, a informação é construída pelos sujeitos.

## **2 MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO E DA LEITURA E AS PRÁTICAS INFORMACIONAIS**

A mediação é um processo de interação entre uma ou mais partes onde as necessidades por conhecimento procuram satisfazer essas exigências. Todos temos a demanda por adquirir mais aprendizado, entender qual é o lugar na sociedade e o que se deve fazer nesse espaço, por isso informação é tão vital na vida.

Ademais, o papel do mediador é de auxiliar e guiar o processo de busca e compreensão crítica, seja de que natureza for, pois devido à grande avalanche de informações produzidas todos os dias, torna-se um desafio acompanhar as notícias e pesquisas que surgem a todo momento.

A abordagem da mediação da informação e da leitura será explorada através de diversas perspectivas, cada uma delineada pelo ponto de vista de autores relevantes na área. Nas seções subsequentes, será examinado de maneira aprofundada a mediação da informação, compreendendo seus conceitos fundamentais, o processo de mediar algo intangível e as responsabilidades inerentes ao profissional mediador.

Além disso, será dedicado espaço para analisar a mediação da leitura, abrangendo suas definições, os procedimentos que permeiam a prática da mediação de leitura e destacando sua significância para a sociedade. E ainda, abordará a mediação da informação e da leitura no contexto das redes sociais, explorando como ocorre esse fenômeno, o impacto que as redes sociais exercem nesse espaço e o significado que elas representam nesse contexto. Por fim, será retratado sobre os conceitos de práticas informacionais e como é inerente às pessoas no processo de buscar e selecionar informação.

### **2.1 Mediação da Informação**

O debate em torno de um conceito de informação ainda é palco de discussões para a Ciência da Informação e outras áreas, por ter caráter subjetivo. Silva e Gomes (2015, p. 150) a definem como:

A informação é uma produção fenomenicamente social que tem por finalidade dinamizar a inter-comunicação humana e promover exposições e descobertas para construção do conhecimento através de interações entre sujeito/autor e sujeito/usuário por meio de dados (plano físico e histórico social dos sujeitos da informação), mensagens (no plano abstrativo) e atividades documentais (plano material), que favorecem predicativos hermenêuticos aos sujeitos da informação e

resultam na apreensão e apropriação pelo sujeito/usuário efetivando um caráter de compreensão.

A construção e compreensão da informação são processos inerentemente sociais. Cada indivíduo, com suas percepções únicas e visões particulares, atribui significados a fim de tornar algo compreensível e passível de explicação. Nesse contexto, o imaginário desempenha um papel crucial, representando o campo que elaboramos ao longo da vida para interpretar e visualizar o mundo que nos cerca.

O imaginário pode ser categorizado de duas formas distintas: o social, moldado de acordo com a cultura compartilhada, pensamentos coletivos e valores predominantes em uma sociedade; e o individual, que se desenvolve a partir de influências como a educação familiar, as lições que nos são transmitidas e nosso lugar no tecido social.

Assim, enquanto o imaginário social reflete a idealização coletiva moldada pela cultura comum, o imaginário individual é forjado a partir do momento em que somos introduzidos à leitura, influenciados pela criação proporcionada por nossos pais, pelo que nos é ensinado e pela nossa posição no seio da comunidade. Essa dinâmica complexa e interligada entre o social e o individual contribui para a construção multifacetada de significados e interpretações que permeiam a compreensão da informação.

Buckland (1991, p. 1), definiu “Informação como processo (comunicar algo); Informação como conhecimento (reduzir incertezas e gerar conhecimento); Informação como coisa (propriedade de comunicar algo e ser informativo).” Elucidou que são três aspectos distintos que a informação apresenta, a partir, dos meios de comunicação que são distribuídos e como pode ser compreendida pelos usuários, afinal utilizamos a informação a todo momento. A informação como processo, é no sentido de como ela vai ser passada para dizer algo para o outro; a informação como conhecimento, é para o que ela irá servir, o que ela vai fomentar para gerar algo, e possivelmente diz respeito ao meio que ela será transmitida, se de modo físico, na forma de documentos, ou virtual que chegará mais rápido às pessoas; e a informação como coisa, é o caráter de que um dado pode significar no processo de transmitir informação, quais repercussões aquilo terá.

Segundo o Dicionário online Michaelis (2023, *web*), mediação tem várias significações para diferentes áreas do conhecimento, mas vamos observar as duas principais conceituações gerais que são: 1. Ato ou efeito de mediar, e 2. Ato de servir como intermediário entre pessoas, grupos, partidos, noções etc., com o objetivo de eliminar divergências ou disputas.

Segundo Almeida Júnior e Santos Neto (2014, p. 100) a mediação é comumente vista “no sentido de ponte, ou ainda mais especificamente, como objeto estático, concreto, onde este objeto fizesse papel apenas de ‘transmitir de um lado para o outro’ uma mensagem/informação.” O conhecimento que possuímos vai além de uma simples ação cíclica ou estática, pois a mediação é uma teia intrincada de conexões formadas pela interação entre o usuário, o mediador e o meio de comunicação. Envolve mais do que simplesmente conduzir uma pesquisa, ler informações e utilizá-las para algum propósito; é um processo que exige atenção aos detalhes, uma leitura crítica e a capacidade de compreender as necessidades do outro.

Mediar a informação não se resume apenas a fornecer dados; trata-se de assegurar que a informação transmitida seja de qualidade e tenha utilidade. Isso implica em entender o que o usuário está buscando, ajustar a abordagem conforme necessário e garantir que a informação atenda aos critérios de qualidade desejados. Além disso, envolve dar acesso e acompanhar atentamente o processo de pesquisa do usuário, permitindo que tanto o profissional quanto o meio de comunicação possam aprender com essa interação.

Assim, a mediação transcende a mera transmissão de informações; é um processo dinâmico e interativo que requer sensibilidade, discernimento e a capacidade de criar uma experiência significativa para todos os envolvidos.

Almeida Júnior e Ribeiro (2022, p. 5) retratam a mediação de forma que além da demanda por informação é preciso respeitar o modo como o leitor irá ler, pois é uma forma de respeitar as vivências deste.

tem-se a mediação da informação com as ações de interferência que visam à apropriação da informação; dito de outra forma, o entendimento da informação e satisfação, parcial e momentânea, por parte do sujeito. Compreende-se que a apropriação ocorre pautando-se, também, na experiência de vida do sujeito.

A eficácia da mediação da informação, que visa atender às perguntas e anseios por conhecimento, requer que profissionais de diversas áreas, como bibliotecários, jornalistas, influenciadores e apresentadores de programas, assumam a responsabilidade de assegurar a qualidade do conteúdo. Isso implica na habilidade de verificar os fatos, realizar buscas precisas e comunicar as informações de maneira coesa. Além disso, é crucial que essa transmissão de conhecimento seja orientada por um propósito claro, pois, sem a circulação significativa das informações, estas perderiam seu propósito e razão de existir.

A mediação da informação não é somente para direcionar a recuperação e conceder o acesso, ela deve também ter papel na organização e na construção da representação, na

interação de pessoas de diferentes comunidades e espaços sociais, e utilizada também na possibilidade de que a informação chegue para todos e que possa ser compreendida.

Gomes, em seu artigo “A dimensão dialógica, estética, formativa e ética da informação” abordou sobre o protagonismo social da mediação, refletindo sobre a importância do mediador e qual o seu papel em relação ao público.

Um mediador consciente compreende que somente o processo dialógico torna bem sucedida a mediação pretendida. Isso também implica em se admitir que os sujeitos envolvidos nesse processo são singulares, podendo e devendo assumir o protagonismo da ação. Essa compreensão revela a mediação como um processo dialético que exige do agente mediador uma disposição e preparação para atuar no respeito a essa condição fundante da ação mediadora. (Gomes, 2014, p. 49)

Mais uma vez, um(a) autor(a) ressalta a importância do diálogo na interação entre o usuário e o mediador, que deve se ter o máximo de respeito ao tratar para com o outro, visto que é uma transferência de experiências de vida.

No próximo tópico iremos falar da mediação da leitura, o que os autores falam sobre essa atividade, como é para ser realizada, o que os profissionais devem fazer na sua conduta, o respeito que se deve ter com a leitura do usuário, pois ele está lendo tanto com seu conhecimento quanto com suas vivências.

## **2.2 Mediação da Leitura**

O primeiro contato do ser humano com a leitura frequentemente se dá por meio das histórias de ninar que nos contam na infância. Essas narrativas, que incluem contos de fadas, lendas urbanas e histórias regionais, desempenham um papel crucial ao ensinar às crianças a perceber o mundo ao seu redor de uma maneira única, oferecendo explicações sobre como muitas coisas podem ser compreendidas e criadas.

A prática da leitura passou por diversas transformações ao longo do tempo. Antigamente, a leitura era um ato teatral, envolvendo movimentos corporais que davam vida às histórias. Nesse contexto, cabia a um líder transmitir à comunidade a sua visão sobre aspectos do cotidiano, oferecendo uma perspectiva diferente daquela já entendida pela comunidade de outras maneiras. O leitor, ao longo da história, teve que se adaptar aos diferentes suportes que surgiram, acompanhando a evolução dos meios de comunicação.

Com o tempo, a leitura evoluiu antes oral, agora silenciosa, não é mais de forma grupal, é a pessoa e a obra, onde é analisado aquilo lido com sua própria visão, que pode querer compartilhar ou não com uma comunidade. O acesso é mais facilitado para alguns,

conseguimos ler um livro no ônibus e os suportes cabem na palma das mãos, o que antes mal poderia ter uma obra em casa por conta de que livros eram caros, vistos como itens de luxo, e somente certa parcela da população tinha acesso e sabia ler.

Quanto aos índices de leitura no contexto da população brasileira, a pesquisa "Retratos da Leitura no Brasil" se destaca como uma referência para compreender os indicadores de leitura no país. Em sua quinta edição, publicada em 2021, a pesquisa revela uma tendência preocupante. Durante o período de 2015 a 2019, observou-se uma redução no número de pessoas leitoras, passando de 104,7 milhões (conforme relatado na edição anterior, em 2016) para 100,1 milhões na edição de 2021. Isso significa que menos da metade da população total de 203,1 milhões (segundo dados do IBGE em 2022) está envolvida com a práticas de leitura.

Esta diminuição nos índices de leitura é especialmente preocupante, uma vez que a leitura desempenha um papel fundamental em nossas vidas. Além de proporcionar conhecimento, a leitura é essencial para o desenvolvimento da capacidade crítica e a formação de opiniões próprias. Portanto, a falta de hábitos de leitura em uma parcela significativa da população pode representar um desafio para a construção de uma sociedade informada e reflexiva.

É imperativo buscar estratégias e iniciativas que incentivem e promovam a leitura, reconhecendo sua importância no desenvolvimento intelectual e cultural de uma sociedade. Ademais, como um sujeito realiza a ação de ler e compreender difere de pessoa para pessoa, pois os processos envolvidos na ação e no entendimento são complexos, pois há níveis de leitura referentes aos meios de suporte pode ter. Há, por exemplo, a leitura científica, onde é uma leitura em busca por informação; há ainda a leitura lúdica, voltadas para crianças para construir um imaginário onde os pequenos possam entender ao seu redor e a leitura por prazer, que é um tipo para ler tranquilamente, aproveita aquele momento, uma leitura prazerosa.

### Imagem 1 – O Ato de ler

E tem mais um abismo entre ENTENDER e PRATICAR! 😊



Fonte: Papo Mestre (2023)

A leitura nos faz compreender o mundo, pois para além do ato de ler individualmente, silenciosamente, lemos também com as nossas experiências de vida, que são as vivências de cada indivíduo também. A leitura permeia diversos elementos em nossa vida cotidiana, abrangendo textos, sons, imagens digitais ou impressas, e até mesmo aspectos culturais. Em essência, estamos constantemente envolvidos em processos de leitura, pois o mundo ao nosso redor está em constante mutação. Cada momento da nossa existência é marcado por uma forma de leitura, à medida que interagimos com as diversas expressões do mundo ao nosso redor.

Assim, a capacidade de ler torna-se uma habilidade fundamental para navegar e compreender o dinamismo constante do nosso ambiente, permitindo-nos adaptar-nos e participar ativamente das transformações que ocorrem no mundo. A leitura, portanto, revela-se como uma ferramenta essencial para a compreensão e apropriação do conhecimento em meio à contínua evolução do nosso entorno.

