



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE
INSTITUTO DE NUTRIÇÃO JOSUÉ DE CASTRO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO
MESTRADO ACADÊMICO EM NUTRIÇÃO

**PERCEPÇÕES CORPORAIS E COMENSALIDADE
NOS MEMES DA PANDEMIA**

LORENA SILVA RIBEIRO

RIO DE JANEIRO

2023

LORENA SILVA RIBEIRO

**PERCEPÇÕES CORPORAIS E COMENSALIDADE
NOS MEMES DA PANDEMIA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Nutrição (PPGN), do Instituto de Nutrição Josué de Castro da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Nutrição Humana.

Orientadora: Profa. Maria Cláudia da Veiga Soares Carvalho

Coorientadora: Dra. Marília Duque Estrada Soares Pereira

Rio de Janeiro
Novembro de 2023

PERCEPÇÕES CORPORAIS E COMENSALIDADE NOS MEMES DA PANDEMIA

Lorena Silva Ribeiro

Orientadora: Profa. Maria Cláudia da Veiga Soares Carvalho

Coorientadora: Dra. Marília Duque Estrada Soares Pereira

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA AO CORPO DOCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO DO INSTITUTO DE NUTRIÇÃO JOSUÉ DE CASTRO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO COMO PARTE DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS À OBTENÇÃO DO GRAU DE **MESTRE EM NUTRIÇÃO HUMANA**.

Presidente – Prof.^a Dr.^a Maria Cláudia da Veiga Soares Carvalho, D.Sc
Instituto de Nutrição Josué de Castro - UFRJ

Prof.^a Dr.^a Adriana Farah
Instituto de Nutrição Josué de Castro - UFRJ

Prof.^a Dr.^a Shirley Donizete Prado
Instituto de Nutrição - UERJ

Prof.^a Dr.^a Fernanda Baeza Scagliusi
Faculdade de Saúde Pública - USP

RIO DE JANEIRO, RJ – BRASIL
NOVEMBRO DE 2023

DEDICATÓRIA

A Deus por renovar minhas forças, me permitindo alcançar meus sonhos, e a minha família e amigos, por todo amor e motivação durante o caminho.

AGRADECIMENTOS

À Deus por me dar iluminação e entendimento, por renovar minhas forças e minha esperança em meio à pandemia.

Às minhas maravilhosas orientadoras Maria Cláudia Carvalho e Marília Duque, pelo apoio, paciência e afeto durante esse caminho. Agradeço por abrirem meus horizontes, por serem bússolas e exemplos para mim nesse processo. Muito obrigada, vocês me inspiraram muito!

Às colegas do LADIGE, por todas as trocas e lições compartilhadas ao longo desta jornada.

Aos meus pais, Elizabeth e Ricardo, pelo apoio, incentivo, confiança e pelas palavras de sabedoria nas horas certas. Obrigada!

À minha irmã Laura por todas as trocas e conversas sobre a dissertação, por ser minha revisora de infinitos textos e por participar ativamente de todo esse processo.

Ao Daniel, por todo amor e parceria, por me segurar pela mão nos momentos mais difíceis, por acreditar nos meus sonhos e por construí-los junto comigo. Agradeço pelas discussões sobre autores que concordamos em discordar e pela paciência de me explicar tantas coisas do universo das Letras.

Aos meus amigos, em especial Bruna, Rachel, Damaris, Hélio, Bruno e Carol, por tantas risadas e memes trocados que tornam meus dias mais leves, por me tirarem do computador nos finais de semana, e por me incentivarem, de longe ou de perto, cada uma a sua maneira.

À minha psicóloga Aise, pelo suporte e acolhimento durante os anos de mestrado.

À minha família e a todos que oraram e torceram por mim, repetindo o mantra 'vai dar certo'.

Aos estimados professores que gentilmente aceitaram nosso convite e integraram a banca de avaliação, agradeço a contribuição valiosa. E, em especial, à querida Prof.^a Shirley Prado, que dedicou seu tempo na revisão da dissertação.

À equipe do PPGN/UFRJ, tanto o corpo docente quanto o discente, por todos os ensinamentos e contribuições conferidos ao longo do mestrado.

À Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pelo investimento e pela oportunidade concedida para a realização desta pesquisa.

Aos colaboradores que compartilharam conteúdos e experiências que viabilizaram essa pesquisa, e aos meus pacientes, que direta ou indiretamente geraram os questionamentos que me trouxeram à pesquisa acadêmica.

“Mas eu desconfio que a única pessoa livre, realmente livre, é a que não tem medo do ridículo.” - Luis Fernando Verissimo

RESUMO

RIBEIRO, Lorena Silva. Percepções corporais e comensalidade nos memes da pandemia. Rio de Janeiro, 2023. Dissertação (Mestrado em Nutrição Humana). Instituto de Nutrição Josué de Castro, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

O início da pandemia da Covid-19 em 2019 acarretou modificações abruptas no cotidiano das pessoas em todo o planeta. As adaptações necessárias às novas medidas de prevenção, principalmente o distanciamento social, provocaram mudanças de rotina, que, somadas ao estresse, também fruto da pandemia, acentuaram preocupações generalizadas sobre vulnerabilidade a excessos alimentares e a ganho de peso. Esses temores, foram refletidos em uma explosão de memes sobre o corpo e o comer. Os memes, no ambiente digital brasileiro, atuam não apenas como expressões, mas também como instrumentos de interpretação do entorno. De forma que ao observarmos seu consumo podemos compreender como a sociedade brasileira encarou o período da pandemia. Para isso, analisamos memes compartilhados em redes sociais durante o início da pandemia de Covid-19, com o objetivo de compreender de que maneira os memes se prestaram à expressão de negociações relacionadas ao corpo e à alimentação durante o período. O estudo se apoia em uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório e interpretativo, amparado pelos pressupostos teóricos das Ciências Sociais e Humanas. O embasamento teórico desta pesquisa se fundamenta: na teoria da memética, explorando o fenômeno do consumo de memes no espaço digital e sua influência como prática social no contexto brasileiro; na emergência de uma positividade tóxica, conforme descrito por Han, dentro da realidade das sociedades pós-modernas; nas teorias do Riso e do Risível; e nos pressupostos subjacentes à construção da percepção do corpo sensível nesse contexto. Optamos pela metodologia da Análise de Discurso, como forma de discutir os sentidos e significados dos memes a partir da interface com as teorias do riso. Nosso intuito foi compreender as manifestações da linguagem presentes nos memes, considerando que ela é um jogo simbólico que vai além de uma leitura ingênua sobre a comicidade. Foram analisados e discutidos um total de 100 memes, ordenados e agrupados em 5 Núcleos de Sentido: Comida como marcador de rotina, Consumo de bebidas alcoólicas, Ganho de Peso, Projeto Fitness e Novos hábitos alimentares. Percebemos que os memes indicavam a internalização de um discurso moral pautado em um padrão cultural de magreza. Entretanto, observamos que a pandemia parece ter aberto um espaço para renegociações dos discursos da alimentação saudável. A valorização do corpo ativo e das práticas alimentares do universo *fitness* foram incorporadas à defesa da alimentação saudável como protetora da imunidade. A comida foi relatada como fonte de prazer,

sendo um ponto alto na rotina monótona experimentada; o ganho de peso foi tratado como uma questão coletiva de maneira que, apesar de ainda visto como erro, era inevitável, o que o tornava aceitável, e, portanto, risível. Além disso, os memes indicaram mudança nos discursos de autorresponsabilização dos indivíduos em relação à manutenção de um corpo ativo, dando lugar ao relaxamento de tensões, com adequação de expectativas para a realidade possível dentro da pandemia.

Palavras-chave: Consumo de Alimentos. Mídias Sociais. Percepção Corporal

ABSTRACT

The beginning of the COVID-19 pandemic in 2019 led to abrupt changes in the daily lives of people all around the planet. The necessary adaptations to new prevention measures, mainly social distancing, led to changes in routine, which, combined with stress, also a result of the pandemic, gave prominence to widespread concerns about vulnerability to overeating and weight gain. These fears were reflected in an explosion of memes about the body and the act of eating. Memes, in the Brazilian digital context, act not only as expressions, but also as instruments for interpreting the environment. So, when we observe its consumption, we can understand how Brazilian society faced up to the pandemic period. To do this, we analyzed memes shared on social networks during the beginning of the COVID-19 pandemic, aiming to understand how memes were used to express negotiations related to the body and food consumption during the period. The study is based on a qualitative approach, of an exploratory and interpretative nature, supported by the theoretical assumptions of Social and Human Sciences. The theoretical foundation of this research is based on: the theory of memetics, exploring the phenomenon of meme consumption in the digital space and its influence as a social practice in the Brazilian context; on the emergence of a toxic positivity, as described by Han, within the reality of postmodern societies; on the theories of Laughter and the Laughable; and on the assumptions underlying the construction of the perception of the sensitive body in these circumstances. We decided on the Discourse Analysis methodology, as a way of discussing the senses and meanings of memes based on the relations with laughter theories. Our aim was to understand the manifestations of language in memes, considering that it is a symbolic game that goes beyond a naive reading of the comic. A total of 100 memes were analyzed and discussed, ordered and grouped into 5 Theme Categories: Food as a marker of routine, Consumption of alcoholic beverages, Weight Gain, Fitness Project and New eating habits. We realized that the memes indicated the internalization of a moral discourse based on a cultural standard of thinness. However, we observed that the pandemic seems to have opened a space for renegotiating discourses on healthy eating. The valorization of the active body and dietary practices from the fitness universe were incorporated into the defense of healthy eating as a protector of immunity. Food was reported as a source of pleasure, being a highlight in the monotonous routine that was experienced; weight gain was treated as a collective issue in a way that, although still seen as a mistake, it was inevitable, which made it acceptable, and therefore laughable. Furthermore, the memes indicated a change in individuals' self-responsibility

discourses in relation to maintaining an active body, giving way to the relaxation of tensions, along with an adjustment of expectations to the possible reality in the pandemic.

Keywords: Food Consumption. Social media. Body Perception

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Daniel Azulay, CM, 06/04/1968.....	30
Figura 2 - Meme Nazaré com arroz	32
.....	32
Figura 3 - Meme cesta básica.....	32
Figura 4 – Meme Brasileiro, doenças e coronavírus.....	36
Figura 5- Meme Protegida	36
Figura 6- Meme vida acadêmica	37
Figura 7- Quadro Memes Encontro de amigas	38
Figura 8 – Chamada para Coleta.....	40
Figura 10 – Meme Contagem.....	69
Figura 11- Memes da Bela Gil	72
Figura 12—Meta-meme.....	74
Figura 13 - O Homem Vitruviano	87
Figura 14 – Figura Francisco Goya (1800), Maja desnuda	90
Figura 15 - Memes da Nazaré	120
Figura 16 - Meme Nazaré	120
Figura 17 - Meme Paola Bracho	121
Figura 18 - Meme Panda.....	122
Figura 19 - Meme Gato.....	122
Figura 20 - Meme Mona Lisa	123
Figura 21 - Meme balança	123
Figura 22: Meme Resumo da quarentena	125
Figura 23 – Meme Desabafo.....	125
Figura 25 – Meme Gato Comendo.....	128
Acervo da Pesquisa	128
Figura 24 – Meme Máscara	128
Figura 26– Meme Lutando com meu psicológico	129
Figura 27 – Meme Jack Nicholson	133
Figura 28 – Memes Curvas de Crescimento	134
Figura 29 - Meme Chris Hemsworth	137
Figura 31- Meme Referencial	139
Figura 30 – Meme Mentira desmascarada	139

Figura 32 - Meme Outono Inverno	141
Figura 33 – Meme Humanos x Porcos Acervo de Pesquisa	143
Figura 34 – Meme Porta.....	144
Figura 35 – Meme Barbie Trabalhadora não essencial	148
Figura 36 – Meme Beber Cura.....	149
Figura 37 – Busca pelo termo Imunidade no Período de 01 de janeiro a 01 de julho de 2020	150
Figura 38- Nota CRN2	151
Figura 39– Meme Ser Fitness	153
Figura 40- Meme Eu na Quarentena	154
Figura 41 – Meme Seus Stories	155
Figura 42 – Meme Tweet Suco Detox.....	156
Figura 43– <i>Meme</i> Máquina de lavar	158
Figura 44 – Meme Santa ceia virtual	159
Figura 45- Memes miojo na Quarentena.....	162

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1	43
----------------	----

LISTA DE SIGLAS

ABRAS	Associação Brasileira de Supermercados
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CRNs	Conselhos Regionais de Nutrição
FIOCRUZ	Fundação Oswaldo Cruz
FNDCT	Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
INJC	Instituto de Nutrição Josué de Castro
LADIGE	Laboratório Digital de Educação Alimentar e Humanidades
NuPENS	Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde da Universidade de São Paulo
OMS	Organização Mundial da Saúde
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
REDE PENSSAN	Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
VigiSAN	Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia de Covid-19 no Brasil
VIGITEL	Vigilância dos Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO:	16
1.1 O IMPACTO DA PANDEMIA NO ACESSO À INTERNET	20
1.2. SOCIEDADE MUDIATIZADA	22
1.2.1. MAS AFINAL, O QUE É UM MEME E QUAL SUA FUNÇÃO NA SOCIEDADE MUDIATIZADA?	23
1.2.2. CONSUMO DE MEMES NO AMBIENTE DIGITAL.....	26
1.3. PIADA DE BRASILEIRO: O HUMOR EM REDE NO CONTEXTO LOCAL.....	28
2. PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO	34
2.1. DELIMITAÇÃO DO CAMPO DE ESTUDO DE MEMES.....	36
2.2. OBJETIVOS E HIPÓTESES	38
2.2.1. <i>Objetivo Geral</i>	38
2.2.2. <i>Objetivos Específicos</i>	38
2.2.3. <i>Hipóteses</i>	39
2.3. COLETA DE MEMES E CORPUS DE ANÁLISE	39
2.4 ANÁLISE DE DISCURSO DOS MEMES: UMA PROPOSTA GLOBAL DE DISCURSO	40
3. O RISO E O RISÍVEL	44
3.1. CONCEITOS INTRODUTÓRIOS	45
3.2. O PENSAMENTO ACERCA DO RISÍVEL: DA GRÉCIA ANTIGA AOS PENSADORES DO SÉC. XX	46
3.2.1. <i>O olhar dos pensadores clássicos acerca do risível</i>	46
3.2.2. <i>O riso (e a falta dele) na Idade Média</i>	51
3.2.3. <i>O risível na Idade Moderna e Contemporânea</i>	55
3.3. BERGSON E O CONTEXTO SOCIAL DO RISO.....	60
3.3.1. <i>O riso como relaxamento: rindo de um mundo sem sentido</i>	64
3.3.2. <i>O riso como violação benigna</i>	66
3.3.4. <i>O riso como correção: discursos de ódio e limites do risível</i>	70
3.3.3. <i>Insensibilidade, mecanicidade no riso e efeitos para análise de memes</i>	71
3.4. MAS AFINAL, DO QUE RIMOS?.....	76
3.5. MECANISMOS DE VINCULAÇÃO SOCIAL: GATILHOS MAPEADOS A PARTIR DAS TEORIAS DO HUMOR.....	77
3.6. CONTRIBUIÇÕES PARA A ANÁLISE DE MEMES NA PANDEMIA	81
CAPÍTULO 4. O CORPO RISÍVEL	82

4.1.	O CORPO E PADRÕES ESTÉTICOS NA HISTÓRIA.....	84
4.2.	O GORDO E O OBESO	92
4.3.	A CONSTRUÇÃO DO CORPO NO CONTEXTO BRASILEIRO E O PAPEL DA MEDIATIZAÇÃO.....	94
4.4.	AS MÍDIAS DIGITAIS COMO CAMPO DE DEBATE SOBRE O CORPO: A PERSPECTIVA DO ESTIGMA.....	101
4.5.	O CORPO E A SOCIEDADE DO DESEMPENHO NA PANDEMIA DE COVID-19.....	105
4.6.	O CORPO DE QUE SE RIU NA PANDEMIA	112
5.	ANÁLISE E DISCUSSÃO	118
5.1.	FORMATOS E USOS DE LINGUAGEM:.....	119
5.2.	ANÁLISE DE MEMES.....	124
5.2.1.	<i>Comida como marcador de Rotina:</i>	124
5.2.2.	<i>Excessos Alimentares e ganho de peso:</i>	127
5.2.3.	<i>Consumo de Bebidas Alcoólicas:</i>	145
5.2.4.	<i>Projeto Fitness:</i>	151
5.2.5.	<i>Novos hábitos alimentares:</i>	158
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	167
7.	REFERÊNCIAS.....	174
	ANEXO 1 – RESUMO APRESENTADO NO EVENTO SABORES & SABERES, 2020 .	190
	ANEXO 2 – RESUMO APRESENTADO NO CONGRESSO ONLINE DE EDUCAÇÃO EM ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO (COEAN), 2020	191
	ANEXO 3 – XLIII JORNADA GIULIO MASSARANI DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, TECNOLÓGICA, ARTÍSTICA E CULTURAL.....	193
	ANEXO 4 – FESTIVAL DO CONHECIMENTO UFRJ - FUTUROS POSSÍVEIS 2020 (2021).....	194
	ANEXO 5 - ACERVO DE MEMES COLETADOS PELA PESQUISA.....	196

INTRODUÇÃO:

Essa dissertação tem como tema as negociações acerca dos sentidos e significados de práticas corporais e alimentares durante o início da pandemia da Covid-19. Para tanto, elegeu-se como objeto de estudo percepções sobre os memes circulantes nesse período, cuja análise se dá a partir de seus conteúdos risíveis em sua interface com a sociedade midiaticizada, na qual nos propomos a verificar se e de que maneira o corpo, empregado em um sistema informacional e distintivo característico também da sociedade de consumo, presta-se ao humor como tática de enfrentamento do contexto pandêmico no Brasil.

Essa proposta de pesquisa foi articulada no Laboratório Digital de Educação Alimentar e Humanidades da Universidade Federal do Rio de Janeiro (LADIGE) no Programa de Pós-graduação em Nutrição, do Instituto de Nutrição Josué de Castro (INJC) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) inscrito no Diretório de Pesquisa do CNPq. Assim, essa dissertação é parte do projeto guarda-chuva: “Cultura contemporânea como espaço social interativo de práxis para educação alimentar”, que tem como objetivo aprofundar o conhecimento sobre a experiência humana em alimentação, problematizando modelos explicativos de *práxis* de Educação Alimentar e Comunicação com teorias das ciências humanas aplicadas às metodologias de cunho qualitativo para análise crítica.

O interesse no desenvolvimento dessa pesquisa foi oriundo da observação do grande volume de memes circulados em redes sociais sobre mudanças corporais experimentadas pouco depois a situação causada pela Covid-19 ter sido elevada à categoria de pandemia, ainda em março de 2020. A rotina desorganizada, a mudança no ritmo de atividades, o estresse gerado pelo isolamento social e suas consequências imediatas e de longo prazo levaram a preocupações generalizadas, sobre vulnerabilidade, excessos e ganho de peso, materializadas (via humor) nesses memes. Segundo o estudo realizado pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas, postagens contendo debates de humor e memes totalizavam 42% das reações sobre o novo Coronavírus nas redes sociais no mês de fevereiro daquele ano (FGV DAPP, 2020). Nesse cenário de instabilidade, o grande compartilhamento de conteúdo de humor parecia contraditório e nos chamava a atenção para suas possíveis motivações. Afinal,

por que e para que alguém compartilharia um meme informando que está comendo mais e conseqüentemente ganhando peso? Ademais, por que esse fenômeno foi considerado engraçado?

Nas últimas décadas, os memes se firmaram como uma manifestação cultural cotidiana no meio virtual, potencializados pela facilidade e velocidade com que podem ser produzidos, modificados e replicados na internet. Sendo assim, entendemos que identificar e discutir os gatilhos postos nos memes para produção do humor podem nos dar pistas para compreensão da cultura contemporânea (MARTINO, 2015) e, no escopo dessa pesquisa, para os sentidos do corpo em transformação durante o contexto de pandemia. Entretanto, para realizar a análise desses materiais se faz necessário resgatar seu contexto histórico e social.

Na sociedade contemporânea, a construção dos sentidos e significados atribuídos ao corpo é fruto de crescente valorização do corpo magro e pressão cultural para o emagrecimento, que geram insatisfação corporal crônica, principalmente para o público feminino (SACRAMENTO, 2018). Enquanto a cultura *fitness* é amplificada pelas redes sociais, as mídias parecem colaborar para manutenção da perpetuação de atitudes estigmatizantes com indivíduos obesos (ARRUDA, 2019).

Essa insatisfação crônica se dá não só em relação ao corpo, mas engloba diversas dimensões de percepção individual. Para o autor Byung-Chul Han (2017), esse efeito é reflexo do sistema capitalista neoliberal. Nele, a concorrência é livre. Porém nem todos saem vencedores. O fracasso, seja social, financeiro, psicológico, afetivo, ou de qualquer outro aspecto que o mercado faça parecer suficientemente relevante, é, portanto, encarado como falha moral. Pois, nesse sistema, a lógica hegemônica é que “todos podem”: “basta querer”, “querer é poder”. A este efeito o autor denomina como positividade, porém uma positividade violenta que não reconhece limites e faltas. Nessa lógica, o correto é “trabalhar enquanto eles dormem” com bastante “foco, força e fé”, pois “quem acredita sempre alcança”. Han (2017) ainda aponta que os indivíduos inseridos nessa dinâmica não se percebem como explorados, culpando-se e se cobrando por alta performance, de forma que a positividade entrega aos indivíduos o poder para autoexploração e autorresponsabilização. Assim, quando a prática de aprimoramento pessoal é refletida na busca de um corpo idealizado, a moral recai sobre o sujeito que não alcança o padrão imposto socialmente.

Quando pensamos no contexto pandêmico, inevitavelmente nos lembramos de como estar em casa, em isolamento, potencializou o esgotamento físico e psicológico já enfrentado. Na população brasileira os sintomas de ansiedade e depressão foram os mais relatados (SCORTEGAGNA, et al, 2022). Dentre a população adulta e idosa, jovens adultos foram os

mais afetados, o que parece se relacionar à quantidade de informações sobre o vírus circuladas nas redes sociais. Em relação aos idosos, a saúde física e mental e o bem-estar foram ótimos para a maioria dessa população, entretanto, o isolamento para aqueles que moravam sozinhos trouxe mais efeitos psicológicos negativos e problemas de sono (GOODMAN-CASANOVA et al., 2020). Ademais, trabalhadores essenciais no Brasil apontaram altos índices de ansiedade e depressão concomitantes, abuso de bebidas alcoólicas e alterações no sono (DE BONI, et al, 2020).

Tal cenário nos faz refletir se o isolamento social modificou a forma como os sujeitos se autorresponsabilizam pela manutenção de um corpo saudável. Indo além, cabe questionar se e de que maneira os discursos de promoção de saúde que elegem um único padrão corporal “normal”, tanto por profissionais de saúde, quanto pelas mídias, funcionaram como uma imposição moral para o trabalho corporal e como a sociedade lidou com essa questão durante a pandemia.

Em um momento em que o uso das mídias digitais se tornou ainda mais frequente na vida cotidiana, os conteúdos nelas circulados, além de expressarem relações sociais, configuram-se como uma brecha para melhor compreensão das transformações nos modos de vida e de comensalidade da sociedade durante o período da pandemia. O como, o quando e o porquê se come se articulam com os discursos, justificando a construção do objeto de pesquisa na interface entre Nutrição e Comunicação.

A comensalidade, vai além do padrão alimentar ou do que se come; ela diz respeito principalmente a como as refeições são compartilhadas e como o ato de comer é realizado. Envolve uma série de elementos que moldam a estrutura da nossa vida social diária, incluindo as partes mais íntimas e comuns dessa vida (MOREIRA, 2010). A interação social se manifesta na maneira como compartilhamos e desfrutamos de refeições em conjunto, e é exatamente nesse contexto que as mudanças nos nossos hábitos alimentares e na nossa forma de compartilhar refeições durante a pandemia ganham um significado especial e merecem ser estudadas de perto.

O campo da Alimentação e Nutrição não se configura, nessa perspectiva, como único lugar de troca de saberes, já que suas práticas profissionais, como-aconselhamento e dietoterapia estão midiaticizadas. Para nos apropriarmos de novas tecnologias de informação, precisamos conhecê-las. Assim, a elaboração dessa pesquisa responde a uma demanda da produção acadêmica e científica para compreender a disseminação e troca de informações relevantes para o campo da Alimentação e Nutrição. De acordo com Sahlins (2003), a função social da ciência é definir a própria sociedade, definir a si mesma e se construir. Portanto, para o cumprimento

do compromisso no enfrentamento de questões sociais, justifica-se o aprofundamento da análise dos processos comunicacionais próprios de nossa cultura na interface com corpo e consumo alimentar.

Nesse sentido, nosso ponto de partida é a hipótese de que rir do próprio ganho de peso seria uma forma de aliviar as pressões sofridas pelo cotidiano dentro do contexto da pandemia. Porém, também poderia, por meio do reconhecimento do padrão estético magro como adequado, reforçar estigmas corporais e sociais já arraigados em nossa sociedade. Para compreender esse fenômeno e seu contexto, apoiamo-nos no estudo interdisciplinar entre Comunicação, Alimentação e Nutrição para observação dos memes como mensagens em mídias sociais capazes de espelhar questões subjetivas das percepções corporais e da comensalidade.

Nesse sentido, buscando um canal de troca de saberes e encontros de sujeitos, observou-se nas redes sociais a utilização de postagens cômicas como recurso comunicativo. Durante esse processo, fez-se fundamental o aprofundamento no estudo das formas de produção do risível, identificando assim, as formas, os motivos e os alvos mais comuns do riso, com o destaque para o contexto brasileiro.

Nos próximos tópicos da introdução, apresentamos os impactos da pandemia de Covid-19 no acesso e utilização da internet. Em seguida situamos essa discussão na sociedade midiaticizada, onde os memes são produzidos e circulados. A partir de suas especificidades, conceituamos o que é memética para abordar a questão do consumo dos memes no ambiente digital e sua relevância como prática social no contexto brasileiro. Neste percurso, retomamos a potência do consumo como sistema de informação e de valor e como prática para construção identitária, distinção e pertencimento. Somente a partir dela podemos tomar os memes como modo de ver e ser no mundo pandêmico, para verificar se e de que maneira a hegemonia do corpo saudável se prestou ao riso nesse período e quais seus possíveis efeitos.

Em seguida à apresentação da Introdução, a dissertação se organiza em: Percurso Metodológico; Fundamentação Teórica; Resultados e Discussão e Considerações Finais. No Percurso Metodológico detalhamos o processo de construção do objeto e sua localização temporal; elegemos a análise de Discurso de Linha Francesa para análise dos dados coletados, justificando a escolha técnica dessa metodologia. Na Fundamentação teórica, apresentamos o conceito do risível e propomos a aplicação da teoria do filósofo Henri Bergson (2017, 2018) e os estudos de McGraw e Warrem (2010; 2014; 2016; 2020) como norteadores para análise. Os conceitos de insensibilidade, de mecanicidade e do riso (como correção de comportamentos desviantes) e do riso como mecanismo de sinalização para uma violação benigna, nos auxiliaram à compreensão das formas de produção do humor e suas subjetividades nos memes

coletados. Analisaremos essa produção com suporte dos conceitos de Sociedade do Desempenho e violência do positivo, do filósofo coreano Byung-Chul Han (2017), visando entender os efeitos da autorresponsabilização dos sujeitos para manutenção (ou flexibilização) de uma boa-forma. Nos Resultados e Discussão, apresentamos os memes coletados subdivididos em categorias de análise correlacionando os achados com o referencial teórico. Ao final, sintetizamos os principais achados e propomos novos horizontes para a pesquisa no campo da Nutrição.

1.1 O impacto da pandemia no acesso à internet

O início da pandemia da Covid-19 em 2020 e o isolamento social como medida decorrente dela acarretam modificações abruptas no cotidiano de pessoas em todo o planeta. A Síndrome Respiratória Aguda Grave Coronavírus-2 (SARS-CoV-2) possui como fatores de risco: a idade, a presença de doenças crônicas como Diabetes Mellitus tipo 2, Hipertensão Arterial, doença respiratória crônica, câncer ou obesidade (ZHOU et al, 2020; SIMONNET, 2020).

Devido à grande transmissibilidade do novo Coronavírus, medidas como distanciamento social, fechamento de estabelecimentos, cancelamento de eventos com grande público e quarentena foram instituídas ao redor do mundo para conter a curva epidêmica e minimizar os efeitos do vírus no sistema de saúde, na morbidade e na mortalidade. Isso porque um grande contingente de indivíduos infectados e adoecidos ao mesmo tempo representaria um risco de sobrecarga para o atendimento de doentes, gerando estrangulamento do sistema de saúde e elevando significativamente a letalidade da doença. Em abril de 2020, a Grande São Paulo já apresentava 80% dos leitos de UTI ocupados por pacientes com Covid-19. Essa situação podia ser observada também em outros estados: mesmo com a abertura de mais leitos, as taxas de ocupação seguiam elevadas (BORGES; BITAR, 2020; PITOMBO, 2020).

No Brasil, as normas de distanciamento social provocaram o fechamento de escolas, universidades, parques, negócios não essenciais e igrejas. Com isso, milhares de brasileiros, passaram por mudanças significativas em suas rotinas e hábitos sociais. Neste contexto, diversas atividades passaram a ser feitas parcialmente ou exclusivamente em formato virtual. Por exemplo, durante o primeiro mês de distanciamento, as compras por aplicativos cresceram 30% no País, incluindo a categoria de alimentos.

De acordo com pesquisa do Instituto Locomotiva (2020), 15% dos brasileiros informaram que não compravam alimentos em plataformas online, mas passaram a fazê-lo com o isolamento. Com relação aos pedidos de delivery de comida, 10% adotaram a prática nesse

período e 25% intensificaram o uso desse serviço. A procura por serviços online transformou rapidamente a forma de ser e pertencer a um mundo mediado por dispositivos digitais. Isso implicou a expansão da utilização da internet por brasileiros, mas também a intensificação do hiato digital no País (BOND, 2020).

O acesso à internet pela população brasileira já vinha crescendo nos últimos anos, segundo a pesquisa desenvolvida pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC.BR, 2022), entre 2017 e 2019, mais 11 milhões de domicílios passaram a ter acesso à Internet, mas sem computador, sendo o telefone celular o equipamento mais utilizado para a realização dos acessos. No período de 2019 a 2021 esse crescimento foi ainda maior, principalmente na faixa etária de 45 a 59 anos (70%) e de 60 anos ou mais (80%). As diferenças nas formas de acesso impactam no tipo de atividades que os indivíduos desenvolvem nas redes, por exemplo, aqueles que acessaram a Internet por múltiplos dispositivos realizaram atividades culturais, escolares, de trabalho e de governo eletrônico pela Internet em maior proporção que os que acessaram a rede somente pelo telefone celular. Outro dado interessante é com relação ao comportamento online do brasileiro. Segundo a pesquisa Cetic.br (2019), o compartilhamento de textos, imagens, vídeos ou músicas na Internet (73%) foi mais comum entre usuários de Internet brasileiros do que a postagem de conteúdo próprio (36%), o que reforça a relevância da observação de memes como forma de expressão online.

No período de 2019 a 2021, também se modificou o perfil das atividades realizadas online, em relação à pesquisa anterior, cresceu o número de pessoas que acompanharam transmissões de áudio ou vídeo em tempo real (+12%), o usaram redes sociais (+5%) ou conversaram por chamada de voz e vídeo (+6%), hábitos que se tornaram rotina durante a pandemia (CETIC.BR, 2019; 2020; 2022).

Nas análises elaboradas pelo Cetic.br no ano de 2021, foi possível identificar um aumento significativo no acesso à internet em todas as classes sociais. Para as classes DE o crescimento foi de 11% no período entre 2019-2021. A pesquisa indicou ainda aumento significativo de acesso nos domicílios de áreas rurais (+20 pp) e urbanas (+8 pp) no período de 2019 a 2021. Apesar disso, indivíduos de áreas rurais, com menor renda e escolaridade e mais velhos, seguem com uma grande desigualdade tanto na frequência como na qualidade e na forma de acesso à internet (PAINEL TIC – COVID19, 2020; 2022). Em 2021, 138,8 milhões de brasileiros utilizaram a internet todos os dias ou quase todos os dias, entretanto, 35,5 milhões seguiam como não usuários. Esses dados nos chamam atenção para o grande abismo social e seus efeitos para a utilização de mídias sociais como estratégia de saúde.

Dessa forma, compreendemos que o estudo dos memes compartilhados em redes sociais durante esse período representa apenas parte da realidade brasileira, com uma determinada faixa etária e classe social, podendo potencializar determinados discursos enquanto silencia outros.

1.2. Sociedade Midiatizada

Em um mundo globalizado com constantes avanços em tecnologias e intensas transformações sociais, políticas e culturais, o acesso a informações é cada vez mais ágil e facilitado. Em relação aos outros meios de comunicação, a internet se destaca, desde que veio a público em 1991, sua evolução com a passagem para a Web 2.0 permitiu um maior compartilhamento de conteúdo de forma rápida e interativa. Essa transformação, por sua vez, gerou novos canais e uma pluralidade de informações em circulação (RECUERO, 2009). Além disso, há a disposição voluntária para esse compartilhamento e interação que configura uma cultura participativa viabilizada por e característica da Web 2.0 (SHIRKY, 2011).

A transmissão cada vez mais rápida de informações possibilita o desenvolvimento de uma rede virtual que nos interliga globalmente. A sofisticação dos meios eletrônicos potencializa não somente o processo comunicacional humano existente nessa rede. Segundo Gomes (2016), a sofisticação tecnológica amplamente utilizada por indivíduos desde a mais tenra idade, cria um ambiente que determina o modo de ser, pensar e agir em sociedade. Esse ambiente, impulsionado pela virtualidade digital, é designado na área da Comunicação como “Sociedade em Midiatização”.

Apesar de dispormos de uma abundância de dispositivos de comunicação, como smartphones, tablets, computadores, entre outros, para Han (2018), lidamos com a pobreza de olhar. Isso acontece porque a imagem reproduzida a partir das telas seria incapaz devolver o olhar, havendo assim uma pobreza na comunicação ausente de corporeidade e tatilidade. Em uma videochamada por exemplo, não é possível olhar um ao outro, pois quem olha para a câmera, quando visto por outra pessoa, parece olhar para cima, em um desencontro marcante do vácuo espacial. Haveria assim apenas um agente na ação, “através do smartphone o outro não fala” (HAN, 2018). Na eficiência e comodidade da comunicação digital, exacerbada e incentivada durante o isolamento social decorrente da pandemia da Covid-19, reside a evitação do contato direto com pessoas e corpos reais. Destarte, a imagem de um corpo é desassociada do humano e, com a ausência da tatilidade, ocorreria a totalização do imaginário, sob o real e o simbólico.