A leitura é um processo de compreensão de mundo que envolve características essenciais singulares do homem, levando a sua capacidade simbólica e de interação com outra palavra de mediação marcada no contexto social. Assim, um texto só se completa com o ato da leitura na medida em que é atualizada a lingüística e a temática por um leitor. (Silva, 2018, p. 23)

A leitura é construída socialmente, porque são diversas visões que constroem um sentido para as palavras, aquilo que é lido, muitas vezes é interpretado de uma forma, para depois ser compreendido e cada um vai fazer a leitura de uma maneira. Um dos papéis da mediação é de facilitar a compreensão daquilo que é lido.

A escola é o ambiente principal ao iniciar-se o processo de aprendizagem da leitura. É nela que as crianças e jovens vão ser orientadas a juntar letras, sílabas e palavras e

construírem sentidos, que segundo Faria (2017, p. 42), “as discussões e a valorização das interpretações dos alunos acabam se tornando atividades relegadas a segundo plano ou suplantadas pela quantidade de textos lidos que, em muitas situações de ensino, se sobrepõe à qualidade do material a ser abordado com os alunos.” Destarte, não é somente para orientar crianças que a mediação deve adequar-se, também deve ser trabalhada com os jovens, os adultos e idosos, pois todos estes públicos requerem atenção para ler e se informar criticamente e de forma autônoma.

A mediação da leitura começa e termina no usuário leitor, porque é a partir dele que surge as dúvidas e questionamentos, por isso ao iniciar o processo de leitura, a aprender a decodificar os signos, faz-se necessário que “a leitura não seja uma ação que se impõe, mas se apresenta aos sujeitos, por meio das palavras, dos gestos e das diversas expressões que ele coleciona ao longo da vida” (Assis; Santos, 2022, p. 108). É de fato, promover o gosto pela leitura, fazer com que aprender não seja somente uma tarefa para passar de ano e sim um momento para deleitar-se, que faça a pessoa sentir a leitura de forma imersiva e proveitosa.

Com relação ao ato de mediar a leitura, Assis e Santos (2022, p. 107) salientam que “a ação, em si, pode ser compreendida como um envolvimento entre o mediador e o leitor, em que ambos são enredados pela leitura que lhes pode proporcionar um olhar ressignificado para o contexto sociocultural.”

De acordo com Cavalcante, Barreto e Sousa (2020) a mediação "é o diálogo que permite a convergência de saberes. É o encontro entre o que é dado a ler e a humanidade de quem lê. Na mediação da leitura acontece o encontro transformador entre a realidade e a fantasia por meio das linguagens". Essa leitura permite nos associar com o social, a fantasia é trazida para a realidade e vice-versa. No ato de decodificar as pessoas deparam-se com ideias múltiplas, procuram entender qual é o lugar no mundo e o que a leitura e a mediação podem trazer de novos valores agregados, de se permitir transmutar o pensamento e se possível repassar o conhecimento adquirido.

Todavia, afinal quem é o ser mediador? O que ele faz? Segundo Sousa e Feitoza o mediador, é aquele que

medeia, intervém, aproxima o leitor do texto. Em outras palavras, o promotor da relação leitor – objeto – leitura. Mas também aquele que pode despertar no sujeito o interesse e a curiosidade pelo mundo das leituras, especialmente a literária. Para isso, ele se utilizará de artifícios que possam chamar a atenção do futuro leitor, seja através da contação de histórias, da roda de leitura de textos literários, oficina ou de outra atividade integradora. (Sousa; Feitoza 2018, p. 63)

A mediação faz-se indispensável, para um dos principais protagonistas da ação, o leitor, pois fornece meios de encontrar informações que sejam verídicas, realizar uma leitura crítica sobre as obras encontradas, conhecer novos suportes e visões de outras pessoas, e para lhe poupar o tempo na procura por adquirir novos conhecimentos e observar olhares diferentes para um mesmo prisma. Como ressalta Chartier (1998, p. 91) “Cada leitor, para cada uma de suas leituras, em cada circunstância, é singular. Mas esta singularidade é ela própria atravessada por aquilo que faz este leitor seja semelhante a todos aqueles que pertencem à mesma comunidade.” As pessoas são influenciadas pelas visões dos outros, procura-se afinidades com as pessoas que possuem pensamentos e visões semelhantes, porque tem-se o senso de comunidade, grupo que faz com que se crie relacionamentos e amizades dentro dessa, possivelmente bolha, pois se cerca destas tais concepções afinal.

Na próxima seção irá tratar da mediação de leitura e da informação nos ambientes das redes sociais, como ocorre essa mediação, o conceito de rede social, e como é possível realizar a mediação com públicos diferentes e de forma remota.

## **2.3 Mediação da Leitura e da Informação nas Redes Sociais**

Antes de tratar sobre os processos que envolvem como a mediação da leitura e da informação pode ocorrer dentro dos espaços midiáticos digitais, irá se discutido sobre as redes sociais, o que elas são, porque tornaram-se um meio tão presente no cotidiano das pessoas, para posteriormente dialogar sobre como ocorrem os processos de mediação nas redes.

### **2.3.1 As redes sociais**

As redes sociais tornaram-se algo indispensável para a sociedade. Consolidando-se como uma das principais formas de comunicação entre os indivíduos. Devido à ausência de fronteiras, as pessoas podem interagir a qualquer momento e podem expressar suas opiniões sem necessariamente revelar sua identidade.

Segundo Fialho (2014, p. 11) às redes, "Num sentido mais metafórico, refere-se a uma conceção da sociedade como sendo construída por redes de relações interpessoais ou intergrupais." Tudo está relacionado à nossa identificação, pensamentos, valores, ideais de vida, estilos etc., aproximamo-nos daqueles que tem uma similaridade com os nossos interesses.

As redes sociais encontram-se na imensidão que é o ciberespaço. Segundo Gerlin (2022, p. 85) a cultura do ciberespaço é,

A cultura é construída por seres organizados em grupos sociais conectados em redes híbridas, contribuindo para que conhecimentos sejam produzidos e informações de aspectos (materiais e imateriais) sejam indicados por variadas áreas e campos do saber.

Telmo, Feitoza e Silva (2019), afirmam que as redes transformam a nossa cultura o que antes era algo “centralizado e individual” muda a maneira que as relações se convertem para a rede e se tornam “uma cultura de comportamento coletivo interativo” onde as relações são formadas e as pessoas compartilham pensamentos em conjunto, criam informações e são informação, interagem em comunidade.

A internet se revela diariamente como uma força impactante no cenário social. Milhões de posts e notícias surgem instantaneamente, moldando opiniões e exercendo uma influência significativa. O poder da internet transcende o virtual, tornando-se uma presença ubíqua no cotidiano. A maioria das pessoas, quase que inevitavelmente, está vinculada ao ambiente digital, possuindo alguma forma de presença em redes sociais.

As redes sociais, em particular, tornaram-se uma extensão virtual das interações sociais, permeando todas as esferas da vida. A facilidade de acesso à informação, a capacidade de conectar-se instantaneamente com pessoas ao redor do mundo e a rapidez com que as notícias se propagam são características que conferem à internet um papel transformador na formação de perspectivas individuais e coletivas.

Assim, a presença marcante da internet reflete não apenas uma mudança tecnológica, mas uma profunda transformação na maneira como as pessoas interagem, informam-se e moldam suas visões de mundo. A vida contemporânea está, de fato, entrelaçada ao digital, e a internet desempenha um papel central na construção e influência do panorama social., assim como exemplifica Oliveira (2018, p. 15) ao afirmar que,

Na era da informação os “nós da rede”, ligados ao ciberespaço, não passaram apenas a transmitir informações para rede, mas também passaram a ser formadores de opiniões. É preciso lembrar também que o panóptico social não está ausente nas mídias interativas pós-massivas, ou seja, o receptor assume da mesma forma o papel de reguladores das informações dessas mídias de comunicação.

As redes proporcionam a facilidade de acessar as informações, de criar e ditar como a cultura funciona, o que influencia cada coisa real ou virtual. Cada vez mais estamos migrando

para as conexões via internet, o que antes necessitava de muito tempo, agora para conseguir as coisas estamos a somente cliques de distância.

### ***2.3.2 A mediação de leitura e da informação nas redes sociais***

Gerlin ressalta a importância do que a estrutura da internet tem de benefícios para as organizações e como pode ser usada como uma ferramenta no tratamento e disseminação da informação.

Essa nova estrutura de organização de comunicação social descentralizada é uma potente ferramenta de conexão, disseminação da informação e organização do conhecimento humano, por meio da apropriação das novas mídias digitais que ganham força em várias camadas da sociedade e organizações públicas e privadas. (Gerlin, 2022, p. 90)

Transformar as mídias sociais em ferramentas para profissionais da informação é uma estratégia valiosa para alcançar um público mais amplo. Um exemplo inspirador é a Biblioteca de Ciências Humanas da UFC, que utiliza plataformas como Instagram, Podcast e YouTube. Durante a pandemia de Covid-19, a biblioteca não apenas manteve, mas fortaleceu sua presença online, promovendo eventos por meio das mídias sociais. Esse esforço contribuiu para estreitar a relação entre o ambiente físico da biblioteca e os alunos, proporcionando uma conexão vital em um momento em que as interações presenciais eram limitadas.

Após o período pandêmico, a biblioteca persistiu com suas iniciativas de mediar a informação no ciberespaço, continuando a utilizar as mídias sociais para levar eventos e ações diretamente aos alunos e demais servidores, tanto dentro quanto fora da universidade. Esse comprometimento em manter uma presença online ativa evidencia a adaptabilidade da biblioteca aos desafios contemporâneos, além de ressaltar a importância de utilizar as mídias sociais como um meio eficaz para disseminar informações, promover eventos e fortalecer a comunidade acadêmica. Sousa, Jesus e Santos (2020, p.10) afirmam que,

Os aspectos sociais, econômicos e culturais de qualquer região são subsidiados pela educação e pelo acesso à informação, porém só terão êxito se tiverem a atenção de parte da sociedade. Nesse contexto, a leitura assume um papel significativo no desenvolvimento intelectual e crítico do sujeito. Entretanto, para que esse desenvolvimento ocorra, algumas ações são basilares, como, por exemplo, criar e/ou ampliar bibliotecas e salas de leitura e encontrar maneiras de incentivar os sujeitos a terem prazer e gosto pela leitura.

Fomentar a leitura na sociedade e mediar a informação desempenham papéis cruciais na construção do pensamento crítico das pessoas. Essas práticas não apenas ensinam a busca por informações verídicas, mas também valorizam a educação, incentivando as pessoas a não aceitarem passivamente o que leem ou veem na internet. A promoção do pensamento crítico envolve a orientação para que os indivíduos busquem fontes confiáveis antes de compartilhar informações, transformando-os em protagonistas sociais e contribuindo para a redução da desinformação.

A internet, por sua vez, emerge como uma ferramenta essencial para facilitar o processo de mediação. Ela permite ao mediador reduzir o tempo necessário para pesquisa, proporciona uma maneira eficiente de compartilhar pesquisas por meio de bases de dados e portais de notícias, e promove a inclusão digital, garantindo que todos tenham acesso ao conhecimento de maneira equitativa.

Macedo (2022, p. 10), retrata que “O ambiente das mídias sociais são ferramentas potencializadoras na construção de conexões para além do espaço físico e possibilitam a interação e o incentivo a práticas literárias por meio dos perfis de editoras, autores e influenciadores digitais.” É nesse sentido, que o mediador deve procurar se inserir, criar temáticas de sua área para aproximar os usuários, idealizar uma comunidade colaborativa com os perfis da web, por exemplo.

Com a web, espaço e tempo se estreitaram. “O desenvolvimento das mediações virtuais, com a comunicação midiaticizada, trouxe uma nova forma de interação e visibilidade” (Alves; Belluzzo, 2022, p. 5), a interação agora não precisa ser no mesmo ambiente, pode acontecer em tempos diferentes e os espaços logicamente não precisam ser os mesmos, as conversas podem ser por diversos meios, como mensagens, videochamada, e-mails etc.

## **2.4 As Práticas Informacionais**

A obtenção de informações surge a partir de uma necessidade. Todos nós nos encontramos imersos em um universo de dúvidas e respostas, oscilando entre o conhecer e o não conhecer. Isso leva às ações que envolvem a forma como as pessoas buscam, avaliam, consomem, utilizam e compartilham informações em seu cotidiano, às quais denominamos práticas informacionais. Estas referem-se às atividades e comportamentos relacionados à obtenção, uso e compartilhamento de informações.

As práticas informacionais abrangem desde a busca por informações na internet, em bibliotecas ou em outras fontes, até a maneira como as pessoas avaliam a credibilidade das

informações, organizam seus conhecimentos e compartilham essas informações com outros. Elas são influenciadas por diversos fatores, como contexto cultural, social, econômico e tecnológico. Além disso, a evolução das tecnologias de informação e comunicação tem desempenhado um papel significativo na transformação dessas práticas ao longo do tempo.

As práticas informacionais tiveram sua origem com os estudos de usuários, concentrando-se inicialmente na exploração dos hábitos de leitura e pesquisa desses usuários. Mais tarde, alguns autores identificaram que essa área continha importante potencial de pesquisa, levando a muitos estudos no contexto da Biblioteconomia e da Ciência da Informação, que buscam entender como as pessoas interagem com a informação e como essas interações impactam o conhecimento e a sociedade. De acordo com Araújo (2017, p. 220-221),

estudar as práticas informacionais constitui-se num movimento constante de capturar as disposições sociais, coletivas (os significados socialmente partilhados do que é informação, do que é sentir necessidade de informação, de quais são as fontes ou recursos adequados) e também as elaborações e perspectivas individuais de como se relacionar com a informação (a aceitação ou não das regras sociais, a negociação das necessidades de informação, o reconhecimento de uma ou outra fonte de informação como legítima, correta, atual), num permanente tensionamento entre as duas dimensões, percebendo como uma constitui a outra e vice-versa.

O autor ressalta a relevância das práticas informacionais ao analisar tanto o âmbito social quanto o individual. Nesse estudo em constante evolução, o tempo transcorre rapidamente e as mudanças ocorrem de maneira ainda mais veloz. Em um cenário onde estamos imersos em conhecimentos, torna-se crucial examinar as práticas dos usuários para compreender não apenas suas interações dentro de uma unidade de informação, mas também suas dinâmicas mais amplas.

A biblioteca, embora seja uma fonte valiosa de informações, nem sempre consegue ser acessível para toda a população. Em contrapartida, a internet, por exemplo, emerge como um dos principais meios de pesquisa na contemporaneidade, devido à sua maior acessibilidade. Esse contraste entre diferentes meios de acesso à informação destaca a importância de considerar as práticas informacionais em um contexto mais amplo, levando em conta as transformações rápidas e dinâmicas do cenário informacional.

É essencial ampliar a perspectiva para abranger a diversidade de ambientes informacionais. Por meio desses estudos, torna-se possível avaliar o que as pessoas estão buscando, como estão aplicando as informações adquiridas, como surgem as dúvidas, quais

canais elas preferem ao realizar buscas e o que é necessário otimizar para atender de forma mais eficaz às necessidades dos usuários, tanto dentro como fora dos espaços informacionais.

Nunes e Carneiro (2018, p. 157) discorrem sobre as práticas informacionais em relação aos estudos de usuários afirmando que “O estudo das práticas informacionais demarca uma concepção de informação que leva a uma perspectiva intersubjetiva, vindo a preencher algumas das lacunas deixadas pelas abordagens tradicionais e alternativas dos estudos de usuários.” A existência da informação está intrinsecamente ligada ao indivíduo; é por meio dele que a mensagem é formada, transmitida e onde o significado é concebido. Compreender como as pessoas processam e compartilham informações é tão necessário quanto estudar a própria informação. É nesse contexto que os estudos das práticas informacionais e os estudos de usuários se desenvolvem.

Dado que as práticas informacionais são peculiares a cada indivíduo ou comunidade, seus conceitos acabam sendo abrangentes, no sentido de serem algo em constante evolução e construção. Duarte, Araújo e Paula, (2017, p. 3) afirmam que os estudos sobre as práticas podem ser compreendidos como “estudos conduzidos a fim de investigar como se dão os inter-relacionamentos entre o sujeito e a informação.” Em outras palavras, as experiências individuais, vivências, a comunidade em que uma pessoa está inserida e suas perspectivas desempenham um papel crucial na formação de sua compreensão do conhecimento. Como resultado, as ideias são influenciadas diretamente pelos indivíduos, uma vez que são construídas por eles e destinadas a eles.

Para entender o que as práticas informacionais implicam, é indispensável tornar o usuário como objeto principal de estudo, é se ater que tanto a informação quanto o indivíduo sofrem transformações, ocasionando mudanças significativas no significado e no significante, de acordo com o meio social que estão inseridos.

Ferreira *et al* (2018, p 31) afirma que,

É na prática, na ação do sujeito na sociedade, que é possível perceber como ele compreende a informação e como, criando um entendimento que é baseado tanto em sua experiência particular como em sua experiência coletiva, ele atua na sociedade na medida em que a expressão de sua interpretação também altera o cenário no qual está inserido.

A busca por informação não se dá por mero acaso, mas é impulsionada por uma necessidade. Mesmo quando o pesquisador ainda não delimitou com precisão o que deseja saber, a pesquisa está sempre inserida em um contexto. Com a mediação adequada, é possível construir uma linha de raciocínio a partir desse ponto inicial, permitindo ao pesquisador

compreender a precisão da informação adquirida e, possivelmente, planejar como aplicará esse conhecimento adquirido. Assim como afirmam Rocha, Gandra e Rocha (2017, p. 98) ao afirmarem que “a noção de que as práticas informacionais e os processos de busca de informação são essencialmente práticas sociais, mas por entenderem que as ações ocorrem em contextos específicos” A ação de investigar, uma vez que a pesquisa é, essencialmente, uma forma de investigação, surge do estado de dúvida. Sem dúvida, não há pesquisa. Portanto, a motivação do pesquisador reside no desejo intrínseco de querer saber, conduzindo a busca por informações e conhecimento.

O modo de entender de cada pessoa é diferente, e ao mesmo tempo tem similaridades. De acordo com Rocha e Gandra (2018, p. 570)

Essa dualidade entre as dimensões individual e coletiva é um dos traços constituintes das práticas informacionais. A relação do sujeito com o mundo é sempre uma relação mediada por outras pessoas. Ele apreende a realidade e a representa de acordo com referenciais que são construídos coletivamente, mas que são redefinidos de acordo com a subjetividade de cada um. Esse movimento dialético deve ser levado em consideração ao se estudar como os usuários se relacionam com a informação.

As possibilidades inerentes à compreensão de uma informação são múltiplas, uma vez que cada pessoa possui pensamentos e saberes únicos. No entanto, ao debater sobre um tema específico, algumas ideias podem se entrelaçar e se complementar, uma vez que somos influenciados pelas emoções que experimentamos. Possivelmente, é essa complexidade que torna desafiador compreender a busca por informação, seu desenvolvimento e o contínuo desafio de entender como ela é percebida por cada usuário e como se relaciona com os diferentes ambientes.

As práticas informacionais desafiam o usuário, que se destaca como o protagonista nesse domínio, moldando sua conexão com a informação e com o contexto social. Investigar as práticas informacionais implica compreender a dinâmica dessa interação entre esses elementos centrais. As ideias emergem entrelaçadas ao contexto, resultando não apenas da experiência direta, mas também da reflexão, demandando um cenário como fundamento para sua formação.

### 3 MEMES NAS REDES SOCIAIS

Antes de nos debruçarmos sobre o conceito de memes e alguns exemplos desses na internet, precisa-se falar sobre o que é a cibercultura e como os memes fazem parte da cultura da web. Cibercultura foi um termo cunhado por Pierre Lévy (1997, p. 17) em seu livro “Cibercultura” classifica o termo como "conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atividades, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço".

A cibercultura é a cultura da internet, pois apesar de não ser perceptível para todos, há uma organização que é entrelaçada com a nossa sociedade. A produção de valores e pensamentos, na web, está em constante mudança. Os memes, são um produto da internet. Eles fazem parte da cibercultura devido ao seu tipo de conteúdo e produção nas redes, que é rápido, de fácil acesso e que pode ser usado cotidianamente, compartilhado em poucos cliques.

Susan Blackmore, em 1999, em seu livro intitulado *The meme machine*, onde há um conceito que possui mais semelhança com o que entendemos por memes agora afirmou, que o nosso gene possui memes, pois somos feitos de repetições dos outros,

Nós, humanos, somos simultaneamente dois tipos de coisas: máquinas de memes e ego. Primeiro, somos criaturas objetivamente individuais de carne e osso. Nossos corpos e cérebros foram projetados pela seleção natural agindo em ambos genes e memes ao longo de um longo período de evolução. Somos repositórios de grandes números de memes, alguns deles simplesmente pedaços de informações armazenadas, outros organizados em memplexos autoprotetores. Os próprios memes vieram de outras pessoas e, se falarmos, escrevermos e nos comunicarmos, eles alcançarão outras pessoas (Blackmore, 1999, p. 235-236 *apud* Santos, 2022, p.17).

Os memes são repetições, ecos que fazem do gene humano, porque aprende-se vendo o que as pessoas estão fazendo, observa e tenta aplicar aquilo visto nas ações dos outros. Os memes já se fazem presente antes de entender-se a decodificação dos códigos da leitura. Segundo Damasceno (2020, p. 120), os memes são vistos quanto a sua utilização nas redes sociais com,

um humor debochado e irônico, muitas vezes com teor político, a fim de reclamar direitos, apontar e/ou ridicularizar ações, no contexto atual de pandemia do novo coronavírus parece que os memes despontam como mais uma alternativa dos usuários das redes sociais de assinalar insatisfações, criticar posturas e de reconstruir seus medos e sentimentos outros.

Essa descrição aborda a função dos memes nas redes sociais na atualidade, destacando como as pessoas os utilizam como uma forma de linguagem única. Os memes, ao funcionarem como uma linguagem própria, desempenham papéis variados, comunicando mensagens, empregando o humor como ferramenta de crítica, conferindo notoriedade a determinados temas e exercendo influência na política e na sociedade como um todo.

A versatilidade dos memes é notável, uma vez que podem se manifestar em diversos formatos, incluindo vídeos, frases, cenas de filmes populares ou menos conhecidos, músicas, tweets e muitos outros. Em resumo, eles têm a capacidade de adotar qualquer forma na internet, bastando que a criatividade seja empregada e que sejam compartilhados nas diversas plataformas de mídia. Essa flexibilidade possibilita que os memes se tornem uma linguagem universal na era digital, proporcionando uma maneira eficaz e envolvente de expressar ideias, críticas e reflexões na cultura contemporânea online. Brito (2020, p. 10) afirma que o que podemos aferir sobre os memes é que,

Sabemos de maneira bastante intuitiva que aquelas imagens humorísticas geralmente dizem algo para alguém. Elas conversam com um público específico que se individualiza como o leitor dos memes, leitor este que tem em mente a imagem daquele que se identifica com aquele conteúdo humorístico e crítico veiculado discursivamente.

Além de repetição o meme é identificação, isso particularmente dentro da internet. Ao compartilharmos um vídeo, frase de uma postagem, fazemos aquilo porque há o reconhecimento com o que vemos na tela, o momento que estamos vivendo com um texto, sobre como tomar coragem com a vida, ou com um vídeo engraçado. São desses formatos que a rede circula, fazendo algo ser visto por diversas pessoas.

As chamadas *trends* e os memes que servem para "viralizar" são imitações repetições de um tipo de conteúdo ou de notícias. Por exemplo, ao abrirmos um aplicativo como o Instagram e nos depararmos com uma postagem, se observamos com atenção, os vários posts possuem semelhanças, a quantidade de conteúdo do mesmo tipo é definida pelo que o público está gostando e "curtindo" é realizada uma análise dos usuários da internet para saber o que vai viralizar e como as pessoas estão interagindo com aquele conteúdo.

O termo viralizar se refere a algo visto várias e várias vezes na internet por milhares de pessoas. Quanto mais clicado mais viralizado aquela postagem é, o que pode ser medido pelo número de likes, visualizações nas redes, e quantas mais vezes ele se propagar.