Han (2018) ainda aponta que, no processo de perda do olhar, o *touchscreen* permite uma manipulação indiscriminada da imagem de outrem, de maneira que, é possível pinçar, aumentar detalhes e descartar com os dedos. Logo, podemos compreender que o distanciamento experimentado no ambiente digital cria um deslocamento entre o corpo e o indivíduo, quando esse é representado em imagem. No sistema de produção de memes, podemos observar um comportamento semelhante quando diversas vezes são utilizadas fotografias de indivíduos, amplamente conhecidos ou anônimos, retirando-as de seu contexto original e/ou as editando para transformar proporções corporais, fisionomia, tons de pele e cabelos e assim por diante.

Nessa visada, compreendemos que essa dinâmica só é possível pela ausência de uma contraposição limitante; ou seja, a virtualidade, ao descolar o indivíduo de sua imagem, permite a edição e transformação dessa, de maneira que, a imagem do corpo ali representado passa a receber novos sentidos e significados. Essa será uma perspectiva teórico conceitual encabeçada por HAN, embora não seja a única possível, foi cunhada como sustentação prévia para a análise de discurso.

1.2.1. Mas afinal, o que é um meme e qual sua função na Sociedade Midiatizada?

Na linguagem dos internautas, o termo “meme” é aplicado para descrever a propagação de itens de conteúdo, piadas, vídeos ou sites de uma pessoa para outra através da Internet (SHIFMAN, 2013). Apesar de o termo ser correntemente utilizado em referência a mensagens compartilhadas na internet, sua origem é anterior ao surgimento dela e está correlacionada à biologia. O termo foi utilizado pela primeira vez pelo cientista Richard Dawkins em seu livro “O gene egoísta”, de 1976. Nele, Dawkins compara a evolução cultural à evolução genética. Seu conceito aponta os memes como forma de propagação e transformação de ideias entre seres humanos. Nessa perspectiva, o meme seria o “gene” da cultura, perpetuando-se através dos indivíduos, seus replicadores. Ao nomear este replicador cultural, Dawkins (2007) utilizou-se da palavra *mimesis*, do grego (*μίμησις*), que significa imitar. O termo meme, então, surge da abreviação de mimeme, que seria o equivalente linguístico ao replicador genético.

Assim como os genes são transmitidos por processos genéticos, um meme se refere a uma ideia que é transmitida por imitação. Considerando que a cultura também passava por um processo de evolução, Dawkins supôs que ela compreendia algo semelhante ao processo de seleção natural. Seguindo a teoria Darwiniana, os memes também disputariam entre si por sobrevivência, permanecendo os melhores adaptados (BLACKMORE, 2000; RECUERO, 2008; HORTA, 2015; MARTINO, 2015). Para exemplificar memes, o autor elenca “melodias,

ideias, slogans, as modas no vestuário, as maneiras de fazer potes ou de construir arcos”. Por conseguinte, as unidades de replicação seriam hábitos e comportamentos constituintes do que ele chama de “caldo cultural”.

Ao realizar o paralelismo com a genética, Dawkins (2007), sustenta a hipótese de que, da mesma maneira que os genes propagam de um corpo a outro no processo de reprodução de seres vivos, os memes se difundem saltando de cérebro para cérebro, em um método de imitação. Logo, semelhantemente à forma como os genes se utilizam da estrutura corporal, como máquina capaz de garantir sua sobrevivência, os memes usam cérebros como veículos. Nesse sentido, não só o corpo humano pode ser considerado meio para os memes, mas qualquer artefato capaz de carregá-los. Porém, o espaço desses veículos seria limitado, necessitando de disputa para sobrevivência (HORTA, 2015).

Em vista disso, para que um meme sobreviva aos desafios impostos pelo ambiente cultural, às vezes, faz-se necessário submeter-se a certas estratégias, para superar as adversidades, conquistar espaço nos veículos e ganhar circulação. Recuero (2009), propõe uma classificação em quatro critérios, sendo esses: fidelidade, longevidade, fecundidade e alcance.

- a. A fidelidade diz respeito à capacidade do meme ou do gene de gerarem réplicas mais similares possíveis à unidade memética. Enquadram-se nesta categoria os memes: replicadores, possuem a característica de não sofrerem muita variação e serem fiéis à cópia original; metamórficos, correspondem a memes que são totalmente alterados e reinterpretados enquanto são compartilhados; ou miméticos, se adaptam ao espaço onde estão sendo propagados, mas permanecem com a mesma estrutura.
- b. A longevidade diz respeito à capacidade do meme resistir ao tempo. Enquadram-se nesta categoria os memes: persistentes, permanecem sendo compartilhados por muito tempo; ou voláteis, possuem um curto período de “vida” e são logo esquecidos.
- c. A fecundidade se refere à capacidade de difusão de um meme, ou seja, sua capacidade de propagação. Enquadram-se nesta categoria os memes: epidêmicos, espalham-se amplamente por várias redes como uma epidemia; ou fecundos, espalham-se por grupos menores e/ou por poucas redes.
- d. O alcance diz respeito aos memes: globais, que alcançam pessoas e grupos que estão distantes entre si dentro de uma determinada rede; ou locais, são propagados por pessoas que estão mais próximas e que interagem com mais frequência.

O campo da memética, brevemente exposto, oferece recursos interessantes para refletir a cultura como algo que supera o limite temporal da existência individual. Os memes necessitam do Homem para se replicar. Entretanto, ao mesmo tempo, eles podem sobreviver, perpetuando-se na cultura.

O que entendemos atualmente como meme está intrinsecamente relacionado às mídias, à expressão de um conjunto de valores e significados, não podendo ser delimitado como um formato único. Eles podem ser definidos como vídeos, frases, *hashtags*, fotolegendas, tirinhas, montagens, entre outras manifestações, os quais podem passar por uma edição direta de quem os compartilha (MARTINO, 2015, HORTA, 2015).

Devido à sua simplicidade, os memes de internet são facilmente criados e compartilhados. A maior parte deles é criada utilizando ferramentas de cortar-copiar-colar e adição de texto. Com a facilidade de manipulação digital e divulgação de conteúdos na Internet, eles encontram nas mídias digitais um espaço favorável para seu desenvolvimento, replicação e transformação. Esses conteúdos são marcados por processos constantes de alteração e apropriação a partir da prática de recombinação. Ainda assim, é possível reconhecer uma estrutura comum, mesma figura ou mesma legenda em uma sequência de recombinação.

O ciberespaço, por conseguinte, se configura como o ambiente ideal para surgimento e replicação de memes, visto que ele é um espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores, no qual é possível a reunião de relações sociais, produções artísticas e intelectuais dos seres humanos (MARTINO, 2015). São marcas distintivas deste espaço digital: a plasticidade, a fluidez, a precisão de envio de informações em tempo real, afora a interatividade, fundamental para produção e propagação de conteúdos na internet. Além disso, os memes refletem características da cultura na qual foram produzidos, funcionando, dessa forma, apenas em contextos específicos. Ao serem transformados e replicados, carregam em si informações do repertório cultural em que se deu esse processo, levando consigo informações sobre relações sociais, memórias, referências históricas, geográficas, econômicas e de aspectos conjunturais específicos. Dessa forma, como produtos culturais, não podem ser desvinculados das experiências sociais de seu criador (CHAGAS, 2015; SHIFMAN, 2013). Assim, podemos dizer que eles funcionam como uma “piada interna”. Isso porque, um conjunto de informações e crenças deve ser acionado para que ocorra o efeito cômico.

Os memes são, portanto, perpetuados em uma determinada cultura, pois possuem padrões cognitivos que potencializam os sujeitos a copiarem ideias e as popularizarem. Dessa maneira, podem ser tidos como centrais em uma sociedade, visto que empregam artefatos linguísticos e

imagéticos de reconhecimento no meio social, levando à constituição do que chamamos de cultura digital (RECUERO, 2008; 2014).

Recuero (2009), ao refletir sobre as características dos memes, indica que eles são capazes de circular valores fundamentais para difusão de informações, como autoridade, popularidade e influência. Além disso, os memes carregam uma intencionalidade na construção ou aprofundamento de um laço social. Um exemplo seria quando um indivíduo compartilha uma imagem acreditando estar fazendo uma ação positiva, pretendendo provocar felicidade no receptor. De maneira análoga, aqueles que compartilham mensagens informativas, pretendem auxiliar os receptores, além de se mostrarem bem-informados sobre o assunto. Portanto, podemos compreender que os usuários de redes sociais ao consumirem conteúdos com os quais se identificam tendem a se apropriar de seus valores constituintes. Assim, o compartilhamento de um meme não se trata apenas de um ato cordial de sociabilidade, mas de um consumo simbólico que reforça e constrói identidades.

Dessarte, desde a apropriação à circulação, os memes são produto do processo comunicativo no ambiente digital e meio para replicação de saberes nesse âmbito onde os sujeitos se encontram e ressignificam o mundo editado. Dessa forma, estudar os memes seria uma forma de analisar saberes compartilhados no meio digital, mas também a identificação e filiação a esses saberes.

1.2.2. Consumo de memes no ambiente digital.

Dado que essa pesquisa se propõe a analisar os memes ligados a práticas corporais e alimentares durante a pandemia da Covid-19, algumas reflexões conceituais sobre consumo são necessárias. No campo de Epidemiologia Nutricional, a avaliação do consumo alimentar apresenta papel fundamental para mensuração da ingestão de nutrientes e elaboração da melhor abordagem para tratamento dietético. Além disso, é base para o desenvolvimento de pesquisas que viabilizem o desenvolvimento de programas e políticas públicas (CAVALCANTE; PRIORE; FRANCESCHINI, 2004). Todavia, esse estudo pretende abordar as práticas de consumo por uma perspectiva simbólica e cultural, própria das Ciências Sociais e Humanas. Desta maneira, mobilizamos o consumo como fenômeno e como aporte teórico fundamental para a análise dos memes objeto dessa pesquisa devido à sua potência identitária. Isso porque, na sociedade contemporânea, nossa identidade elabora-se com base naquilo que consumimos de forma material e simbólica. Em outras palavras, o consumo é peça-chave para construção e comunicação da identidade de um sujeito.

Para Campbell (2006), o consumo é escolha impulsionada pelos nossos desejos, quando escolhemos, por exemplo, produtos que mais se alinham às nossas ideologias, ainda que elas não estejam claramente colocadas. Assim, um bem consumido funcionaria também como um estandarte, uma representação material daquilo que identifica o indivíduo. Além disso, as formas de consumo atuais estariam mais relacionadas à satisfação de vontades, do que a de necessidades, resgatando os sentimentos e emoções. O consumo se tornou um processo dinâmico que provoca a constante construção de uma consciência simbólica de identidade coletiva e individual, na qual nossa identidade seria definida em acordo com nossos desejos ou preferências. Logo, essa identidade não seria fixa, mas fluida, em permanente renovação (CAMPBELL; BACCEGA, 2010).

Na Antropologia, Douglas e Isherwood (2004) propõem que tudo o que se disponibiliza para o consumo (aqui não se incluem apenas transações que envolvam dinheiro) funcione como um depósito recheado de significados referentes à cultura na qual estão vinculados. Além disso, o significado apreendido a partir dos bens é gerado também pela concordância do coletivo, ou seja, por um conjunto de outros consumidores imersos em um universo de valores. Neste sentido, o consumo é estruturante em um sistema informacional e de valor. Nele, os bens consumidos ao mesmo tempo em que fornecem comida e abrigo, sendo fundamentais para subsistência, também formam e mantêm relações sociais, dando visibilidade e estabilidade às categorias da cultura.

Bragaglia (2010) sistematiza essas múltiplas funções do consumo ao refletir sobre suas motivações:

- 1) busca da satisfação de necessidades diretamente ligadas à funcionalidade dos produtos;
 - 2) busca de prazer emocional sem papel de comunicação social;
 - 3) busca de prazer emocional por meio do uso das mercadorias/marcas como comunicadores sociais (à última estariam ligadas a motivações mais específicas de comunicar status – seja no intuito de “distinção” visando à “competição” com alguém, ou de “inserção”, visando ao reconhecimento de alguém – e ainda, de comunicar mensagens a outras pessoas sem objetivos de competição ou ingresso em um grupo)
- (BRAGAGLIA, 2010. p.109)

Baccega (2010) aponta que, a partir de códigos estruturados e estruturantes de consumo, seria possível ainda compreender vários efeitos dos sentidos e significados que atravessam as relações sociais. Dessa forma, o consumo orienta códigos de identidade dos indivíduos, seu local na hierarquia social e o quanto de poder concentra. Mesmo que o consumo atenda a uma necessidade objetiva de se alimentar, por exemplo, essa também será reconfigurada, ressignificada culturalmente de acordo com subjetividades e sensibilidades. Assim, o mesmo

deverá ser observado neste estudo como processo cujo objeto em questão como bem adquirido se articula com o sujeito participa se envolvendo ativamente no bem adquirido, através do qual busca constituindo sentido de identidade. Desta maneira, os bens são providos de valores criados socialmente que expressaram categorias e princípios, além de cultivar ideias, fixaram e sustentaram estilos de vida ou mudanças.

O conteúdo compartilhado na forma de memes deve ser equiparado a bens providos de valores no contexto sociocultural em que são propagados. Seu consumo presta-se ao processo de construção identitária, ao assumir as funções de: identificação, concordância com a informação ali contida e afirmação como pertencente a um determinado grupo. Eles propagam padrões identitários, códigos de pertencimento, estilos de vida, elementos que se estabelecem e mantem relações, especialmente sustentados pelo valor da subjetividade (BARCELLOS, et al. 2016).

Neste sentido, ao se compartilhar um meme em uma rede social, quem o envia e quem o recebe consomem mais do que apenas humor. Internautas curtem, postam e compartilham conteúdos que consideram interessantes, que refletem suas impressões sob determinado assunto ou que os afetam de alguma forma. Sendo assim, os memes replicados são modo de expressão e também uma forma de entender o que nos cerca, funcionando como ferramenta de compreensão de fatos e leitura de mundo (CHAGAS, 2015; HORTA, 2015).

É a partir desse enquadramento que essa pesquisa elege os memes como modos de compreensão e expressão no mundo e seu consumo como ponto de partida para investigar se e em que medida a hegemonia do corpo magro (ARRUDA, 2019) foi renegociada durante o contexto da pandemia da Covid-19. Em outras palavras, perguntamos do que se riu nesse período e as consequências para o consumo e hábitos alimentares enquanto práticas e código. Essa discussão se dá a partir de valores e práticas locais. A seguir, faremos uma breve contextualização do humor na cultura brasileira a fim de fundamentar essa renegociação com um aspecto de crítica, e de mostrar resistência pertinente ao contexto local.

1.3. Piada de brasileiro: o humor em rede no contexto local

Muito antes dos memes na internet, o humor já funcionava como mecanismo de protesto, estando associado à própria identidade nacional. Lunardi e Burgess (2020) defendem que o humor pode funcionar como fonte de alívio de tensão coletiva perante os desafios sociais diários, como fome, corrupção e violência. O brasileiro ri do infortúnio – ou, como diz uma

expressão brasileira, “ri para não chorar” – não apenas como forma de alívio emocional, mas também como forma de retratar a realidade brasileira.

Os primeiros jornais e revistas passaram a ser produzidos no Brasil apenas após a chegada da família real portuguesa em 1808. No século XIX a leitura era privilégio para poucos, logo, os jornais criaram revistas ilustradas utilizando principalmente o humor para se comunicar com a população mais pobre (VERGUEIRO, 2011; TELLES; SOARES, 2016). O humor possibilitava que os periódicos criticassem a família real, além de fornecer maior liberdade que a imprensa oficial. Assim, o humor gráfico no país em seu início era fortemente atrelado a sátira política (D’OLIVEIRA, 2011). Publicações como *Semana Ilustrada*, *O Malho*, *O Mosquito*, *O Besouro*, *Revista Ilustrada*, tornaram-se literatura obrigatória nos círculos letrados e difundiam um modelo de imprensa que une crítica e bom humor (D’OLIVEIRA, 2011, VERGUEIRO, 2011).

Segundo Davis (2014), o humor burlesco é uma imitação grotesca do que se pretende ser digno ou patético. Ele articula elementos ironia e paródia ao utilizar inversão e crítica. As classes mais baixas se utilizam desse tipo de humor coletivo para rir do elitismo dominante (LUNARDI, 2018). Ele pode ser expresso de duas maneiras: baixo burlesco / caricatura – trata de um assunto sério de maneira excessivamente familiar; ou alto burlesco/paródia – trata de um assunto trivial de forma grandiosa (DAVIS, 2014). No século XIX, na América, era comum o estilo burlesco tópico, na qual a audiência ansiava por assistir a vida local representada nos palcos enquanto zombava das preocupações de classes sociais mais altas com a cultura e moda europeias. Para Lunardi (2018), tanto o baixo burlesco quanto o alto burlesco foram empregados para criticar a família real portuguesa e destacar a discrepância de realidades entre os cidadãos comuns e a alta sociedade.

Durante a *Belle Époque*, o povo brasileiro buscava definir sua identidade nacional. No período, o País acabara de se tornar uma república e sofria grandes mudanças sociais. Apesar das tentativas de intelectuais portugueses de retratarem a sociedade brasileira, não havia uma figura única do “brasileiro típico” ou do que significava “ser brasileiro”. Saliba (2002) descreve o país como cosmopolita e provinciano, moderno e antiquado, liberal e oligárquico. Nesse contexto de ambivalências, o humor se tornava mais apropriado que o discurso rígido da literatura formal. Por meio do humor, a sociedade brasileira compensava um déficit em relação aos sentidos históricos e se identificava, mesmo que as piadas pudessem ser consideradas como ‘ruins’ ou de ‘mau gosto’”. O riso também fornecia a ideia de pertencimento e identificação que a esfera política lhe subtraía (SALIBA, 2002).

Durante a ditadura militar no Brasil, entre 1964 e 1985, o humor burlesco era utilizado como forma de protesto, zombando de símbolos nacionais em um período em que o nacionalismo se impunha como representação de poder (TELLES; SOARES, 2016).

Por se construírem na esfera da comicidade, as charges escapam a certos posicionamentos discursivos, configurando, no nosso caso, uma *memória burlesca* da ditadura, como uma alternativa de representação que opera pelo escárnio, pela ironia, pela paródia (TELLES; SOARES, 2016. P.11).

Assim, como exemplificado na charge de Daniel Azulay (1968), o humor gráfico produzido durante o regime fala sobre o que não se pode falar, enfrentando situações de adversidade (censura, perseguição, prisão e, em alguns casos, assassinato) (TELLES; SOARES, 2016).



Figura 1: Daniel Azulay, CM, 06/04/1968¹

Para Telles e Soares (2016) essa facilidade para as charges escaparem da ordem do discurso oficial da ditadura seria possível devido ao seu caráter de convergência entre ficção, imagem e humor. Dispondo de ironia, o humor gráfico problematizava as questões da época.

No Brasil o humor é um dos principais meios para que classes mais baixas da população expressem suas preocupações, reafirmem ou desafiem o status quo criando mudanças radicais (RODRIGUES; COLLINSON, 1995). Além disso, o humor faz parte da expressão da cultura popular e representa como os cidadãos comuns enfrentam sua dura vida cotidiana, tendo um relevante papel político e social.

¹ - **Hemeroteca**. Disponível em: <http://hemerotecadigital.bn.br/acervo-digital/correio-manha/089842>

1.3.1. Brasileiros rindo online

Na faixa etária de 16 a 64 anos, o Brasil é o terceiro país que mais passa tempo conectado à internet (9h 56'), atrás apenas das Filipinas (10h 23') e da África do Sul (10h e 19'). Resultado disso é grande presença de brasileiros nas mídias sociais. O humor tem local importantíssimo na cultura popular brasileira, sendo marca recorrente nos discursos online circulantes nessas mídias. Durante a pandemia de Covid-19 não foi diferente. Artistas e anônimos compartilhavam suas experiências pandêmicas através dos memes (WE ARE SOCIAL, 2022).

A ideia de compartilhar piadas sobre um momento de tragédia ou fracasso não é motivo de consternação, mas sim orgulho para os brasileiros. Como já exposto, o fenômeno parece ter raízes anteriores aos recentes anos de crise econômica no Brasil, antes mesmo da internet a história era vista como uma série de fracassos e oportunidades perdidas.

Como destaca Bevins (2016), o povo brasileiro, ao contrário do estadunidense, não vê a história como uma sucessão de fatos heroicos. Reconhecemos e gostamos de destacar nossos fracassos com ironia, tanto é que mesmo após 6 anos da derrota do Brasil para a Alemanha seguimos fixados no “7x1”, que virou um meme e gíria que significa humilhação ou obstáculo. A forma brasileira de fazer humor na internet é tão distinta que estrangeiros frequentemente têm dificuldades em captar nossa ironia, considerando o comportamento como peculiar, bizarro, irritante ou agressivo (BEVINS, 2016, HEIM, 2012; FRAGOSO, 2015).

Esse modo de fazer piada “à la Brasil” comumente definido como “zoeira”, é analisado por Lunardi e Burgess (2020). Segundo os autores, o humor brasileiro sempre foi ambivalente, ao mesmo tempo que é libertador é também subversivo. Logo, a internet forneceu apenas mais uma plataforma de diálogo na qual os brasileiros continuam a utilizar piadas para debater questões políticas, sociais e culturais. Os memes, como criações próprias da esfera digital, frequentemente apresentam críticas sociais afiadas, que muito se assemelham com o senso de humor brasileiro “pré-digital”, permitindo uma nova forma de articulação da cultura popular nacional online (LUNARDI E BURGESS, 2020).

Em meados dos anos 2000, duas expressões tomaram a internet no Brasil “A zoeira não tem limites” e “*The zoeira never ends*”. Segundo Lunardi e Burgess (2020), essas frases eram mais utilizadas quando se faziam piadas sobre temas sensíveis, que não deveriam ser intencionalmente engraçados. O costume de retratar o próprio país de forma grotesca e irônica, reforçando fracassos como forma de orgulho, pode ser visto como uma marca do humor ambivalente tipicamente brasileiro praticado na internet.

Os brasileiros riem como resposta a situações caóticas, mostrando que rir é uma reação tipicamente brasileira aos problemas políticos. Nesse sentido, esse uso da Zoeira funciona como uma forma de protesto e construção da identidade cultural nacional. (LUNARDI; BURGESS, 2020. p.440)

Quando ocorre um aumento significativo no valor de algum alimento da cesta básica, por exemplo, basta uma rápida busca na internet para encontrar diversos memes a respeito do tema. Como em setembro de 2020 quando houve aumento de 320% do preço do quilo do arroz, os jornais noticiavam a resposta da população por meio dos memes compartilhados principalmente no Twitter.



Figura 2 - Meme Nazaré com arroz

Troco por carro ou terreno.
Interessados chamar no Messenger!
Obrigado 😊



Figura 3 - Meme cesta básica

Brasileiros utilizaram o episódio para rir, tratando o evento como absurdo. A foto da personagem Nazaré Tedesco² fugindo com bebê foi editada para que ela fugisse com um saco de arroz roubado, já no outro meme,³ arroz, feijão e óleo são comparados ao valor de um carro

² Nazaré Tedesco é uma personagem fictícia da novela "A Senhora do Destino," interpretada por Renata Sorrah. O meme se refere à uma cena icônica da novela em que Nazaré sequestra o bebê de sua rival, Maria do Carmo, e é flagrada enquanto tenta escapar com a criança nos braços.

³ Disponível em: <https://extra.globo.com/economia-e-financas/alta-de-ate-320-nos-precos-de-itens-da-cesta-basica-como-arroz-gera-memes-nas-redes-sociais-24631029.html>. Acessado em: outubro de 2022

ou uma casa. Dessa maneira, os memes servem como uma forma de criticar um determinado sistema de valores ao apontarem sua falta de sentido.

O papel disruptivo do humor brasileiro durante crises de grande comoção nacional no passado se perpetua e ganha novas dimensões. Seu atual uso, aqui observado pela ótica dos memes, continua a fomentar críticas aos problemas sociais e políticos. Ao tratar suas adversidades como banalidades por meio da zoeira na internet, brasileiros encontram uma válvula de escape para expressar seus sentimentos, mas também uma forma de **resistência irreverente**.

Tendo isso em vista algumas perspectivas de estudiosos e teóricos sobre o riso e o risível, esse estudo se propõe a analisar se, e de que maneira, o corpo e a comensalidade durante o período da pandemia de Covid-19 se apresentaram como novos elementos de desconforto e de renegociações que os brasileiros expressaram por meio do riso com a memética. No próximo capítulo, apresentamos nossas escolhas e percurso metodológico e sistematizamos os objetivos da pesquisa.

2. PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO

O presente estudo foi construído através de uma abordagem qualitativa do tipo exploratória. A estratégia metodológica escolhida está situada na área das Ciências Humanas. Como as questões que pretendemos analisar possuem múltiplas e diferentes perspectivas, faz-se necessário um estudo interdisciplinar articulando saberes da Alimentação e Nutrição e da Comunicação, sendo essa uma estratégia eficaz para compreender, interpretar e explicar temas complexos (MINAYO, 2010). É na perspectiva da articulação do campo da Alimentação e Nutrição com esse arcabouço teórico-conceitual emprestado das humanidades que se constroem o problema e objetivos da pesquisa. Ainda que numa articulação interdisciplinar, o objeto de análise se apresenta delimitado por fronteiras e fundamentos para podermos avançar no aprofundamento da apropriação de sentidos dos memes analisados. Antes, porém, é preciso situar essa proposta a partir de um estudo anterior conduzido pela autora.

Trata-se de uma primeira aproximação com o campo da Comunicação e com o objeto de análise dessa dissertação, fruto do trabalho final da pesquisadora na disciplina "Tópicos especiais em alimentação, nutrição e saúde" (Corpo, comensalidade e subjetividade) realizada na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, no segundo semestre do curso de mestrado, no ano de 2020, ministrada pelos professores Francisco Romão e Shirley Donizete Prado. Nesta ocasião, objetivou-se: 1) conhecer os memes circulados durante o período da pandemia de Covid-19 por meio de uma coleta nas redes sociais; 2) categorizá-los em núcleos de sentido; 3) problematizar as categorias preestabelecidas através da Análise de Discurso.

Para compreender as formas de construção dos memes compartilhados em redes sociais, realizou-se um levantamento bibliográfico das discussões sobre memes de internet, mídias digitais e Tecnologias de Informação e Comunicação em Saúde. Essa revisão teve como objetivo atualizar e assimilar o estado da arte, implicando em uma prévia seleção nas bases de dados PubMed, Scielo, Museu de Memes e pelo estudo de trabalhos anteriores apresentados pelo LADIGE. Os primeiros resultados de análises foram apresentados em três eventos científicos, a saber: o 12º Sabores & Saberes -Evento UFRJ (set/2020), o Congresso Online de Educação Alimentar e Nutricional (dez/ 2020) e a XLIII Jornada Giulio Massarani de Iniciação científica, Tecnológica, Artística e Cultural (JICTAC 2020- Edição especial) – Evento UFRJ (mar/2021).

A proposta dessa dissertação é retomando os resultados dessa primeira análise e aprofundar e discutir a partir da interface com pressupostos teóricos do riso. Assim foi possível ampliar e aprofundar o debate sobre o contexto social do riso e suas possíveis funções aplicadas às práticas discursivas de memes na pandemia. Isso implicou verificar se e de que maneira a construção do corpo na contemporaneidade, com seus padrões de saúde e de beleza, foi flexibilizada ou reforçada pelo riso no contexto pandêmico a partir dos memes circulantes principalmente durante o período de isolamento social, quando observaram-se mudanças nos modos de alimentação. Para tanto, foi preciso reconhecer que essas negociações simbólicas, operadas por sujeitos imersos em uma sociedade midiaticizada na perspectiva de Han apresentada anteriormente, ganhavam materialidade e visibilidade a partir do consumo de memes e sua relação com a percepção da imagem corporal e o comer.

Destacamos as contribuições de dois autores nesse percurso de análise. A construção do corpo saudável e produtivo é abordada a partir da perspectiva de Byung-Chul Han (2017; 2018; 2020). O livro *No Enxame: Perspectivas do Digital* foi escolhido como apoio para a discussão das relações sociais em um ambiente de desconstrução da distância espacial ainda mais exacerbado no período de pandemia. Já o livro *Sociedade do Cansaço* foi fundamental para compreensão de como a oferta ilimitada de estratégias de aprimoramento pessoal oferecidas pelo mercado, associadas a cultura de positividade que diz que “querer é poder”, têm levado a sociedade atual à exaustão. Considerando que essa positividade, na visão do autor, nos frustra na impossibilidade da felicidade prometida, ela se torna tóxica e exaustiva. Ademais podemos observar como esse cansaço foi manifesto no período de pandemia de Covid-19 e quais os impactos dele sobre a alimentação dos indivíduos. A interface com Bergson (1983) permitiu um olhar aprofundado para a função social do riso.

O livro *O Riso: Ensaio sobre o significado do cômico* apresenta a teoria de como o riso pode servir como uma tentativa de correção de comportamentos divergentes, o que nos permitiu a observação dos memes como potenciais reforçadores de estigmas sociais. A comicidade ao mesmo tempo que evidenciava o problema, possibilitou também negociações simbólicas com a articulação do reconhecimento social do estigma com expressão crítica e inconformada gerando riso

A partir desse dispositivos teóricos, foi possível problematizar o corpus de análise onde o corpo e comportamentos desviantes materializados nos memes pandêmicos. Esses dispositivos guiaram a interpretação em relação à pergunta se eles se prestaram a reforçar ou flexibilizar normas de condutas, considerando-se os sentidos e significados implicados nos discursos e características específicas dos memes.

2.1. Delimitação do campo de estudo de memes

As análises e discussões ampliadas nessa dissertação foram construídas a partir da observação de memes de internet, no formato de imagens acompanhadas ou não de texto, que retratavam modificações corporais e de hábitos alimentares durante o período de distanciamento social. Para realização da análise de discurso do corpus da pesquisa foi fundamental a delimitação inicial do contexto social e temporal onde esses discursos foram observados. Na introdução foi inicialmente apresentado o contexto social com elementos dos usos e condições de uso digitalizado na ocasião da coleta dos memes, neste momento a



perspectiva se aprofunda em aspectos subjetivos.

Figura 4 – Meme Brasileiro, doenças e coronavírus⁴



Figura 5- Meme Protegida⁵

Werneck (2020) indica dois movimentos em registros temporais distintos para a onda de memes sobre a pandemia circulados no primeiro semestre de 2020. O primeiro movimento foi marcado por piadas que apontavam para tentativas dos indivíduos em compreender a quebra de rotina promovida pelo vírus, que era reconhecido ainda como algo distante originado na China. A informação básica nos memes era de minimização do seu risco, mas sobretudo traziam uma autocrítica à realidade brasileira: o País já convivia com desgraças demais, de tal forma que o Coronavírus não seria páreo para o povo brasileiro, como ilustrado pelo meme abaixo (Figura 4).

⁴ Disponível em: <https://ocp.news/entretenimento/curtas/estes-sao-os-memes-quem-tem-ajudado-os-brasileiros-a-enfrentarem-a-pandemia-de-coronavirus-com-muito-humor>

⁵ - Disponível em: <https://www.pinterest.es/pin/802133383623160890/>

Ainda após o primeiro caso confirmado de Covid-19, os memes seguiam a mesma tendência, até que, por fim, percebeu-se a gravidade da doença. Ao mesmo tempo em que se vivenciou uma fase de insegurança, a população passou a buscar informações na tentativa de entender melhor as proporções globais da pandemia. Na figura 5 temos a imagem de uma técnica de enfermagem que ao se cobrir completamente para ir ao trabalho se tornou um meme representativo da busca por proteção contra o vírus.



Figura 6- Meme vida acadêmica⁶

Com passar dos dias, o prolongamento das medidas de distanciamento social e suas consequentes transformações na rotina, fizeram com que o humor fosse aplicado como recurso para compor um novo conjunto de práticas discursivas críticas, fomentando assim o início do segundo registro temporal, no qual se passou a evocar a lógica do “rir para não chorar”, como exemplificado na Figura 6.

Com tônica crítica à resiliência, os indivíduos foram obrigados a aceitar o sofrimento inevitável, trazido pela reclusão, pela busca de um bem maior. O esvaziamento de atividades presenciais dava lugar a uma enxurrada de recursos digitais que tanto sobrecarregavam os meios já utilizados, como criavam recursos. As notícias nacionais e internacionais eram aterrorizantes, instaurando uma atmosfera de temor coletivo.

Como mecanismo compensatório, o consumo de alimentos aparecia em muitos memes neste momento como uma forma de procurar conforto ou de simplesmente passar o tempo.

⁶ Disponível em: <https://catracalivre.com.br/saude-bem-estar/memes-da-pandemia/>

Além disso, o recolhimento à casa aumentou as preocupações quanto ao sedentarismo. Por consequência, tornaram-se relevantes os memes que faziam graça com o possível ganho de peso durante o período de distanciamento social, como demonstrado na Figura 7. Esse meme, como tantos outros circulados no período, tinha como premissa que por ficarem isoladas em casa as pessoas comeriam mais e engordariam. A percepção desse fenômeno nas redes sociais e sua relevância social foram o ponto de partida para o desenvolvimento deste estudo.

Primeiro encontro de amigas
depois da quarentena 😊



Figura 7- Quadro Memes Encontro de amigas⁷

2.2. Objetivos e Hipóteses

2.2.1. Objetivo Geral

Essa pesquisa tem como objetivo compreender de que maneira os memes se prestam à expressão de negociações relacionadas ao corpo e à alimentação durante a pandemia de Covid-19.

2.2.2. Objetivos Específicos

⁷ Disponível em: <https://nlianecatarinasimioni.medium.com/o-peso-real-da-hist%C3%B3ria-quarentena-e-gordofobia-6f59380fe581>

A partir da análise do discurso dos memes relacionados à alimentação e ao corpo durante a pandemia de Covid-19:

- Verificar se e de que maneira essa produção reforça padrões estéticos e a normatização do corpo saudável.
- Verificar se e de que maneira esses memes reforçam a autorresponsabilização do sujeito pela manutenção de sua saúde.

2.2.3. Hipóteses

Nossa hipótese principal, partindo da perspectiva de uma sociedade de consumidores autocentrados, que se autorresponsabilizam pela manutenção de um corpo ativo considerando a positividade como elemento transformador, é que o compartilhamento de memes sobre mudanças corporais durante o período de distanciamento social seria uma forma de aliviar as pressões sofridas pelo cotidiano pandêmico por meio do riso.

A hipótese secundária é que o compartilhamento de memes sobre ganho de peso, por meio do reconhecimento do padrão estético magro como adequado, reforça estigmas sociais para indivíduos gordos.