O meme está em todas as redes sendo compartilhado e copiado várias e várias vezes, e como as pessoas encontram e utilizam, "a prática do meme acontece na sucessão de quatro

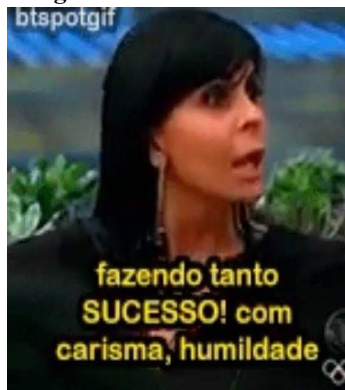
atos enunciativos: criar, recriar, interagir e compartilhar, elementos que permitem sistematizar a prática numa sintaxe capaz de contribuir para a compreensão global do fenômeno.” (Nogueira, 2021, p. 21-22). Aparentemente parece algo tão prático e dinâmico, mas que envolve processos complexos, pois o processo de criar e colocar aquilo na rede requer habilidades com a internet e sobre o seu público-alvo.

O meme tornou-se um meio para propagar ideias e pensamentos, como numa cultura, para unir comunidades, informar sobre questões importantes ou nem tão importantes assim, o que vale é o que é compartilhado? Os assuntos são justamente construídos para serem vistos, quanto mais pessoas ele atingir mais aquilo vai viralizar. Os assuntos são muito variados, há temas sem sentido (que são feitos nesse intuito), política (principalmente em períodos de eleição, as temáticas giram nesse entorno, e os memes podem tornar-se uma “arma” poderosa para propagar ideias), atualidades (o que está circulando na rede, o que está em vigor), sintetizando qualquer tipo de tópico pode ter o caráter memético, de se repetir e recriar.

Vamos apresentar alguns exemplos de memes da internet e como eles viralizaram na web pelas redes sociais a partir de páginas que são dedicadas a disseminarem o conteúdo. A diversidade de temas é enorme, qualquer coisa pode se tornar um meme, basta usar a criatividade e saber criar edições ou não necessariamente.

Certamente um dos memes mais conhecidos é o da cantora Gretchen, que se popularizou como cantora na década de 70 e ficou conhecida como a “Rainha do Rebolado”, todavia como ainda não existia as redes sociais como conhecemos, os memes da Gretchen só foram difundidos quando ela participou do programa de reality show, A Fazenda, da Rede Record em 2012. A sua participação no programa e algumas entrevistas antigas da então também apresentadora, rendeu e permanece rendendo vários memes, que são colocados nas mais diversas situações fazendo-a se tornar também uma Rainha dos memes.

**Imagem 2** – Meme da Gretchen



Fonte: Pinterest (2023).



que foi interpretada pela atriz Renata Sorrah. Há filmes e séries que também utilizam os memes para se popularizarem e atrair público, por exemplo, uma cena do longa piauiense, *Aí que vida* (2008), dirigido de forma independente, esta cena que ficou bastante conhecida foi a de um dos personagens que trabalha numa funerária de uma cidade, ele atende o telefone de forma um tanto peculiar, e por essa fala, foi viralizado. E embora o filme não seja tão conhecido, com certeza já devem ter se deparado com a frase ou a imagem do filme.

**Imagem 4** - Meme do filme *Aí que vida*



Fonte: Facebook (2023)

Temos também as notícias dos jornais televisivos locais e nacionais, que são momentos ao vivo que mostram o *jeitinho*, popularmente conhecido, do povo brasileiro para as coisas, como na reportagem da TV Anhanguera em 2015 sobre servidores que batiam o ponto e logo em seguida iam embora. Uma servidora, Edinair dos Santos, ao ser abordada em uma entrevista, não quis responder as perguntas sobre o porquê de servidores só irem ao trabalho, baterem o ponto e depois saírem, e começou a correr seguida da repórter Renata Costa e o cinegrafista lhe fazendo perguntas e chamando-a dizendo: “Senhora? Senhora? Por que a senhora está correndo?”

**Imagem 5-** Meme da Nazaré na cadeia

Fonte: Internet (2023)

**Imagem 6 -** Meme de reportagem “Senhora? Senhora?”

Fonte: Internet (2023).

Indubitavelmente, a cultura de memes é vasta e diversificada, repleta de formatos e meios de circulação. Tentar abarcar e definir essa cultura em uma única categoria seria limitador, e essa pesquisa não se propõe a tal tarefa. Os exemplos apresentados são apenas uma pequena amostra, reconhecendo que a capacidade e a criatividade das pessoas na internet são ilimitadas.

Na era digital, a habilidade de criar e compartilhar conteúdo com apenas alguns cliques é grandiosa. A viralização de algo, atinge muitas pessoas, é uma ação poderosa da capacidade de transcendência do virtual sobre o físico. Algo pode ter múltiplos significados para diferentes pessoas, e o mesmo conteúdo pode ser interpretado de diversas maneiras. A diversidade de perspectivas e a constante possibilidade de olhares renovados sobre um mesmo tema são características fundamentais dessa cultura em constante evolução. Portanto, a cultura de memes é verdadeiramente única na sua capacidade de refletir a complexidade e a multiplicidade de interpretações presentes na sociedade contemporânea.

## 4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nas próximas subseções, vai se discutir sobre a metodologia da pesquisa, quais os procedimentos utilizados na pesquisa, assim como a apresentação do quadro de fundamentação teórica que serviu para embasar o referencial teórico e análise dos dados coletados.

### 4.1 Estudo do fenômeno

Em sua primeira etapa, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre os conceitos de mediação da informação e mediação da leitura, e como as mediações ocorrem nas redes sociais, os conceitos de memes e redes sociais. Assim esta pesquisa também é de cunho bibliográfica. Em relação aos procedimentos metodológicos e seus objetivos é uma pesquisa aplicada exploratória, com abordagens qualitativas.

Quanto aos procedimentos metodológicos da pesquisa, o método de levantamento bibliográfico serviu para embasar os conceitos dos termos principais que necessitavam ser explicados, como memes, mediações de leitura e informação, redes sociais e as práticas informacionais dos usuários. Esse procedimento foi operado por meio de pesquisas em bases de dados, tais como BRAPCI, o Repositório Institucional da UFC e pela plataforma do Google Scholar, realizando a busca por dissertações de mestrado e artigos científicos, dos conceitos descritos acima.

Abaixo, apresenta-se o quadro de fundamentação teórica desta pesquisa, dividindo-se nos termos principais e nos autores que foram utilizados no referencial teórico.

**Quadro 1 - Fundamentação Teórica**

<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	
<b>MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almeida Júnior (2015);</li> <li>• Silva; Gomes (2015);</li> <li>• Buckland (1991);</li> <li>• Dicionário Michaelis (2023);</li> <li>• Almeida Júnior; Santo Neto (2014)</li> <li>• Silva; Nunes; Cavalcante (2018)</li> <li>• Almeida Júnior; Ribeiro (2022)</li> <li>• Gomes (2014)</li> </ul>
<b>MEDIAÇÃO DA LEITURA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IBGE (2022)</li> <li>• Silva (2018)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (Assis; Santos (2022)</li> <li>• Cavalcante; Barreto; Sousa (2020)</li> <li>• Sousa; Feitoza (2018)</li> <li>• Almeida Júnior (2009)</li> <li>• Chartier (1998)</li> <li>• Sousa; Jesus; Santos (2020)</li> </ul>
REDES SOCIAIS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fialho (2014)</li> <li>• Gerlin (2022)</li> <li>• Telmo; Feitoza; Silva (2019)</li> <li>• Oliveira (2018)</li> <li>• Macedo (2022)</li> <li>• Alves; Belluzzo (2022)</li> </ul>
PRÁTICAS INFORMACIONAIS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Araújo (2017)</li> <li>• Carneiro; Nunes (2018)</li> <li>• Duarte, Araújo, Paula, (2017)</li> <li>• Ferreira; Abreu; Lima; Sá (2018)</li> <li>• Rocha, Gandra, Rocha (2017)</li> <li>• Rocha; Gandra (2018)</li> </ul>
MEMES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dawkins (1997)</li> <li>• Blackmore (1999)</li> <li>• Damasceno (2020)</li> <li>• Brito (2020)</li> <li>• Nogueira (2021)</li> </ul>

Fonte: Autoria própria (2023)

Já quanto aos seus objetivos, é de cunho exploratório, visto que segundo Severino (2013) “busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto.” Os objetivos da pesquisa serviram de aporte para a exploração do tema sobre os memes e as práticas leitoras, o que os autores discutiram sobre a temática e como as pessoas compreendem as linguagens dos memes; assim como a cibercultura de memes impactou o seu meio nas redes, e buscou-se outras implicações para o fenômeno dos memes.

Esta pesquisa é do procedimento fenomenológico, método de investigação que surgiu na Alemanha, introduzido pelo filósofo Edmund Husserl (1859-1938) que foi influenciado por outros filósofos. Este método, como Cerbone (2012, p. 12) exemplificou, atentar-se para “com os modos pelos quais as coisas aparecem ou se manifestam para nós, com a forma e estrutura da manifestação.” A partir do ponto de vista do método fenomenológico, Gil (2008, p. 18) expõe que “a realidade não é tida como algo objetivo e passível de ser explicado como um conhecimento que privilegia explicações em termos de causa e efeito”. Silva, Lopes,

Diniz (2008, p. 256) corroboram com o pensamento de Gil ao dizer que a fenomenologia “proporciona o saber-compreensão, que se fundamenta no rigor, pois procura valorizar o ser na sua singularidade, uma vez que se preocupa com o que se repete, com o que se manifesta.”

A investigação estudou, em partes, um fenômeno da cibercultura que é a relação de um produto da internet, os memes e os usuários da internet; interação que está sujeita às constantes mudanças do ser e dos ambientes. Dito isto, como as pessoas interagem ao utilizarem esse produto da web, quais os processos que envolvem este diálogo, entre rede, produto e usuários.

A pesquisa é de abordagem aplicada, que de acordo com Fleury; Werlang (2017, p. 12) pode ser definida como “atividades em que conhecimentos previamente adquiridos são utilizados para coletar, selecionar e processar fatos e dados, a fim de se obter e confirmar resultados, e se gerar impacto.” Assim sendo, este trabalho buscou analisar como ocorre a procura, a leitura e a seleção, resumindo as práticas informacionais dos usuários de memes no ciberespaço e como os leitores são influenciados pelo seu ambiente ao compartilhar as “imitações”.

Na segunda etapa, foi aplicado um questionário com os leitores de memes, onde depois da coleta de dados, as respostas foram analisadas a fim de atender aos objetivos específicos desta pesquisa.

Quanto à coleta de dados, a ferramenta utilizada foi a aplicação de questionário eletrônico estruturado, que segundo Severino (2013, p. 108) é “com questões bem diretas, obtém, do universo de sujeitos, respostas também mais facilmente categorizáveis, sendo assim muito útil para o desenvolvimento de levantamentos sociais”. O questionário foi produzido e aplicado por meio da plataforma do *Google Forms* na internet, com 10 perguntas, de cunho objetivo e subjetivo, para verificar com o público jovem que são os leitores de memes, participantes de páginas de memes, como eles selecionam os conteúdos que lhe atraem, o que percebem primeiro, como é a sua leitura individual, o que lhes chama atenção no conteúdo, o que o seu ambiente influencia na sua busca e como compartilham o que gostam. O questionário foi aplicado entre o período dos meses de setembro e outubro de 2023.

As perguntas buscaram atender aos objetivos específicos, como evidenciadas a seguir:

**Quadro 2** - Demonstrativo de objetivos e perguntas

OBJETIVO	QUESTÃO
Objetivo Específico 1 - Identificar quais os aspectos que	- De que tipo de memes você gosta?

<p>mais chamam a atenção dos leitores durante sua interação com as postagens.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O que lhe chama a atenção ao ver uma postagem sobre um meme?</li> <li>- Em quais redes sociais você segue conteúdos relacionados aos memes, tais como perfis, páginas, grupos?</li> </ul>
<p>Objetivo Específico 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compreender qual é a relevância dos memes para as práticas informacionais e mediação da informação dos seus usuários.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quais os tipos de formas de memes que você prefere consumir?</li> <li>- Em quais redes você costuma buscar pelos conteúdos de memes?</li> <li>- Você considera que os memes são uma prática informacional e contribuem com a mediação da informação? Se a resposta for sim, justifique.</li> </ul>
<p>Objetivo Específico 3</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Distinguir como os jovens leitores usam os memes nas redes sociais para se comunicar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Como você classifica o seu acesso aos conteúdos de memes?</li> <li>- De que forma você utiliza os memes no cotidiano?</li> <li>- Com base nos conteúdos de memes que você acessa, considera que são</li> </ul>

Fonte: Autoria própria (2023)

A rede social WhatsApp, foi escolhida como campo empírico, onde foi realizado a coleta de dados. A priori, foi utilizada a abordagem em bola de neve para a escolha do público, esse tipo específico de abordagem é

uma forma de amostra não probabilística, que utiliza cadeias de referência. Ou seja, a partir desse tipo específico de amostragem não é possível determinar a probabilidade de seleção de cada participante na pesquisa, mas torna-se útil para estudar determinados grupos difíceis de serem acessados. (Vinuto, 2014, p. 203)

A abordagem consiste em perguntar para os primeiros participantes se poderia enviar para outras pessoas que teriam afinidade com o assunto discutido ou os próprios participantes indicarem outros potenciais colaboradores, com isso criando uma rede de conexão entre o público e o pesquisador, a fim de atender a um número satisfatório de respostas.

Os dados foram analisados qualitativamente para trabalhar com interpretações e descrições advindas das respostas dos leitores a fim de atender os respectivos objetivos geral e específicos da pesquisa. O método de abordagem escolhido para realizar a análise, foi o de Bardin (2011, p. 44), onde diz que a análise de conteúdo é “como um conjunto de técnicas de

análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Quais os instrumentos utilizados e como são usados para analisar as respostas que vieram da ferramenta de coleta de dados utilizada pelo pesquisador ao procurar por os objetivos de sua investigação. O método de análise de conteúdo de Bardin (2011) consiste em 3 fases, que são definidas por pré-análise, exploração do material e tratamento de resultados. Cada etapa é posta em prática à medida que a pesquisa vai caminhando. A primeira fase é onde determina-se o instrumento da coleta, que irá iniciar a avaliação sobre como os itens contidos no recurso da coleta de dados vão atender aos objetivos que foram formulados no começo da pesquisa, a organização da análise. A próxima etapa é onde será realizado a formulação das categorias do trabalho, codificação das respostas, quais indicadores serão selecionados para satisfazer o que se procura, novamente relacionado com a abordagem de seu trabalho e os propósitos da investigação. O último passo é desenvolver a exploração do material coletado, procurar analisar, propriamente dito, se os retornos da ferramenta de coleta satisfazem a investigação.

#### **4.2 Coleta de dados**

O questionário foi produzido na Plataforma online do *Google Forms*, com dez perguntas, sendo nove perguntas objetivas, onde algumas questões poderiam marcar mais de um item e outras não, e uma questão subjetiva dissertativa acerca das práticas informacionais e mediação com os memes. Foram elaboradas conforme os objetivos específicos, e a fim de atenderem a questão problema do presente trabalho. O período em que o questionário recebeu respostas foi de três semanas. Começou a ser aplicado na última semana de setembro e ficou mais duas semanas de outubro em aberto. O total de respostas recebidas foram 80 contabilizadas.

Quanto a forma de amostragem do público escolhido para participar da pesquisa, foi a amostragem em bola de neve (Vinuto, 2014, p. 203), um tipo de amostragem não probabilística, visto que não é possível determinar a precisão de quantidade de pessoas que consomem os memes em suas redes. E com isso, a priori, o questionário foi enviado para pessoas do grupo de convívio da própria autora e para um grupo de livros no WhatsApp, a forma de escolher o público foi devido a pesquisadora ter proximidade com o grupo de usuários que consomem memes. Essas primeiras pessoas que foram escolhidas para envio, na medida que respondiam foram perguntando se poderiam enviar para outras pessoas/contatos. Outra forma de envio, que se observou que poderia trazer retorno foi pelo Sistema Acadêmico

da UFC (SIGAA), foi feito contato com a secretária da coordenação do curso de Biblioteconomia e pedido para compartilhar na plataforma para que os alunos pudessem responder, até que se conseguisse um número satisfatório de respostas.

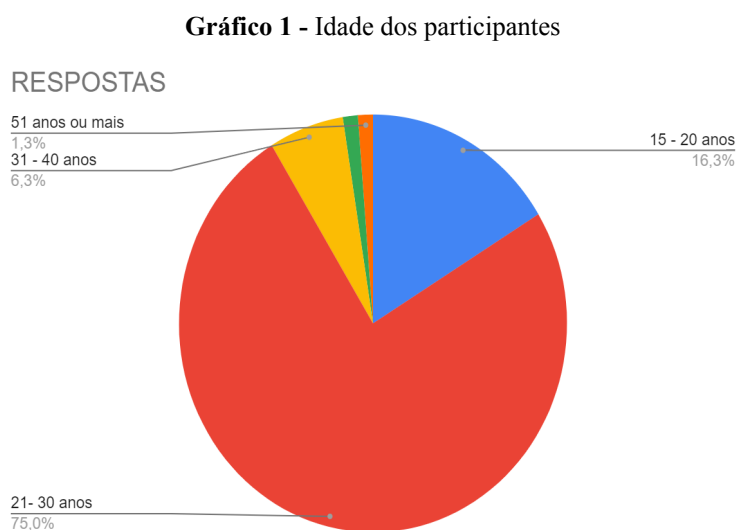
As perguntas e respostas, serão analisadas na próxima seção. Onde serão apresentados gráficos de setores, ou como é mais comumente chamado, gráfico em pizza, que irá adequar-se para melhor visualização e análise das informações das respostas. Somente a questão dez será feita uma análise diferente das demais, já que ela é uma pergunta dissertativa, então será construído uma tabela demonstrativa de cinco respostas selecionadas e depois analisada cada resposta, fazendo suas devidas observações.

## 5 ANÁLISE DE DADOS

Nesta seção falaremos sobre a análise de conteúdo do questionário. A análise foi realizada qualitativamente em cada questão separadamente, onde foram elaborados gráficos e tabela para melhor demonstração. E posteriormente, uma análise acerca dos objetivos desta pesquisa.

Na primeira questão foi perguntado qual a faixa etária dos participantes, para que assim a classificação dos grupos dentro da pesquisa fosse determinada pela faixa etária e facilitasse categorizar.

A maioria das pessoas que responderam a pesquisa foram jovens de 21 a 30 anos (75%), com isso podemos perceber que o público que respondeu pode ser considerado o principal público consumidor de memes, visto que 60 pessoas dessa idade responderam ao questionário, como podemos verificar abaixo.



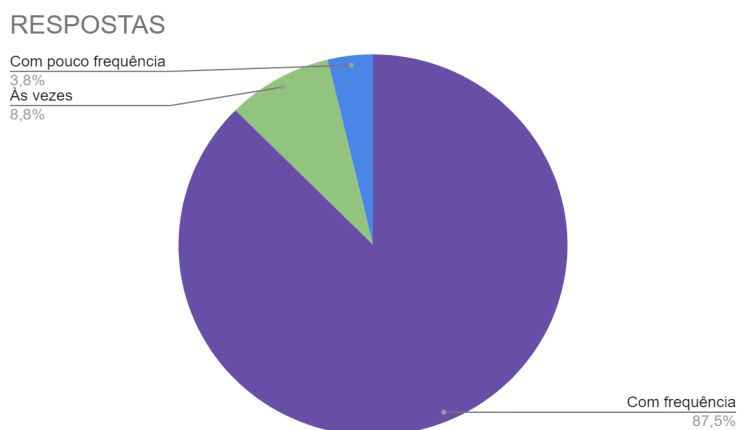
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Muito embora a maioria esteja na faixa de jovens adultos, o conteúdo também é acessado por várias outras faixas, isso pode demonstrar que o conteúdo de meme atinge diferentes idades e gostos mesmo que em proporção diferente e que a faixa que mais acessa são leitores de 21-30 anos.

A segunda questão dizia respeito a como a pessoa classificava o seu acesso ao conteúdo de memes. O maior percentual de respostas foi na alternativa com frequência que tem acesso aos memes, 70 respostas (87,5%) ao todo, como pode ser observado no gráfico abaixo. Para a grande maioria dos respondentes, percebe-se que o acesso ao produto é

facilitado, pois ele pode ser obtido pelas diversas redes sociais e facilmente chegar aos aparelhos celulares, fazendo com que o acesso aos memes, e a comunicação, esteja quase que o tempo todo online.

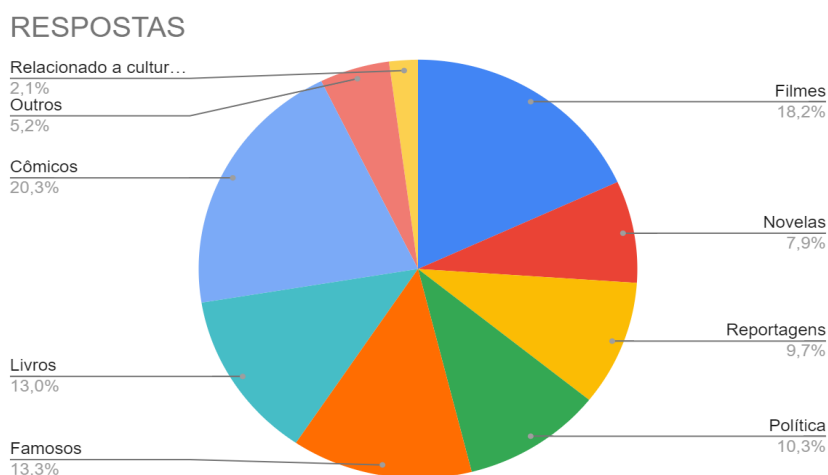
**Gráfico 2 - Acesso aos memes**



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Na 3ª pergunta, poderia ser marcado mais de uma opção. Tratava-se de saber qual o tipo de meme que os integrantes gostavam, o que lhe atraía. As respostas foram as mais variadas. A maioria preferiu aos cômicos com 67 retornos, porque o meme tem aquele caráter de comédia, que por vezes pode se relacionar com o cotidiano das pessoas, com algum aspecto que surja uma identificação. As outras opções marcadas foram a de filmes, com 60 respostas, famosos 44 respostas, livros 43 respostas, política 34 respostas, reportagens e novelas com cada uma respectivamente 32 e 26 respostas. Uma opção que não foi colocada na tabela, mas foi identificada na opção de outros foi a relacionada à cultura oriental, como k-pop, doramas e animes. Na alternativa outros, foi pontuado outros tipos também, como religiosos, musculação, shitpost (que é uma espécie de meme, mas com o teor mais sem sentido ou pesado), cotidiano, entre tantos tipos. Abaixo pode-se visualizar as respostas.

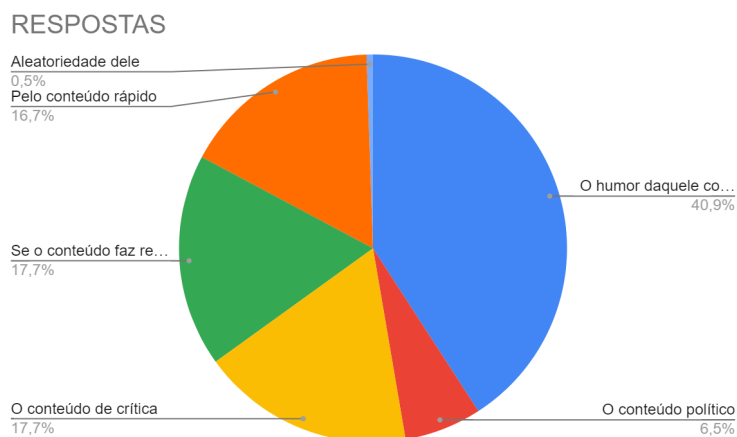
Gráfico 3 - Tipo de memes



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Compreende-se com isso, que os tipos de memes *curtidos* são bastante diversificados. Para cada interesse existe uma tipologia, algo para chamar e atrair atenção das pessoas, podendo torna-se por vezes mais inclusivo do que outros tipos de postagens, como texto. E é algo que desperta a identificação com o outro, a curiosidade em consumir mais daquele conteúdo. Nessa questão, também pode compreender que é o modelo de conteúdo de memes que os participantes mais consomem.