2.3. Coleta de memes e corpus de análise

Os discursos evoluíram e se diferenciaram rapidamente durante a pandemia de Covid-19 no Brasil. A circulação de memes, que naturalmente é efêmera, também acompanhou essa tendência. Ou seja, conforme as preocupações em relação à pandemia se modificavam, o mesmo acontecia com conteúdos de humor. Assim, a temática de mudanças corporais e alimentares se esvaziou à medida em que as ações mais restritivas de circulação de pessoas e distanciamento social se abrandavam, ainda no início do segundo semestre de 2020. Considerando esse processo, a pesquisa é fruto de um recorte temporal restrito aos meses seguintes do início da pandemia no Brasil, e para tal, a coleta foi realizada durante os meses de abril, maio e junho de 2020.

Os memes que integram o corpus de análise dessa dissertação resultaram de uma chamada para coleta de memes no formato de imagens que envolvessem modificações corporais e/ou de hábitos alimentares durante o período de distanciamento social. A chamada foi compartilhada nas redes sociais de pesquisadores residentes da cidade do Rio de Janeiro - RJ, Brasil, tendo

tido circulado principalmente em grupos de nutricionistas e acadêmicos da UFRJ. Ao todo foram coletados 114 memes no espaço de abril a junho de 2020. Após refinamento e exclusão daqueles não relacionados ao tema do estudo, foram selecionadas 101 imagens.



Figura 8 – Chamada para Coleta

Cabe ressaltar que a coleta não identifica a origem dos memes e se dá a partir da observação de pessoas localizadas em sua maioria na cidade do Rio de Janeiro e com algum envolvimento com universidade, seja direta ou indiretamente. Apesar disso, acreditamos que as discussões oriundas dessa análise são pertinentes a outros contextos urbanos, visto que as tecnologias digitais facilitam o enredamento da sociedade contemporânea e proporcionam a formação de complexos conjuntos de significado, independentemente do espaço geográfico.

2.4 Análise de discurso dos memes: uma proposta global de discurso

Análise de discurso (AD) é um método que visa decifrar as intenções do discurso e vai ao encontro das pesquisas que analisam falas, gestos, escritas variadas e imagens, assim como a ausência deles, que também representa uma forma de estar com o outro e emitir informação sobre si (ORLANDI, 2020). No campo da Alimentação e Nutrição, ela tem sido cada vez mais utilizada nas pesquisas de cunho qualitativo, visto o desafio que é entender as escolhas contemporâneas sobre o comer e o que pensamos hoje sobre os cuidados de saúde, a comensalidade e o consumo alimentar. A sistematização discursiva de espaços da internet vem se consolidando no campo da saúde como estratégia para se compreender as relações entre o homem como um ser de linguagem e a sociedade. A estratégia metodológica seguiu os

princípios e procedimentos da AD, mas ampliando o escopo com aprofundamento de pressupostos teóricos sobre o riso para conectar com o contexto de mediação. Os sentidos e significados do risível se alternam, se reconstróem, se apagam no reconhecimento social de cada momento, de cada espaço onde esse risível se legitima.

Nosso intuito foi compreender as manifestações da linguagem presentes nos memes, considerando que ela é um jogo simbólico que vai além de uma leitura ingênua sobre a comicidade. A partir dos termos de Orlandi (2012), reconhecemos que esse jogo não é “solto” de um contexto histórico que cristaliza sentidos e memórias. Isso quer dizer que, mesmo que os contextos de onde emergem os discursos se modifiquem, os sentidos e significados terão uma interpretação lógica que vise a mútua compreensão entre os sujeitos.

De um lado, é na movência, na provisoriedade, que os sujeitos e os sentidos se estabelecem, de outro, eles se estabilizam, se cristalizam, permanecem. Paralelamente, se, de um lado, há imprevisibilidade na relação do sujeito com o sentido, da linguagem com o mundo, toda formação social, no entanto, tem formas de controle e interpretação, que são historicamente determinadas [...] Os sentidos estão sempre “administrados”, não estão soltos (ORLANDI, 2020, p.8).

Para apreender esse jogo entre o provisório e o estabelecido, elegemos a AD, que

(...) se apoia em uma longa tradição de estudos de textos, na qual a retórica, a hermenêutica literária ou religiosa, a filologia deixaram traços profundos, e sobre uma história muito mais curta, das ciências humanas e sociais, da psicanálise ou da filosofia. O desenvolvimento das pesquisas em AD tira grande proveito da confrontação de investigações que se baseiam em universos teóricos diversos (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p.14).

Os modos de vida estão em transformação e o que se propõe com essa metodologia é a compreensão daquilo que nossa sociedade estabelece com seus enunciados. Considerando a relevância da internet em nossa comunicação contemporânea, essa dissertação problematiza os discursos materializados nos memes. Trata-se de um estudo, segundo Van Dijk (1985. p.1,2), ‘do uso real da linguagem, por locutores reais em situações reais’ e, por isso, está ancorada em dois pilares: 1) o contexto, pois os discursos têm local e data que precisam estar delimitados; 2) perspectiva de análise, dispositivo teórico de AD sustentado por teorias de autores que fundamentam as possibilidades ideológicas do discurso no contexto em que foi analisado.

Nosso cenário envolveu, portanto, problemas de alimentação e condutas alimentares que se transformam de um tempo para outro. Como apresentado na introdução, o engordar e a comensalidade farta estão aqui problematizados com sua denotação de compulsão, adoecimento ou irresponsabilidade na contemporaneidade (ALVARENGA, et al., 2016). Porém é preciso

reconhecer que não foi sempre assim, apontando para uma construção sócio-histórica e cultural desse discurso. É no próprio discurso que nos esquecemos de outras possibilidades de discursos: em uma negociação entre o que é dito, não-dito, esquecido ou silenciado. Um exemplo é o corpo gordo, que já foi um prestígio na cultura popular da idade média e renascimento. No banquete de Rabelais, o comer e o beber “afugentam o medo e libertam a palavra” num encontro alegre e triunfal de profunda harmonia totalmente esquecido hoje. “Essa profusão ambulante dos bens terrestres gozava de um prodigioso sucesso junto ao povo. Gordo-Guilherme é a personificação da utopia alegre e universal do banquete” (BAKHTIN, 1993).

Assim, é na busca do entendimento das transformações intrínsecas a um contexto, incluindo permanências e mudanças naturalizadas neste primeiro momento de pandemia, que buscamos analisar a relação entre a linguagem que estava postada nos memes coletados e sua significação. Os discursos que permeiam efeitos de sentido nos textos meio às mensagens foram concebidos aqui como conjunto de imagens, enunciados escritos e intenções, e por isso, não são simplesmente um texto qualquer, mas um texto fruto de suas condições de produção e de recepção (ADAM, 1999, p.39). Dessa forma, observando os conteúdos que foram compartilhados e, portanto, previamente elaborados e escolhidos para replicação, acessamos o contexto cultural e o momento histórico de onde emerge essa produção.

A partir da análise dos memes coletados, observou-se que esses se distribuíam em núcleos de sentido (**Quadro 1**). A proposta dessa tipologia servirá de base para a análise dos efeitos desses consumos a partir da teoria social do riso, como proposta por essa dissertação. O universo midiático se apresentou difuso e caótico neste momento dificultando o recorte para o corpus. Assim, embora a quantificação não seja parte da AD, dimensionar os temas do conjunto de memes foi organizador para criação dos núcleos que iríamos trabalhar.

QUADRO 1 - MEMES ORGANIZADOS EM CATEGORIAS DE ANÁLISE

Categoria	Núcleos de Sentido	Número de memes
Percepções corporais e comensalidade	Comida como marcador de Rotina	8
	Consumo de bebidas alcoólicas	4
	Ganho de Peso e excessos alimentares	68

	Projeto Fitness	10
	Novos hábitos alimentares	11

Os memes não se apresentaram como textos individuais, ou seja, eles articulavam diferentes textos e contextos para provocar o riso. De semelhante modo, o risível esteve formado pela combinação de diferentes críticas sociais. Assim, um único meme, apesar de poder ser identificado por uma categoria temática não se limitou ao uso de apenas uma técnica para provocar o riso. Essa dissertação se propõe a observar esses artifícios e as suas possíveis implicações considerando a manutenção de padrões estéticos e a normatização de um corpo saudável (KRAEMER, 2014; BARROS, 2017; SACRAMENTO, 2018; DIAS, 2021), o reforço da autorresponsabilização dos sujeitos pela manutenção da saúde (HAN, 2017), o relaxamento de tensões (MORREALL, 2009; MCGRAW; WARREM, 2010; EAGLETON, 2020), e/ou na correção de comportamentos desviantes (BERGSON, 1983; GOFFMAN, 1986).

3. O RISO E O RISÍVEL

Para a análise dos memes proposta neste trabalho, faz-se necessário entender primeiro o riso e o risível: o que é o riso? O que nos faz rir? O que o riso conta sobre aquele que ri? Essas são perguntas norteadoras para a reflexão proposta ao longo deste capítulo, valendo ressaltar que a sequência gradual desses questionamentos não é irrefletida, já que ao analisar a essência do riso, devemos nos atentar ao agente (quem ri), ao objeto que provoca o riso e, claro, aos efeitos e desdobramentos que serão relevantes para sua compreensão. Apesar de parecer óbvio o significado de tais palavras, pois, como diversos termos das ciências humanas, atravessam o vocabulário geral, destacar essa diferença de perspectiva é importante para, mais à frente, traçarmos sua constância nas teorias que mobilizamos. Dito isto, partamos para o ato em si, o riso.

O riso pode ser objetivamente definido por seus aspectos fisiológicos e psicológicos como uma expressão sonora que provoca contração involuntária e coordenada de 15 músculos faciais, tendo por finalidade comunicar um sentimento humano (DA SILVA, 2010; SILVA NETO, 2010). Ele também pode ser visto como uma linguagem com variados dialetos: gritar, carcarejar, zurrar, bramir, piar, gargalhar, bufar. É possível rir entredentes, sarcasticamente, de forma ensurdecadora ou muito baixo. Todas essas são formas físicas de rir, expressam variedades de emoções e adequações a diferentes momentos sociais. O riso pode ser desencadeado pelo confronto com a própria natureza humana, sendo ele exclusivo da humanidade; pode ser efeito de um constrangimento ou mesmo denotativo de caráter.

Como aponta Eagleton (2020), apesar de o riso ser apenas um som sem sentido intrínseco (significante), ele é socialmente codificado, estando no limiar entre natureza e cultura. De forma que, “o riso representa o colapso ou a interrupção momentânea do simbólico – da esfera do significado ordenado e articulado, mas, em outro, jamais deixa de se apoiar nele” (EAGLETON, 2020). Logo, a não ser que nos façam cócegas - ou seja, por meio de um estímulo fisiológico - rimos de alguma coisa, e para isso se faz necessário contextualizar **esse ato**, mobilizar conceitos para analisá-lo e, **numa relação lógica de causa e consequência, compreender o que o provoca.**

Aquilo que nos provoca o riso, o risível, instiga grandes reflexões desde a Antiguidade, sendo objeto de estudo de vários campos como Literatura, Semiótica, História, Psicologia, Filosofia e Sociologia. Ao longo da história, diversos estudos foram feitos sobre o assunto, com textos que datam de 360a.C até a contemporaneidade. Como veremos, a compreensão acerca

de quais são os gatilhos geradores do riso varia ao longo do tempo. Assim como as culturas diferem entre si e se modificam com o tempo, as interpretações sobre o risível se diferenciaram, acompanhando seu contexto histórico-social. Em diversos momentos, o riso e a comédia, para empregar um termo geral, foram condenados como comportamentos pouco nobres ou até mesmo pecaminosos; em contrapartida, também podemos observar referências à comédia como movimento de protesto e resistência ao status quo de uma época.

Tendo isso em vista, esse capítulo se propõe a apresentar pressupostos teóricos do Riso e suas bases no pensamento ocidental. Apresentamos, portanto, um breve resumo sobre os variados olhares sobre este tema, tendo como ponto de partida a Grécia antiga. Esse percurso embasará a análise dos memes coletados no capítulo 5, quando dialogaremos com Bergson (1983) de um modo aplicado na AD pela relevância de sua abordagem social do riso e sua pertinência teórica e metodológica para a análise de memes proposta nessa dissertação.

3.1. Conceitos introdutórios

O risível e o riso são um campo do comportamento humano do qual fazem parte tanto o gênero cômico quanto o humor. Apesar de utilizados como sinônimos, humor e comicidade possuem diferenças **do ponto de vista terminológico para alguns teóricos**. Os primeiros que buscaram demonstrar as diferenças entre os gêneros do risível foram os românticos alemães. Ao refletirem sobre os conceitos de ironia universal e ontológica atrelados à arte clássica, propuseram, por exemplo, a ideia do humor como um tipo de comicidade capaz de expressar o mundo romântico e moderno (CARIGNANO; MENÉNDEZ, 2007). Alberti (2002) explica que a diferenciação ocorre também nas terminologias utilizadas na língua alemã e inglesa:

A tradição teórica alemã se divide em cômico (das Komische) e chiste (Witz), às vezes acrescentando-se lhes o humor (Humor). Das Komische em geral refere-se a ações, gostos ou expressões corporais, como os que se observam no teatro ou nas ruas, enquanto Witz diz respeito aos chistes e piadas. A recorrência do chiste como categoria capaz de encerrar uma especificidade é comum apenas às tradições alemã e inglesa, que dispõem de palavras para fundamentar essa diferença. O Witz alemão e o wit inglês remetem a uma especificidade ausente nas outras línguas, nas quais se fala do cômico em geral (ALBERTI, 2002).

Ritcher (1804) propõe ainda que, no humor, o que provoca o riso não é o indivíduo, mas sim a sua humanidade, ou seja, a identificação do espectador com a natureza humana. Assim o espectador ri também de si mesmo. Já no cômico, as ações do indivíduo provocam o riso (CARIGNANO; MENÉNDEZ, 2007). Essa distinção remete aos diferentes papéis que o

indivíduo, em sua posição de ser humano e social, pode assumir sob perspectivas alternadas, nas quais ele age, reage ou sofre, como alvo – rindo ou fazendo rir.

Freud também tratou das distinções entre os gêneros. Em seu livro “O chiste e a sua relação com o inconsciente”, conclui que o prazer do cômico se dá pelo gasto de um sentimento reprimido, ou seja, diante de uma situação constrangedora. Nela, o sujeito poupa o efeito de um sentimento desagradável através de uma piada ou chiste, ganhando, assim, o prazer humorístico. Na concepção freudiana, enquanto o riso no cômico advém do sentimento de superioridade perante a pessoa da qual rimos, no humor, a atitude humorística é dirigida a nós mesmos, assim o superEu sobre investido ri do eu (ALBERTI, 2002, CARIGNANO; MENÉNDEZ, 2007).

Apesar da distinção teórica e terminológica desses dois gêneros específicos, neste trabalho abordamos humor e comicidade como termos semelhantes, sem a distinção nas formas do risível. Essa abordagem nos permitirá observar de forma mais ampla o papel do risível nos memes estudados. Compreendendo que essas análises são subjetivas e que observaremos o meme independente do receptor diretos, não há como inferir se os memes postos em jogo são para o sujeito rir de si mesmo ou rir dos outros, nem se ao receber um meme o leitor rirá a partir da identificação pessoal ou por meio do julgamento de valor de determinadas ações.

De fato, essas diferentes possibilidades não são impedimento para análise, pois o indivíduo pode desempenhar essas funções, aparentemente opostas, em situações distintas ou contextos diferentes. Como em Ritcher (1804), o espectador também se torna objeto de riso, por identificação. Além disso, é certo que esse riso se define em um contexto histórico e cultural e com uma função social. É essa contextualização e função que serão consideradas na análise proposta. A seguir, começando pelos clássicos, percorreremos as atribuições de sentidos conferidas ao risível ao longo da história.

3.2. O pensamento acerca do risível: da Grécia antiga aos pensadores do séc. XX

3.2.1. O olhar dos pensadores clássicos acerca do risível

Encontramos, na mitologia grega, algumas explicações para o significado ou surgimento do riso. Um exemplo é de que o nascimento do riso tenha sido provocado por uma briga entre Zeus e sua esposa, Hera. O mito conta que, após de uma briga com o marido, ela o abandona e se esconde nas montanhas. Zeus, almejando provocá-la e trazê-la de volta, espalha o boato de que encontrou uma nova mulher, anunciando assim um novo casamento. Além disso, ordena que construam uma estátua coberta por um véu, representando a nova amada. Revoltada e curiosa,

Hera retorna procurando conhecer a noiva. Rapidamente se aproxima da estátua e tira-lhe o véu. Para seu espanto, a escultura não representava mulher alguma. Descobrendo a farsa, cai em gargalhadas, fazendo dessa forma nascer o primeiro riso (DA SILVA, 2010).

Outro mito posiciona o riso como fator gerador do próprio universo. Nessa versão da criação, Deus parece criar o mundo a partir da reflexão sobre o absurdo da própria existência. Dos seis de seus acessos de riso, Deus criou: os sete deuses que governam o mundo, a luz, a água, Hermes, a geração, o destino e o tempo. Um momento antes da sétima risada, Deus, de tanto rir, chora, e então, acaba criando a alma (MINOIS, 2003).

É interessante apontar que, nessas histórias míticas, a causa do riso é a mesma: uma quebra de expectativa ou desvio de uma certa normalidade (norma, padrão) esperada. O “espanto” e o “absurdo” motivam o riso, como se não fosse mais possível agir do jeito que normalmente se agiria, o que reverbera o sentimento de constrangimento de Freud. Além disso, sua origem não é simplória. O riso, advém de Deus, ou dos deuses, figuras superiores a cuja imagem os humanos foram criados.

O riso divino indicava ainda sua posição hierárquica de poder e prestígio. Mesmo séculos antes de Aristóteles definir que o riso é próprio do homem, mitos, festas e escritos homéricos já apontavam para essa especificidade humana, conferindo a ela um papel essencial na comédia. Para os gregos arcaicos, o riso só poderia ser verdadeiramente alegre quando praticado pelos deuses. Quanto aos homens, sua alegria nunca seria inteiramente pura, visto que a consciência da mortalidade contaminaria o verdadeiro riso (MINOIS, 2003). O riso dessa forma indicava uma distinção de poder e hierarquia daquele que ri versus o alvo risível.

Já nas obras de Platão, o riso é utilizado como ferramenta pedagógica, fazendo com que muitas vezes a razão filosófica fosse apresentada a partir de elementos cômicos (RIBEIRO, 2021). Entretanto, suas reflexões não abordam expressamente a temática do riso, mas focavam os prazeres da vida. Nesta perspectiva, o risível é discutido em conjunto com outras afecções, ou seja, no conjunto de sentimentos inerentes ao ser humano.

Na obra *Filebo*, Platão (2015) narra um debate entre Sócrates e Filebo, no qual discutem acerca do prazer e a natureza do bem. É no contexto da caracterização das afecções mistas puramente espirituais que a discussão acerca do riso emerge. Sócrates busca provar a Protarco, por meio da análise do cômico, que afecção espiritual também era composta de prazer e dor. Assim, a afecção do riso seria uma “afecção mista” por ser provocada por sentimentos impuros: inveja, ignorância e estupidez. Por esta razão, o riso não deveria ser enquadrado no conjunto de prazeres de espírito puros, como o belo e o conhecimento.

Sócrates, em continuidade à discussão, condena os comportamentos que são contrários à recomendação do oráculo de Delfos: "conhece-te a ti mesmo". A falta de conhecimento de si mesmo é classificada de acordo com dois tipos de pessoas: aqueles que possuem poder e força e, na sua ignorância, tornam-se temíveis; aqueles que não possuem força ou poder e, por desconhecerem a própria fraqueza, tornam-se risíveis. Em outras palavras, risível é o homem que não conhece a si mesmo, aquele que se considera mais rico, mais poderoso ou mais belo do que o é na realidade. Assim, ele define essas características como indicativas de um "homem fraco", sendo, portanto, digno de riso.

Mais adiante, Sócrates apresenta um segundo argumento, agora sobre aquele que ri. Ao definir a inveja, mais uma das afecções mistas puramente espirituais, o filósofo divide novamente as pessoas em dois grupos: amigos e inimigos. A inveja poderia nos motivar a regozijar com os sofrimentos de nossos amigos, sendo, conseqüentemente injustos. Por outro lado, regozijar-se com o sofrimento dos inimigos não representaria injustiça ou inveja. Assim, Sócrates arrazoa que, sabendo que o desconhecimento de si mesmo é um mal, que a inveja é uma dor da alma e o riso é um prazer, ao rirmos de nossos amigos fracos que se desconhecem, misturamos o prazer a dor.

Para Alberti (2002), a teoria do riso e do risível de Platão identifica a questão do riso como um erro duplo. Isso porque aquele que é objeto de riso é condenado por ser fraco e não obedecer à inscrição do oráculo de Delfos, e aquele que ri do sofrimento de seus amigos une inveja ao riso. Dessa forma, pode-se perceber que a condenação moral é imputada tanto ao risível (fraco) quanto aquele que ri (amigos que cometem o erro da inveja), indicando fraqueza de caráter e impureza do espírito.

Essa indicação nos leva a pensar se tal moralidade se encontra presente quando provocamos riso atualmente. No caso dos memes, perguntamos se as imagens de indivíduos gordos utilizadas como base para geração do humor são risíveis justamente por transgressão de uma moralidade. É evidente que o riso para estes filósofos é visto de maneira mais abrangente e representa um ato de pouco ou nenhum prestígio. Hoje em dia é impossível negar a emergência da comédia, com ascensão de *stand-ups* e sucessos do gênero no cinema. Contudo a problemática se dá no que deveria, moral e socialmente falando, ser objeto de humor, de riso.

Seguindo o caminho de Platão, Aristóteles reconhece certos limites para o cômico. Na *Poética de Aristóteles*, a comédia é caracterizada como uma das artes que representam as ações humanas baixas, em oposição às tragédias e epopéias que representam ações humanas nobres. Visto que, na comédia, o personagem mau não recebe punição suficientemente justa, ele conclui que este gênero não provoca dor ou destruição. A presença destas seria assim oposta ao risível

e aos prazeres da alma. Desta maneira, quando o filósofo busca caracterizar o risível, é descrevendo-o como um defeito que pode ser moral ou físico, porém inofensivo e insignificante, de forma que não chega a causar o terror ou a piedade das tragédias (ALBERTI, 2002). Este conceito em particular nos será útil quando consideramos o que chamamos agora "de limites do humor", a definição do riso como inadequado quando causa desconforto a uma pessoa ou grupo de indivíduos parece ser a tendência atual.

Os chamados de “disformes” tanto por Platão quanto para Aristóteles não eram apenas risíveis, mas uma questão que envolvia o planejamento das cidades. Assim, havia naturalização da exclusão social de deficientes que se cristalizou nos discursos por séculos.

A República. Livro IV, 460 c. - Platão

Pegarão então os filhos dos homens superiores, e levá-los-ão para o aprisco, para junto de amas que moram à parte num bairro da cidade; os dos homens inferiores, e qualquer dos outros que seja disforme, escondê-los-ão num lugar interdito e oculto, como convém (PEREIRA, 1996, p. 228).

Política. Livro VII, Capítulo XIV, 1335 b. – Aristóteles

Quanto a rejeitar ou criar os recém-nascidos, terá de haver uma lei segundo a qual nenhuma criança disforme será criada; com vistas a evitar o excesso de crianças, se os costumes das cidades impedem o abandono de recém-nascidos deve haver um dispositivo legal limitando a procriação se alguém tiver um filho contrariamente a tal dispositivo, deverá ser provocado o aborto antes que comecem as sensações e a vida (a legalidade ou ilegalidade do aborto será definida pelo critério de haver ou não sensação e vida) (Kury, 1988, p. 261).

Aqueles que visivelmente não tinham seus corpos considerados adequados segundo o parâmetro da época tinham sua função social reduzida a geração do riso. Por outro lado, o riso parece não ser destinado apenas à exclusão. Para Aristóteles, a boa disposição para rir e a espirotuosidade seriam virtudes relacionadas com a diversão, fazendo-se necessário, novamente, buscar pelo meio-termo para atingir a natureza virtuosa. Aqueles que agem com excesso de jocosidade, buscando ansiosamente provocar o riso, não refletem sobre o que dizem, tão pouco poupam seus alvos de piadas. Por outro lado, aqueles não dotados de bom-humor se tornam indelicados e grosseiros. A disposição intermediária também é característica dos homens educados, de forma que seus gracejos são adequados ao trato social comum, evitando linguagens obscenas. Podemos compreender que, para o filósofo, o bom humor funcionaria como um lubrificante social que, em doses adequadas, facilitaria a boa convivência em grupo.

Transpondo o conceito para o momento atual, podemos perceber como no ambiente online, a troca de memes cumpre esse papel, funcionando como uma ferramenta para estreitamento de laços.

Ainda sobre o pensamento ocidental acerca do riso, cabe ressaltar *As Cartas pseudo-hipocráticas*, reunidas sob o título '*Sobre o riso e a loucura*'. Com escritos que datam possivelmente do início do séc I d.C., elas narram o encontro fictício entre o médico Hipócrates (460-377 a.C) e o filósofo pré-socrático Demócrito (460-352 a.C) (ALBERTI, 2002; MINOIS, 2003; PEIXOTO, 2014).

Ao ser questionado por Hipócrates, Demócrito diz:

Se os homens fizessem as coisas prudentemente, (...) me poupariam o riso. Mas, ao contrário, eles, como se as coisas fossem firmes e estáveis nesse mundo, vangloriam-se loucamente, sem poder reter sua impetuosidade. Se cada um pensasse fazer todas as coisas de acordo com seu poder, certamente se sustentaria em uma vida certa e tranquila, conhecer-se-ia a si mesmo, (...) contentando-se com as riquezas da natureza. (...) Eis o que me dá matéria de riso. Ó homens insensatos, vocês são bem punidos de sua loucura, avance, insaciabilidade, (...) e [de] faze[rem] do vício virtude. (ALBERTI, 2002)

A insensatez humana se torna alvo de riso quando o homem, não sendo capaz de ajustar seus desejos à satisfação de necessidades naturais, torna-se inferior aos animais – estes sim capazes de se contentar com o que a natureza oferece (ALBERTI, 2002). Logo, a loucura atribuída ao filósofo, que parece não ser capaz de distinguir prazer e dor, revelava, na verdade, uma patologia de seus concidadãos (MINOIS, 2003; PEIXOTO, 2014).

As cartas referidas a Hipócrates trazem ainda um panorama sobre o riso na Antiguidade. Ao fazerem referência às lições de Platão e Aristóteles, destacam que risível é o homem que não conhece a si mesmo. Além disso, alternam em classificar como louco ou sábio aquele ri de tudo. O louco não considera o bem e o mal. Já o sábio, estando acima do bem e do mal, convoca a todos à sensatez e indica o riso como remédio para todos os males, até o da loucura (ALBERTI, 2002).

Assim, o riso aponta novamente para o comportamento divergente. O homem que não se conhece age de forma inadequada ao seu lugar social ou a que seu corpo o permite agir. Temos novamente os dois conceitos postos, ora o riso nos serve como relaxamento de tensões, ora aponta para as inadequações de comportamentos, ou seja, do ponto de vista social, o peso moral e cívico do riso (ou de sua ausência) é grande.

3.2.2. O riso (e a falta dele) na Idade Média

Em contraste à mitologia grega, o monoteísmo característico da Idade Média impossibilitava o riso no mundo divino. O mito cristão da criação apresenta Deus de forma solene: suas criaturas perfeitas e eternas vivem em harmonia e tranquilidade em um jardim que contempla a todas as suas necessidades. Não há falha e, portanto, não há também motivo para riso. Como destaca Minois (2003), não há nota sequer de um riso contemplativo após o fim da criação. É a partir da queda do primeiro homem com o pecado originário que o riso passa a ser relatado nas escrituras. Assim, o riso passa à função de destacar a decadência do homem, ao mesmo tempo que serve de consolo diante da angústia do erro: “rir para não chorar”.

Os textos teológicos da Idade Média trazem uma crítica severa ao riso. Isso se dá pelo reconhecimento do riso como algo próprio do homem e que o diferencia de Deus. O riso apontava para a imperfeição do homem, seu afastamento da criatura decaída de seu ideal. Dessa maneira, estabelece-se uma profunda oposição entre o que se é e o devir ser. Logo, um riso trágico surgiria da consciência de sua dependência e pequenez (ALBERTI, 2002; MINOIS, 2003; ALAVARCE, 2009). Diante de tal contexto, teólogos da época como Tertuliano, Basílio de Cesareia, Santo Ambrósio, Santo Agostinho entre outros, se opunham ferrenhamente a comédia e ao riso, pois os tinham como desprezíveis, um instrumento diabólico para ofensa a Deus. Esse pensamento reforça o modo como o riso era considerado pelos filósofos gregos, ainda atrelado a uma falta moral, uma imperfeição humana, enfim, uma transgressão à ordem divina.

Apesar da repressão ao riso, o carnaval foi um movimento marcante da Idade Média. Herança das festas saturnais, ele funcionava como um momento para o povo extravasar, se libertar de seus medos e subverter a ordem social em meio a zombaria. Bakhtin (1993) explica a ideia de carnaval a partir da tese da origem alemã do termo, sendo a sua etimologia de *Karne* ou *Karth*, ou lugar santo (isto é, a comunidade pagã, os deuses e seus servidores) e de *val* (ou *wal*) ou morto, ‘assassinado’). Logo, sua tradução seria “procissão dos deuses mortos”, ou seja, a ideia de carnaval seria procissão de deuses destronados.

Bakhtin descreve o período de forma utópica. Para o autor, o caráter de festa, ligado aos caracteres superiores da existência humana, só era alcançado em sua inteireza no carnaval, sendo um momento que permitia ao povo universalidade, liberdade, igualdade e abundância. O riso carnavalesco é, portanto, festivo, patrimônio do povo, geral (todos riem), ambivalente (alegre e sarcástico), e tem como forte característica a zombaria dos próprios burladores. O povo não é excluído, de forma que:

Essa é uma das diferenças essenciais que separam o riso festivo popular do riso puramente satírico da época moderna. O autor satírico que apenas emprega o humor negativo, coloca-se fora do objeto aludido e opõe-se a ele; isso destrói a integridade do aspecto cômico do mundo, e então o risível (negativo) torna-se um fenômeno particular. Ao contrário, o riso popular ambivalente expressa uma opinião sobre um mundo em plena evolução no qual estão incluídos os que riem (BAKHTIN, 1993 pg. 11).

O Carnaval forma um espetáculo ritualístico que, na fusão de ações e gestos, apresenta uma linguagem concreta e sensorial simbólica própria. O corpo deixa de ser individual e se une ao coletivo ao se transformar por meio das fantasias e máscaras (SOERENSEN, 2017). A partir dessa análise, o autor discute o conceito de “carnavalização”, sendo chamada de “literatura carnavalizada” aquela que sofreu influência do folclore carnavalesco, seja de forma direta ou indireta (BAKHTIN, 2013).

Neste sentido, para Bakhtin, o carnaval não era apenas uma festa popular, mas antes uma visão de mundo que articula a linguagem do riso carnavalesco. Ele se coloca à parte da igreja e da religião, estando ligado ao cotidiano, não existe palco ou distinção entre atores e espectadores, ou seja, durante a festividade a própria vida é interpretada, sem restrições para zombar de si mesmo. Essa perspectiva se aproxima do fenômeno que observamos nos memes compartilhados online quando, frequentemente, os sujeitos ou a situação na qual estão inseridos são o próprio motivo do riso.

Ademais, para além dos festejos de carnaval em si, a vida medieval também era repleta de festas religiosas que possuíam um aspecto cômico popular e público. Os ritos e cerimônias civis também eram acompanhados por bufões e bobos, parodiando os atos. De maneira que, os ritos e cultos cômicos especiais, os bufões e os tolos, gigantes, anões e monstros, palhaços, paródias, configuravam um estilo da cultura cômica popular, principalmente da cultura carnavalesca.

Os clérigos de baixa e média condição, os escolares, os estudantes, os membros das corporações e finalmente os diversos e numerosos elementos instáveis, situados fora dos estratos sociais, eram os que participavam mais ativamente nas festas populares. No entanto, a cultura cômica da Idade Média pertencia de fato ao conjunto do povo. A verdade do riso englobava e arrastava a todos, de tal maneira que ninguém podia resistir-lhe (BAKHTIN:1993,71).

Para Bakhtin, a figura do bufão seria uma representação da transgressão da cultura popular que vence o medo da Idade Média. A popularização da figura do bobo da corte era tamanha que não só os grandes senhores, mas também as municipalidades e as corporações o adotavam como uma espécie de mascote que participava de todo o tipo de ocasião. Segundo Burnier (2001), os bufões eram tradicionalmente seres marginalizados, com deformações

físicas como: corcundas, barrigas gigantes ou órgãos genitais exagerados. Era pré-requisito que os bobos reais fossem escolhidos por suas deformidades, de forma que os reis faziam coleções de anões e aleijados que trocavam entre si. As roupas que essas figuras utilizavam eram repletas de significados e símbolos.

De forma semelhante à Grécia antiga, os indivíduos reconhecidos com desordens físicas ou mentais eram excluídos socialmente. Porém, agora eles deixam de ser escondidos e recebem a função social do riso. Alguns reis tinham diversos bobos que o serviam até como conselheiros, pois, apesar de trabalharem em prol do riso, possuíam abertura para apresentar verdades que outros servos não ousariam dizer ao rei. Com o escudo da loucura recebiam a liberdade de fala e crítica ao sistema.

O que veremos adiante é que o corpo gordo passa por um processo semelhante em nossa sociedade, posto que a gordura em si denuncia a transgressão moral do indivíduo. Para Fischler (1995) o gordo é reconhecido como violador das regras que governam o comer, como alguém que come mais do que deveria ou ainda mais do que a sua parte. Nesse sistema, o indivíduo busca funções sociais que compensem sua “falha”, sendo uma dessas o alívio cômico. No capítulo seguinte retomaremos a discussão acerca das representações do corpo gordo no contexto dos programas de tv e no cinema.

Seguindo para o momento entre o final da Idade Média e a Renascença, temos a obra *Patagruel* de Rabelais, um marco do pensamento deste período que aborda o humor de forma peculiar. O riso de Rabelais zomba dos antigos valores dominantes, suscitando oposição dupla dos mantenedores da tradição e do humanismo refinado (MINOIS, 2003). Desviando-se dos cânones e regras de arte literárias vigentes em sua época, Rabelais tem como inspiração as fontes populares, as quais determinam seu conjunto de imagens e sua concepção artística (BAKHTIN, 1993).

O mundo de Rabelais trazia um processo de inversão do alto pelo baixo. O elevado e o sublime passam para o corporal, instância dos processos biológicos, compreendidos como funções que rebaixam os homens: absorção dos alimentos, excreção, sexo, odores, peido e sujeiras. A festa dos loucos, celebrada periodicamente em partes da Europa, unia estudantes e clérigos entregues à glotonaria e à embriaguez. O riso próprio do carnaval era da natureza do homem, seu “baixo” material e corporal, reprimido nos cultos (SOERENSEN, 2017). Esse riso, classificado como “realismo grotesco” por Bakhtin, era encarado como recreativo, sem tratamento negativo na obra de Rabelais.