A pergunta de número 4, onde poderia ser marcado mais de um item, perguntava o que chama atenção nas postagens de memes, qual o primeiro aspecto que chama o olhar. A maioria respondeu que é pelo humor que os memes possuem 76 respostas, mais uma vez, mostrando que é pela comicidade que os memes chamam a atenção. Já outros preferiram pela referência a algo e pelo conteúdo de crítica, cada uma com 33 respostas, essas opções podem dizer que é interessante observar a crítica que esses conteúdos podem ter ao relacionar a algo, como filmes, novelas, cotidiano. Outras respostas foram pela rapidez em ter acesso, porém somente uma resposta foi diferente, que foi a que constava sobre a aleatoriedade do meme, que não precisa somente de um contexto, ele pode ser aleatório e talvez informativo, são as pessoas que atribuem um significado.

**Gráfico 4 - Aspectos que chamam a atenção**

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

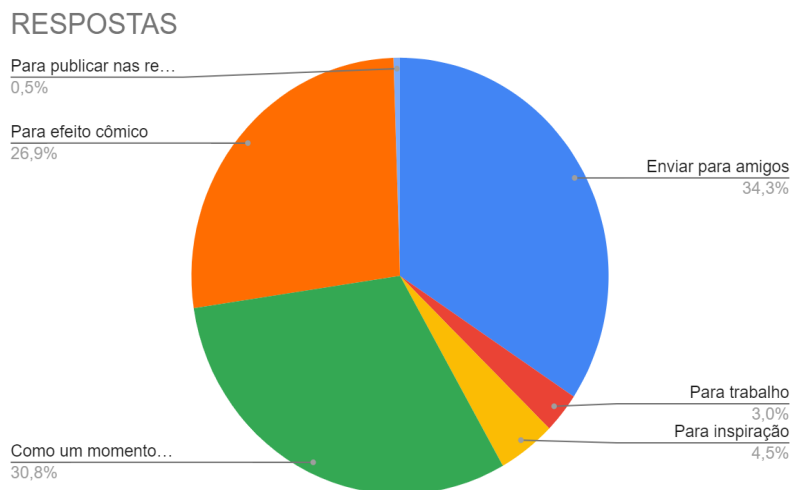
Essa questão dialoga com a questão anterior, ao compreender que são os tipos de memes que encaixam os grupos, e o que chama a atenção ao visualizar um meme é o que atrai, algo contido numa imagem, vídeo, que faz a pessoa gostar da abordagem, porque muito embora um possa estar intrínseco ao outro, eles conseguem coexistir separadamente, afinal o gosto por uma coisa transforma-se a medida que o tempo passa.

Na questão 5, onde várias opções poderiam ser marcadas, tratou-se da forma que as pessoas usufruem dos memes no dia a dia, de que forma aproveitam esse conteúdo. A maioria respondeu que usualmente é para enviar para os amigos, 69 respostas. É nessa comunicação que provavelmente cria-se o contexto, a pessoa faz conexão a algo compartilha uma informação. Outra das opções mais escolhidas foi a de que é usado para relaxar, 62 respostas, porque o meme, como já dito anteriormente, é um conteúdo fácil de acessar e rápido, então geralmente, até quando vai enviar para um amigo, o indivíduo provavelmente vai utilizar também no momento de descontração da sua rotina. Outras opções também foram marcadas, como para trabalho, inspiração, efeito cômico e para publicar nas redes, fazendo paralelo com o cotidiano da pessoa.

A maior parte de pessoas que visualizam e utilizam os memes, muito provavelmente usam para um momento de descontração, isto é claro, porque traz um pouco de leveza para um dia conturbado, ou para conversar com alguém, criar assuntos, servir de inspiração para um trabalho, são para situações que acontecem diariamente. O meme tem muito dessa coisa de piada, algo engraçado, traz muito algo de identificação, afinal, como ocorre na mediação,

para se entender algo é preciso analisar e criar conexão com o que já conhecemos. Abaixo, podemos observar no gráfico as quantidades em porcentagens das respostas.

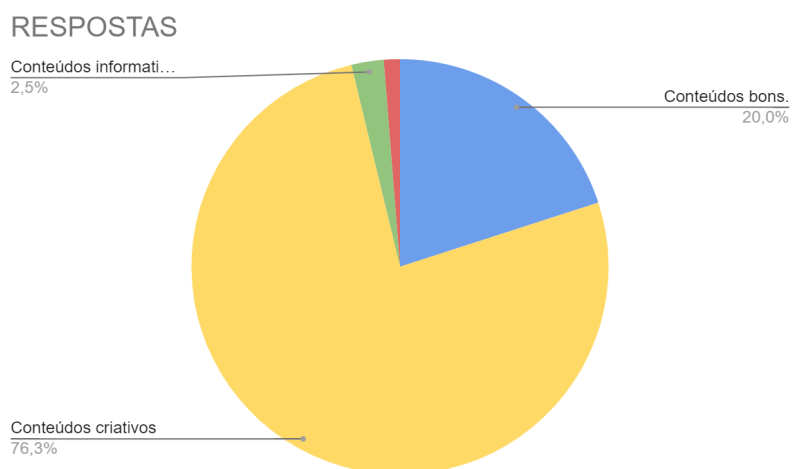
**Gráfico 5 - Usabilidade dos memes no cotidiano**



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

No 6º questionamento, poderia marcar uma única opção, e perguntava sobre como as pessoas consideravam os memes que acessam, se eram bons, ruins, criativos ou informativos ou outros. 61 respostas marcaram que era pelo conteúdo criativo, 16 pelas ideias serem boas e 2 pessoas marcaram que é pelos conteúdos informativos e uma resposta, que era por todas as opções.

**Gráfico 6 - Conteúdos dos memes**



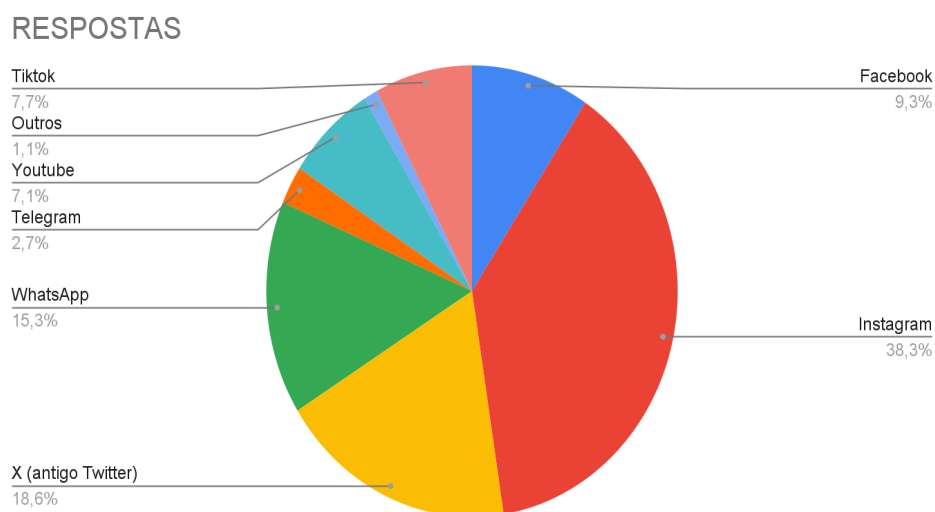
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Certamente, a criatividade é um dos aspectos fundamentais que atrai e cativa as pessoas na cultura de memes. A diversidade intrínseca a essa cultura permite que ela seja utilizada de diversas maneiras, seja como estratégia de marketing, para ganhar popularidade na web, ou para dar visibilidade a temas em discussão. A natureza descontraída e divertida dos memes os torna especialmente adequados para momentos de lazer e entretenimento.

Os memes, de certa forma, são o produto característico da internet. Sua rápida criação e disseminação refletem a velocidade e a eficiência com que as informações circulam na era digital. Ao serem compartilhados, os memes se tornam uma forma acessível e leve de abordar temas diversos, muitas vezes de maneira descomplicada. Essa capacidade de transformar assuntos complexos em conteúdos descontraídos contribui para a popularidade e a ampla aceitação dos memes como uma forma única e eficaz de comunicação online.

A questão 7, perguntava acerca de quais redes sociais as pessoas seguiam temas relacionados aos memes. As opções eram *Facebook*, *Instagram*, *X* (antigo *Twitter*), *Whatsapp*, *Telegram*, *Youtube* e Outros. Por ser uma questão em que se poderia marcar mais de uma opção, houve grande multiplicidade nas respostas. A opção mais marcada foi o *Instagram*, com 70 respostas, seguida do *X*, com 34, e uma alternativa que não foi colocada, mas foi acrescentada na opção outros o *TikTok*, com 14 respostas.

**Gráfico 7** - Quais redes sociais seguem os conteúdos de memes

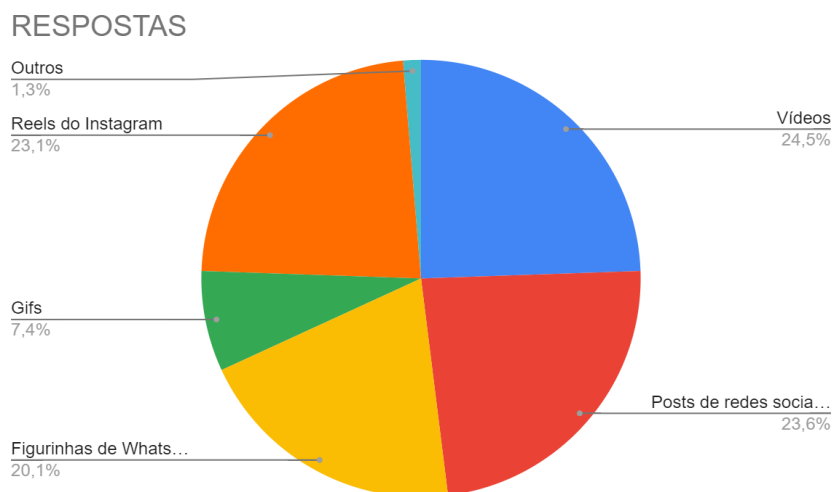


Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A questão 8, perguntava quais os tipos de formatos que as pessoas preferem consumir, se em vídeo, figurinha ou texto. Era uma questão onde poderiam ser marcadas mais de uma alternativa. Com isso houve respostas bastante variadas. 56 pessoas optaram por marcar

vídeo, seguido de posts de redes, como no modelo do *Facebook*, 54, *reels* do *Instagram*, com 53, figurinhas de *WhatsApp*, 46, *gifs*, 17 e Outros com 3.

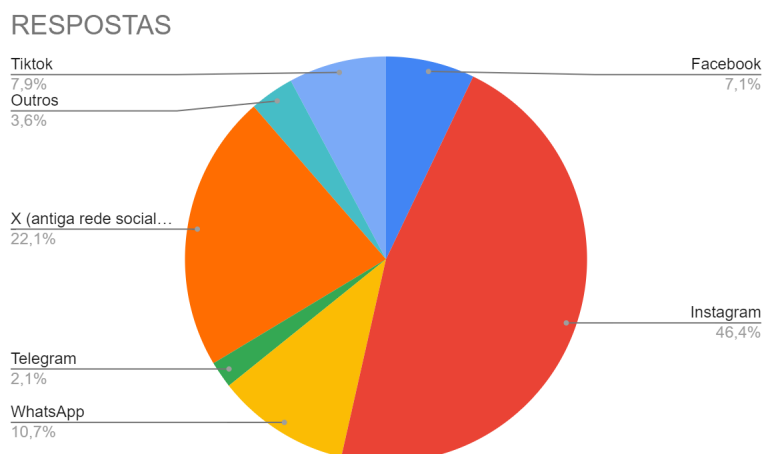
**Gráfico 8** - Formas de conteúdo de memes



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

O formato de vídeo é o mais buscado, porque a maioria das edições de memes são feitas nesse molde, e são vídeos curtos com edição. E pode-se compreender que a maioria das respostas optam por conteúdos rápidos, que com poucos cliques podem ser acessados, porque é mais fácil de visualizar, pode-se assistir de onde a pessoa estiver. As figurinhas de *WhatsApp*, os tais *stickers* são bastante usados para comunicação, visto que seu formato, em uma conversa, pode transmitir muitas mensagens somente com uma imagem.

A 9ª questão, abordava sobre em quais redes sociais os respondentes buscavam sobre o conteúdo de memes, e ao contrário da questão anterior essa teve mais dissonâncias entre o quantitativo de respostas, mas mesmo ainda teve algumas similaridades, como podemos observar no gráfico abaixo.

**Gráfico 9** - Busca pelos conteúdos de memes nas redes sociais

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A principal rede em que se procura sobre os memes é o *Instagram*. O total de pessoas que marcaram foi 65, seguido de 31 do X, 15 a rede *WhatsApp*, *Facebook* com 10, *Telegram* apenas 3, e outros totalizando 11. Novamente o *TikTok* apareceu somando 11 respostas. Há diversidade nas redes procuradas sobre o conteúdo de memes, porém o *Instagram* detém a maioria das respostas nos ambientes de procura, acesso e preferência do formato; as demais redes ficam distribuídas.

A principal rede em que se procura sobre os memes é o *Instagram*. O total de pessoas que marcaram foi 65, seguido de 31 do X, 15 da rede *WhatsApp*, *Facebook* com 10, *Telegram* apenas 3, e outros totalizando 11. Novamente o *TikTok* foi uma das opções comentadas. Há diversidade nas redes procuradas sobre o conteúdo de memes, porém o *Instagram* detém a maioria das respostas nos ambientes de procura, acesso e preferência do formato.

A última questão foi de cunho dissertativo. As pessoas tinham que falar sobre se elas consideravam que os memes são uma prática informacional e se contribuem com a mediação da informação, e justificar se a resposta fosse positiva. Depois de o questionário ser fechado, a autora elaborou uma tabela com todas as 80 respostas, sem a identificação das respostas dos participantes, com isso foi feita uma divisão das respostas, classificando-as em concordantes, discordantes e imparciais.

É interessante observar que a maioria das respostas (73 de 80) foram concordantes, respaldando a ideia de que os memes desempenham um papel significativo na mediação da informação. A justificativa comum entre os respondentes é que os memes têm a capacidade de despertar o interesse das pessoas em buscar mais informações sobre notícias e tópicos recorrentes. Além disso, a menção de como os memes podem ser segmentados em nichos

específicos destaca a versatilidade dessa forma de comunicação, permitindo que sejam direcionados a grupos ou indivíduos específicos. Essa capacidade de adaptação e personalização reforça a eficácia dos memes como ferramenta de mediação.

É interessante notar que, das 80 respostas, houve uma minoria de respostas discordantes, onde os respondentes expressaram divergências e forneceram justificativas, embora não fosse obrigatório explicar. Um dos argumentos apresentados na resposta discordante é que os memes devem ser exclusivamente cômicos e não informativos. Essa perspectiva indica uma visão mais restrita sobre o propósito dos memes, sugerindo que alguns acreditam que sua principal função é proporcionar humor e entretenimento, e não necessariamente transmitir informações ou mensagens mais sérias. Essa divergência reflete a variedade de opiniões que podem existir em relação ao papel dos memes na comunicação digital, destacando que as percepções sobre essa forma de expressão podem variar significativamente entre os indivíduos.

Quanto às respostas imparciais, foram contabilizadas 6, pois não forneceram explicações claras de suas perspectivas ou limitaram-se a afirmar sem apresentar justificativas.

Abaixo foi elaborado um quadro demonstrativo com as respostas dos participantes:

**Quadro 3 - Respostas da questão 10**

<b>PARTICIPANTES</b>	<b>RESPOSTAS</b>
1	Memes não devem ser informativos, e sim engraçados, devido ao teor cômico a mensagem pode acabar não sendo clara.
2	Sim, os memes podem ser considerados uma prática informacional e contribuem para a mediação da informação. Eles são uma forma de comunicação cultural que utiliza elementos visuais, textuais e contextuais para transmitir ideias, humor, críticas sociais e informações de maneira rápida e acessível. No entanto, é importante notar que nem todos os memes são informativos ou precisos, e alguns podem disseminar desinformação. É necessário que haja a interpretação crítica e a verificação de fatos ao consumir informações por meio de memes.
3	Os memes podem contribuir para as prática informacionais de várias formas, entre elas a forma de fazer críticas ou ensinar algo. Temos infinitas possibilidades e aplicabilidades.
4	Sim. Visto que, o gênero meme possui uma grande aceitação do público, e está cotidianamente perpetuando informações relevantes sobre a realidade da população. Dessa forma, vale salientar que apesar

	de ser por muitas vezes um conteúdo cômico os memes carregam criticidade e posicionamento em seus conteúdos. Portanto, contribuem de forma relevante para a mediação de informações.
5	Sim considero, por exemplo por já consumir assuntos voltados para a lógica de pensamento cristã para mim é rápido e comico o efeito de um meme desse grupo social, diferente se eu "esbarrar" no reels em um meme do publico que consome noticias e fofocas sobre famosos, eu vou entender que se trata de cara de um caso famoso mas para compreender realmente os signos que a informação esta me trazendo só se eu procurar entender o que os signos e linguagem que aquele publico especifico esta falando, para que assim eu consiga "achar" graça nesse meme especifico; Tudo tem haver se eu estou inserida ou não nesse grupo e se estou familiarizada com a sua linguagem e modo de expressão.

Fonte: Autoria própria.

As respostas acima referidas destacam que os memes são um meio de comunicar, que apesar de possuir humor, não fica somente restrito a isso. Assim como afirma Brito (2020), há um modo de se expressar pelos memes para cada indivíduo que consome, e eles contribuem para a mediação da informação juntamente com as práticas informacionais de seus usuários, todavia é essencial ter familiaridade com essa cultura dos memes que se utiliza de textos, imagens, vídeos, edições para concretizar-se.

Alguns pontos que foram percebidos nessas respostas, é que não é todo meme que vai trazer informação, é preciso pesquisar por fontes de informações verdadeiras para não disseminar a desinformação. Tem que haver criticidade para buscar e ler os memes; existem múltiplas opções de aplicar os memes, e mais ainda diversificados formatos, não é somente uma forma e só um tema, para cada nicho ou grupo que se pensar, possivelmente na vastidão da internet haverá memes sobre isso.

Destarte, quanto aos objetivos desta pesquisa, podemos afirmar que foram satisfeitos positivamente. Dado que, na análise do questionário, podemos observar que de acordo com os objetivos específicos as respostas foram capazes de alcançar bons resultados. A combinação das perguntas com os objetivos está de acordo com a tabela 2, elaborada na seção 5.1.

O 1º objetivo específico, o de identificar os aspectos que chamam atenção dos leitores de memes nas postagens, as perguntas 3, 4 e 7, responderam, pois as respostas a esses questionamentos demonstraram que há diversos tipos de memes, como memes de reportagens, livros, cultura oriental, e principalmente há quem goste de cada gênero; que o meme pode ter humor e ser informativo, não é somente aquilo engessado; e que as redes

sociais aproximam as pessoas que gostam de cada modelo e existem divergentes páginas e grupos onde pode-se observar aquele conteúdo.

Referente ao 2º objetivo, de compreender qual é a relevância dos memes para as práticas informacionais dos usuários, as perguntas 8, 9 e 10 demonstram qual a importância que os memes tem na dia a dia dos leitores de memes, pois, as formas de conteúdos que as pessoas preferem consumir, tem influência na maneira que aquilo vai ser buscado, como será repassado e para quem ou quais nichos da web será compartilhado, e assim como afirmaram (Silva; Nunes; Cavalcante, 2018) e (Araújo 2017) a estudar a mediação e as práticas informacionais é um processo dinâmico que faz parte dessa movimentação de busca, seleção, compreensão dos signos e significados dos meios informacionais. Quanto à última questão, as pessoas utilizam os memes de diferentes modos, para comunicar, como nos stickers; para informar, como enviar vídeos; para relaxar, até enviando mensagens com “falas” de alguns memes que ficam no imaginário popular brasileiro, e isso cria as práticas informacionais no ambiente da internet e onde a mediação da informação acontece de forma mais ativa, já que as pessoas, fazem uma espécie de seleção de para o que e quem vai ser enviado.

E quanto ao 3º objetivo, o de distinguir como os leitores usam os memes nas redes sociais para se comunicar, as indagações 2, 5 e 6, a proporção de acessar, de cada pessoa vai influir sobre a forma que usa os memes, sejam eles de que tipo for, o que mais tiver conexão é o que mais vai ser visualizado e conseqüentemente, será compartilhado, isso acontece principalmente durante o cotidiano, por causa que usamos para enviar para amigos, para trabalho, relaxar a cabeça das situações, para publicar em redes sociais, e assim sucessivamente; e é nesse movimento de manipular, para encaminhar, observar que é realizado a mediação da informação e intrinsecamente as práticas informacionais, já que vamos primeiramente buscar por temas que nos interessa, nisso já a seleção, pesquisa, leitura e fazendo conexão com as vivências de mundo de si próprio.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de se fazer pesquisa é exaustivo e, ao mesmo tempo agradável, na mesma proporção. É incrível perceber como as ideias vão surgindo e como a investigação vai tomando forma diante de nossos olhos. É quase como gerar algo, porque é uma construção lenta, que se adapta ao que o autor ou autora vai criando. Com esse trabalho não foi diferente, pois é uma pesquisa qualitativa que depende das análises e interpretação do pesquisador.

No decorrer do estudo, pretendeu-se olhar para um campo da Biblioteconomia e Ciência da Informação, que são as práticas informacionais dos leitores de memes e como a mediação da informação e da leitura participa desse processo.

O objetivo desta pesquisa é compreender como as práticas dos usuários e as mediações estão interligadas com o seu ambiente. Por exemplo, se alguém participa de um grupo de amigos que compartilham o interesse por livros, é natural que essa pessoa busque informações relacionadas a esse tópico. A identificação com as preferências do grupo se reflete na procura por conteúdos específicos, como memes e posts relacionados a livros, demonstrando uma inclinação para compartilhar informações alinhadas aos interesses compartilhados.

Explorar as práticas informacionais revela que as pessoas frequentemente buscam e selecionam informações de maneira quase automática, muitas vezes sem uma reflexão consciente sobre esse processo. A mediação, tanto na leitura quanto na obtenção de informações, ocorre de forma intuitiva, sendo construída naturalmente durante o compartilhamento de dados. Esses processos desempenham um papel significativo ao influenciar e orientar atividades como leitura, visualização de conteúdo, participação em conversas em grupo e o envio de mensagens em redes sociais. Em geral, não estamos habituados a analisar como esses procedimentos ocorrem ou a entender por que determinadas informações despertam interesse enquanto outras não o fazem.

Compreender os processos subjacentes às ações, em vez de simplesmente executá-las de maneira automática, envolve um desejo intrínseco de desvendar como as coisas operam. Isso inclui questionar, analisar criticamente a própria perspectiva e as perspectivas dos outros. Afinal, não existe uma verdade universal e absoluta; em vez disso, constantemente emergem novos conhecimentos e questionamentos em diversos lugares e momentos. Esta dinâmica é particularmente evidente nesta pesquisa por meio de veículos como memes e a própria internet.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA JÚNIOR, O. F. Mediação da informação e múltiplas linguagens. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 2, n. 1, 2009. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/119300>. Acesso em: 27 jun. 2023.
- ALMEIDA JÚNIOR, O. F.; SANTOS NETO, J. A. D. Mediação da informação e a organização do conhecimento: interrelações. **Informação & Informação**, v. 19, n. 2, p. 98-116, 2014. DOI: 10.5433/1981-8920.2014v19n2p98. Acesso em: 29 jun. 2023.
- ASSIS, P. O.; SANTOS, R. R. O ato de ler e a mediação da leitura conscientes: perspectivas fundamentadas nas dimensões da mediação da informação. **Informação & Informação**, v. 27, n. 1, p. 106-125, 2022. DOI: 10.5433/1981-8920.2022v27n1p106. Acesso em: 28 maio 2023.
- ALVES, Carolina Vitória de Oliveira Correia; BELLUZZO, Regina Célia Baptista. A competência em informação como elemento essencial para a mediação da informação em ambiente organizacional na sociedade midiaticizada. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 18, n. 2, p. 1-18, 2022. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/202592>. Acesso em: 28 maio 2023.
- ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. O que são "Práticas Informacionais"? **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 2, número especial, p. 217-236, out. 2017.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011, 229 p.
- BRITO, Gustavo André Táriba. **A construção semiótica do ator da enunciação nos memes verbovisuais de orientação política: o estilo de um gênero midiático**. 2020. Dissertação (Mestrado em Semiótica e Linguística Geral) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.
- BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science (JASIS)**, v.45, n.5, p. 351-360, 1991.
- CAVALCANTE, Lídia Eugenia; BARRETO, Damaris Queiroz; SOUSA, Laiana Ferreira de. **Mediações de leitura: o ato de ler que nos conecta**. Fortaleza: Edições Pausa, 2020.
- CERBONE, David R. **Fenomenologia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.
- CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. [São Paulo]: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo; Editora UNESP, 1998.
- DAMASCENO, H. L. C. Memes e narrativas em tempos de pandemia da covid-19. **Revista Folha de Rosto**, v. 6, n. 2, p. 119-135, 2020. DOI: 10.46902/2020n2p119-135. Acesso em: 16 maio 2023.