No realismo grotesco (BAKHTIN, 1993), o princípio corporal e material é percebido como positivo, aparecendo como universal, festivo e utópico. O rebaixamento se aproxima da

terra, entrando em comunhão com a vida inferior do corpo – os órgãos genitais, o ventre – e consequentemente com o coito, o parto, a gravidez, a digestão de alimentos e a satisfação de necessidades básicas ao corpo. Ainda assim, suas manifestações não eram atribuídas ao ser biológico isolado ou ao burguês, mas sim a um corpo popular coletivo:

O corpo e a vida corporal adquirem simultaneamente um caráter cósmico e universal; não se trata do corpo e da fisiologia no sentido restrito e determinado que têm em nossa época; ainda não estão completamente singularizados nem separados do resto do mundo (BAKHTIN, 1993 p. 17).

O riso coletivo aqui se caracteriza pela união de diversos indivíduos que juntos riem de si mesmos, o que é diferente de um grupo de indivíduos rindo um dos outros. Podemos tomar como exemplo de riso individual, aquele proporcionado pelas pegadinhas de televisão, ri-se porque alguém foi enganado, “foi pego”, “caiu na pegadinha” (TARANTINI SILVESTRI, 2018). Apesar de o riso produzido pelas mídias digitais se diferir do riso das mídias de massa como a televisão e o rádio, nos perguntamos se a Internet, ao proporcionar um ambiente em que todos podem ser emissores e receptores simultaneamente, seria capaz de produzir uma voz uníssona.

Segundo Han (2018), a experiência que temos na internet é a de um *Enxame Digital*. Este é composto por indivíduos singulares que se unem eventualmente em aglomerados atraídos por um interesse em comum, entretanto o coletivo não se mantém. Além disso, o autor ressalta que os indivíduos não se anulam nesse processo. “Em vez de ser “ninguém” ele é um alguém penetrante, que se expõe e que compete por atenção” (HAN, 2018. p.28). Assim, o mundo do *Homo digitalis* forma indivíduos isolados e singulares diante de telas, um conjunto bastante distinto do corpo popular coletivo apresentado por Bakhtin.

Retomando a obra de Rabelais, em *Pantagruel*, temos o exagero como outra característica recorrente. Um claro exemplo são os corpos exagerados dos protagonistas, representados como gigantes. Da mesma forma, as hipérboles são presentes nas formas de comer e beber dos personagens que provocam o banquete descomedido, dando origem a expressão “banquete pantagruélico” (DE SOUZA, 2015).

Gordo-Guilherme era tão monstruosamente gordo que “precisava dar vários passos antes de tocar o seu próprio umbigo”. Usava um cinto em dois lugares: sob o peito e sob o ventre, de tal forma que o seu corpo tomava a forma de um tonel de vinho. O seu rosto estava abundantemente empoado com farinha que voava para todos os lados quando ele se movia ou gesticulava. Dessa forma, a sua silhueta era a encarnação corporal do pão e do vinho. Essa profusão ambulante dos bens terrestres gozava de um prodigioso sucesso junto ao povo. Gordo-Guilherme é a personificação da utopia alegre e universal do banquete (BAKHTIN, 1993. p.255).

Por fim, outro papel da alimentação que se sobressai na obra de Rabelais é o uso da mimese da realidade de sua época. Em *Pantagruel* (1532), é narrada a história de uma batalha entre o gigante e os soldados de Anarche. Durante a batalha alguns soldados se acobertam da chuva embaixo da língua do gigante, Alcofribas, no entanto não encontra espaço e decide adentrar sua boca. Lá dentro o personagem descobre um novo mundo, com casas, vilas e plantações e aos poucos vai notando que o lugar possui os mesmos problemas do mundo exterior. Assim, Rabelais se utiliza da comicidade para criticar a situação europeia de sua época (DE SOUZA, 2015).

Acreditamos que articulações semelhantes sejam utilizadas no período atual para elaboração do risível. Assim, os memes, selecionados como objeto de estudo, utilizariam estratégias de mimese e paródia da realidade para criticar de forma cômica problemas sociais, além do uso do exagero e hipérbole ao retratarem corpos gordos. Inseridos em contextos sociais diferentes as formas do risível apesar de semelhantes ganham novos sentidos e interpretações. Dessa maneira, ao observarmos o riso, compreendemos não só os eventos cômicos, mas também o contexto social de uma época.

Em um período assolado pela peste negra, Guerra dos Cem anos e rumores da vinda de um anticristo, a prática do “rir para não chorar”, que identificamos anteriormente como uma característica também do humor brasileiro, funcionava como uma panaceia, aplacando os sofrimentos. Enquanto a cultura popular insistia no questionamento e na desordem, foliões mascarados se aproveitavam das festas para atacar figuras de autoridade, realizar saques e revoltas contra os fiscais. O riso volta então a ser contestado, acusado de suspeito. Dessa forma, após aliança entre igreja e monarquia absolutista, o carnaval passa a ser interdito ou controlado, sendo enquadrado como paganismo (ALBERTI, 2002; MINOIS, 2003).

Neste sentido, semelhante ao pensamento difundido na Grécia antiga, o riso e o risível eram moralmente condenáveis, sendo passíveis de condenação. A diferença está na concepção clássica de que o riso gerava afastamento do saber e da razão, enquanto nos preceitos teológicos o afastamento é do Deus cristão. Ainda segundo Alberti (2002), a junção dos conceitos aristotélicos à tradição teológica marca o pensamento ocidental acerca do riso, de forma que o risível se constitui como prova da ambivalência da condição humana. Se por um lado, é visto como superior ao mundo físico e aos seres irracionais, por outro, é inferior quando comparado ao transcendental e ao eterno.

3.2.3. O risível na Idade Moderna e Contemporânea

Ao final do século XVI, outro importante estudo sobre o riso é publicado, o *Tratado do Riso* de Joubert. Nele são citados mais de 90 autores gregos, latinos, hebreus, árabes, entre médicos, filósofos e poetas. Dentre esses predominam Aristóteles, Galeno, Hipócrates, Platão, Plínio e Homero. Parte de sua teoria engloba fundamentos advindos da Antiguidade. Porém, seu pensamento avança alcançando discussões que seriam mais aprofundadas futuramente, como o dualismo entre Razão e Paixão, marcante na história do pensamento sobre o riso. O autor, como médico, buscava não só o conhecimento dos órgãos do corpo, mas também das faculdades da alma. Seus objetivos eram, compreender como a alma é movida pelo risível, qual a paixão implicada e como são gerados os efeitos fisiológicos do riso (ALBERTI, 1995).

Ainda com ecos da idade média, Joubert toma como fundamento que, embora o riso seja marca de diferenciação entre Deus e os homens, ele também é prova da eternidade e superioridade da alma sobre o corpo, além de demonstrar a excelência da razão divina. Sua obra reflete sobre o risível, definindo-o como “matéria concreta”, de estatuto semelhante aos “espíritos” e aos “humores”, sendo ela essencialmente frívola, vã e sem importância. O autor seguindo a tradição aristotélica, sugere que o riso era causado pelo que “fosse feio ou impróprio, mas desmerecesse pena ou compaixão” (JOUBERT apud. MACHLINE, 1999). Logo, para o autor, o risível era capaz de despertar tanto alegria como tristeza, e posto que a primeira sempre suplanta a segunda, não seria possível haver dano ou malefício no riso (MACHLINE, 1999).

Entretanto, Joubert afirmava que o riso por ao mesmo tempo envolver raciocínio e emoção, expõe um conflito entre vontade e pensamento, dois atributos da razão considerados por ele incompatíveis. Além disso o autor considera duas categorias para o riso, o riso “genuíno” é o resultante da compreensão de algo ridículo, enquanto o “bastardo” originam-se de várias razões, principalmente de natureza patológica, como a ruptura do diafragma, um baço doente ou algum desequilíbrio nos humores; caso contrário, ocorrem devido ao consumo excessivo de vinho ou açafraão, ou ainda à ingestão de plantas psicoativas (MACHLINE, 1996).

Segundo Alberti (1995), a relação entre riso e pensamento não é tratada apenas pelo universo das reflexões médico-filosóficas antigas. Isso se deve ao dilema colocado entre duas máximas do pensamento acerca do riso: 1) o riso é próprio do homem, sendo este homem um animal racional; 2) a capacidade de conceber o objeto risível faz dele animal irracional, ou seja, governado pelas paixões, que perde o controle de si. O segundo conceito vai se modificando ao final do século XVIII, quando o descontrole provocado pela *paixão* é substituído por um

descontrole energético, visto como um escape da energia acumulada provocada por uma expectativa não alcançada.

Como expõe Alberti (2002), nos estudos mais recentes sobre o período entre os séculos XVII e XVIII, são identificadas duas interpretações do pensamento sobre o riso na época. A primeira considerava que ele se colocava no lado contrário à norma e à verdade. Assim, o chamado “riso clássico” era marcado pela crítica aos vícios e comportamentos desviantes. O “ridículo”, por sua vez, seria tudo aquilo em desacordo com as normas da sociedade, a boa companhia ou decência, provocando temor espiritual. A segunda interpretação identifica duas correntes de pensamento coexistindo na época, principalmente na tradição da teoria inglesa: a superioridade, com a teoria do riso malevolente descrito por Hobbes, e a do riso benevolente na teoria do contraste ou incongruência.

Podemos compreender a existência de diferentes teorias circulando no mesmo período histórico quando observamos mais cuidadosamente seus locais de origem e contextos sociais. Na França do Antigo Regime as instituições da norma social e política imperavam, fazendo com que o ridículo fosse evitado. Enquanto na Inglaterra, o liberalismo motivava a liberdade de conduta, vendo de forma positiva as quebras em relação as normas, que eram atribuídas ao “*man of humor*” (ALBERTI, 2002).

Para Hobbes, são condições para o riso o sentimento de superioridade de uma pessoa sobre a outra, estando escondido na atitude o orgulho de ser superior ao indivíduo que é objeto do riso.

A paixão do riso não é outra que senão a honra súbita suscitada por uma concepção súbita de alguma superioridade em nós, em comparação à fraqueza dos outros, ou em comparação a uma fraqueza anterior (HOBBS *apud* ALBERTI, 2002, p.129).

Ademais, ao relacionar riso à obtenção de poder, Hobbes reafirma sua crítica àqueles que tripudiam dos outros, apontando que: “o desejo de coisas que só contribuem um pouco para nossos fins, e o medo das coisas que constituem apenas um pequeno impedimento, chama-se pusilanimidade” (HOBBS *apud* MATTOS, 2021). Assim, os padrões morais utilizados para realizar julgamentos são direcionados pela autoestima de cada indivíduo, e esta, portanto só será atestada com a superioridade em relação aos outros (MATTOS, 2021). Além disso, o prazer proporcionado pelo risível é entendido como falso: uma falsa superioridade, uma falsa honra, uma falsa concepção de poder futuro.

Assim como na Grécia antiga e na idade média, podemos perceber na teoria de Hobbes, a condenação ética do riso, sendo esse uma forma grosseira de manifestação de superioridade.

Consequentemente o riso ao imputar honra, glória e vaidade serve como um instrumento de poder típico de uma sociedade de mercado, que exige superioridade e honrarias (ALAVARCE, 2009; MATTOS, 2021). Nesse sistema, o risível é reduzido à função de oposição, sendo marcante a crítica e o escárnio (MINOIS, 2003). Por outro lado, Hobbes também apresenta o riso como recurso para lidar com sentimentos de inadequação. Portanto, tem-se a compreensão de que o riso pode funcionar como uma forma de se opor ao julgamento alheio, como uma proteção - ri se de si mesmo antes que o outro faça.

Ao final do século XVIII, os estudos de Kant sobre o riso partem da discussão entre razão e sensação. Na *Crítica da faculdade do juízo* discute-se o belo a partir de dois objetos, não belos, porém agradáveis: a música e o riso. Na obra que discute esteticamente o belo, são definidos dois verbos: o que é agradável *regozija* e o que é belo *apraz* (KANT, 1995). O regozijo é pessoal e envolve interesse, está ligado ao agradável e diz respeito às sensações, enquanto o belo é aprazível e impõe um julgamento dependente da razão.

Assim, o risível, no contexto estético, não é caracterizado como belo, pois é visto como um prazer que pode ser agradável ou desagradável, sendo gerado sem reflexão ou julgamento. O prazer proporcionado pelo risível decorre da frustração do entendimento quando este se depara com o inesperado (ALAVARCE, 2009).

Na teoria de Kant (1995), o riso é definido como: “O riso é um afeto resultante da súbita transformação de uma tensa expectativa em nada ” (p.177). Como esclarece Alberti, para Kant:

o prazer do risível vem, então, do sentimento de saúde suscitado pelo relaxamento súbito do entendimento, quando ele não encontra o que esperava. Como o corpo já estava ocupado antes da frustração da expectativa, ele também sofre os efeitos do relaxamento (ALBERTI, 2002, p.163).

Seguindo para o século XIX, destacam-se os pensamentos de Jean Paul, Baudelaire e Schopenhauer. A obra de Jean Paul parte do humor grotesco, fruto do movimento literário romântico efervescente da época na Alemanha. O risível aqui nasce da percepção da grande distância entre o sujeito e o mundo no qual está inserido, de forma que se coloca ora como um consolo, visto que o mundo é mal, miséria e caos enquanto o riso o protege das angústias, ora como protesto, pois é forma de expressar suas dores (ALAVARCE, 2009; MINOIS, 2003).

Para Minois (2003), um ponto a ser destacado na teoria de Jean Paul é a forte presença do sujeito. Para o filósofo o cômico está no sujeito e não no objeto, ou seja, o risível só provocaria o riso quando percebido como representação, de forma que um equívoco não seria considerado risível, apenas se fosse manifesto em uma ação prática. Portanto, o objeto não tem por si só características que o tornem risível, mas a nossa capacidade de ver ou imaginar a

situação cômica. De semelhante modo, para Baudelaire, o cômico pertence ao sujeito e não ao objeto, ou seja, a potência para o riso pertence a quem ri e não ao alvo do riso. Assim, não há cômico em si mesmo. Para o autor não existiria o riso inocente, desprovido de reflexão e intenção. O elemento cômico é visto como algo questionável e repreensível, e como um fenômeno humano, está, conseqüentemente, enraizado na história como um indicativo mítico da decadência da humanidade (NERY, 2006; CRUZ, 2021).

Já a teoria de Schopenhauer propõe que o riso seja resultado da incongruência entre as duas formas de representação pelas quais compreendemos o mundo. A primeira é perceptível ou concreta e a segunda, abstrata – correspondendo respectivamente ao entendimento e à razão. Ainda que o entendimento compreenda as manifestações do mundo, e o que é conhecido por meio dele, é chamado de realidade; enquanto a razão apenas possui o saber. Assim, o que é conhecido de modo abstrato por intermédio dela é chamado de verdade (ALBERTI, 1999).

Schopenhauer define o risível a partir da oposição ao sério, que representaria a congruência perfeita entre pensamento e realidade (ALAVARCE, 2009). Logo, o riso de Schopenhauer se apresenta pelo contraste ou incongruência, havendo uma submissão paradoxal inesperada de um objeto em relação a um conceito não correspondente. Ademais, os animais, por não possuírem a faculdade da razão, são incapacitados para o riso e para a linguagem.

Entre os séculos XVIII e XIX, destaca-se a evolução acerca do pensamento sobre o risível, sendo marcante a conciliação entre riso e verdade. O riso passa a ser visto como uma forma de ampliar conhecimentos. Enquanto Kant defende o riso como resultado da ausência de razão, tanto Jean Paul quanto Schopenhauer discordam de sua definição e vinculam o riso ao excesso de entendimento. As teorias apresentadas possuem bastante similaridade com os estudos que se seguem acerca do riso no século XX, ora porque os limites do pensamento são demarcados pelo risível, ora porque a constatação de uma incongruência evoca uma realidade mais crível que a congruência do sério.

É no período da virada do século XIX para o XX que Bergson escreve a obra *O riso: Ensaio sobre o significado do cômico* (1983), a qual permanece como referência para os estudos acerca do risível até os dias atuais. Destacamos as contribuições de Bergson e o utilizamos como fio condutor para a seção seguinte de maneira a ressaltar as dimensões social e cultural para a análise que propomos sobre os memes na relação dos indivíduos com a alimentação e com seus corpos na pandemia. O enfoque do autor sobre o risível, observando sua função social, em detrimento de uma abordagem estética ou filosófica, contribui para análise adequada ao contexto de utilização on-line e é abordado a seguir.

3.3. Bergson e o Contexto social do riso

O estudo do risível a partir das relações sociais é trabalhado por Henri Bergson (1983) em seu livro *O riso: ensaio sobre a significação do cômico*, publicado em 1940. Para o autor, a reflexão acerca do riso deve abranger não só o campo filosófico, mas também o social. O autor propõe o entendimento do “processo de fabricação da comicidade” como percurso para a determinação de sua função social (BERGSON, 1983), ou seja, em sua concepção, o riso e o risível estão intimamente entrelaçados com a vida social do indivíduo. Isso fica claro no tempo que os indivíduos dedicam às redes sociais e à disseminação irrefreável de memes que tem essa finalidade cômica.

Em seu capítulo inicial, Bergson (1983) apresenta três fundamentos para o entendimento do riso no campo social. No primeiro deles, retoma o conceito de Aristóteles “o homem é o único animal que ri”, indo além ao afirmar que **não só o riso, como o risível são próprios do homem**. De forma que, animais, objetos e paisagens também provocariam riso, mas apenas quando desencadeiam a percepção de características similares ao comportamento humano ou alterações provocadas por ação humana. O autor cita alguns exemplos:

Uma paisagem poderá ser bela, graciosa, sublime, insignificante ou feia; nunca será risível. Rimos de um animal, mas por termos surpreendido nele uma atitude humana ou uma expressão humana. Rimos de um chapéu; mas então não estamos gracejando com o pedaço de feltro ou de palha, mas com a forma que os homens lhe deram, com o capricho humano que lhe serviu de molde (BERGSON, 1983, p. 7).

O segundo fundamento é a **necessidade de distanciamento do objeto** para que ele seja risível. O autor observa que o cômico exige do homem um anestesiamiento de suas emoções ou uma insensibilidade. Aqui novamente o autor parece retomar ao pensamento de Aristóteles, demonstrando que a dor ou a destruição, sendo capazes de gerar compadecimento, afastariam o riso.

O cômico parece só produzir o seu abalo sob condição de cair na superfície de um espírito tranquilo e bem articulado. A indiferença é o seu ambiente natural. O maior inimigo do riso é a emoção. Isso não significa negar, por exemplo, que não se possa rir de alguém que nos inspire piedade, ou mesmo afeição: apenas, no caso, será preciso esquecer por alguns instantes essa afeição, ou emudecer essa piedade. (BERGSON, 1983, p. 7).

Bergson propõe, portanto, que a insensibilidade que acompanha o riso é intelectual e demanda uma “inteligência pura” que afasta o sujeito de emoções como medo, empatia e comoção. Isso porque as emoções seriam capazes de nos sensibilizar e nos conectar com o objeto do riso, criando uma harmonia. Por conseguinte, quanto mais empática uma sociedade

for, mais pesadas e austeras pareceriam todas as coisas e mais raro seria o riso. Em contrapartida, o riso se daria a partir da quebra da harmonia que expõe todas as situações, mesmo as aceitas como sérias são cômicas. Para facilitar a compreensão, Bergson propõe um exercício ao leitor:

Que o leitor agora se afaste, assistindo à vida como espectador indiferente: muitos dramas se transformarão em comédia. Basta taparmos os ouvidos ao som da música, num salão de baile, para que os dançarinos logo nos pareçam ridículos. Quantas ações humanas resistiriam a uma prova desse gênero? E não veríamos muitas delas passar de chofre do grave ao jocoso, se as isolássemos da música de sentimento que as acompanha? Portanto, para produzir efeito pleno, a comicidade exige enfim algo como uma anestesia momentânea do coração. Ela se dirige a inteligência pura. (BERGSON, 1983, p. 8)

Como demonstramos na introdução, para o povo brasileiro não falta a habilidade de identificar o jocoso e o absurdo mesmo em meio a situações de gravidade. O brasileiro ao fazer piada com a própria desgraça durante a pandemia de Covid-19, estaria se afastando – mesmo que momentaneamente – da angústia eminente. Assim, o cômico no Brasil possui papel libertador e subversivo (LUNARDI; BURGESS, 2020). A Figura 9 exemplifica o uso da metalinguagem para fazer piada com a capacidade brasileira de rir de qualquer coisa (FERNANDES, 2020).

Dessa inteligência pura segue seu terceiro fundamento: **o riso deve ser compartilhado com outras inteligências** – ou seja, outros indivíduos de um mesmo grupo social que compartilham a mesma compreensão acerca do objeto risível. Exemplo notório seria a claque, o riso gravado que contagia o espectador. Quanto maior o público em um teatro, maior a chance de contágio e riso. No ambiente on-line esse público é ampliado infinitamente quando pensamos em uma postagem pública, visto que algo compartilhado na internet é eternizado, podendo ser acessado em qualquer momento e por qualquer indivíduo com acesso à rede.

O riso é, portanto, um fenômeno social com uma contradição, posto que para que ele ocorra é necessário afastamento ao objeto risível, mas é a partir do riso que o indivíduo se conecta com o outro. Assim o indivíduo ri quando o riso do outro lhe provoca riso, ao mesmo tempo que o riso provoca a vontade de compartilhá-lo. Como propõe o autor, “ao que parece, o cômico surgirá quando homens reunidos em grupo dirijam sua atenção a um deles, calando a sensibilidade e exercendo tão só a inteligência” (BERGSON, 1983).



karina ♥
@KariLima123

o coronavírus vendo os brasileiros
fazendo meme

#coronavirusbrasil



Figura 9 – Meme eu não gosto disso não viu⁸

Partindo desse pressuposto, podemos inferir que os memes teriam seu potencial de compartilhamento aumentado pela conexão que ele produz entre os indivíduos. Assim, quanto mais um meme é capaz de produzir riso mais ele é compartilhado. Além disto, a validação de um conteúdo como realmente risível ocorreria pela sua persistência de circulação, ou seja, poderia ser mais ou menos engraçado na medida em que é recebido e repassado nas mídias digitais.

Nesta perspectiva, a função social do riso seria nos guiar indicando o que é ridículo, formando laços e que nos afastam do próprio comportamento risível pelo outro. Nesse sentido, “o controle social se sobrepõe às liberdades individuais para torná-las sociáveis e adequadas à convivência em sociedade” (SANTOS, 2018, p. 146). Como veremos adiante, essa função é percebida em conteúdos midiáticos como os memes, enquanto veículos capazes de normatizar comportamentos. Nesse contexto, conteúdos de humor podem indicar determinados padrões físicos como dignos de admiração ou rejeição (ARRUDA; MIKLOS, 2021). Acreditamos que os memes possuam capacidade semelhante, visto que são resultado de uma cultura e tendem a reverberar seus pressupostos. Ademais, os memes on-line possuem alta velocidade de transmissão, podendo alcançar diversas pessoas falantes (ou não) de uma mesma língua.

⁸Disponível em: https://twitter.com/hashtag/Coronav%C3%ADrusBrasil?src=hashtag_click&f=live

Neste sentido, o risível em Bergson (1983) versa justamente sobre o mecânico na natureza (marcado pela rigidez e acontecimentos padronizados) e o vivo nas coisas humanas (marcado pela flexibilidade, criatividade e liberdade). Assim, o riso procuraria denunciar e ou corrigir a instauração do mecânico no homem por meio da sociedade, conduzindo-o ao reconhecimento da flexibilidade na vida humana, nos sentimentos e nas distintas reações individuais frente a mecanização social.

Toda rigidez do caráter, do espírito e mesmo do corpo, será, pois, suspeita à sociedade, por constituir indício possível de uma atividade que adormece, e também de uma atividade que se isola, tendendo a se afastar do centro comum em torno do qual a sociedade gravita; em suma, indício de uma excentricidade (BERGSON, 1983, p14).

O riso, por conseguinte, visa castigar os costumes mecânicos, afastando a rigidez do corpo social. Como propõe Bergson (1983), o risível está no desajeitamento do sujeito para se adequar a uma conduta esperada, sendo esta decorrente de uma falta de agilidade, desvio ou rigidez. Segundo o autor, a *rigidez* pode ser compreendida como tudo aquilo que estereotipa o homem, tornando-o semelhante a uma máquina, sem flexibilidade e apegado a uma tarefa, ou seja, aquilo que coisifica o humano. Outro conceito importante é o de *matéria*, compreendida como aquilo que pesa ao homem, ao mesmo tempo que o humaniza. As necessidades fisiológicas são um exemplo. Ao mesmo tempo em que pertencem ao corpo, são incontrolláveis e anunciam nosso lado animal. Em contraposição à matéria, o *espírito* seria aquilo que nos dá graciosidade e leveza. Assim, Bergson define o cômico como a sobreposição do mecânico e do vivo, ou seja, a sobreposição da matéria sobre o espírito. Para ele, o homem é passível de três automatismos que se apresentam no corpo, nas formas e no caráter.

Poderíamos apreender, portanto, que o exagero no consumo alimentar durante o período de distanciamento social seria uma marca da *matéria*, visto que a fome é uma necessidade fisiológica, enquanto o ato de comer repetidamente indicaria uma *rigidez* de comportamento.

O indivíduo em casa se via preso a uma repetição de poucas atividades (comer, trabalhar e dormir), é a partir desses elementos que o risível nos memes analisados é elaborado. Assim, entendemos como automatismo a repetição de uma alimentação voraz, que foge ao padrão considerado equilibrado e saudável socialmente. Além disso, o ganho de peso resultante desse processo pode ser risível pela consequente mudança no formato do corpo que difere da magreza entendida como padrão a ser alcançado. Outro possível aspecto risível a ser analisado nos

memes é o ganho de peso como falha moral e, portanto, atribuído como desvio de caráter ou conduta a ser apontado por meio do riso.

Por outro lado, devemos levar em conta que em relação ao caráter, Bergson propõe que é mais provável que o riso seja provocado por uma virtude rígida do que por um vício maleável (COUTINHO; LOUREIRO, 2019). Coutinho e Loureiro (2019) tomam como exemplo um bêbado para explicar tal fenômeno. A repetição no consumo de bebidas alcoólicas seria a rigidez, uma repetição exagerada que o caracteriza. Assim, a rigidez da repetição simplifica e reduz o indivíduo ao seu comportamento, retirando-lhe complexidades. É o afastamento, que ao impossibilitar empatia torna o bêbado risível. Nesse caso, a reação social do riso seria um indicativo do comportamento inadequado, do corpo mecanizado que foge ao modo natural.

A exemplo disso, podemos lembrar como as comédias se utilizam da rigidez marcante dos personagens, com bordões, cagoetes e manias, para torná-los previsíveis e conseqüentemente risíveis. Bergson (1983) destaca ainda que não rimos somente de comportamentos que consideramos imorais ou errados, o que torna algo errado seria justamente sua falta de flexibilidade. O autor conclui que é o isolamento (caberia dizermos também a diferenciação) que faz o ridículo. “Assim se explica que a comicidade seja muitas vezes relativa aos costumes, às ideias — sejamos francos, aos preconceitos de uma sociedade (BERGSON, 1983, p.66)”. Logo, cabe questionarmos quais aspectos do comportamento alimentar na pandemia e das mudanças corporais decorrentes, seriam entendidos como risíveis.

3.3.1. O riso como relaxamento: rindo de um mundo sem sentido

Depois de séculos de repressão ao riso, visto como vulgaridade ou divertimento baixo, excetuando casos raros, e ainda após a visão social de Bergson, o riso evoluiu para mais do que esse ato contraventor ou o estabelecimento de redes complexas entre os indivíduos em um mundo cada vez mais globalizado. Para Minois (2003), o riso no século XX possui papel de desforra, sendo um tempo marcado por guerras mundiais, fome, desemprego, pobreza, genocídios e HIV, rir da situação é uma forma de se manter firme perante as circunstâncias.

A transição de um mundo regulado pela força (máquinas, armas, disciplina e polícia) para um mundo movido por sedução (personalização, comunicação, erotismo, moda e humor) é uma das marcas do que pode ter sido o início da era “pós-moderna”.

O cotidiano, hoje, é o espaço para o envio de mensagens encantatórias destinadas a fisgar o desejo e a fantasia, mediante a promessa da personalização exclusiva. Self-service para você escolher. Música 24 horas na FM para seu deleite. Esportes para seu

corpo. À personalização aliam-se o erotismo, o humor e a moda, que não deixam espaços mortos no dia a dia. O erotismo vai dos anúncios ao surto pornô, passando pela cultura psi e seu convite ao desrecalque. O humor, outra sedução massiva pós-moderna, sabor dos tempos, descontraí e desdramatiza o social (SANTOS, 1986, p. 19).

Nesse contexto, o humor pós-moderno, abandona o riso crítico e interrogativo e passa a ser positivo, lúdico e raso, a serviço da criação de um ambiente de felicidade geral. Santos (1986) em seu livro *O que é pós-moderno* descreve as diferenças entre o homem moderno e o pós-moderno em sua relação com o divino. Diante da morte de Deus e dos grandes ideais do passado o homem moderno valorizou a Arte, a História, o Desenvolvimento, a Consciência Social para se salvar. Considerando o grupo de pensadores como Han, Bauman e Guiddens, o acirramento de tensões na pós-modernidade envolve desencantamentos e sofrimentos com as grandes guerras na sequência da desconstrução do divino no renascimento. Nesse sentido, Santos (1986) encaixa a noção de riso, quando “Perante o vazio “os pós-modernistas querem rir levemente de tudo” (p.10).

Ademais, são marcantes o humor negro e a ironia generalizada. Para Minois (2003), ambos nada mais são que constatações de impotência perante os absurdos do mundo, de forma que:

O espírito moderno coincide cada vez menos com o mundo; ele não se “cola” mais ao real; ironiza sobretudo, porque tudo é virtual, e a fronteira entre virtual e real está cada vez mais fluida. Assim, a atitude irônica torna-se quase obrigatória — questão de sobrevivência para o espírito humano, que deve destacar-se dessa nova vizinhança, para não ser absorvido por ela (MINOIS, 2003, p.404).

No período que se inicia no fim da década de 90 é intitulado como hipermodernidade por Lipovetsky (2004) que integra a ausência de novas mentalidades para dar contorno as transformações do século XX. Nesse pensamento a midiaticização representa uma revolução no cotidiano. Como descreve o autor, é como se as lentes dos óculos estivessem com o grau maior que o necessário, de maneira que os indivíduos passam a imaginar tudo muito maior, mais intenso e mais urgente do que na realidade. Nesse sistema, o consumo hiperbólico assume cada vez mais parte da vida cotidiana, baseado em um lógica fugaz de consumir.

Chegamos ao ponto em que a comercialização dos modos de vida não encontra mais resistências estruturais, culturais ou ideológicas, e onde as esferas da vida social e individual são reorganizadas em função da lógica do consumo (LIPOVETSKY, 2004, p. 41).

Semelhantemente, o humor também se tornou hiperbólico e bizarro. Tanto Lipovetsky quanto Minois apontam o humor e o cômico contemporâneos como esvaziados de sentido

crítico e ressaltam que entretenimento também funciona como bem de consumo. Assim, as indústrias culturais visam atingir o maior número de consumidores possível, gerando um humor universal, padronizado, midiático e principalmente comercializado. O humor contemporâneo está, portanto, ligado de forma indissociável ao consumismo.

A sociedade, cujo valor cardinal passou a ser a felicidade e massa, é inexoravelmente arrastada a produzir e a consumir em grande escala os signos adaptados a esse novo ethos, ou seja, mensagens alegres, felizes, aptas a proporcionar a todo momento, em sua maioria, um prêmio de satisfação direta (LIPOVETSKY, 2005, p.130)

Segundo Lipovetsky (2005), vivemos em uma sociedade humorística, na qual se faz rir de tudo, conformar-se em benefício do *cool*. O homem *cool* é aquele que assoberbado pela variedade de itens de consumo se perde em meio as opções, é aquele que se torna apático e indiferente frente à miséria, é aquele que se descolou da realidade e não é mais afetado por ela. Junto a esse fenômeno acompanhamos o desenvolvimento do código humorístico nas publicidades, animações, arte, teatro e moda. A comunicação atravessada por essas transformações também é influenciada pelo humor. O imperativo é que a mensagem transmitida tenha um tom leve e divertido (MINOIS, 2003).

Podemos constatar que para alguns autores listados anteriormente o humor em nossa época é relegado a um mero entretenimento lúdico, esvaziado de significado e reflexão, ou seja, ao contrário da teoria de Bergson sobre o risível, a função social do riso não se restringiria a correção de conduta ao apontar o ridículo. Pois não haveria o que se corrigir em um universo maleável e adaptável. Entretanto, seguimos observando as rápidas transformações nos meios de comunicação, bem como nas formas de se produzir e experimentar a comicidade, sendo os memes no contexto on-line brasileiro um exemplo de como o humor pode ir além do puro divertimento. A seguir demonstramos outras pesquisas sobre o risível, mas que se relacionam à questão da transgressão de normas sociais.

3.3.2. O riso como violação benigna

Na perspectiva do risível como agente social, vale evidenciar ainda os estudos de McGraw e Warrem (2010; 2014; 2016; 2020). Os autores definem o riso como um mecanismo de sinalização para uma determinada atitude, indicando que a situação seria uma “violação benigna”. Essas ocorrem quando há uma violação aos sentimentos e atitudes convencionadas, porém, estas não apresentam uma ameaça ao corpo social, portanto, são benignas. O conceito

de violação é definido como qualquer coisa que ameace subjetivamente o bem-estar, a identidade ou a estrutura de crença normativa de uma pessoa.

Segundo McGraw e Warrem (2010), as situações que provocam o riso evoluíram ao longo das eras, passando de ameaças físicas (que provocariam cócegas) para violações da dignidade pessoal (palhaçada, deformidades físicas), normas linguísticas (sotaques incomuns), normas sociais (comer em uma comadre estéril, comportamentos estranhos) e até mesmo normas morais (bestialidade, comportamentos desrespeitosos). Humanos adultos com seus complexos sentidos de identidade, cultura, linguagem e lógica, identificam diversas situações como ameaças.

Assim, as pessoas avaliam violações não apenas em ameaças físicas, mas também em ameaças de identidade (por exemplo, uma foto embaraçosa postada no Facebook), bem como em comportamentos que ameaçam diferentes tipos de normas: culturais (por exemplo, usar um tutu rosa em um funeral); social (por exemplo, peidar na mesa de jantar); conversacional (por exemplo, um cartão sarcástico); linguística (por exemplo, a grafia de *deer* no slogan “Nothing runs like a *Deere*”⁹); e lógico (por exemplo, um vídeo mostrando um porco voador) (WARREN; BARKSKY; MCGRAW, 2020. p.10, tradução nossa)

A hipótese da violação benigna propõe que será risível aquilo que ameaça a forma como o mundo “deveria ser” idealmente. Isso parte do pressuposto que existem diversas formas em que uma situação ameaçadora seja uma violação e diversas formas em que uma violação pode parecer benigna, ou seja, nem toda situação ameaçadora é engraçada. Além disso, em uma revisão de estudos psicológicos acerca das motivações para o riso Warren, Barsky e McGraw (2020), identificaram que as piadas reconhecidas como mais engraçadas costumam incluir temas considerados tabus socialmente (sexo e violência), outro fator é a comparação de um sujeito de maior status com outro de baixo status. A afirmativa “Meu cirurgião é um açougueiro entre os médicos” foi identificada como mais engraçada do que “Meu açougueiro é um cirurgião entre os cortadores de carne” (*Ibid*, p.10).

O humor fornece então uma maneira saudável e socialmente benéfica de reagir a ameaças hipotéticas, preocupações remotas, contratempos menores, gafes sociais, mal-entendidos culturais e outras violações benignas que as pessoas encontram regularmente. Logo, o riso funcionaria como um indicativo de que determinado erro é aceitável.

⁹ O slogan faz um trocadilho com o duplo sentido da palavra *run*, que pode significar correr ou funcionar e com as palavras *deer* (cervo) e *Deere* (marca de produtos agrícolas). A tradução seria: Nada corre como um cervo/ Nada funciona como a Deere.

O que nos chama atenção nessa vertente de pensamento é que para identificar o riso como um relaxamento perante uma violação, é preciso inicialmente identificar qual norma social foi transgredida. Assim, compreendemos que diferença entre os achados de McGraw e Warrem e os pressupostos de Bergson é a atitude perante a constatação dessa transgressão. Enquanto para os pesquisadores o riso funcionaria como uma benevolência para com o alvo do riso, para Bergson a intensão seria a de reforçar a existência de uma violação por meio de um constrangimento social. Isto significa que o reconhecimento de memes sobre modificações corporais e de hábitos alimentares durante o período de distanciamento social como risíveis, implica na existência anterior de um comportamento normativo para o corpo e para a alimentação que foram ameaçados ou transgredidos. Aprofundaremos essa discussão no capítulo seguinte.

Outro ponto relevante a se destacar em relação ao conceito de violação benigna é a ideia de que o afastamento de determinada situação trágica a tornaria mais ou menos cômica. Em um estudo que visava compreender a influência da distância psicológica de uma situação no sucesso de uma piada, McGraw, et. al. (2013) entrevistaram um grupo de 100 participantes observando a variação das reações a piadas sobre o furacão Sandy, que deixou um lastro de destruição nos Estados Unidos no ano de 2012. As observações foram feitas em 10 momentos, incluindo o dia anterior à chegada do furacão, o dia do acontecimento e os dias posteriores ao longo de um período de 100 dias. Os achados revelaram que as respostas humorísticas ao acontecimento reduziram no dia exato do furacão, mas aumentaram progressivamente atingindo seu pico por volta da 5ª semana e finalmente caíram sendo reconhecidas como menos risíveis ao final dos 100 dias que ao primeiro dia de observação. Dessa forma, os pesquisadores concluíram que o tempo gera um momento ideal para a elaboração do risível (nem cedo, nem tarde demais). Esse processo parece estar relacionado à distância psicológica da tragédia, sendo possível que a violação ocorrida seja considerada benigna, porém, essa não deve ser tão grande a ponto que o evento se torne uma situação puramente benigna e não ameaçadora.

Esses achados corroboram a tese de Bergson (1983) de que para haver riso se faz necessário um afastamento, em suas palavras “o cômico exige algo como certa anestesia momentânea do coração para produzir todo o seu efeito” (BERGSON, 1983, p.8). O trágico, nessa perspectiva, torna-se mais risível na medida do afastamento emocional do indivíduo para com a situação.

Entretanto quando transpomos para o evento da pandemia de Covid-19 no Brasil, observamos que a produção dos memes sobre o tema foi intensa antes e durante o período de distanciamento social, como abordamos no capítulo anterior. Assim, foi possível observar que os memes passaram por ondas temáticas relacionadas a cada período da pandemia não existindo um ponto em que o humor tenha sido feito “cedo demais”. Outro ponto é que estando todos inseridos em um mesmo contexto de pandemia, a noção de afastamento ganha outras nuances, é se desligar por um breve momento do peso da situação para rir da própria sorte. Dessarte, nem os assuntos mais delicados como o aumento do número de mortos pelo vírus deixaram de ser abordados nas fases mais críticas da pandemia. O meme abaixo exemplifica bem o caso:



Figura 10 – Meme Contagem¹⁰

Em 2020, diante da crescente onda de casos de Covid-19 o Governo Federal modificou a forma de publicização dos dados não informando mais a quantidade total de óbitos até o momento, mas apenas a quantidade do dia. Além disso, as informações que eram liberadas as 17 horas passaram a ser informadas somente as 22 horas, após o término do Jornal Nacional (Tv Globo), jornal de maior audiência no país. Ademais, também foi alterada a diagramação no site que passou a valorizar a quantidade de recuperados em detrimento ao contingente de infectados e mortos. O meme, portanto, satiriza a situação, utilizando o humor como forma de crítica ao Governo (DAMASCENO, 2020; OLIVEIRA, 2020).

¹⁰ Fonte: DAMASCENO, 2020

Os memes lançados nesse período não desconsideravam a gravidade da pandemia tampouco indicavam afastamento dos diferentes níveis de sofrimento encarados naquele momento, posto que grande parte dos conteúdos promovia a autoderrisão. Para Damasceno (2020), os memes contribuíram para o processo de remixagem das vidas e cotidianos, ressignificando temas e sentimentos por meio da jocosidade. O humor nesse contexto nos serve como uma ferramenta de enfrentamento dos medos, angústias e incertezas, promovendo bem-estar social.

3.3.4. O riso como correção: discursos de ódio e limites do risível

Enquanto o pensamento de Bergson apresenta o humor empregado para coerção, afastamento do diferente e supressão do que foge ao normativo, discussões atuais debatem como a tentativa social de “correção” de determinados comportamentos pode também ser uma forma de confirmar preconceitos e endossar discursos de ódio. Tendo isso em vista, comediantes lidam com a recorrente pergunta: qual o limite para o humor? Para Coutinho e Loureiro (2019), antes de chegar à resposta é necessário ter em mente dois aspectos: 1) Os preconceitos e intolerâncias estão entranhados em nossa sociedade em diferentes níveis, sendo preciso, portanto, afastar uma compreensão maniqueísta ao observar discursos; 2) A linguagem humorística é ambígua e se utiliza muitas vezes da ironia como forma de crítica para ridicularizar comportamentos preconceituosos.

Sírio Possenti (2018), aborda em seu livro *Cinco ensaios sobre o humor e a Análise do Discurso*, a discussão sobre os limites que devem demarcar a prática humorística. O linguista analisa a “polêmica” como de improvável resolução, visto que é fomentada por debates ideológicos:

O sema fundamental é LIBERDADE (o humor deve ser livre); para o outro, é LIMITE (o humor deve ter limites). Além disso os defensores da LIBERDADE leem os argumentos que proponham qualquer restrição ao discurso como CENSURA (um simulacro de limite, um sema recusado), e não como limite (que é o sema do adversário). Os defensores do limite leem o sema fundamental do outro discurso como ABUSO (que se materializa como “desrespeito”, “grosseria”, “falta de educação”, “falta de sensibilidade”, etc.)” (POSSENTI, 2018, p. 106).

Conforme o exposto, a discussão atual sobre o humor se encontra no impasse de discursos. Ainda no mesmo ensaio, Possenti (2018) apresenta alguns exemplos de acontecimentos em que esse debate veio à tona, um deles foi quando o apresentador Danilo Gentile publicou em seu *Twitter* o texto: “King Kong, um macaco que, depois que vai para a cidade e fica famoso, pega uma loira. Quem ele acha que é? Jogador de futebol?” A publicação

gerou reações que identificavam o conteúdo como racista, pois, mesmo que o percurso interpretativo não seja totalmente óbvio – jogador de futebol/ negro/ macaco – subentendesse que negros são qualificados como macacos. Ademais, apesar de a publicação ter levado à uma ação penal, o apresentador assumiu que realmente tinha feito tal correlação e defendeu sua liberdade de fazê-lo. Seu argumento se baseava em afirmar que homossexuais são chamados de veados e gordos são chamados de baleias sem que tais comentários gerem grande repercussão. Fica evidente nesse episódio como atuam os discursos de liberdade (direito de dizer o que e quando quiser, mesmo que seja ofensivo) e de limite (necessidade de limitar, impondo punições para quem os ultrapasse).

Observado o debate sobre limites do humor e comparando com a discussão sobre a liberdade de expressão em outros campos, Possenti (2018), supõe que se trata apenas de dois discursos: o primeiro sendo liberal, iluminista, defensor das liberdades individuais e o segundo como culturalista que defende que a liberdade deva ser limitada, usando como argumento diferenças culturais e grupos ou pessoas em situação social desfavorável. Assim, o linguista retoma ao conceito postulado por Bergson, de que o cômico requer insensibilidade e distanciamento. A resposta para a questão do limite do humor segue inconclusiva, porém os debates parecem nos apontar o bom senso como norte. Dessa forma, retornamos ao preceito aristotélico que diz que o cômico não deve causar dor ou danos.

Nesse contexto, quando observarmos nosso objeto de análise, a questão que se apresenta é se os memes ultrapassam limites, tendo potencial para provocar dor e dano ao endossarem discursos estigmatizantes.

3.3.3. Insensibilidade, mecanicidade no riso e efeitos para análise de memes

Apesar de elaborados muito antes do advento da internet, voltamos aos textos de Bergson porque eles nos auxiliam na compreensão da construção do cômico também em elementos textuais. Dessa maneira, aqui nos propomos a identificar tais elementos nos memes. Retomando a análise sobre o contexto social do riso, seguimos para a comparação que o autor faz entre típicos brinquedos infantis e a mecanicidade do riso.

O primeiro brinquedo citado é o boneco de mola, nele a repetição cômica se dá de forma semelhante quando existem dois sistemas opostos, um sentimento que é comprimido e que se distende como uma mola e uma ideia que se diverte em reprimir repetidas vezes o sentimento. Entretanto, a repetição nos causa riso pois simboliza um jogo de elementos morais (BERGSON, 1983). Os memes de forma semelhante ao boneco de mola, se utilizam do recurso de repetição

de imagens, figuras, ou gestos e entram em conflito com as modificações de textos, ideias e até mesmo determinada moral partidária que se queira transmitir (COUTINHO E LOUREIRO, 2019). Podemos tomar como exemplo o meme “Você pode substituir” feito a partir de imagens com a apresentadora e Chef de cozinha, Bela Gil, circulado na internet desde meados de 2015. A repetição se dá nos diferentes usos do texto, permitindo aos indivíduos a utilização do bordão para compartilhar suas opiniões sobre diversos assuntos, extrapolando assim seu contexto inicial. Nesse caso, os memes podem ser aplicados como forma de resumir de forma cômica debates sociais complexos.

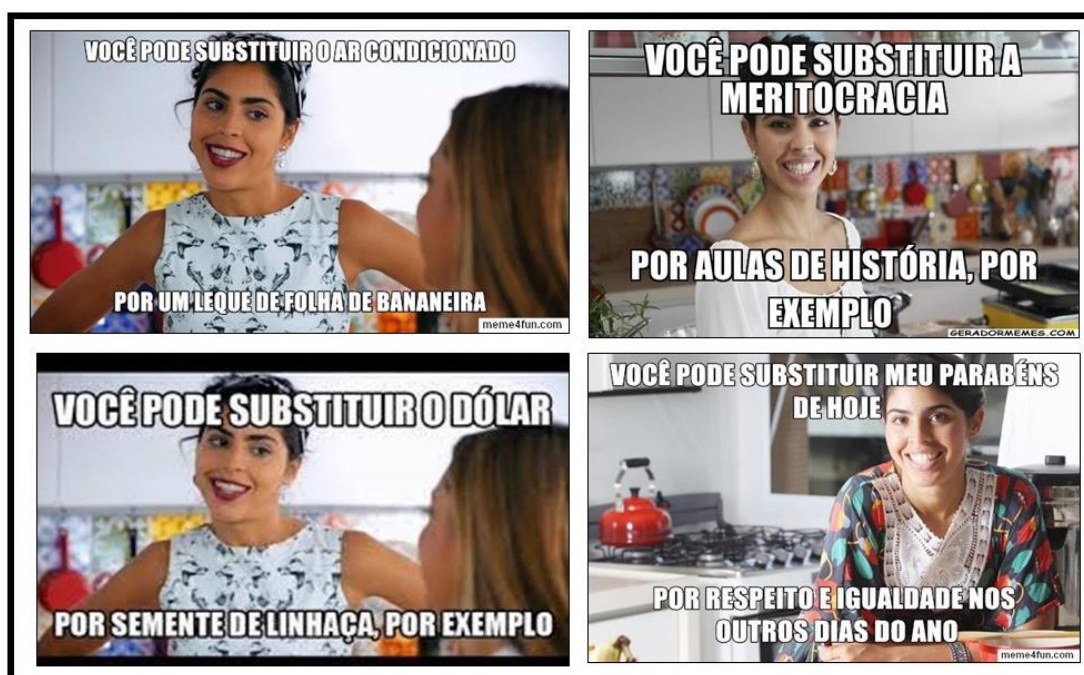


Figura 11- Memes da Bela Gil¹¹

Os memes, portanto, não são atrelados somente à imagem, podendo ser reconhecidos também pela repetição de falas, gestos, sons, formato, tema etc., ou seja, por um traço comum que o torna uma textualidade seriada (DIAS, 2020). Dias (2020), descreve as textualidades seriadas como potentes para a expansão, apesar disso, elas se encerram em si mesmas, podendo ser compreendidas individualmente.

O segundo brinquedo abordado por Bergson é o fantoche de cordões. Segundo o autor, a seriedade da vida advém da nossa liberdade, assim, nossos sentimentos, ações, projetos e paixões são os fatores que dão a vida seu tom dramático e grave. Para que isso se transforme

¹¹ Disponíveis em: <https://medium.com/tend%C3%AAncias-digitais/voc%C3%AA-pode-substituir-com-bela-gil-85c2bcd1512d> e <http://ego.globo.com/famosos/noticia/2015/09/alta-do-dolar-rende-memes-com-rostos-de-grazi-massafera-em-notas.html>

em comédia se faz necessário “imaginar a liberdade aparente como um brinquedo a cordões e que sejamos nesse mundo, como diz o poeta ‘pobres marionetes cujos cordões estão nas mãos da necessidade.’” Dessa maneira, não existe seriedade ou drama que a fantasia não possa transformar em comédia. Coutinho e Loureiro (2019), propõe que o uso de imagens nos memes também nos remete aos fantoches, posto que, fotos ou vídeos de indivíduos em sua liberdade de realizar atividades corriqueiras, ao serem transformadas em memes, podem ser utilizadas em contextos diversos tendo suas ações relacionadas a qualquer ideia a depender da criatividade do criador.

Exemplo memorável desse fenômeno é o meme formado a partir da combinação de vários elementos (Figura 12). As imagens do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro comendo hambúrguer no restaurante Burger King e a da ativista Greta Thunberg tomando café da manhã já haviam viralizado e se tornado memes separadamente. A imagem de Greta se tornou meme após o compartilhamento de uma fake News do deputado federal (e filho do ex-presidente) Eduardo Bolsonaro. Em uma montagem malfeita com intuito de deslegitimá-la, a ativista parecia fazer uma refeição em um trem enquanto crianças negras pobres eram vistas pela janela ao fundo da imagem. A partir daí vários memes passaram a ser feitos mudando o cenário de fundo. Já o meme de Eduardo Bolsonaro fritando hambúrguer se refere ao momento em que Bolsonaro sugeriu indicá-lo ao cargo de embaixador do Brasil nos Estados Unidos. Após a repercussão da declaração do pai, o deputado defendeu sua qualificação para o cargo alegando já ter feito intercâmbio e fritado hambúrguer nos Estados Unidos, no frio do Colorado (BITTAR, 2019), o que rapidamente se tornou motivo de piada nas redes sociais.

Retiradas totalmente de seu contexto de produção, as imagens, combinadas a outros elementos como o ex-presidente estadunidense Donald Trump comendo espetinho e a geladeira de cerveja Colorado ao fundo, tornam o meme em um “meta-meme”, pois, esse faz referência a outros memes, de forma que para compreendê-lo plenamente se faz necessária a compreensão do intertexto apresentado.

A analogia ao fantoche de cordões, remete-nos ao uso indiscriminado de fotografias de pessoas comuns em memes na internet, na maior parte das vezes sem autorização, configurando uso indevido de imagem. Segundo Han (2018), a comunicação digital é marcada pela ausência de mediação, ou seja, as informações colocadas ali não passam por um filtro ou depuração. No presente imediato do online as notícias são colocadas simultaneamente à ocorrência dos fatos, diferentemente do que ocorreria em um jornal televisivo. Nesse local os leitores podem opinar nas publicações, discordarem e a partir disso criarem seus próprios conteúdos. A possibilidade de sermos produtores e consumidores da informação esvazia poderes construídos pelo

distanciamento. Nesse sentido, a igualdade é proporcionada sem a necessidade do anonimato das máscaras carnavalescas. A ausência de distanciamento, que Han nomeia como transparência, é somada a exposição de conteúdos privados em ambiente público. Logo, onde tudo é observado e sem a existência de afastamento “não é possível nenhum bom comportamento” (p.12) ou respeito. Assim o ambiente virtual possibilita um local aberto e direto para zombaria de figuras de poder.



Figura 12—Meta-meme¹²

Ainda segundo o autor, a mídia digital furta da comunicação a multiplicidade e a pluridimensionalidade da comunicação, visto que as formas não verbais, como gestos, expressões faciais e linguagem corporal costumam ser suprimidas. Ademais, a redução do outro a uma imagem na tela de um smartphone também esvazia a figura do outro, e minimiza a distância que constitui sua alteridade. Somando a esses fatores aos conceitos de Bergson, podemos inferir que o meio digital promove o distanciamento do sujeito na imagem, tornando-o um imaginário manipulável, e, portanto, risível.

Desconectados do humano presente na imagem efêmera é possível que essa assuma novos sentidos. Assim, o meme pode transmitir sentimentos diversos por meio da combinação da imagem de um indivíduo com outros elementos sem que esse tenha qualquer controle da

¹² Reprodução museu de memes, disponível em: <https://museudememes.com.br/collection/greta-thunberg-notrem>

mensagem final. Nesse processo entre o descolamento de um indivíduo e sua imagem se torna ainda mais fácil “anestesiando momentaneamente o coração” para geração do riso.

Por fim, Bergson (1983) trata da bola de neve, relacionando o cômico ao efeito de propagação da bola que vai acrescentando-se a si mesma. Como um encadeamento de fatos que tornam cada vez maior uma situação e, portanto, mais risível. Para Coutinho e Loureiro (2019), esse efeito pode ser percebido nos memes quando vemos novamente um meme já vistos diversas vezes, durante sua propagação ele passa a ganhar novas características, porém sem perder sua essência. Dessa maneira, ele acrescenta-se a si mesmo.

Dando seguimento a suas análises, Bergson passa a se concentrar no cômico das situações, para isso o autor aponta três processos do teatro bufo, gênero de teatro popular que misturava música e sátira. São estes: Repetição, Inversão e Interferência de Séries. Assim como nos mecanismos apresentados anteriormente, o autor descreve tais processos destacando a sobreposição do mecânico ao vivo. Na repetição ocorre processo semelhante ao boneco de molas, nela uma combinação de circunstâncias que se repetem em várias ocasiões, contrastando com o processo natural da vida. As repetições demonstram uma fixação ao fator mecânico, com simetrias e coincidências que fogem ao comum.

Na inversão é caracterizada pela inversão de papéis, rimos de quando um “acusado que dá lição de moral ao juiz, da criança que pretende ensinar aos pais, enfim, do que acabamos de classificar como "mundo às avessas" (BERGSON, 1983). Nessas situações podemos identificar um efeito que se volta contra a causa ou uma situação que volta a quem a criou. Nos memes esse recurso costuma ser utilizado entre grupos opositores. No exemplo de Coutinho e Loureiro (2019) “uma palavra ou frase dita por um político A para ironizar um político B pode acabar transformando em uma piada contra o político A através do uso de sua imagem e de suas palavras somadas a uma distorção cômica específica”.

No último recurso, temos a interferência de séries. Neste caso, o cômico se dá quando uma situação pertence ao mesmo tempo a duas séries de fatos independentes e que ocorram simultaneamente, como coincidências. Os memes são um grande exemplo, pois é possível encontrar as mesmas imagens circulando com discursos completamente distintos (COUTINHO; LOUREIRO, 2019).

Conforme o exposto, podemos apreender que o humor não se dá de forma passiva, mas antes exige imaginação e criatividade. A criação de memes, nesse sentido, se baseia na combinação de diversos recursos para gerar o riso. O desafio para analisá-los se dá na compreensão dos sentidos sobrepostos e combinados para transmissão do discurso.

3.4. Mas afinal, do que rimos?

Jan Bremmer e Herman Roodenburg (2000) na introdução do livro, *Uma história cultural do humor*, ao refletirem sobre estudos anteriores sobre o humor e o risível, inclusive os de Bergson e Freud, afirmam que todas possuem uma falha comum: pressupor a existência de uma *ontologia do humor*, sendo o humor e o riso transculturais e a-históricos. Para os autores, estes são fenômenos culturais e para entendê-los se faz necessário a observação do contexto sócio-histórico no qual foram produzidos. Em contrapartida, para o linguista Sírio Possenti (2010), essa tese não pode ser sustentada quando observamos as temáticas de piadas em diferentes países e a repetição das técnicas aplicadas. Nessa perspectiva, Possenti afirma que “O humor é cultural, mas o é apenas no sentido de que tudo o é.” (POSSENTI, 2010, p.139).

Silva Neto (2009) ao refletir sobre o humor como particular ou universal, defende que ele possui ambas as características. O autor argumenta que todo humano é capaz de rir e de provocar o riso, tendo como base a própria fisiologia humana, porém os motivos pelos quais se ri são condicionados pela cultura de cada organização ou grupo social, de maneira que o risível está subordinado as formas de perceber, classificar e ordenar o mundo no qual se vive.

Ao analisar o discurso humorístico em diferentes gêneros textuais, Possenti (2010) destaca o apelo à memória. A falha de compreensão, que nesse contexto provocaria ausência do riso, seria provocada pela falta de uma memória ou saber. Para provocar o riso, o humorista precisa dominar o sistema simbólico do público-alvo, de forma que o humor e o riso se instalam e se potencializam apenas em contextos nos quais ocorre identificação de códigos (SILVA NETO, 2009). Quando observamos memes, podemos notar que o elemento provocador do riso surge a partir de um entendimento, que articula, dentro de um contexto cultural, conhecimentos prévios, temporalidade e a compreensão por quem recebe esse conteúdo (HORTA, 2015). Dessa forma, dependendo do contexto cultural, os memes podem ou não ser risíveis. Ou seja, se o consumidor do meme não compreende o mecanismo que deveria desencadear o riso, ele não será capaz de construir sentido e não compreenderá seu humor.

O estudo sobre os memes de internet nos guia na identificação de quais discussões sociais são percebidas como relevantes atualmente, além de nos indicar discriminações e preconceitos entranhados nos discursos. Ao nos debruçarmos sobre a linguagem humorística, podemos analisar diferentes formas de representação social, contribuindo para o meio acadêmico ao pensarmos nos seus impactos para a sociedade. Nesse contexto, buscamos a reflexão acerca dos memes sobre corpo e alimentação circulantes em nossa cultura e, para finalidades de nossa análise, durante o pandemia da Covid-19 no Brasil. Afinal, quais seriam os artefatos culturais

que se fazem presentes nesses conteúdos, e quais estratégias são empregadas para que sejam risíveis?

3.5. Mecanismos de vinculação social: gatilhos mapeados a partir das Teorias do Humor

Após analisarmos o riso através da história ocidental, apresentamos os mecanismos que provocam o riso organizados em 3 correntes de pensamento, reconhecidas como Teorias do Humor. Trataremos das três hipóteses de mecanismos mais aceitas: Incongruência, Superioridade e Alívio.

I. Superioridade

A teoria da superioridade talvez seja a mais antiga de todas as possíveis explicações sobre o risível. Suas origens retomam os preceitos de Platão, que afirmava que o que torna a pessoa risível é a auto ignorância. Risível é aquele que se considera mais rico, mais bonito, mais virtuoso ou mais sábio do que realmente o é. Além dele, Aristóteles e Hobbes apontavam o humor e o riso como uma forma de ridículo, bem como uma expressão de superioridade ou hierarquia. O humor do ridículo e da caricatura são marcantes dessa teoria, eles demonstram inaptações e exacerbam diferenças entre grupos (JERÔNIMO, 2015). Nessa interpretação do risível, alguns precisam chorar para que outros possam rir. A teoria de Bergson apresenta o humor como resposta a inflexibilidade do meio social, para o autor, ao rir de pessoas que se tornam automatizadas, domamos as excentricidades ao condená-las ao ridículo. Assim essa também pode ser considerada uma teoria da superioridade.

Para Eagleton (2020) a teoria da Superioridade seria implausível, pois, seria uma perversão pensar que por trás de qualquer forma de humor haveria malícia e arrogância. O autor usa como exemplo o riso que podemos dar ao ver alguém com as calças caindo, o ato em si não poderia ser considerado como falta moral, nem configura ninguém como inferior.

Por outro lado, quando observamos a evolução do risível percebemos que concepção acerca do ridículo se modificou ao longo dos anos, inicialmente ria-se de um braço quebrado, ou um olho roxo, porém o riso foi passando também para situações de combate que envolvessem lesões ou deformidades, pois essas indicavam uma derrota. Assim, o riso passou a ser direcionado não necessariamente a um opositor, mas àqueles que de certa maneira sofreram algum infortúnio ou que foram deformados. Aqui identificamos como relevante a correlação com o conceito de estigma de Goffman (1986), que o classifica como um mecanismo por meio

do qual se reconhece, no outro, algum traço negativo ou desviante, construído culturalmente e usado na classificação de indivíduos. Essa leitura permite uma economia no olhar implicada nessa classificação, que pauta a interação social com esses indivíduos. No estigma, uma marca física pode ser uma característica totalizante que reduz o indivíduo a esse traço pejorativo, contaminando toda a identidade do sujeito. Assim, o riso sobre uma marca física ou corporal não estaria indicando um contexto breve, como alguém que está com uma sujeira nos dentes, por exemplo, mas um atributo permanente que interfere na aceitação pessoal plena. Com isso em vista, procuramos contextualizar no capítulo seguinte como as mudanças corporais, no ganho ou perda de peso, constroem-se e funcionam como marcas estigmatizantes.

Outro aspecto relevante é que o ridículo também permite o **rir de si mesmo**, pois é possível se distanciar de uma imagem fixa de si mesmo ridicularizando uma determinada situação ou comportamento. Quando isso ocorre é como se a parte que ri se dissociasse daquela que é ridicularizada (MORREAL, 1983). Logo, poderíamos também rir de problemas que compartilhamos, ou seja, “você pode rir sarcasticamente dos que tem visão ruim mesmo sendo míope” (EAGLETON, 2020). A autodifamação na célebre frase de Groucho Marx “Não quero fazer parte de um clube que me aceita como sócio” revela uma superioridade de identificar um bom gosto ao mesmo tempo que reconhece que pessoas como ele não tem. Eagleton (2020) aponta que **a habilidade de ser irônico às próprias custas também pode funcionar como forma de proteção**: “Adotar a degradante visão alheia e exibi-la como própria pode desarmar a outra pessoa. Nesse sentido, o humor autodepreciativo pode registrar subserviência como parte de uma estratégia para vencê-la” (p.56).

A teoria da superioridade não deve ser vista como independente ou geral. Como aponta Lintott (2016), a teoria se concentra em discutir o valor do humor, sustentando a ridicularização e o sentimento de superioridade como seus componentes essenciais. Diante do exposto, afere-se que a teoria da superioridade pressupõe que pessoas riem de desgraças e azares alheios, refletindo no riso sua concepção de superioridade, de tal maneira que grupos em posições hierárquicas superiores tendem a fazer piadas a custas de grupos marginalizados, excluídos ou vistos como inferiores. Para que esse processo aconteça a superioridade não precisa de fato existir, basta que ela faça sentido na mente de algumas pessoas para que esse grupo a considere risível.

II. Incongruência:

A teoria da incongruência afirma que o humor é derivado da disjunção entre realidade e o cenário cômico. Reconhecemos um cenário como incongruente, a partir de nossa percepção da realidade, quando identificamos um paradoxo ilógico, ou seja, uma violação de uma ordem padrão previamente identificada pode ser risível para quem observa. Morreal (1983), cita como exemplos de incongruência duas situações, uma em que uma pessoa encontra uma bola de boliche dentro da geladeira e em outra alguém que passa em frente a uma fileira de casas, todas com mesmo design, e por fim se depara com uma totalmente diferente. Jerônimo (2015), ressalta que a incongruência, além de risível, é também um espelho para que o espectador reflita sobre sua percepção de realidade.

Morreal (1983) propõe que, entre as incongruências, as mais risíveis são as deficiências de coisas ou pessoas, que o reduzem de seu ideal. O autor subdivide as deficiências das pessoas em quatro categorias: deformidade física, ignorância ou estupidez, deficiências morais e ações falhas. Sobre a deformidade física, ele explica que é uma das fraquezas mais antigas a serem motivo de riso, entretanto, atualmente nossa sensibilidade moral nos impediria de rir da deformidade na vida real. Apesar disso, ainda é possível encontrar personagens que pretendem ser risíveis por essas características quando observamos em peças, filmes, séries e desenhos animados. O autor aponta como exemplos a pessoa gorda, a pessoa com o nariz enorme, a pessoa muito feia e os trajes dos palhaços, os quais se baseiam quase exclusivamente na deformidade. Sobre as deficiências morais, destacam-se os vícios que estigmatizam os indivíduos alvo do riso, como avarento, o mentiroso, o bêbado, o preguiçoso, o lascivo, o fofoqueiro, o covarde, o hipócrita. Por fim, as ações falhas, seriam cômicas quando um defeito em alguém ou alguma outra coisa, ou um evento casual impede alguém de alcançar determinado objetivo. A ação desajeitada, a ação interrompida, a ação realizada por alguém desorganizado ou distraído, são todos artifícios comuns na comédia (MORREAL, 1983).

Para McGraw, Barsky e Warren (2020), a teoria de Bergson também pode se enquadrar nas teorias de incongruência. Visto que ao rir de pessoas que se tornam automatizadas.

III. Alívio

A teoria do alívio é conceptualmente formada na Psicologia e na Fisiologia, e tem como contribuição mais relevante a proposta de Freud (1960). Sua teoria supõe que o riso ocorre quando nos libertamos de uma situação de tensão, liberando energia psíquica de forma espontânea.

Eagleton (2020), apresenta uma piada como exemplo de como rir daquilo que nos aflige pode reduzir momentaneamente seus efeitos:

“Paciente: Quanto tempo de vida eu tenho?
Médico: dez.
Paciente: Dez o quê? Anos? Meses? Semanas?
Médico: Não, não. Dez, nove, oito, sete...” (EAGLETON, 2020).

Nesse exemplo, ao reduzir a morte a algo casual, podemos compensar brevemente nossa mortalidade. Além disso, a piada funciona como alívio da angústia trazida com a perspectiva da morte. O filósofo Hebert Spencer, de forma semelhante a Freud, afirmava que a hilaridade era causada pela liberação de um sentimento de prazer em sequência ao final de uma tensão mental desprazerosa (EAGLETON, 2020). Logo, o humor ao desafiar questões da ordem social e cultural, produz alívio das restrições impostas gerando o riso (JERÔNIMO, 2015).

Para Coutinho e Loureiro (2019) as piadas de “humor negro”, aquelas excessivamente ofensivas que abordam tabus como raça, sexo, deficiências físicas ou mentais, seriam exemplos claros do alívio na geração do cômico. De forma que, humorista que trabalha com essas temáticas, caso bem-preparado, consegue produzir tensão apenas por abordá-las e em seguida o alívio provocador do riso (COUTINHO E LOUREIRO, 2019). A piada nesse contexto, incorporaria tanto à autoridade do superego e os interesses do id, ao permitir o prazer da rebelião e negá-los, por se tratar de “apenas uma piada”. Portanto, gracejar nada mais seria que um descanso da opressão trazida pelo significado cotidiano.

Para Morreal (2009), a teoria do alívio se aproxima do conceito de “espíritos animais” que relaciona o riso a respostas humanas automáticas como raiva e medo. Assim, o riso funcionaria em muitos casos como um movimento involuntário, intenso, capaz de liberar o excesso de energia nervosa (MORREALL, 2009).

Existem diferentes versões para essa teoria, contudo, elas convergem no ponto fisiológico que encara o riso como uma descarga de energia nervosa (MORREAL, 1983). Diferentemente das teorias anteriores que se concentram nas emoções envolvidas ou nos objetos que causam o riso, a teoria do alívio traz o questionamento: por que o riso toma a forma física que tem e qual é a sua função biológica? Retomando os exemplos anteriores, podemos pensar em temáticas consideradas como tabus, como o sexo, que não podem ser mencionadas. A restrição ao tema, produz supressão de desejos sexuais e assim, quando um comediante quebra um tabu e fala sobre sexo, pensamentos “proibidos” são retomados e parte da energia sexual reprimida é liberada pela risada.

Os conceitos dos teóricos abordados nesta seção, de que o risível diz respeito à uma percepção de Superioridade, Incongruência ou Alívio em relação à uma determinada situação ou indivíduo, são perpassadas por um fator comum: a expectativa social de um comportamento padronizado. Assim, ao transpormos para nosso objeto de análise, podemos nos questionar **quais seriam as expectativas sociais para o corpo e para a alimentação na sociedade contemporânea e quais os possíveis impactos da pandemia de Covid-19 nessa negociação.**

3.6. Contribuições para a análise de memes na pandemia

Ao longo desse capítulo enquanto percorremos as discussões filosóficas e sociais acerca do humor, pudemos perceber como em diversas situações elas não se apresentam isoladamente, mas mescladas. Os gatilhos que nos fazem rir podem ser descritos por diferentes olhares. Além disso, uma mesma situação poderá ser encarada de forma cômica ou não a depender dos agentes envolvidos ou do contexto, várias informações são articuladas para provocar uma gargalhada. Dessa forma, os memes que nos propomos a discutir sobre mudanças corporais e alimentares durante a pandemia de Covid-19 utilizam-se de diversos textos e subtextos em prol do riso.

Com isso em mente, destacamos como conceitos fundamentais a serem trabalhados na análise dos memes selecionados: 1) o pensamento de Bergson acerca do riso como agente de **coerção** social ao apontar como ridículo o comportamento divergente à norma estabelecida; 2) a observação do riso como possível potencializador de discursos de ódio; 3) a proposta de McGraw e Warren (2010) que percebem o riso como uma forma de **relaxamento** para uma situação de tensão, ou ainda de **redução da culpa** sobre um erro de conduta.