SIRIHAL DUARTE, Adriana B.; ARAÚJO, Carlos A. A.; PAULA, Claudio P. A. de. Práticas Informacionais: desafios teóricos e empíricos de pesquisa. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 2, número especial, p. 111-135, out. 2017.

FARIA, Franceneuza Santos de Lima. **Mediação da leitura literária e prática docente na formação do jovem leitor**. 2017. 137 f. Dissertação (Mestrado em Ensino na Educação Básica) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2017.

FIALHO, J. M. R. Análise de redes sociais: princípios, linguagem e estratégias de ação na gestão do conhecimento. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 4, p. 9-26, 2014. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/51709>. Acesso em: 27 jun. 2023.

FLEURY, Maria Tereza Leme; WERLANG, Sérgio Ribeiro da Costa. Pesquisa aplicada: conceitos e abordagens. 2016: **Anuário de pesquisa 2016-2017, FGV EAESP**, p. 10-15, 16 nov. 2017. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/apgvpesquisa/article/view/72796>. Acesso em: 14 maio 2023.

FERREIRA, Emanuelle Geórgia Amaral; ABREU, Flávia Ferreira; LIMA, Gracirlei Maria Carvalho de; SÁ, Jéssica Patrícia Silva de. A construção do conceito de práticas informacionais pelos pesquisadores do EPIC. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 4, número especial, p. 26-43, 2019.

GERLIN, M. N. M. A mediação informática em ambientes de (ciber)cultura e (in)formação: estudo exploratório no campo da informação, educação e cultura. **Revista Fontes Documentais**, v. 5, n. Edição especial., p. 81-98, 2022. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/211365>. Acesso em: 28 maio 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo, Atlas, 2008.

GOMES, Henriette Ferreira. A dimensão dialógica, estética, formativa e ética da mediação da informação. **Informação & Informação**, Londrina, v. 19, n. 2, p. 46-59, maio/ago. 2014. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/19994/19090>. Acesso em: 25 jan. 2021.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Brasileiro de 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Editora 34, 2010. 272 p.

MACEDO, A. G. Bibliotecários em mídias sociais: mediação e curadoria de leitura e produção de conteúdo online. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**. v. 18, p. 1-28, 2022. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/193722>. Acesso em: 28 maio 2023.

MICHAELIS, Dicionário. Mediação. *In*: MELHORAMENTOS LTDA, Editora. Dicionário Brasileiro de Língua Portuguesa. Web, 2023. Disponível em:

<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/media%C3%A7%C3%A3o/>. Acesso em: 29 jun. 2023.

NOGUEIRA, Rafael Martins. **A prática semiótica do meme**. Orientadora: Carolina Lindenberg Lemos. 2021. 128 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Programa de Pós-graduação em Linguística, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2021.

NUNES, J. V.; CARNEIRO, B. L. F. Dos estudos de usuários à noção de práticas informacionais: contribuições da Teoria da Prática. InCID: **Revista de Ciência da Informação e Documentação**, v. 9, n. 2, p. 150-168, 2018. DOI: 10.11606/issn.2178-2075.v9i2p150-168. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/incid/article/view/134406>. Acesso em: 6 jul. 2023.

OLIVEIRA, Camila Datiere de. **O papel das redes sociais digitais na construção sócio política**: um estudo baseado no uso de robôs políticos durante o segundo mandato da ex-presidente Dilma Rousseff de 2014 a 2016. 2018. 50 f. Monografia (Graduação em Sistemas e Mídias Digitais) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2018

PATIAS, N. D. VON HOHENDORFF, J. Critérios de qualidade para artigos de pesquisa qualitativa. **Psicologia em Estudo**, v. 24, 21 nov. 2019.

RIBEIRO, M. A.; ALMEIDA JÚNIOR, O. F. Da mediação à apropriação da informação: um olhar para o usuário da informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**. v. 18, n. 2, p. 1-17, 2022. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/202682>. Acesso em: 29 jun. 2023.

ROCHA, Eliane Cristina de Freitas; GANDRA, Tatiane Krempser; ROCHA, Janicy Aparecida Pereira. Práticas informacionais: nova abordagem para os estudos de usuários da informação. **Biblios**, n. 68, p. 97-109, 2017. Disponível em: [http://www.scielo.org/pe/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1562-47302017000300007&lng=es&nrm=iso&tlng=en](http://www.scielo.org/pe/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1562-47302017000300007&lng=es&nrm=iso&tlng=en). Acesso em: 27 maio 2023.

SANTOS, Adrielle Alves dos. **Memes nas interfaces**: Um estudo sobre a comunicabilidade dos memes aplicados em interfaces digitais. 2022. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design Digital) - Universidade Federal do Ceará, Campus de Quixadá, Quixadá, 2022.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 24. ed. São Paulo: Cortez, 2013.

SILVA, J. L. C.; GOMES, H. F. Conceitos de informação na ciência da informação: percepções analíticas, proposições e categorizações. **Informação & Sociedade**, v. 25, n. 1, p. 157, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/93211>. Acesso em: 29 jun. 2023.

SILVA, F. S.; NUNES, J. V.; CAVALCANTE, L. E. O conceito de mediação na ciência da informação brasileira: uma análise a partir da brapci. **Brazilian Journal of Information Science**, v. 12 No 2, n. 2, 2018. DOI: 10.5016/brajis.v12i2.7779. Acesso em: 29 jun. 2023.

DA SILVA, J. A. Discutindo sobre leitura. **Fólio - Revista de Letras**, v. 3, n. 2, 2018. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/folio/article/view/3481>. Acesso em: 26 jun. 2023.

SILVA, J. M. DE O. E. ; LOPES, R. L. M.; DINIZ, N. M. F. Fenomenologia. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 61, n. 2, p. 254–257, mar. 2008.

SOUSA, A. C. M.; SANTOS, R. R.; JESUS, I. P. Mediação da cultura, da informação e da leitura para o protagonismo social. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 16, p. 1-20, 2020. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/146598>. Acesso em: 28 maio 2023.

SOUSA, L. F.; FEITOZA, R. A. B. Responsabilidade social do bibliotecário enquanto mediador literário: análise nos currículos dos cursos de graduação em biblioteconomia no nordeste do Brasil. **Informação@Profissões**, v. 7, n. 1, p. 58-76, 2018. DOI: 10.5433/2317-4390.2018v7n1p58. Acesso em: 26 jun. 2023.

SHARON, Eduardo. Leitura: uma questão de política pública. In: FAILLA, Zoara (org.). **Retratos na Literatura no Brasil**. 5. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2021. p. 11-12.

TEIXEIRA, Carlo Roberto Gaspar; MARCON, Paola; DIAS, Patrícia Ruas. Método fenomenológico: conceitos e abordagens na pesquisa em comunicação. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídiação e Processos Sociais**, v. 1, n. 1, jun. 2017. ISSN 2675-4290. Disponível em: <<https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/140>>. Acesso em: 17 maio 2023.

TELMO, F. A.; FEITOZA, R. A. B.; SILVA, A. K. A. Análise de redes sociais da produção científica em memória organizacional na ciência da informação. **Revista Conhecimento em Ação**, v. 4, n. 1, p. 102-127, 2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/118942>. Acesso em: 07 jul. 2023.

VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203–220, 2014. DOI: 10.20396/tematicas.v22i44.10977. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/10977>. Acesso em: 22 out. 2023.

## APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Nome da pesquisadora: Maria Alice da Silva de Lima (aluna do curso de Biblioteconomia da UFC)

Você está sendo convidado a participar de uma pesquisa! Por favor, leia esta descrição com atenção.

Este questionário servirá como aporte para a pesquisa intitulada "Práticas informacionais dos leitores de memes" por mim realizada, para conclusão do curso de graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal do Ceará (UFC).

O objetivo geral é analisar as práticas informacionais dos leitores de memes, na internet, em relação ao perfil de leitores de memes. As práticas informacionais referem-se à forma com a qual procuramos, selecionamos, fazemos uso e compartilhamos algo. Nesta investigação, a pesquisadora procura entender o que faz as pessoas compartilharem conteúdos relacionados a memes, o que chamam a atenção do público ao ver um post nas redes sociais, e como as pessoas utilizam o meme para se comunicar.

Salienta-se que as informações obtidas através de sua participação respondendo este questionário, não permitirão a sua identificação, exceto para o responsável por esta pesquisa; e a divulgação das informações, aqui obtidas, só será feita em artigo científico e na apresentação do trabalho, garantindo, portanto, o sigilo das mesmas. Todas as diretrizes seguem a Resolução nº 510/2016 do CNS.

Desde já, agradeço pela sua atenção e pela sua disponibilidade em poder responder a este questionário. Muito obrigada!

Para qualquer dúvida, você poderá entrar em contato com a pesquisadora Maria Alice pelo e-mail: [marialice21@alu.ufc.br](mailto:marialice21@alu.ufc.br)

Está ciente para o que este questionário destina-se?

- Sim, estou ciente.
- Não estou ciente.

1. Idade? \* (marcar somente 1 opção)

- 15 - 20 anos
- 21- 30 anos
- 31 - 40 anos
- 41 - 50 anos
- 51 anos ou mais

2. Como você classifica o seu acesso aos conteúdos de memes? \* (marcar somente 1 opção)

- Sempre
- Quase sempre
- Raramente
- Às vezes
- Pouco

3. De que tipo de memes você gosta? (ex: de novela, reportagens, política, de famosos, filmes, livros, etc.) \* (marcar mais de uma opção)

- Filmes
- Novelas
- Reportagens
- Política
- Famosos
- Livros
- Cômicos
- Outros:

4. O que lhe chama a atenção ao ver uma postagem sobre um meme? \* (marcar somente 1 opção)

- O humor daquele conteúdo
- O conteúdo político
- O conteúdo de crítica
- Se o conteúdo faz referência a outros conteúdos de memes
- Pelo conteúdo rápido
- Outros:

5. De que forma você utiliza os memes no cotidiano? \* (marcar mais de uma opção)

- Enviar para amigos
- Para trabalho
- Para inspiração
- Como um momento para relaxar a cabeça
- Para efeito cômico
- Outros:

6. Com base nos conteúdos de memes que você acessa, considera que são: (marcar somente 1 opção)

- Conteúdos bons.
- Conteúdos ruins.
- Conteúdos criativos
- Conteúdos informativos
- Outros:

7. Você segue uma ou mais sobre o conteúdo de página de memes em suas redes sociais?\*

(marcar mais de uma opção)

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- WhatsApp
- Telegram
- Youtube
- Outros:

8. Quais os tipos de memes que você prefere? \* (marcar mais de uma opção)

- Vídeos
- Posts de redes sociais (como no Facebook, X "antigo Twitter")
- Figurinhas de WhatsApp
- Gifs
- Reels do Instagram
- Outros:

9. Em quais redes você costuma buscar pelos conteúdos de memes? \* (marcar mais de uma opção)

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- WhatsApp
- Telegram
- Youtube
- Outros:

10. Você considera que os memes são uma prática informacional e contribuem com a mediação da informação? Se a resposta for sim, justifique. \* (Dissertativa)