Esse arcabouço teórico nos permite perguntar se e de que maneira os memes que trataram do corpo durante a pandemia: 1) funcionaram como uma forma de aliviar as pressões sofridas pelo cotidiano neste contexto; e/ou 2) reforçaram estigmas sociais para indivíduos gordos por meio do reconhecimento do padrão estético magro como adequado.

Chegando a essas hipóteses construídas a partir de conceitos acerca do risível, passaremos, no capítulo seguinte, para o aprofundamento das questões relativas ao corpo (aquilo que se dá ao rido ou não), como produto de uma sociedade neoliberal, e suas na interface com as mídias digitais. Nesse interim, abordaremos o atravessamento dessas questões pela pandemia de Covid-19.

CAPÍTULO 4. O CORPO RISÍVEL

Para alcançarmos a compreensão dos discursos circulados nos memes da pandemia sobre mudanças corporais, é necessário mapear quais permanências e mudanças sociais foram observadas no período considerado pelo estudo e se e de que maneira elas contribuíram para tornar o corpo um objeto risível.

Conforme exposto anteriormente, para Bergson (1983), os gestos e movimentos do corpo o tornam risíveis quando este nos lembra uma mecânica com sistema rígido.

Toda rigidez do caráter, do espírito e mesmo do corpo, será, pois, suspeita à sociedade, por constituir indício possível de uma atividade que adormece, e também de uma atividade que se isola, tendendo a se afastar do centro comum em torno do qual a sociedade gravita; em suma, indício de uma excentricidade (BERGSON, 1983, p14).

Assim, o risível das formas poderia se dar por uma inadequação à uma expectativa de um corpo comum. Dessa maneira, alterações no peso, na pele e membros chamariam atenção do corpo social que procura por meio do riso a correção do que causa estranheza à primeira vista. Ademais, podemos compreender que essa anormalidade, entendida como uma rigidez, provoca estranhamento quando ela se opõe a fluidez natural da vida.

Ao tratar da rigidez das formas corpóreas, o autor usa como exemplo as deformidades físicas, em específico o corcunda. Quando ignoramos o conhecimento e a reflexão e nos focamos na primeira impressão, temos “diante de nós uma pessoa que quis se enrijecer em certa atitude, e caricaturar o seu corpo”. Assim, será “cômica toda deformidade que uma pessoa bem conformada consiga imitar” (BERGSON, 1983, p.5). Indo além disso, Bergson acredita que quando a rigidez pode ser explicada por uma causa mais profunda, que se relaciona a determinado desvio de caráter do indivíduo, mais intenso será o efeito do riso. Assim o riso surge como um gesto social, uma resposta frente à ameaça da conformidade que pauta as práticas sociais.

Com isso em vista, ao adotarmos a teoria de Bergson para interpretação do corpo risível e em contexto pandêmico, partimos do pressuposto que há uma norma social para as formas corporais. Nossa hipótese é que esses memes articulem elementos que indiquem, direta ou indiretamente, uma quebra de padrões físicos ou comportamentais esperados.

Para análise do potencial do riso como regulador de padrões corporais, consideramos o conceito de estigma proposto por Goffman (1986). Segundo o autor, o estigma é um mecanismo

por meio do qual se reconhece, no outro, algum traço negativo ou desviante, construído culturalmente e usado na classificação de indivíduos. Essa leitura permite uma economia no olhar implicada nessa classificação, que pauta a interação social com esses indivíduos. No estigma, o indivíduo é reduzido a esse traço pejorativo, que contamina toda a identidade do sujeito (GOFFMAN, 1986). Assim, o riso, ao isolar as excentricidades, pode funcionar como acessório ao reforço de padrões de gestos, falas e de formas corporais, mantendo estigmas cristalizados socialmente.

Goffman (1986) esclarece ainda que o estigma é construído histórico-socialmente. Segundo o autor existem 3 formas de estigma: as deformidades físicas (deficiências motoras, auditivas, visuais, desfigurações do rosto ou corpo); os desvios de caráter (fraqueza de vontade, ideais radicais e desonestidade) esses podem ser inferidos a partir de relatos de comportamento como: distúrbio mental, prisão, vício e alcoolismo; e por último os estigmas tribais (pertencimento a uma raça, nação, religião) que são transmitidos de forma linear, atingindo toda uma família.

De forma semelhante à Bergson que ressalta a atenção dirigida (quando se cala a sensibilidade e se exercita a inteligência pura) do grupo a um indivíduo, Goffman (1986) entende que os estigmatizados têm em comum um determinado traço sociológico: “Um indivíduo que poderia ter sido facilmente recebido na relação social cotidiana possui um traço que se pode impor a atenção e afastar aqueles que ele encontra, destruindo a possibilidade de atenção para outros atributos seus (p.7)”. Assim como uma inadequação física que à primeira vista é percebida como algo possível de ser corrigido, o traço sociológico atrai o olhar inquisidor da coletividade, provocando uma reação que pode ser de condenação, discriminação e afastamento. O riso, nesta perspectiva, pode acontecer como reação à identificação do traço desviante.

Nesta dinâmica, aqueles que não se afastam das expectativas sociais são entendidos como normais, ou seja, em conformidade com a norma social (GOFFMAN, 1986). Em contrapartida, na sociedade contemporânea, a beleza corporal unida aos conceitos de saúde, bem-estar e juventude, formam um ideal a ser alcançado, no qual as formas corporais expressam status social (JACOB, 2014; SACRAMENTO, 2018). Desta maneira, a expectativa de adequação física do corpo a este padrão se descola da “normalidade” enquanto realidade alcançável, em um referencial que pode vir a tornar até mesmo o coletivo inadequado.

Considerando-o como uma construção histórica e cultural sobre a qual se articulam diferentes discursos e saberes, apresentamos a seguir como o corpo (seu referencial e percepção) evoluiu ao longo do tempo afim de compreender o corpo sujeito ao riso durante a pandemia de Covid-19 no Brasil.

4.1.O corpo e padrões estéticos na história

As questões acerca da imagem corporal são tema constante no campo da saúde. Os parâmetros estéticos ditam cada vez mais a compreensão do saudável e dos cuidados com o corpo. Para compreendermos os discursos que conferem ao corpo seus atributos e valores, faz-se necessário olharmos para sua historicidade, resgatando como essa construção variou ao longo do tempo e com a cultura, considerando-se ainda os princípios que guiam as relações sociais.

O conceito de beleza se modificou de acordo com o padrão cultural de cada época estando em sincronia com diversas áreas do conhecimento humano. Segundo Ferreira (2020), a estética sempre associou o belo ao bom e verdadeiro, de maneira que os valores morais, éticos e políticos influenciam o que é ou não considerado belo:

Os padrões de aferição da beleza do corpo humano estão inscritos na cultura e são influenciados por fatores que estão além da materialidade do corpo, que é apenas o suporte desses valores, ou seja, Ética, Religião, Política e Cultura criam os parâmetros que dão substância à beleza do corpo (FERREIRA, 2020, cap.1).

Na Grécia antiga, por exemplo, o corpo funciona como instrumento para execução de ações boas ou más, entretanto, ele próprio é considerado também um indicativo de moral e ética. Segundo Platão (427-347 a.C.), a alma é superior ao corpo, sendo uma ligada ao intelecto e outra à animalidade. O corpo, por manifestar os desejos e apetites sexuais, traria então um desafio ao homem para que a alma exercesse seu domínio. Já para Aristóteles (385-322 a.C.), o corpo seria um instrumento da alma, ou seja, os dois seriam uma unidade, na qual a forma como ele está organizado e a que ele se destina são mais importantes que a matéria em si, de forma que a causa final é mais relevante que a material. Ou seja, é na forma e na maneira de agir que uma pessoa é identificada.

Foucault (2004) ao discutir a filosofia e a espiritualidade no mundo antigo destaca que preocupar-se com o corpo, naquele contexto, ia além do cuidado individual, e estava mais alinhando a um projeto político e pedagógico que considerava a coletividade e o bem-comum. Nos textos socráticos, o cuidado de si aparece como “ocupar-se de si mesmo”, “recolher-se em si”, “ter cuidados consigo”, “retirar-se em si mesmo”, “sentir prazer em si mesmo”, “buscar deleite somente em si”, “permanecer na companhia de si mesmo”, “ser amigo de si mesmo”, “estar em si como em uma fortaleza”, entre outros. A ideia de ocupar-se consigo denota a capacidade de se autogovernar para poder agir em relação ao outro (FOUCAULT, 2004).

Foucault (1984), ao analisar a sociedade grega, ressalta ainda que os cidadãos se ocupavam e se preocupavam com o corpo, procurando atividades de manutenção da saúde, o

que envolvia a alimentação e o desenvolvimento da dietética. A dietética surgia como um prolongamento da medicina, das artes de curar. São incluídos nos “regimes” práticas de atividades físicas, com as devidas recomendações de intensidade e tempo, banhos e a alimentação. As recomendações alimentares levavam em conta o estado geral do corpo, o clima, as atividades praticadas e evacuações, além disso, purgações e vômitos eram indicados para corrigir excessos alimentares.

A dietética aproximava a relação entre corpo, saúde e conduta moral. Era por meio dela que os homens virtuosos alcançavam o equilíbrio. O regime não era apenas alimentar, mas incluía uma série de regras de conduta, pois, “o rigor de um regime físico, com a resolução que é exigida para segui-lo, demanda uma indispensável firmeza moral, e ela permite exercê-lo” (FOUCAULT, 1984. p.94).

Se por um lado, a esforço físico e a prática de regimes alimentares era bem-vista como firmeza moral, o excesso de atividades físicas também era condenado, pois “se o regime tem por objetivo evitar os excessos, pode ocorrer um exagero na importância que se lhe atribui e na autonomia que se lhe concede” (FOUCAULT, 1984. p.94). Esse risco se colocava em duas formas: o excesso atlético poderia adormecer a alma em uma musculatura; a segunda forma seria o excesso valetudinário que seria a:

(...) vigilância de todos os instantes que se dedica ao corpo, a saúde e aos seus menores males. O melhor exemplo desse excesso é dado, segundo Platão, por aquele que era considerado um dos fundadores da dietética, o pedótribo Heródicos; totalmente ocupado em não infringir a menor regra do regime que se impôs, teria "arrastado" durante anos uma vida agonizante (FOUCAULT, 1984. p.95).

A ética aliada aos preceitos políticos e filosóficos sociais, bem como a ideia de “vida útil e feliz” vinculada à prática de condutas alimentares e atividades físicas, é reiterada ao longo da história e persiste como questão social relevante impactando tratamentos de saúde. Além disso, no campo da estética, o classicismo grego, como legado, pode ser ilustrado pelo manual Cânone de Policleto (V a.C.) que consistia em um sistema matemático sobre as proporções corporais humanas, que ditava as noções de beleza, proporções e conhecimentos sobre o corpo.

Na Idade Média, sob os preceitos da religião cristã, o corpo passa a ser ligado à animalidade, à culpa e ao pecado. A renúncia sexual era colocada como uma forma de reorganização social e da religião de forma que, ao se livrar do peso do mundo, seria possível partilhar a vitória de Cristo. No século V, Agostinho postula que a alma pecadora torna o corpo corruptível. Com isso, mudava-se a perspectiva de que o corpo (carne) corromperia a alma (espírito). Assim alma e corpo estariam entrelaçados. O conflito entre corpo e alma estaria na origem do pecado e a salvação em Cristo devolveria o equilíbrio quebrado.

Para o cristianismo, o corpo do Salvador é a ponte entre o humano e o divino.(...) No seu percurso terreno, principalmente na Paixão, há uma construção simbólica na presença e no uso do corpo como um fator essencial na estruturação da religião, e o cristianismo, se institui a partir desse corpo como um fator essencial na estruturação da religião, e o cristianismo se institui a partir desse corpo, o corpo do filho, tornado humano e que retorna ao céu para ficar ao lado do seu Pai, fora da dimensão terrena (FERREIRA, 2020).

A beleza é, ainda nesse período, uma manifestação divina de ordem, proporções e medidas, sustentada pela alma. A obra divina é perfeita e proporcional, diferenciando-se do caótico. O que é considerado bom e belo segue a lógica do Cosmos, quanto mais próximo de Deus, como anjos e querubins, mais belo e mais nobre, quanto mais afastado de Deus menos agraciados por Ele. Novamente podemos perceber como a identidade social dos indivíduos estava intimamente ligada às formas físicas, assim a percepção do corpo do outro criava expectativas sociais em relação à conduta e ao caráter.

Ao final da Idade Média com o desenvolvimento das ciências físicas e astronômicas, crises políticas, descoberta de novos continentes e enfraquecimento da igreja, o homem revê seu lugar de importância no mundo, deixando de ser criatura feita à imagem e semelhança de Deus ou o centro do Universo. A busca pela beleza e por um padrão estético se move em direção a novos parâmetros (FERREIRA, 2020).

No período moderno, a ciência avança modificando a percepção acerca do corpo, que passa a ser estudado por meio de experiências e dissecações. Sabe-se que Leonardo da Vinci (1452-1519) chegou a estudar anatomia com alguns corpos, os quais usava como inspiração para suas obras. O desenho do Homem Vitruviano (1492) (Figura 13), feito a partir das proporções matemáticas dimensionadas pelo arquiteto Vitruvius, demonstra a tese filosófica do Renascimento: “o homem é a medida de todas as coisas”. Esse homem, entretanto, não deixa de ser idealizado e suas medidas padronizadas representam parâmetros de perfeição e beleza.

Entre o século XV e o XVII, a Europa ocidental busca conciliar corpo e sexualidade com a nova ordem social, a religião e o aumento populacional. O afastamento do corpo do sagrado conduz o olhar para outras dimensões da vida, dando mais espaço ao biológico. A revolução científica fornece bases mais sólidas no campo da física, ciências mecânicas e química. As fronteiras do que é considerado lícito, aceito ou tolerável, ou do que é ilícito, desviante ou intolerável, se modificam continuamente segundo o contexto sociocultural e os valores da sociedade em cada local.

Durante o Renascimento, o corpo gordo passa a ser visto como lento e preguiçoso, sendo alvo de dietas e restrições físicas, como cintos e espartilhos. Diferentemente do período medieval quando a preocupação se voltava para o pecado da gula, o pensamento moderno

valoriza a eficiência corpórea, relacionada ao corpo esguio, enquanto condena a gordura e a flacidez. Logo, ser gordo passa a significar ser abandonado em um mundo que valoriza a atividade, de forma que o que antes poderia ser visto como marca de uma queda moral, torna-se alvo de estigma e rejeição (VIGARELLO, 2013).

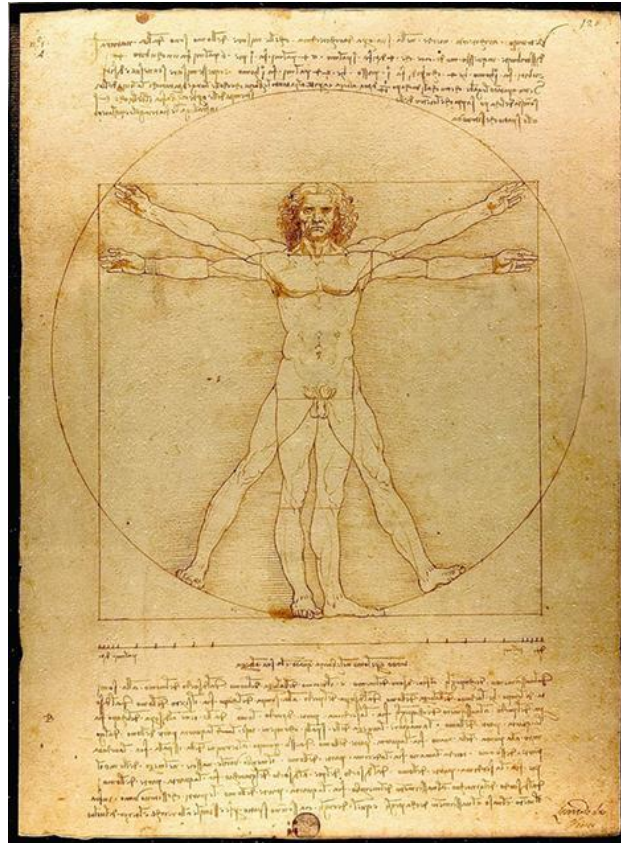


Figura 13 - O Homem Vitruviano¹³

Seguindo para o século XVI, a medicina fazia anúncios alarmantes contra o corpo gordo, porém, ainda não havia uma definição clara de quanto peso ou tamanho seria realmente excessivo. O peso era intolerável e atrapalhava o movimento corporal: “a pessoa gorda torna-se um foco de ridículo para melhor impressionar na mente do público uma justificativa de “sobriedade” (VIGARELLO, 2013).” O uso de anedotas extremas era comum e servia como uma lição intimidante. As histórias do médico Henrique IV apresentam modelos alarmantes para o fim do sujeito gordo demais:

Há Pomponius, cujo grande tamanho exige que ele carregue o estômago em um carrinho de mão; Adelbert, o bispo de Worms, que morreu sufocado em um corpo que se tornou “grotesco”; Denys de Heracles, o filósofo hedonista, que foi submetido a sanguessugas dia e noite para tratar seu deslizamento de carne. O argumento é novo: invocar o “monstruoso” para melhor perturbar o público e transformar corpos

¹³ O Homem Vitruviano, c.1492, lápis e tinta sobre papel, Leonardo da Vinci, Gallerie dell'Accademia, Veneza, Itália. <https://www.historiadasartes.com/sala-dos-professores/o-homem-vitruviano-leonardo-da-vinci/>

“abusivos” do passado em lições “inquestionáveis” para o presente (VIGARELLO, 2013. p.46).

No século XVII com ascensão da burguesia, o “bom gosto”, que denotava um conhecimento e familiaridade com alguns tipos de comida, pinturas, músicas e roupas e as “boas maneiras” adquiridas de berço, marcavam as desigualdades de classe social entre nobres e os chamados “novos ricos” (NASCIMENTO, 2007).

Neste contexto, fazia parte controlar o apetite, e adotar um ar *blasé* diante das coisas... As regras de etiqueta modificaram os comportamentos à mesa e funcionaram como mais uma coerção da liberdade e um elemento de diferenciação social (NASCIMENTO, 2007. p 63-64).

Para Flandrin e Montanari (1998) o gosto ganha valorização, passando a diferenciar o bom do ruim, o belo do feio, indo muito além do comestível ou não comestível. “(...) é o órgão característico do “homem de gosto”, um dos avatares do homem perfeito. Ora, essa valorização implica uma certa tolerância para com os glutões.” Assim, o controle do apetite ganha uma conotação positiva que vai além da mera oposição de: magro (ágil e produtivo) versus gordo (lento e preguiçoso). Agora o sujeito que mantém um corpo esguio demonstra conhecimento e adequação à classe social mais alta.

Nesse período, o corpo feminino já era alvo de artifícios para mascarar imperfeições. Pós, perucas, unguentos, espartilhos e tecidos volumosos eram muito utilizadas. A evolução da cosmética promoveu a depilação de sobrancelhas, pinturas nos olhos, lábios e maçãs do rosto. Os *segredos* de beleza circulavam na época com as mais diversas receitas. A ação depilatória do sulfato de arsênico; leite de cabra e a gordura de cavalo para cabelos soberbos e sedosos; pele e a gordura de cobra para renovar a pele feminina; pérolas esfregadas nos dentes para garantir brilho, essas entre tantas outras receitas, atravessaram séculos.

Dessa forma, a sociabilidade urbana e as normas da corte para aparência passam a impor novos modelos estéticos que orientam o conceito de beleza. O corpo, assim como na Idade Média, é compreendido como matéria que reflete a alma, de forma que a beleza seria uma expressão do interior, ou seja, dos desejos e vontades. Do mesmo modo em que os vilões de contos infantis são descritos como feios e disformes como representação de sua maldade, a inadequação aos padrões estéticos é entendida como apontamento de falha moral.

Mais adiante, já na transição do século XVIII para o XIX a burguesia europeia estava em ascendência, a conquista de novos territórios ampliava os mercados e favorecia a migração para as colônias. Nesse período de abundância de alimentos dos novos continentes a gordura volta a ser símbolo de riqueza e distinção social. Os corpos se alteravam acompanhando as

mudanças alimentares no cardápio europeu que agora continha batata e açúcar refinado. O status e o poder social era demonstrado por meio do consumo de alimentos exóticos e requintados. O exagero era privilégio alimentar e a gordura uma marca física que indicava acesso à boa mesa (SEIXAS, 2009; MONTANARI, 2013).

Como aponta Montanari, o padrão estético corrente era: “Ser gordo é bonito, é sinal de riqueza e bem-estar. Como proclama o protagonista de uma comédia de Goldoni: “Se tiverdes de ser meu, vos quero belo, gordo e robusto” (MONTANARI, 2013, p. 119). A decadência das monarquias absolutistas movia o lado hedonista da nobreza europeia. Exemplo dessa época é o quadro de Francisco Goya (1800), *Maja desnuda*, no qual a mulher da corte é tratada com a licenciosidade típica da sociedade do século XVIII (IMBROISI; MARTINS, 2022).

Do século XIX ao XX, a mulher ocidental sofre diversas transformações culturais e estéticas. Foi apresentada a uma higiene corporal compulsiva na pós-revolução microbiológica, nessa época também entram em cena o batom, o desodorante e o esmalte. O aumento dos decotes levou a depilação e o trabalho feminino nas fábricas fez com que os espartilhos dessem lugar aos sutiãs. Aos poucos a gordura passiva da belle époque deu lugar à magreza ativa em um movimento semelhante ao observado durante a revolução industrial. Para o público masculino não foi diferente, as revistas da época apreciavam a cintura fina com peitoral destacado, os acessórios essenciais para o guarda-roupa eram as fivelas para cintos e coletes. Segundo Vigarello (2013):

Os homens nas revistas *Parisian Fashion* e *Tailors Journal* nos anos 1830-1840 têm torsos convexos e casacos amplos que acentuam uma camada generosa de estofamento extra e punhos grandes (...) O dândi de Balzac usa uma sobrecasaca que “segura elegantemente a cintura”, como em *Maxime*, ou “aperta a cintura”,⁵⁹ como em *Charles Grandet*. O herói de 1842 de Eugène Sue tem uma silhueta idêntica: “uma cintura fina e esbelta” unida a “músculos de aço”. (VIGARELLO, 2013. p.123, tradução própria)

Com mais corpo à mostra, os cuidados com a pele ganharam mais espaço, a pele tonificada, alisada e limpa se apresenta como uma forma de vestimenta que não se amassa. Assim:

Diferentemente de nossas avós, não nos preocupamos mais em salvar nossas almas, mas em salvar nossos corpos da desgraça da rejeição social. Nosso tormento não é o fogo do inferno, mas a balança e o espelho (WOLF, 2018, p.11).



Figura 14 – Figura Francisco Goya (1800), Maja desnuda ¹⁴

A beleza do corpo humano passa a ser trabalhada e moldada de forma a atender as demandas da nova ordem social, como uma peça nessa nova engrenagem. Além disso, os estudos sobre metabolismo humano avançam e uma compreensão totalmente nova sobre as causas e as formas de prevenção da gordura são adotados. O corpo é comparado a um motor movido à fogo e a gordura à um combustível não queimado. Com o passar do tempo essa percepção transforma o olhar para obesidade e seu tratamento.

O pensamento completamente revisado sobre os mecanismos fisiológicos começa no início do século XIX. Essas novas ideias, por sua vez, levam a maneiras muito diferentes de pensar sobre as causas e a prevenção da gordura. Um ponto de virada é claramente estabelecido quando o mecanismo de combustão orgânica começa a ser entendido. Uma vez que o corpo é considerado como um motor movido a fogo, a fonte de gordura é reconhecida como combustível “não queimado”. Com o tempo, essa redefinição sacode totalmente as ideias sobre a obesidade e sobre seu tratamento, incluindo programas de emagrecimento cuja lógica parece irrefutável. Técnicas e modelos de atividade física são adotados não somente com apoio da medicina, mas, também, da Educação Física (VIGARELLO, 2013).

Segundo Vigarello (2013), o avanço dos estudos anatômicos permitia uma melhor análise de tecidos e membranas, com isso, foi possível observar que determinadas patologias

¹⁴ FRANCISCO GOYA (1800), MAJA DESNUDA. Reprodução: <https://veja.abril.com.br/galeria-fotos/a-mulher-na-arte/>

alteravam diferentes partes do corpo. Assim, a obesidade passou a ser examinada nos corpos dos pacientes por dissecação e as diferenças teciduais foram registradas. A partir disso, a obesidade passa a ser caracterizada como uma doença sorrateira, capaz alterar membranas e volume dos órgãos. Em paralelo, a beleza passa por um processo de padronização, tal qual outras áreas do mundo moderno.

Por meio da educação física, o corpo humano tende a ser considerado um organismo que precisa receber uma formação para bem orientar seus gestos, corrigir o que é julgado defeituoso em sua aparência e transformar potências em virtudes. Este trabalho representa uma ação ao mesmo tempo médica e pedagógica, suscitando o desenvolvimento de uma confiança inédita depositada no corpo de cada indivíduo: acredita-se, desde então, que é por meio do corpo que se educará o caráter (FERREIRA, 2020, cap. 8).

Ainda ao final do século XIX, Quetelet em 1835, utiliza as escalas que examinam a proporcionalidade entre peso e Altura. Os gráficos que posteriormente seriam utilizados para criação do Índice de Massa Corporal, indicavam agora números exatos de quilos necessários para o indivíduo ser considerado saudável. As recomendações eram tanto médicas quanto estéticas. A pessoa gorda é identificada como aquela “sem flexibilidade na cintura”.

Já no início do século XX, o tônus muscular é valorizado no corpo masculino e no feminino é exaltada a “flexibilidade reta”, o “fascínio serpentino” e a “primavera no traseiro”. A preocupação com ganho de peso e a valorização da musculatura seriam um prenúncio dos padrões estéticos dos dias atuais. Nesse ínterim ocorre ainda uma racionalização do cotidiano por meio de práticas de dietas restritivas e exercícios físicos em prol da saúde. É nesse período que se nota a moda da mulher esguia e magra. O tamanho ‘quanto menor melhor’ das roupas funcionava como uma “forma anatômica” que, além de constranger moralmente os corpos mais avantajados, funcionava como um tormento para a mulher que o ultrapassasse. Na Europa o estilo tubinho era valorizado, juntamente com corpos esbeltos e leves. A boa aparência era essencial, para as mulheres era determinante de seu papel social (PRIORE, 2000).

A obesidade começa a tornar-se um critério determinante de feiura, representando o universo do vulgar, em oposição ao elegante, fino e raro. Curiosamente, esbeltez e juventude se sobrepõem, velhice e gordura, idem (PRIORE, 2000. p.75).

O envelhecimento passa a ser associado à perda de prestígio e ao afastamento da vida social. Além disso, a lipofobia em alta exclui a ideia de gordura como saúde, prazer e prosperidade. A gordura não fazia sentido como algo bom nos tempos em que o ritmo de vida foi ficando mais ágil e rápido (PRIORE, 2000).

Ainda segundo Priore (2000), diferentemente do século XIX, no século XX a magreza e o controle corporal são marcas visíveis de status social, as elites seguem determinando o modelo de beleza. As transformações nos corpos, principalmente das mulheres foram brutais. A tríade: ser bela, jovem e saudável passa a ser imposta por meio das imagens na mídia, de forma que tirania dos corpos perfeitos faz da estética motor para a existência, da feiura um drama e da gordura uma maldição.

Entendemos que a busca pela padronização facial e corporal atual se relaciona com o que Goffman (1986) aponta como manipulação da identidade social virtual, ou seja, uma maneira de fugir ao estigma, aumentando as chances individuais de aceitação social. Em tempos de lipofobia, ligada a uma busca contínua por magreza e a forte rejeição à obesidade (Fischler, 1995) a gordura é vista como falência moral.

Como vimos em Bergson (1983), o riso pode cumprir o papel social de apontar os erros de conduta inaceitáveis em uma sociedade. Nesse sentido, ao ser entendido como falha de caráter, o excesso de peso passa a ser motivo de riso, não somente pela mudança da forma corporal, mas também o riso vexatório que condena inadequações sociais. Esse riso passa ser amplificado pelas mídias no século XX, o que pode ter potencializado a busca por emagrecimento como forma de aceitação social. Adiante trataremos das percepções negativas acerca da gordura e das diferenças de compreensão entre o corpo gordo e o obeso.

4.2.O Gordo e o obeso

Apesar de adjetivos sinônimos segundo o dicionário de língua portuguesa (MICHAELIS, 2021), é preciso diferenciar os termos “obeso” e “gordo”. A obesidade pode ser definida como uma condição médica que, pelo acúmulo excessivo de gordura, apresenta riscos à saúde (WHO, 2021). Para justificar essa definição, emprega-se comumente o IMC, cálculo que relaciona a altura e o peso do indivíduo para classificar a sua quantidade de massa adiposa. Já o corpo gordo não é socialmente relacionado a medidas antropométricas, mas sim àquele que acumula gordura, apresenta certo grau de flacidez e para o qual existe um julgamento de excesso de peso, devendo ser submetido a procedimentos de emagrecimento (ARRUDA, 2019).

Desta forma, o que se pretende dizer quando se fala que um indivíduo é gordo? Para Arruda (2019), o termo aponta para uma inadequação do corpo em sua forma física, sendo, portanto, desviante. Trabalhando o conceito de anomia descrito por Durkheim (1999) e Velho (1985), a autora demonstra como, na existência de uma imagem corporal padrão contemporânea, o corpo

gordo é definido a partir da percepção do grupo social que o entende como transgressor da norma e, por conseguinte, merecedor de sanções. Segundo Roland Barthes (1982, apud. NOVAES; VILHENA, 2003), a imagem corporal seria o resultado da influência exercida pelo ambiente sobre o sujeito, em um processo de transformações contínuo. O corpo, dessa forma, seria a imagem que o indivíduo crê que o outro tem dele. Assim, compreende-se que o incomodo gerado se dá não pelo peso corpóreo em si, mas sim com a imagem que ele produz.

Para Fischler (1995), as categorias de gordura, magreza e obesidade não se modificaram ao longo dos séculos. Apesar disso, os critérios que marcam os limiares entre essas categorias sofrem grandes variações. No passado, era preciso ser mais gordo que hoje para ser considerado obeso e menos magro para ser considerado magro. Destaca-se assim que a aceitação para a gordura reduziu no decorrer do tempo. A gordura, agora repleta de estereótipos negativos, passa a dar lugar à uma magreza, positivada e exaltada (ARRUDA, 2019).

Nesse contexto, os conceitos de peso ideal, corpo saudável e corpo normal se misturam no imaginário popular. O corpo gordo que há séculos era almejado, hoje é compreendido como não saudável e fora dos parâmetros biológicos normais. Canguilhem (2009), demonstra em sua pesquisa como os ideais de normalidade e patologia são permeados por valores morais, culturais e técnicos. A doença poderia ser aferida pela medida de excesso ou de falta em relação ao estado de equilíbrio das funções corporais. Dessa maneira, ao reconhecer o anormal é possível determinar uma normalidade. “Esse estado normal ou fisiológico deixa de ser apenas uma disposição detectável e explicável como um fato, para ser a manifestação do apego a algum valor (p.17)”.

Katz e Marshall (2012) ao refletirem sobre a ideia de normalidade na área da saúde, defendem que os conceitos de "funcional" e "disfuncional" são mais adequados ao contexto médico-científico atual. Segundo as autoras, na medida em que a vida passou a ser investigada em seus níveis orgânico e celular, a função se tornou mais relevante como forma de ordenação da natureza. Nesse movimento científico, determinar até que ponto o desempenho orgânico poderia corresponder a estados ideais de funcionalidade se torna mais relevante que identificar quais condições corporais são puramente saudáveis ou doentes. A funcionalidade ao circular sob os signos de 'normal', 'natural' e 'saudável' fornece um guia prático e normativo do que se compreende como uma forma adequada de existência.

Para Higgs et. al. (2009), a preocupação com a saudabilidade permeia as decisões individuais de tal forma que os comportamentos sociais são definidos e legitimados por meio de um cálculo racional de custos e benefícios que visam a saúde como um objetivo obrigatório de vida. Assim, a autoestima passa a se relacionar diretamente à saúde individual.

Quando pensamos como essas dinâmicas se aplicam às medidas corporais, podemos compreender, portanto, que o peso aferido possui significados que vão muito além de meras taxas que indicam um diagnóstico de saúde x doença, interferindo na identidade de um indivíduo, em como ele se vê, como é visto pelo outro e em sua inclusão no mundo.

Sendo a magreza um sinônimo de corpo funcional e produtivo, e a gordura um indicativo de falha na manutenção da saúde, o ganho de peso é malvisto e condenado, sob a justificativa de não ser saudável. Logo, o corpo que engorda durante a pandemia de Covid-19 se diferencia de sua versão anterior e também de uma expectativa social de padrão físico, o que faz dele risível. Demonstraremos no tópico seguinte como o humor se utiliza de tais parâmetros para construção do riso no ambiente midiático.

4.3. A construção do corpo no contexto brasileiro e o papel da midiaticização

Le Breton (2011) pontua que o corpo individualizado é preenchido por representações sociais que irão localizá-lo em relação à natureza e a outros indivíduos. Como uma construção social simbólica, seus sentidos irão variar em cada cultura, tempo e espaço. Nessa perspectiva, quando pensamos em observar as expectativas formadas sobre o corpo no contexto brasileiro, mais especificamente o contexto carioca onde se deu a captação dos memes que são objeto de análise nessa pesquisa, devemos considerar que este é produzido na e pela cultura, e que essa é carregada por marcas histórico-sociais (GOELLNER, 2003).

Além disso, o corpo é construído também pelo que se diz sobre ele, ou seja, a linguagem não apenas reflete a existência, mas participa de sua criação, pois “tem o poder de nomeá-lo, classificá-lo, definir lhe normalidades e anormalidades, instituir, por exemplo, o que é considerado um corpo belo, jovem e saudável (GOELLNER, 2003, p. 31)”. Assim, o corpo é mutável, não somente pelos aspectos fisiológicos que atuam sobre ele, mas também seus significados culturais e sociais.

Da chegada dos portugueses no século XVI até os dias atuais, a compreensão do que se era considerado um corpo belo no Brasil passou por diversas transformações, influenciadas por fatores históricos, culturais e sociais. Transformações essas que também refletem um período de formação de uma identidade nacional.

Durante o século XVI, o modelo de beleza hegemônico era o europeu, que valorizava mulheres de cabelos claros e ondulados, com rosto leitoso e bochechas largas, sobrancelhas finas e bem separadas, enquanto o corpo deveria ser algo entre o magro e o gordo (DEL PRIORI, 2000). Em contraposição a esse referencial, os corpos indígenas eram vistos como

exóticos. Ou seja, o padrão de beleza estabelecido refletia relações de poder, como ilustrado em carta de Pero Vaz de Caminha ao rei português.

A feição deles é serem pardos, maneira de avermelhados, de bons rostos e bons narizes, bem feitos. Andam nus, sem cobertura alguma. Não fazem o menor caso de encobrir ou de mostrar suas vergonhas: e nisso têm tanta inocência como em mostrar o rosto (Caminha, 1500).

Com a ascensão de uma identidade nacional orgulhosamente miscigenada, a mistura afro europeia passa a ser admirada por produzir cinturas finas e quadris largos, enquanto a ancestralidade indígena é vista como 'feia' por produzir um corpo 'tubular' (EDMONDS, 2009). Em obras de pesquisadores nacionalistas, o corpo da mulher brasileira passou a ser defendido como um patrimônio nacional de sensualidade e tropicalidade, assim, a miscigenação foi valorizada como símbolo uma população fisicamente atraente com uma cultura sexual singular.

Entretanto, essa não foi a realidade percebida por Edmonds (2009) em sua pesquisa desenvolvida no Hospital Escola da Santa Casa da Misericórdia, que acompanhou a rotina de médicos cirurgiões plásticos e residentes que realizavam procedimentos estéticos voltados para população de baixa renda na cidade do Rio de Janeiro- RJ. A marca do colonialismo na cultura estética brasileira ficou evidente pela grande procura por rinoplastias, como forma de “corrigir as ‘desarmonias da miscigenação’ (p.473)”, que era reforçada pelos cirurgiões e residentes que avaliavam os casos. Em uma situação, por exemplo, um cirurgião chegou a declarar que *‘o paciente não quer nariz com pé [sic] na África, mas com pé na Europa, né?’*(p.473).

Nesse contexto, tratamentos estéticos são vendidos como forma de cuidado com saúde mental, seguindo a lógica de que incômodos com a aparência podem afetar significativamente não apenas a autoestima dos pacientes, visto que em sociedades modernas a aparência é um valor essencial para competitividade econômica e competência social e sexual (LEIBING, 2004; EDMONDS, 2009; GOLDENBERG, 2010).

A esse sistema que liga beleza e saúde, também se soma a valorização pelo corpo jovem e ativo, de forma que deixar-se envelhecer é visto como uma atitude moralmente reprovável. O corpo com rugas e cabelos cinzas é indesejado, como um símbolo de descuido com o corpo e o bem-estar (LEIBING, 2004). Para Leibing (2004), a busca por juventude eterna também é resultado de uma cultura que valoriza o corpo produtivo e útil. Especialmente no caso de um país como o Brasil, que possui programas sociais insuficientes, mostrar-se dependente pode ser malvisto socialmente. As imagens dos idosos nas mídias, por exemplo, criam hierarquias sociais e reforçam ideais de um bom envelhecimento ligados ao místico ou ao trabalho duro.

Segundo Edmonds (2009), o discurso médico descreve o envelhecimento como um declínio biológico e estético que pode e deve ser combatido por meio de estratégias de saúde e beleza. A juventude é entendida como um estado de espírito sendo possível ser mentalmente jovem com um corpo que não corresponde ao indivíduo, de forma que, aqueles que buscam transparecer jovialidade podem se valer de cirurgias plásticas para

...harmonizar o corpo com o espírito, a emoção com a razão, visando estabelecer um equilíbrio interno que permita ao paciente reencontrar-se, reestruturar-se harmonia com a sua própria imagem e com o universo que o rodeia (PITANGUY, 1985 APUD EDMONDS, 2009, P. 270)

Ou seja, intervenções estéticas, cirurgias plásticas, exercícios físicos e hábitos alimentares adequados, tornam-se uma forma de amoldamento do sujeito que busca se manter em conformidade com as demandas de uma sociedade que vão além de uma perfeição física alcançável. Essas estariam relacionadas a um constante autoaprimoramento de si para aumento de sua produtividade e status social.

O consumismo promovido como estilo de vida, mantém brasileiros em constante insatisfação com a própria aparência, pois sempre há um produto novo para um novo “problema” estético. Um exemplo desse processo foi o crescimento do setor de estética no país, em 2021 havia 1.270.692 estabelecimentos voltados para esse setor, sendo quase 27 mil deles no Rio. Em 2020, o segmento obteve faturamento de mais R\$ 35 bilhões, mesmo com o enfrentamento da pandemia (REDAÇÃO, 2022).

Entretanto, é preciso ressaltar que a ideia de corpo no Brasil não pode ser generalizada para todo o país, pois cada região possui suas particularidades, como demonstrou o estudo de Laus, et. al. (2014). Ao analisarem níveis de preocupação com imagem corporal de adolescentes de diferentes regiões do Brasil, os pesquisadores notaram que jovens oriundos de áreas rurais demonstraram menor preocupação nesse aspecto quando comparados aos adolescentes provenientes de ambientes urbanos. Os autores sugerem a possibilidade de discrepâncias nos valores culturais entre as diferentes localidades ou, quiçá, uma pressão mais acentuada relacionada à aparência física sobre os adolescentes urbanos, devido à excessiva exposição a imagens midiáticas.

Posto isso, e considerando que nossa coleta de memes foi compartilhada entre pessoas residentes na cidade do Rio de Janeiro (RJ), vamos nos ater ao contexto cultural urbano. Nele, o estudo de Goldenberg (2010) descreve a classe média carioca como uma pequena elite

econômica, intelectual e cultural no Brasil, porém capaz de ditar comportamentos que serão seguidos por outras camadas da população. Isso porque seus comportamentos e características físicas são constantemente retratados na mídia, em particular em novelas e outras formas de entretenimento (GOLDENBERG, 2010).

Trata-se de uma parcela muito pequena da classe média brasileira que pode ser descrita como: predominantemente mais branca que a média, heterossexual, com nível superior, renda alta para os padrões brasileiros, residentes na Zona Sul do Rio de Janeiro e principalmente na bairros mais ricos (Leblon, Ipanema, Gávea, Lagoa, Jardim Botânico, Botafogo, Copacabana, Humaitá) (GOLDENBERG, 2010, p.220).

Essa posição de privilégio econômico, político, cultural e simbólico, confere a essa parcela o poder de criar padrões corporais socialmente legitimados. Apesar desses corpos não representarem o estereótipo do "corpo tipicamente brasileiro", Goldenberg (2010) afirma ainda que o "corpo-capital" exibido por esse grupo é amplamente imitado pela população brasileira em geral, especialmente pelas mulheres brasileiras.

Esse corpo esculpido, bem definido, atlético, saudável e bonito, torna-se, portanto, objeto de desejo, um alvo a ser alcançado pelos cariocas. A conformidade com o padrão estético conhecido como "boa forma" ou "fitness" sob uma aparência de liberação física e sexual se manifesta como uma nova moralidade sobre o corpo (GOLDENBERG, 2010). A isso a autora acrescenta que a aparente liberdade dos corpos brasileiros (vendida pela publicidade e pela mídia) esconde um processo civilizador, ou seja, o corpo ideal é resultado de um processo de autocontrole de impulsos e a obediência às normas para manutenção de uma aparência física adequada é recompensada com status social. A imposição dessa moralidade é ainda mais evidente quando pensamos a realidade do Rio de Janeiro, local onde as praias e as altas temperaturas favorecem a exposição do corpo.

Nesse sentido, pode ser que não apenas o corpo seja mais importante do que as roupas, mas ele próprio seja a verdadeira roupa; o corpo – e não a roupa – é o que deve ser exposto, moldado, manipulado, esculpido, costurado, escolhido, construído, embelezado, imitado. É o corpo que entra e sai de moda. A roupa, nesse caso, é apenas um acessório na exibição desse corpo antenado (e tonificado) à moda (GOLDENBERG, 2010, p.225).

Nesse contexto, consideramos as mídias como potentes influenciadoras no processo de formação de representações corporais na sociedade brasileira, especialmente a carioca. É por meio de filmes, séries, livros, músicas, memes, e tantas outros conteúdos que circulam na internet que compreendemos quais características corporais são consideradas bem-sucedidas e valorizadas em nossa cultura.

Para Bragaglia, Martins e Dias (2017), as mídias como canais massivos, constroem e apresentam para seus públicos uma ideia de normalidade, ou seja, do que deveria ser aceito socialmente como correto para uma determinada cultura, o que facilitaria a harmonia social.

O corpo da mídia caracteriza-se, em geral, pelo hedonismo em torno de uma imagem cosmetizada e fetichizada, impregnada de conotações eróticas, sedutoras, sexuais, sensoriais e sensuais. Trata-se de um corpo que é a um só tempo produto de compra, venda, instrumento de reprodução de sentidos e identidades, vitrine a ser copiada (MALU FONTES, 2004 apud NASCIMENTO, 2007).

Ao observamos as publicações de revistas é possível identificar o imaginário social de uma determinada época, saber quais padrões de beleza são mais apreciados. Reportagens e propagandas refletem os padrões de consumo e o percurso dos costumes. Ao final do século XX, por exemplo, os jornais exaltavam formas atléticas e curvilíneas ao mesmo tempo que difundiam estereótipos negativos para corpos gordos por meio das charges e caricaturas. Além disso, cinema e televisão delimitavam o belo e o desejável ao proporcionarem a identificação visual com os atores, seus personagens e apresentadores (NASCIMENTO, 2007).

A mídia veicula uma ideologia, um olhar cultural hegemônico, na medida em que seleciona, enfatiza e interfere, por meio de palavras e imagens, na construção dos corpos belos e saudáveis. Na veiculação desses produtos simbólicos são difundidos modelos e padrões de aparência corporal, não condizentes com as orientações que muitos profissionais de saúde apontam como saudáveis ou desejáveis. A mídia tomou para si a capacidade de legislar sobre o uso legítimo e ilegítimo do corpo (MATTOS & LUZ, 2009, p495).

Dessa maneira, a mídia realiza um duplo papel na construção social de padrões estéticos, pois além de representá-los imgeticamente, ela ainda apresenta estratégias de como alcançá-lo. Essas representações são impactantes para a sociedade na medida em que são compartilhadas massivamente, em materiais impressos, programas televisivos, filmes, séries e principalmente em aplicativos de fotos e vídeos, como TikTok, Instagram e Youtube. Logo, a mídia, junto com e através da publicidade, ocupam espaço de grande poder na sociedade de hiperconsumo, e é por meio de recursos linguísticos e estratégias de persuasão que as publicidades buscam seduzir o olhar do consumidor. Para Lipovetsky (1989), assim como a moda, a publicidade é voltada para o olho, antes da informação vem a promessa de beleza e a sedução das aparências.

Os indivíduos tendem a imitar ações, comportamentos e características corporais que são considerados bem-sucedidos e valorizados em sua cultura (GOLDENBERG, 2010). No cenário brasileiro, compreendemos que os corpos vistos bem-sucedidos e dignos de imitação são, em grande parte de atores, modelos, cantores, apresentadores de televisão e influenciadores digitais, especialmente do seguimento *fitness*.

Tendo isso em vista, uma pesquisa realizada por Costa et al. (2013) observou a relação entre dietas e consumo na sociedade por meio da análise de capas da revista Boa Forma, que é voltada para o público feminino, no período de 2004 a 2008. Todas as capas, selecionadas aleatoriamente, apresentavam chamadas de matérias para dietas voltadas para o emagrecimento e perda de peso. “Dieta do azeite”, “Dieta dos pontos”, “Dieta das combinações”, entre tantas outras, eram apresentadas por mulheres famosas – o que demonstra como as mídias por meio do uso de figuras representativas pode moldar o imaginário popular em relação a aceitação ou não de determinados corpos.

Dessa forma, o discurso publicitário, articula vários fatores psicológicos, sociais e econômicos, para construir uma mensagem persuasiva e autoritária que convença da importância de um novo aparato que auxilie na adequação estética e corporal. Assim, a simples associação de imagem de uma personalidade midiática a um produto é capaz de gerar desejo.

Segundo Bezerra e Bragaglia (2019), a produção midiática aciona constantemente estereótipos para atribuir símbolos, positivos ou negativos, para seus personagens. A definição de estereótipo adotada pelas autoras é a de que estes são crenças, massivamente compartilhadas, por um determinado grupo de pessoas sobre um determinado grupo de pessoas, não se delimitando a uma característica em particular, mas ao que se considera mais parecido/repetido na coletividade a qual elas estão inseridas.

De acordo com Bernardes (2003), os estereótipos são guardados na memória e podem impactar as percepções e os comportamentos em relação a um grupo. Quando pensamos no humor, especialmente brasileiro, podemos identificar casos nos quais os estereótipos são articulados como estratégia linguística-discursiva para produção do riso. Nesse contexto, o estereótipo reconhecido é ativado e influenciará a percepção futura de um grupo, gerando preconceitos e possível exclusão social sobre o alvo da piada. Logo, o humor que articula estereótipos parte de um padrão e o ressalta trabalhando conceitos a partir dele. Assim sendo, os padrões estéticos são articulados, construindo imagens que se perpetuam no imaginário de uma sociedade.

Como ressaltam Pereira e Oliveira (2016), as telenovelas da Globo são comumente protagonizadas por mulheres ingênuas e sobretudo magras, reforçando um estereótipo midiático largamente conhecido. A televisão possui papel importante na construção social e da educação, assim, a falta de representatividade positiva de corpos diversos influencia negativamente as telespectadoras ao apresentar características inatingíveis (PEREIRA, OLIVEIRA, 2016).

Por outro lado, as produções televisivas, como produtos de entretenimento, são também reflexo de como a sociedade enxerga os corpos gordos. Os autores ressaltam ainda que as

telenovelas produzidas pela rede Globo, devido a sua alta audiência em território nacional, transmitiriam os valores de belo e feio, mesmo que isso não esteja perceptível à primeira vista (PEREIRA, OLIVEIRA, 2016). Dessa maneira, conteúdos audiovisuais, ao articularem estereótipos em suas narrativas, podem oferecer materialidade para preconceitos.

Silva (2016), Arruda (2019), Arruda & Miklos (2020) descrevem em suas pesquisas diferentes representações midiáticas atribuídas comumente a personagens gordas: servir de alívio cômico à história quando seu corpo é utilizado como ponto de humor; servir de estepe para o personagem principal (branco e magro) como conselheiro, melhor amigo ou aliado; ser apresentado como feio, repulsivo, com poucos hábitos de higiene e patético. Dentre essas personagens é raro vê-los como principais em uma trama, por outro lado é comum que para um personagem gordo ser apresentado como bem-sucedido ele deve passar por uma transformação estética, que inclui sempre o emagrecimento.

A concepção do corpo gordo estereotipado como averso ao padrão ideal é um fenômeno observado não somente em território nacional e com material local – ou mesmo material vindo do exterior, porém adaptado para a população brasileira –, como pudemos observar em diversos estudos, esse comportamento também se mantém presente no contexto internacional e influencia o nacional quando essas produções são veiculadas no Brasil.

Um exemplo é o programa “Os Caras de Pau” exibido na Rede Globo, entre os anos 2010 e 2013, os personagens inspirados em O Gordo e o Magro participavam de diferentes esquetes por programa. Em uma das enquetes, o personagem de Leandro Hassum (gordo na época de gravação do programa) afirma que “a corda sempre arrebenta do lado mais gordo”, um trocadilho com a expressão “a corda sempre arrebenta do lado mais fraco”. A troca das palavras *gordo* e *fraco* indica que o indivíduo gordo possui uma desvantagem recorrente ou *fraqueza*, dessa forma a tirada provoca o riso pela quebra de expectativa e pela depreciação (SILVA, 2016).

Já na novela mexicana infantil Carrossel, exibida no SBT em 1991, a personagem Laura é uma criança triste e sonhadora que está sempre comendo. Quando é enquadrada na câmera, recursos visuais são utilizados para que ela não caiba na tela. A personagem costuma ser objeto de brincadeiras pelos outros alunos e por vezes a professora também a hostiliza pelo seu tamanho (ARRUDA, 2020).

Outro exemplo que se enquadra na categoria de transformação por emagrecimento é o da personagem Monica Geller, da série estadunidense Friends, também veiculada no Brasil pelos canais de TV paga Sony e Warner Channel em 1996, e, posteriormente, pelo canal aberto SBT em 2008. A personagem era apresentada em flashbacks de sua juventude como gorda. Ao ouvir

de seu interesse amoroso que não passaria a noite com ela por ela ser gorda, a personagem decide emagrecer, se tornando muito magra. As mudanças também ocorrem em relação a sua personalidade:

Monica é retratada como bobalhona e espalhafatosa, e a exemplo de Laura, também sempre aparece comendo. No entanto, ela é carinhosa e cuidadosa com seus amigos, que não demonstram valorizar tais características. Quando emagrece, no entanto, Monica se torna competitiva, manipuladora e compulsiva por limpeza e organização. Mesmo sendo rude com os amigos, eles passam a valorizá-la, e no final ela se casa e forma uma família com o mesmo personagem que a rejeitou por ser gorda (ARRUDA, 2020, P. 120).

Nos exemplos citados, o riso é provocado pelo corpo gordo, fruto do julgamento moral feito a partir dele, as falas e gestos dos personagens reforçam estereótipos reconhecidos socialmente. Aplicando os pressupostos de Bergson (1983), entendemos que os espectadores precisam de certo afastamento do personagem, ou seja, sem identificação pessoal seria possível silenciar a empatia e achar graça do conteúdo. Nesse sentido as claquês funcionariam como amplificadores do risível. Nesse contexto o riso produzido a partir do corpo gordo possui papel coercitivo e aponta para sua inadequação. Assim, considerando que as mídias influenciam o comportamento social e também são influenciados por ele (ARRUDA, 2020), percebemos a construção do corpo gordo como alvo de rejeição e, portanto, de riso desde a infância dos espectadores.

Acreditamos que é a partir desse imaginário que se criam os referenciais que darão materialidade aos estereótipos reproduzidos e circulados nos memes. Afinal, quando um indivíduo dissemina determinado conteúdo, ele se estabelece certa identificação com aquilo e se reafirma socialmente ao corroborar os discursos ali colocados.

4.4.As mídias digitais como campo de debate sobre o corpo: a perspectiva do estigma

Para além dos programas televisivos, filmes e séries, há um crescente movimento nas mídias digitais que funcionam tanto para a promoção quanto para a redução do estigma de peso entre os jovens. Clark, et. al. (2021) apontam em uma revisão que, as mídias como potentes ferramentas de conexão entre os indivíduos podem desempenhar influências tanto positivas quanto negativas sobre percepção corporal e estigma com peso. Alguns dos aspectos deletérios identificaram foram: o aumento da insatisfação com o peso, desejo de magreza e idealização magra, com conseqüente internalização do estigma do peso; e a exposição de indivíduos a postagens e comentários estigmatizantes sem filtragem adequada ou sinalização de conteúdo potencialmente problemático. Por outro lado, as mídias também podem aumentar a aceitação

de diversos tamanhos de corpo e melhorar a autoestima quando conteúdos relacionados à aceitação corporal são visualizados.

Santarossa e Woodruff (2017) investigaram se o uso de mídias sociais, a quantidade de amigos e total de tempo gasto, poderia ter alguma relação com imagem corporal e autoestima, transtornos alimentares em jovens adultos (18 a 29 anos) de uma Universidade canadense. As pesquisadoras identificaram que homens e mulheres gastam em média 2,8 horas por dia nas redes sociais e que esse uso se relaciona a distúrbios de imagem corporal, transtornos alimentares e baixa autoestima. Além disso, o estudo indica que o uso problemático das mídias sociais pode ser o preditor mais consistente na relação aos comportamentos negativos de saúde. Nesse sentido, redes sociais que estimulam conversas sobre aparência (aquelas iniciadas a partir da postagem de fotos) podem reforçar ou exacerbar problemas de imagem corporal, na medida em que os usuários comparam o próprio corpo com as imagens publicadas. Instagram, Pinterest, Tumblr e TikTok são alguns exemplos de mídias sociais que focam no compartilhamento de imagens e vídeos curtos, cujo conteúdo é invariavelmente a difusão dessa noção. Em janeiro de 2022 o Brasil possuía 119,45 milhões de usuários ativos no Instagram, sendo o terceiro país com maior número de contas, esse número equivale a 67.4% da população (STATISTA, 2022).

No estudo de Andrew, et. al. (2016) foi realizado um questionário online com intuito de avaliar: apreciação corporal, participação em atividades, consumo de mídia, aceitação corporal percebida por outros, autocompaixão e autonomia. Os autores observaram que a maior valorização do corpo era sustentada por uma maior aceitação corporal percebida por pares e autocompaixão, e menor consumo de mídias sobre aparência, auto objetificação, comparação social e internalização do ideal de magreza. Ademais, a aceitação corporal percebida pelos outros foi diretamente associada à apreciação corporal.

Klassen, et. al. (2018), em uma análise sistemática de intervenções com mídias sociais e resultados relacionados à nutrição, apontaram que as mídias sociais eram utilizadas principalmente como meio para compartilhamento de informações e apoio. Identificou-se ainda, que jovens adultos parecem ser mais receptivos para receberem orientações sobre saúde e receitas por mídias sociais, porém são relutantes no compartilhamento de dados sobre peso nas próprias redes. As intervenções tiveram impacto positivo nos desfechos nutricionais.

Lima e Silva (2021), objetivaram em seu estudo realizar uma comparação entre as postagens de uma influenciadora digital *fitness* e outra com foco no público *plus size* no Instagram. Elas identificaram que apesar do número crescente de perfis voltados para mulheres de diversos tipos de corpos, o padrão estético magro é reforçado por um bombardeamento de imagens. As autoras destacam que esses padrões de beleza adoecem

principalmente o público feminino, afetado por baixa autoestima e distorção da autoimagem corporal.

Apesar disso, é possível utilizar mídias sociais com o intuito de divulgar conhecimento de saúde e de Educação em Nutrição. Chau, et. al. (2018) realizaram uma busca sistemática de 5 bancos de dados por estudos que 1) incluíssem adolescentes; 2) um componente de educação nutricional ou intervenção de mudança comportamental ou resultados relacionados ao conhecimento nutricional ou mudanças na dieta; e 3) um comportamento de mídia social que permitisse aos usuários comunicar ou compartilhar informações com seus pares. Os achados apontaram em 16 artigos que as mídias sociais são um recurso promissor para intervenções nutricionais em adolescentes e jovens adultos, mesmo utilizando recursos básicos.

Os resultados dos estudos apresentados contribuem para a compreensão de possíveis vias de desenvolvimento positivo da imagem corporal, destacando possíveis alvos de intervenção. Além disso, eles demonstram que as mídias sociais podem fornecer uma ótima oportunidade para implementar programas de Alimentação e Nutrição, servindo como espaço de construção de solidariedade.

Por outro lado, a potência educativa das mídias digitais pode funcionar como potencializadoras do estigma de peso e do corpo fora do padrão. No período da adolescência, por exemplo, o processo da construção da imagem corporal a partir dos corpos almejados e desejados é intensificado pelas transformações biológicas, físicas, psíquicas e hormonais típicas dessa fase. Dumas e Desroches (2019) identificaram em uma revisão que as mídias sociais trazem prejuízo para a percepção da imagem corporal de adolescentes e adultas do sexo feminino. O impacto causado pelo uso das mídias pode ser influenciado pelo nível de exposição a imagens de corpos idealizados, recebimento de feedback por pares e pela tendência para comparação estética.

No contexto pandêmico de distanciamento social e limitação dos contatos aos meios digitais, a autoimagem corporal pode ter sido ainda mais afetada. O excesso de telas e a alta frequência com que fomos convidados a olhar para nós mesmos em videochamadas durante a pandemia pode nos ter levado ao cansaço do ego. Isso explicaria o uso abusivo das modificações faciais provocadas por filtros de aplicativos como o Instagram, que permitem modificar narizes, preencher lábios, aumentar os olhos, reestruturar o rosto, clarear ou escurecer a pele e definir maxilares que fazem com que todos fiquem com o mesmo rosto. Essas imagens editadas, que perpetuam certo padrão e ideal, vistas massivamente, em contraste com a autoimagem, comumente depreciada e insatisfatória segundo nossa percepção, levaram inclusive a um *boom* de cirurgias plásticas durante a pandemia de Covid-19.

No artigo *The Zoom Effect: A Google Trends Analysis* (THAWANYARAT, et al., 2022), esse fenômeno é apresentado como “Efeito Zoom”. Segundo os autores, isso seria uma percepção exacerbada da própria aparência que levaria a um aumento de interesse em cirurgias plásticas. Após a imposição das restrições sociais derivada da pandemia de Covid-19, a imperatividade do distanciamento social levou ao crescimento da utilização de ferramentas digitais para se estabelecer a comunicação à distância, principalmente aquelas de videochamada – inclusive o próprio Zoom. A hipótese do artigo é a de que esse aumento das chamadas de vídeo esteja relacionado com o crescimento da busca por procedimentos estéticos de cirurgias plásticas.

Isso é explicado pela forma de interação entre indivíduos utilizada nesse novo contexto. Diferente da comunicação face-a-face, na qual apenas encaramos nosso interlocutor, nas videochamadas somos impelidos a nos deparar com nossa própria imagem. Como as faces estão constantemente refletidas nessa interface digital, os indivíduos são colocados em uma perspectiva de observadores de si mesmos, o que leva a uma inevitável comparação com a aparência dos outros. Essa comparação, associada à ideia de padrão ou modelo ideal, provoca tais tentativas de lidar com a insatisfação perante o próprio corpo.

Segundo os dados estatísticos disponibilizados pela Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica, houve uma queda na busca por procedimentos estéticos entre os anos 2019 e 2020, devido às medidas de segurança instituídas durante a pandemia. Contudo, na passagem para o ano de 2021, com a vacina e a flexibilização dessas normas sanitárias, houve um crescimento de aproximadamente 30% na realização de procedimentos estéticos que envolvem a área ‘acima dos ombros’. De 3.913.679 cirurgias dessa região em 2020, temos 5.211.933 em 2021. No Brasil, as plásticas faciais foram os únicos procedimentos cirúrgicos que tiveram aumento mesmo entre 2019 e 2020 – de 451.546 para 483.800, chegando a 612.960 em 2021, uma alta de quase 26%.

Como pontua Han (2020), a crise instaurada pelo vírus serviu como um espelho que reflete de volta para nós as crises em nossa sociedade. Os sintomas patológicos da busca pelo corpo ideal já eram presentes nas mídias sociais antes da pandemia. Da mesma forma, o riso sobre o corpo exposto nos memes coletados é resultante de um longo processo cultural que foi potencializado durante o período. Discutiremos então os impactos da cultura do desempenho para a formação do padrão corporal atual e as permanências e adequações de discurso durante a pandemia.

4.5.O corpo e a Sociedade do desempenho na Pandemia de Covid-19

Na sociedade capitalista em que vivemos, onde bens, aparência e individualismo ditam as regras de convivência e sobrevivência, a incompatibilidade e o desconforto perante as normas sociais geram consumo desenfreado e, conseqüentemente, maior lucro. Ou como apresenta Fontenelle (2017), um mundo regido pela “lógica da mercadoria, em que as relações sociais e os elementos culturais passaram a ser continuamente ressignificados a partir da necessidade da realização do valor, via consumo (p.32)”.

Nesse sentido, o padrão corporal jovem, belo e saudável possui infinitas características e a inadequação às mesmas pode ser sempre resolvida por um novo produto. Com a criação constante de novos referenciais a serem seguidos, o padrão estético ideal se torna cada vez mais distante, até mesmo inalcançável. Em decorrência disso as academias, os consultórios de cirurgiões plásticos e as clínicas estéticas seguem cheios. O mercado do corpo ideal atinge a todos os indivíduos de formas que serão mais ou menos intensas e nesse processo àqueles mais distantes do modelo almejado socialmente são estigmatizados.

Em um contexto social de enfraquecimento da consciência de coletivo, do espírito de solidariedade, os laços sociais tendem a se fragmentar. Como resposta, cada vez mais, indivíduos se apropriam de seus corpos como marca de expressão do eu (MATTOS; LUZ, 2009). Esse corpo que demanda tempo, atenção e cuidados é também fonte de preocupações com saúde. A saúde do corpo desperta interesses diversos e a prevenção de doenças se torna um padrão regulador de comportamentos: comer, beber, trabalhar, dormir e se divertir, tudo deve ser avaliado pelo crivo do saudável.

Crawford (2019), aponta que esse interesse por saúde e vida saudável numa perspectiva superficial da vida funciona como um marco de distinção para a classe média. Enquanto isso, questões sobre aborto, trabalho infantil, tempo de trabalho, garantia de lazer, acesso a tratamentos de saúde mental, dentre tantas outras, são deixadas em segundo plano nas discussões cotidianas. Nesse contexto, o autor destaca dois movimentos sociais que vêm recebendo grande atenção popular: saúde holística e autocuidado.

A saúde holística vê doença e saúde como resultado não apenas de processos físicos, mas também mentais e espirituais. Ela engloba desde práticas de redução de estresse até iridologia (leitura da íris). Assim, a saúde holística é apresentada como: modo de ser, super-saúde, alto nível de bem-estar ou como alegria de viver. Segundo Crawford (2019), “em todas as suas manifestações, a saúde holística encoraja os clientes a tornarem-se participantes ativos nos processos de saúde e a exercerem a autorresponsabilidade” (p.102).

Como estratégia mercadológica, muitas vezes as práticas de beleza são denominadas de “autocuidado” e vendidas como afeto. Tentando soar mais progressistas, marcas reorientam a propaganda de embelezamento focada em agradar o outro e passam a direcionar o discurso para o próprio bem-estar e felicidade. Esses “exercícios de autocuidado” são vendidos como uma série de atividades que pessoas devem realizar buscando a melhora da aparência física. Essas atividades incluem o uso de diferentes produtos incluindo maquiagens e outros cosméticos, como cremes, hidratantes, produtos para cabelo etc.

Esse processo parece ter se intensificado ainda mais durante a pandemia de Covid-19. A empresa Zygon realizou um estudo comportamental sobre autocuidado e interesse por estética com base em mais de 105 mil menções postadas em redes sociais ao longo de 2020. Os resultados apontaram que 41% do público analisado ligava a prática do autocuidado ao sentimento de leveza e 37% menciona sentir felicidade e 22% relaxamento nesses momentos.

Para Priore (2012), a supremacia da imagem na pós-modernidade impõe a perfeição corporal. O corpo magro é entendido como um passe para a felicidade e, além disso, a magreza indica virtude e controle dos desejos. Esse corpo magro que se confunde com corpo saudável é mantido em um árduo exercício de autocontrole.

Indo além do peso, Priore (2000), aponta que a identidade do corpo feminino corresponde ao equilíbrio da tríade beleza-saúde-juventude, sendo a beleza cada vez mais relacionada com juventude e a juventude com saúde. A imposição da perfeição física, somada às práticas de aperfeiçoamento corporais gera um mercado crescente de beleza, promovido pelas tecnologias (cirurgias plásticas, harmonizações faciais, lipoesculturas etc.).

Outra estratégia de mercado difundida pela indústria da beleza é o reforço da necessidade de práticas de atividades físicas regulares visando “manter a forma” para o bem da saúde física e mental. Nessa perspectiva sociocultural o corpo reconhecido como belo é equiparado ao saudável. Nesse recorte privilegiado, “precisar de atividade física” é equivalente a “não estar com a saúde em dia”. Como a aparência e a sua devida manutenção são identificadas como responsabilidades individuais, o autocontrole deve ser mantido, do contrário o sujeito estará exposto a constrangimentos morais e sociais. Logo, em um contexto social que valoriza o individualismo, os sujeitos são os principais, senão os únicos, responsáveis pela própria saúde.

Nesse contexto, a chamada cultura *fitness* ganha espaço e é potencializada pelas mídias digitais. Como posto por Jacob (2014), o universo *fitness* é marcado pelo destaque à necessidade de alimentação e exercícios para a conquista de um corpo idealizado. Nas redes sociais o universo *fitness*, formado por perfis direcionados para alimentação e corpo, costuma funcionar como ordenador de regras, através de uma linguagem de culto à perfeição, que só é

alcançada por meio de reconhecível esforço de cuidado com o comer e o exercitar-se (SACRAMENTO, 2018).

É o culto ao corpo na religião do indivíduo em que cada um é simultaneamente adorador e adorado. Mas o culto não é para todos. O tal corpo adorado é um corpo de classe. Ele pertence a quem possui capital para frequentar determinadas academias, tem *personal trainer*, investe no body fitness (DEL PRIOEI, 2000. p.92).

Em um estudo socioantropológico realizado por Mattos e Luz (2009), buscou-se a apreensão e interpretação de sentidos e significados que alunos obesos atribuíam às práticas corporais de saúde. Os autores identificaram que na sociedade atual de valorização da estética, na qual a beleza pode ser comprada no mercado, os obesos são estigmatizados. A insatisfação corporal estimula a busca por academias de musculação, porém nesses espaços os indivíduos obesos carregam em seus corpos o que se busca eliminar. A gordura, símbolo de sujeira, impureza e do profano, torna o obeso um excluído do campo do *fitness*.

Ainda segundo Mattos e Luz (2009), “a escolha da atividade física no *campo do fitness* depende não apenas de vocações, talentos e autonomia individual, mas, sobretudo, do capital econômico, social e cultural dos agentes desse campo” (p.497). O individualismo também é aplicado aos meios de se buscar a manutenção do corpo idealizado. Os belos e fortes realizam musculação, já os fracos ficam com caminhadas, atividades lúdicas e cooperativas. Assim, nas academias de musculação, o individualismo competitivo almeja formas corporais que garantam o status no campo do *fitness*.

O campo do *fitness* também alterou as dinâmicas da culinária. A cozinha, agora também preocupada com saúde, une gastronomia à culinária nutritiva e dietética. O medo do colesterol, dos carboidratos, do glúten e da lactose, acompanhado do culto aos suplementos faz com que os consumidores busquem uma cozinha que proporcione sabor às refeições restritivas, evitando àquelas de alto valor calórico. Para Nascimento (2007), esse movimento alimentar proporcionou o retorno de receitas mais simples que valorizam o sabor natural dos alimentos, com itens mais frescos e orgânicos, assados e grelhados dão lugar as carnes e frutos do mar.

Porém, aqueles que não conseguem se adequar a práticas de atividade física, não ficam excluídos do mercado *fitness*. Não faltam produtos para secar a barriga, cremes para celulite, aparelhos físicos para usar em casa e infinitos produtos de *skin-care* – tudo posto como “autocuidado” e até mesmo como “amor-próprio”. Inserido na lógica capitalista, o corpo é ajustado por meio do esforço pessoal até que se alcancem condições ideais para melhor performance no sistema.

Esse cenário, assemelha-se ao conceito proposto por Crawford (2019). O autor define como *Salutarismo* a preocupação de saúde exacerbada, compreendida como foco central a partir do qual é definido e realizado o bem-estar. O salutarismo é permeado pela auto responsabilização e esvaziamento de pautas sociais.

Os salutaristas reconhecerão, em outras palavras, que os problemas de saúde podem ter origem fora do indivíduo, por exemplo, na dieta americana, mas, uma vez que estes problemas também são considerados comportamentais, as soluções são encontradas no plano das escolhas individuais, por isso, eles exigem acima de tudo a suposição de responsabilidade individual (CRAWFORD, 2019. p. 104)

Portanto, a determinação individual é compreendida como solução. Em uma lógica meritocrática, a saúde é alcançada por aqueles que possuem competência para resistir à cultura, à publicidade, aos constrangimentos institucionais e ambientais, aos agentes de doenças ou, simplesmente, aos hábitos pessoais preguiçosos. Em outras palavras, a saúde é um mérito alcançado por bons empreendedores de si mesmos.

O campo da saúde é um dos mais frutíferos para a criação de celebridades, reconhecidas pela capacidade de manterem seus corpos potencializados e saudáveis (SACRAMENTO, 2018). A linguagem com marcas claras do sistema cultural da alimentação reproduz opressões, fazendo com que indivíduos se percebam em desajuste constante com seus corpos. A facilidade do meio digital, além do alto engajamento proporcionado pelas redes sociais, faz com que esses conceitos circulem de forma mais intensa do que era possível pelas mídias analógicas (JACOB, 2014). Sacramento (2018), em sua análise sobre as Musas Fitness do Instagram, coloca que:

A cultura fitness produz corpos disciplinados apropriados à figura do eu empreendedor da governamentalidade neoliberal: produtivo, controlado, habituado à regulação externa e autocontrole. Assim, tais corpos são particularmente apropriados para uma sociedade de consumo, onde devemos nos restringir ou compensar nossas falhas(...) por meio de disciplina e autonegação, dieta restrita e rotina rígida de exercícios. (SACRAMENTO, 2018, p. 12)

A disseminação da busca pelo corpo perfeito, pela juventude, pela felicidade e pelo bem-estar evidencia o modo como a saúde é concebida, percebida e praticada socialmente. Esse fenômeno social pode ser observado quando a mídia e os profissionais de saúde, embasados por pesquisas científicas, reproduzem e estabelecem um padrão alimentar saudável pensado para um “indivíduo normal” idealizado, que passa a ser materializado e legitimado como padrão socialmente aceito (KRAEMER, 2014).

Em sua dissertação, Barros (2017) nos convida a refletir sobre a necessidade de repensar os processos de saúde, questionando o viés medicalizador, para que seja possível discutir o impacto da gordura corporal e a diversidade dos corpos. Segundo a autora, a ciência e sociedade se imbricam, tornando a ciência também um produto cultural, o que dá subsídios para elaboração de técnicas de correção, além de fortalecer um processo constante de vigilância de si e do outro na regulação do tamanho e peso corporal.

Essa conjuntura, leva-nos a conjecturar se os discursos de promoção de saúde que indicam um padrão corporal “normalizado”, tanto por profissionais de saúde, quanto pelas mídias, que funcionaria como uma imposição moral para boa forma. Além disso, é propício analisar se, em um contexto de exceção, como o da pandemia de Covid-19, a diminuição da disposição para execução de dietas e exercícios físicos seria entendida de forma negativa gerando sentimento de impotência diante da incapacidade de manutenção do peso. Ou ainda, se a vigilância corporal seria substituída por uma forma mais empática, solidária e bem-humorada de olhar para si e para o outro nessas circunstâncias.

A relação dos indivíduos com seus corpos e a sociedade também é trabalhada na obra do filósofo Byung-Chul Han. Para ele, essas relações são sobrecarregadas com positividade exacerbada. A positividade, segundo o autor, engloba os excessos de informação, comunicação e desempenho, típicos da sociedade contemporânea, gerando uma violência do positivo. A negatividade, descrita como o estranhamento, estaria em falta. Em seu livro ‘A Sociedade do Cansaço’, Han (2017) dialoga com pensamento Foucaultiano e demonstra como, para além das Sociedades Disciplinares, marcadas pela negatividade, em que os dispositivos operam por meio de muros, passagens e barreiras, a sociedade atual seria marcada pelo excesso de positividade. Essa lógica culminaria para aquilo que o autor chamou de Sociedade do Desempenho.

A Sociedade do Desempenho seria caracterizada por academias fitness, prédios de escritórios, bancos, aeroportos, shoppings e laboratórios de genética; e seus sujeitos passam a ser entendidos como “sujeitos de desempenho e produção”, sendo empresários de si mesmos. Han, argumenta que o verbo modal, deixou de ser “dever” e passou a ser “poder”. O slogan do ex-presidente estadunidense Barack Obama – “*Yes we can.*” expressa claramente a positividade da sociedade do desempenho. No lugar da coerção, o enunciado “nós podemos”, remete a uma falsa liberdade, ao impor aos indivíduos o imperativo da realização, da mobilidade, da velocidade e da superação constantes. Nas palavras do autor, “a sociedade do poder é bem mais eficiente que a negatividade do dever” (Han, 2017. p.25).

Apesar disto, Han (2017) aponta que a mudança da Sociedade Disciplinar (FOUCAULT, 1975) para a Sociedade do Desempenho seria uma continuidade em certo nível, visto que, o

desejo de maximizar a produção residiria no inconsciente social. Dessa forma o imperativo do “poder” seria nada mais que uma forma de transpor os limites da produtividade, da técnica disciplinar ou de um esquema negativo de proibição, permitindo assim um maior crescimento. Portanto, “o sujeito do desempenho continua disciplinado” (Han, 2017, p.26). Logo, a queda da instância dominadora une liberdade e coação, fazendo com que os indivíduos busquem maximizar o desempenho através de auto exploração. Mais eficiente que a exploração de outrem, a auto exploração coaduna vítima e agressor. O excesso de positividade, juntamente à pressão pelo desempenho, conduziria os indivíduos ao esgotamento, produzindo sofrimentos psíquicos típicos da contemporaneidade, sendo estes principalmente o *burnout* e a depressão, marcantes de uma “alma consumida” (HAN, 2017).

Ao observar como a cultura alimentar se relaciona com as escolhas alimentares, Dias (2021) apresenta a Sociedade do Saudável, criando um paralelo com a Sociedade do Cansaço (HAN, 2015). Segundo a autora a Sociedade do Saudável apresenta alguns traços particulares: o excesso de positividade, a produção e difusão de informações no âmbito digital em larga escala, abundância de moralidades e normatividade preventivista em torno da alimentação, a ideia do risco associado aos alimentos e do cuidado de si (DIAS, 2021, p.80)

Para Dias (2021), o excesso de informações, muitas vezes contraditórias, acerca da alimentação somada à busca diária por adequação, produz sujeitos confusos e cansados. Os conteúdos compartilhados em mídias sociais sobre Alimentação e Nutrição, dentro do contexto da cultura contemporânea, são múltiplos e diversos, entretanto, se apresentam como únicos, exclusivos ou como a prática alimentar mais adequada. Dessa maneira, Dias (2021) conclui que:

(...) não há uma moda ou um “saudável dominante”. Há um grande prêt-à-porter de estilos de alimentação prontos para consumo, com os mais diversos alinhamentos. Entretanto, em meio a uma miscelânea de soluções simples para problemas complexos, a normatividade é uma característica em comum que permeia os discursos de alimentação saudável nas mídias (DIAS, 2021. P81).

A Sociedade do Saudável também se nutre do conceito de “querer é poder”, com tantas dicas e informações sobre alimentação disponíveis online, parece impossível não encontrar solução para as próprias questões de saúde (DIAS, 2021). Neste ambiente permeado por positividade e suportado pelas facilidades do meio digital, diversos aplicativos são disponibilizados no mercado. Esses, prometem medir funções corporais, mentais, atividade física e peso corporal. Assim, ao transformar em dados aspectos antes desconhecidos de corpos, mentes, eventos ou temporalidades, permitem aos usuários um maior controle sobre processos relativos ao próprio cotidiano (RUCKENSTEIN, 2015). Podemos observar que, a norma da

contemporaneidade não é apenas imposição de um padrão de beleza, visto que ele sempre existiu (NOVAES; VILHENA, 2003), mas a repetição de que é possível ser alcançá-lo por meio do esforço individual, bastando para isso apenas querer.

Mediante o exposto, podemos compreender que a busca pelo autoaprimoramento corporal para melhor desempenho seria disseminada midiaticamente e reforçada pelo discurso médico de combate aos fatores de risco à saúde (a negligência corporal, o sedentarismo e toda prática contrária à moral do bem-estar e à boa forma). Não sendo capaz de negar a relação com seu corpo, o ser humano assumiria a obrigatoriedade da positividade. A cultura contemporânea, dessa forma, aponta que todos podem estar em boa forma se assim o quiserem, bastando apenas querer (HAN, 2017; SACRAMENTO, 2018).

Outro ponto a ser levado em conta é como a relevância das coisas passou a ser medida pelo seu valor de exposição (HAN, 2017). Essa dinâmica fica mais evidente quando observamos as redes sociais. A exteriorização do discurso de positividade seria o valor de medida nas publicações. Segundo Han (2017), a prática de edição e alteração de imagens popularizada por celebridades e digital influencers, incentiva técnicas de ‘aperfeiçoamento’ de uma realidade imperfeita. As fotografias de hoje seriam marcadas pelo seu valor expositivo, abandonando o valor afetivo da fotografia analógica. Na atualidade sem negatividade, as limitações e defeitos seriam suprimidos em resposta a uma estética de valor mercadológico (HAN, 2017).

A valorização do desempenho, tanto no trabalho quanto na manutenção de um corpo idealizado, é reforçada e potencializada nas redes sociais. O mercado da imagem nos conduz sobre o que devemos querer ser, para depois nos vender o como chegar lá. Nesse meio, é apreciado quem chegou lá e quem está buscando se manter adequado ao sistema. Assim, a moralidade sobre o corpo está em se manter em contínuo processo de aperfeiçoamento, seja ganhando músculos, fazendo dietas ou procedimentos estéticos. O corpo fora do padrão é carregado de estereótipos, afinal se ser *fitness* é bom e para ser basta querer, quem tem excesso de peso é visto como desleixado, preguiçoso e sem força de vontade. É sobre esses estereótipos cristalizados que se forma o estigma sobre o corpo gordo na sociedade contemporânea, como demonstramos anteriormente, esses valores costumam ser articulados para produção do risível em produções midiáticas. Entretanto quando consideramos os memes compartilhados no contexto da pandemia nos questionamos se eles ao apresentarem um olhar crítico e bem-humorado para problemas cotidianos, funcionariam como uma válvula de escape para tal sistema.

4.6.O corpo de que se riu na pandemia

Os memes circulados no início de 2020 demonstraram de forma bem-humorada que a pandemia de Covid-19 não foi ‘apenas’ uma crise de saúde, sob diversos aspectos foi possível perceber a amplificação de problemas econômicos, sociais e de saúde pública que ocorriam de forma subjacente. Quanto às questões de saúde pública, o autor-chefe da revista *The Lancet*, ainda em setembro de 2020, chamava atenção para os grupos sociais mais atingidos, revelando profundas desigualdades sociais por todo o globo. Segundo o pesquisador, duas situações de saúde ocorriam em paralelo: as infecções e hospitalizações em decorrência do coronavírus e o aumento de diversas doenças crônicas não transmissíveis. Esse processo é classificado como uma Sindemia (HORTON, 2020).

O conceito, inicialmente apresentado por Merrill Singer em 1990, descreve as *Sindemias* como interações biológicas e sociais entre condições e estados, de forma a aumentar a suscetibilidade de uma pessoa a piorar seus resultados de saúde. Tratar a Covid-19 como uma Sindemia muda a perspectiva de enfrentamento, a resolução deixa de se focar apenas no controle do vírus e passa a considerar hipertensão, obesidade, diabetes, doenças cardiovasculares e respiratórias crônicas e câncer. Além disso, é preciso olhar para as origens sociais da doença, quanto a vulnerabilidade dos cidadãos mais velhos e de comunidades negras, asiáticas e de minorias étnicas; e para trabalhadores essenciais que geralmente são mal remunerados.

Dentre essas problemáticas, as epidemias de obesidade e desnutrição são enfrentadas no Brasil e no mundo há décadas. É amplamente aceito que a obesidade atingiu proporções epidêmicas nas últimas décadas. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o aumento do excesso de peso triplicou entre 1975 e 2016 (NCD RISK FACTOR COLLABORATION, 2017). No Brasil, assim como em outros países em desenvolvimento, o processo de transição nutricional é influenciado pelo crescimento econômico junto ao aumento de desigualdades sociais. Esse processo permite que o país apresente altos índices de obesidade e simultaneamente figure no mapa da Fome.

Um indício disso é explicitado nos dados da pesquisa Vigilância dos Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel) realizada em 2021. Considerando-se o conjunto da população adulta das 26 capitais mais o Distrito Federal, a frequência do excesso de peso foi estimada em 59,9% para homens e 55% para mulheres. Já o percentual em obesos foi de 22% para homens e 22,6% para mulheres (BRASIL, 2022).

Os indicadores do consumo de alimentos saudáveis (frutas, hortaliças, feijão e alimentos não ou minimamente processados) e alimentos não ou minimamente processados que são protetores para doenças crônicas) e marcadores de padrões não saudáveis de alimentação (refrigerantes e alimentos ultraprocessados), foram avaliados pelo Vigitel-2021. Os resultados mostraram que no conjunto da população adulta o consumo regular de frutas e hortaliças (5 porções ao dia) foi de 34,2%, o consumo de 5 ou mais grupos de alimentos não ou minimamente processados, considerados protetores para doenças crônicas também foi baixo, apenas 30,9%. Por outro lado, a frequência do consumo de cinco ou mais grupos de alimentos ultraprocessados no dia anterior à entrevista foi de 18,2%. O grupo de alimentos saudáveis que se manteve acima de 50% foi o dos feijões: a frequência do consumo em cinco ou mais dias da semana foi de 60,4%. O aumento do nível de escolaridade teve correlação positiva com maior consumo de alimentos minimamente processados e com menor consumo de feijão.

Com o distanciamento social o número de compras de alimentos por plataformas online cresceu de forma exponencial, amplificando o ambiente alimentar digital durante o período da pandemia de Covid-19. Segundo Horta, et al, (2020), o aumento do consumo de alimentos ultraprocessados como hambúrgueres, pizzas, doces em geral, bebidas açucaradas, entre outros, também pode ser explicado pela maior disponibilidade desses produtos em aplicativos de compra de alimentos online. Além disso, os indivíduos passaram a estar mais expostos a conteúdos publicitários de alimentos. Esses informes publicitários incluíam, em sua maioria, mensagens de apoio, empatia e solidariedade, bem como campanhas de responsabilidade social que visando a autopromoção como doação de alimentos e ajudas financeiras. Diversos eventos online e reality shows de grande audiência contaram com o patrocínio de empresas de alimentação, passando a estar associadas aos momentos de lazer e entretenimento dos consumidores (RODRIGUES, 2021). Dessa forma a exposição de ultraprocessados nas mais diversas mídias pode ter contribuído para escolhas alimentares não saudáveis com consequente ganho de peso no período.

Em paralelo ao quadro de sobrepeso e obesidade, ocorre um aumento da fome no País. A fome é uma questão histórica no Brasil que retomou ao centro do debate público nos últimos anos. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), realizada em 2004, 2009 e 2013, indicava que em 2013 o número de pessoas com fome havia caído para 4,2%, retirando o País do Mapa da Fome. Porém, entre 2013 e 2018, segundo dados da PNAD e da Pesquisa de Orçamentos Familiares, a insegurança alimentar grave teve um crescimento de 8,0% ao ano, e a partir de 2018 a aceleração foi ainda maior (REDE PENSSAN, 2021).

O Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia de Covid-19 no Brasil (VigiSAN), desenvolvido pela Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar (Rede Penssan) e publicado em 2021, mostra que entre outubro e dezembro de 2020 o País contava com 116,8 milhões de brasileiros com algum nível de insegurança alimentar. Entre eles, 19 milhões viviam em insegurança alimentar grave (ibid.).

A deterioração do mercado de trabalho com consequente diminuição da renda familiar, somada a inflação no preço dos alimentos reduziu a acessibilidade aos alimentos da cesta básica. Em abril de 2020, dados do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE), realizados com base na Pesquisa Nacional da Cesta Básica de Alimentos mostravam que o trabalhador remunerado pelo piso nacional (R\$ 1045,00) comprometeu em média 50% de sua renda para comprar alimentos básicos. Enquanto isso, o Governo Federal seguiu em uma investida incessante de desfinanciamento de políticas públicas de segurança alimentar e nutricional (MAZUI, 2019).

Com falas como: *‘Se o vírus mata, a fome também mata’* (Bolsonaro em março de 2020)¹⁵, o governo federal seguiu um discurso de falsa simetria entre economia e saúde pública, sendo resistente à implantação de subsídios para frear a disseminação do vírus em um primeiro momento. A crise imposta pelo vírus afetou o país em um cenário de fragilidade financeira nas áreas de ciência, tecnologia e inovação. Na contramão do mundo, Brasil chegou a reduzir a verba destinada à pesquisa durante o período mais crítico da pandemia. Os cortes de verbas atingiram o CNPq, o Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT) vinculados ao Ministério da Ciência e Tecnologia, e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), ligada ao Ministério da Educação, instituições que proporcionam recursos para a continuidade do trabalho de milhares de cientistas brasileiros (WESTIN, 2020).

Defendendo que a população continuasse nas ruas e minimizando o impacto da Covid-19 o governo executivo não protegeu as pessoas nem a economia. A forte inflação enfrentada no período impactou o preço dos alimentos e itens de subsistência, e em contrapartida não houve aumento proporcional do salário-mínimo, diminuindo o poder de compra da população. Assim, agenda econômica de austeridade somada ao negacionismo científico potencializaram a redução da segurança alimentar no Brasil.

Diante desse contexto pandêmico, as motivações para manter uma alimentação saudável e o corpo em movimento ganharam um novo sentido. Para além das obrigações já estabelecidas

¹⁵ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar/se-o-virus-mata-a-fome-tambem-mata-diz-bolsonaro>

surge a necessidade do cuidado com a imunidade, logo a prática de atividades físicas e o cuidado com a alimentação também foram vistos como uma forma de proteção ao vírus. Desse modo, o distanciamento social motivou também o desenvolvimento de habilidades culinárias em prol de uma alimentação saudável (DIAS, 2021).

Outro fator relevante a ser considerado em relação as escolhas alimentares durante o período é o impacto do medo nas decisões de consumo. Galoni, Carpenter e Rao, desenvolveram uma extensa pesquisa demonstrando como cada emoção também tem uma influência única sobre como as pessoas tendem a pensar e se comportar em tarefas subsequentes. Os autores explicam que como o medo surge de uma sensação de insegurança, existe uma maior propensão de que pessoas como medo façam escolhas que evitem maiores riscos. Assim, os estudos apontaram que o contato com informações sobre doenças contagiosas como a gripe, que despertam sensações de medo e nojo, aumentam o desejo dos consumidores por alimentos familiares (GALONI, 2020).

Logo, a busca por uma alimentação mais caseira, com ingredientes naturais, como o *boom* de pesquisas de como fazer pão caseiro em 2020 (THOMAS, 2020), e o maior consumo de produtos alimentícios hipercalóricos de marcas conhecidas durante a pandemia de Covid-19, podem ser compreendidos como uma reação diante ao medo de contágio. Assim, a alimentação cumpre o papel de trazer a sensação de controle por meio do consumo de produtos que transmitam segurança e familiaridade.

Entretanto, o medo constante vivenciado durante a pandemia de Covid-19 não seria um fator novo para experiência humana. Para Byung-Chul Han (2017), cada época possui suas enfermidades fundamentais que vão alterar a forma como vemos o mundo e nos relacionamos. Na visão do autor, a sociedade do século XX era marcada pelo aspecto imunológico, transferido da biologia para o campo social, o termo é utilizado para descrever o foco na defesa e afastamento do que poderia ser reconhecido como “estranho” pelo corpo social. No século XXI o imunológico sai de cena, no campo da biologia, com os avanços de pesquisas e criação de antibióticos, o medo de pandemias se reduziu em todo o mundo. Já no campo social, o imigrante e o estrangeiro deixam de ser vistos como ameaças, mas sim um peso a ser superado. O processo de globalização não comporta o paradigma imunológico, de maneira que o estranho é neutralizado como consumidor. Trazendo seu conceito para o contexto da pandemia de Covid-19, o autor propõe que:

O pânico desmedido causado pelo vírus é uma reação imunitária social, e até global, ao novo inimigo. A reação imunitária é tão violenta porque vivemos durante

muito tempo em uma sociedade sem inimigos, em uma sociedade da positividade, e agora o vírus é visto como um terror permanente (HAN, 2020).

Apesar do terror permanente, pudemos observar ao longo do ano de 2020 que o discurso de *cuidado com a saúde como medida de proteção ao vírus* não substituiu o discurso de *prática de atividades físicas e alimentação saudável como autocuidado*. Os discursos sobrepostos fizeram com que, apesar das medidas de proteção contra a infecção com o Coronavírus gerassem isolamento social, pessoas fossem motivadas a fazer atividades físicas em casa acompanhando lives no Youtube ou a manter uma alimentação equilibrada pegando dicas de receitas em páginas do Instagram. Assim, compreendemos que a internet por meio de aplicativos e redes sociais permitiram o reforço da positividade mesmo em um período de exceção, pois, com tantas facilidades e recursos disponíveis seria possível seguir uma vida “quase normal” como o da Covid-19.

Tempos depois, em 2021, o autor atualiza a discussão de seu livro a Sociedade do Cansaço (2017) para o contexto pandêmico, apontando a similaridade entre a fadiga crônica causada pelo vírus e a fadiga mental enfrentada durante o isolamento.

Trabalhar em home office é mais cansativo do que trabalhar no escritório. No entanto, isso não pode ser explicado em termos de aumento da auto-exploração. O que cansa é a solidão envolvida, o interminável sentar-se de pijama na frente da tela. Somos confrontados com nós mesmos, constantemente compelidos a meditar e especular sobre nós mesmos. O cansaço fundamental é, em última análise, uma espécie de cansaço do ego. O home office o intensifica, envolvendo-nos ainda mais profundamente em nós mesmos. Outras pessoas, que poderiam nos distrair de nosso ego, estão faltando. A gente cansa por falta de contato social, de abraços, de toque corporal (HAN, 2021, tradução Simone Paz).

Entendendo o contexto de sobrecarga mental e valorização do desempenho no qual os indivíduos estão inseridos, torna-se relevante a observação de como passa a ocorrer a relação com o corpo no contexto de pandemia de Covid-19. É possível que outras questões emergiam ou ainda que a pressão pelo desempenho seja colocada em xeque, quando valores como a proteção à vida entram em cena. Nesta perspectiva, cabe questionar se o corpo magro desejável é viável. Em outras palavras, um indivíduo realmente “pode” e “quer” manter-se esbelto em meio a uma pandemia? Ele “deve” querer isso? E caso não possa, não deva e/ou não queira, a função dos memes de humor seria de alívio ou de frustração?

Iniciamos este capítulo com a hipótese de que para rir de si e/ou do corpo do outro é preciso que seja reconhecida uma inadequação. Como demonstramos anteriormente, a partir da identificação dessa falha (formas, gestos, comportamentos) o riso poderia: 1) segundo a teoria

de Bergson (1983), funcionar como forma de controle social vexatório; ou 2) segundo os estudos de McGraw e Warrem (2010; 2014; 2016; 2020), aliviar tensões indicando que tal erro é aceitável.

Para compreender quais as normas vigentes que recaem sobre o corpo na sociedade contemporânea e seus significados, fizemos um percurso histórico demonstrando como os ideais de normalidade são afetados pela cultura, o tempo e o espaço. Nesse processo compreendemos que a cultura de desempenho se manifesta na busca constante por um corpo funcional e produtivo, somado a isso, o discurso médico-científico pode funcionar para o reforço de um corpo idealizado, que se caracteriza no imaginário popular como “magro”, “esbelto”, “jovem”, que seriam as formas principais do “saudável”. Ademais, compreendendo os memes como conteúdos midiáticos, nos aprofundamos em estudos que demonstravam como as diferentes representações do corpo gordo nas mídias podem funcionar como propagadores e perpetuadores de estigmas sociais. Outro ponto relevante de nossa análise foi a observação de como essas dinâmicas sociais que envolvem o corpo normalizado se reformularam ou não com as mudanças impostas pela pandemia.

Para que a teoria de Bergson se aplique, é necessário que afastar da mente qualquer emoção sobre o alvo risível e permitindo apenas a ação do intelecto para observá-lo. Entretanto, o que experimentamos no período de pandemia foi um distanciamento físico entre os indivíduos, não necessariamente esse foi um afastamento emocional do elemento do riso. O fato de o contato estar restrito à videochamadas, permitiu que quem aparecia na tela poderia alterar a própria imagem utilizando-se de filtros ou simplesmente evitando aparecer, o ocultamento do sujeito, mesmo que parcial, não permitia enxergar claramente seus afetos. Ou seja, se os memes produzidos nesse período indicaram uma tentativa de correção de conduta, esse é um debate no âmbito social em relação à legitimação do corpo gordo. Nesse sentido, a perspectiva crítica do aspecto risível do corpo gordo estaria ligada à uma indulgência em relação à tentativa de condenar a própria imagem e sua inadequação ao que deveria ser.

Já a teoria de McGraw Warrem (2010; 2014; 2016; 2020) nos possibilita outra perspectiva. Podemos olhar para o riso como forma de alívio para as tensões do cotidiano da pandemia, assim o indivíduo que ri de si mesmo comunica a própria falha, mostrando como está a própria vida do outro lado da tela e esperando assim encontrar conforto no riso de quem recebe o meme.

No capítulo seguinte, analisaremos se e de que maneira esses questionamentos foram refletidos nos memes sobre mudanças corporais e alimentares circulados durante a pandemia de Covid-19.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO

Neste capítulo analisaremos os memes coletados que abordam as percepções corporais e a comensalidade durante a pandemia de Covid-19. Para observação desse tipo de conteúdo em que as informações são passadas por imagens e poucas palavras, a Análise global de Discurso se mostra muito produtiva, pois, permite-nos um olhar amplo para o objeto de análise, considerando as condições de produção e recepção dos contextos sociais, culturais e históricos da pandemia em que os discursos emergiram com o olhar dos pressupostos teóricos sobre o riso e o risível.

Considerando a conjuntura atípica da pandemia e o caráter efêmero das temáticas representadas nos memes, acreditamos que a observação dos memes coletados nesse período podem revelar peculiaridades específicas que não fariam sentido, ou não seriam risíveis em outro cenário. Logo, ao articularmos o conhecimento já consolidado sobre o corpo, os dados sobre o contexto pandêmico e as teorias do risível, propomos mapear quais as possíveis mudanças ou permanências aconteceram nas formas que os indivíduos se relacionaram e se perceberam e quais as possíveis conexões interdiscursivas das interpretações. Portanto, o arcabouço teórico já apresentado servirá como base para discutirmos a relação entre o texto presente nos memes coletados e suas possíveis significações em negociação com um contexto que é cultural, social e também histórico.

Cada um dos núcleos propostos a seguir compartilham entre si informações de intertextos e interdiscursos, seguindo a definição de intertexto como “o conjunto de fragmentos convocados (citações, alusões, paráfrase) em um corpus dado” (MAINGUENEAU, 1984 apud MAINGUENEAU E CHARADEAU, 2020) e de interdiscurso como “um conjunto de discursos (de um mesmo campo discursivo ou de campos distintos) que mantêm relações de delimitação recíproca uns com os outros” (MAINGUENEAU E CHARADEAU, 2020). Assim como os indivíduos não produzem dizeres por si mesmos, sendo antes atravessados pela língua e pela história (ORLANDI, 2020), a constituição do risível é dependente de uma memória social que dê a ele sentido. Compreendendo que “nosso riso é sempre o riso de um grupo” (BERGSON, 1983, p.8) entendemos que ao tratarmos do risível nos memes analisados, estamos mapeando a sociedade em que vivemos.

Com isso em vista, procuramos abordar os argumentos dos memes coletados e as informações que neles são articuladas para a formação do risível e, também, verificar se: esses conteúdos reforçam padrões estéticos e a normatização do corpo saudável; se reforçam a

autoresponsabilização do sujeito pela manutenção de sua saúde como observada nas sociedades neoliberais; e se o humor por eles produzido se presta a relaxar tensões ou a corrigir comportamentos desviantes. Destarte, retomamos os questionamentos apresentados nos objetivos, a fim de encadear de maneira coesa a análise das percepções corporais e comensalidade durante a pandemia de Covid-19.

Para isso, o processo de análise articulou 5 núcleos de sentido pertencentes ao macrotema que norteia o mapeamento e reflexão propostos na pesquisa: percepções corporais e comensalidade, com mapeamento de seus efeitos de deriva. São eles: I- Comida como marcador de rotina, II- Excessos Alimentares, III – Consumo de bebidas alcoólicas, IV- Projeto *fitness* e V- Novos hábitos alimentares. Devido ao grande volume de material coletado (101 imagens), optamos por identificar e trazer para análise os exemplos mais representativos de cada núcleo de sentido, buscando abarcar na discussão dos memes todas as questões consideradas pertinentes para o objetivo proposto inicialmente.

QUADRO 1 - MEMES ORGANIZADOS EM CATEGORIAS DE ANÁLISE

Categoria	Núcleos de Sentido	Número de memes
Percepções corporais e comensalidade	Comida como marcador de rotina	8
	Consumo de bebidas alcoólicas	4
	Excessos alimentares e ganho de Peso	68
	Projeto Fitness	10
	Novos hábitos alimentares	11

5.1. Formatos e usos de linguagem:

Além dos núcleos de sentido encontrados, o formato desses memes foi variado. Isso ocorre porque os memes são elaborados a partir de diferentes estratégias que possibilitam ou não sua replicação nas redes. Segundo os 4 critérios de Recuero (2009), fidelidade, longevidade, fecundidade e alcance, os memes coletados poderiam ser classificados, em sua maioria, da seguinte forma:

- i) Quanto à fidelidade (capacidade do meme de gerar réplicas mais similares possíveis) – como metamórficos, visto que memes de diferentes núcleos de sentido se utilizaram de formatos já conhecidos para dar novos sentidos. Seleccionamos os memes abaixo como exemplo de versões anteriores (Figura 15) do meme coletado em nossa pesquisa (Figura 16). Neles o formato da personagem Nazaré Tedesco, vilã da novela global *Senhora do Destino* (2009), foge com um bebê no colo, essa imagem é replicada com memes que abordam diferentes assuntos, porém sempre repetindo a fórmula de enunciador como a personagem principal fugindo de algo. Os memes coletados na nossa pesquisa utilizaram dessa e de outras formulações comuns na internet para transmitir suas ideias.



Figura 15 - Memes da Nazaré¹⁶



Figura 16 - Meme Nazaré (Acervo da Pesquisa)

¹⁶ Disponíveis em:

https://www.facebook.com/spagnhol/photos/a.418053608253311/3313406318718011/?type=3&locale=pt_PT

<https://reporterbetoribeiro.com.br/alta-do-arroz-vira-meme-na-internet>

<https://guiadoestudante.abril.com.br/enem/enem-2014-os-melhores-memes-sobre-a-ansiedade-antes-da-divulgacao-das-notas>

- ii) Quanto à longevidade (capacidade do meme resistir ao tempo) – como voláteis, pois a temática das mudanças corporais e alimentares durante a pandemia foi apresentada por um curto período, apenas no início do ano de 2020.
- iii) Quanto à fecundidade (capacidade de propagação) – como epidêmicos, pois apesar de não termos avaliado o desempenho desses conteúdos em número de curtidas e comentários nas redes sociais, eles foram recebidos e coletados em diferentes mídias sociais (Facebook, Instagram, WhatsApp e Twitter) como uma epidemia.
- iv) Quanto ao alcance - Como locais, pois, apesar da temática de mudanças corporais e alimentares durante a pandemia ter sido discutida e compartilhada em formato de memes também em outros países, nossa coleta foi concentrada em conteúdos brasileiros, sendo em sua maioria compartilhados por indivíduos residentes na cidade do Rio de Janeiro.



Figura 17 - Meme Paola Bracho (Acervo da Pesquisa)

Nessa perspectiva, vale ressaltar a função e as características da linguagem mobilizada por eles. Foi predominante o uso de imagens de pessoas, sendo essas desconhecidas ou famosas. O foco nesse tipo de meme é a expressão facial, corporal ou a situação (até mesmo o ângulo ou momento da foto) em que o sujeito se encontra. Junto a isso, é comum algum tipo de texto, como título ou legenda ou mesmo uma descrição que apresente certa ideia cômica, como exemplificado na Figura 17. Nela a imagem da atriz venezuelana Gabriela Spanic, que parece estar falando, serve como base para o texto cômico. Foram recorrentes também imagens de

animais que evocavam clara referência a comportamentos ou aspectos comuns aos humanos, como a fisionomia de alegria ou tristeza ou a simples materialidade do corpo. No meme Pandemia (Figura 18) o panda é usado como um trocadilho, enquanto no meme seguinte (Figura 19) os gatos são representados com comportamentos humanos.

**EM MÉDIA, UM PANDA GIGANTE
COME 12 HORAS POR DIA**



**A PESSOA CONFINADA COME FEITO
PANDA. DAÍ O NOME "PANDEMIA"**

Figura 18 - Meme Panda (Acervo da Pesquisa)



Figura 19 - Meme Gato (Acervo da Pesquisa)



Figura 20 - Meme Mona Lisa (Acervo da Pesquisa)

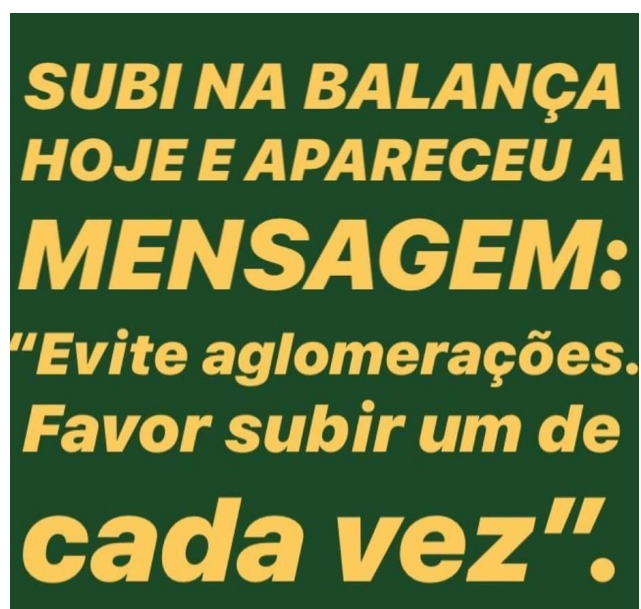


Figura 21 - Meme balança (Acervo da Pesquisa)

Além disso, há também memes que não utilizam fotografias como suporte, mas desenhos ou gravuras. Nesse modelo, as formas corporais podem ser caricaturadas e exageradas a ponto de deformar as figuras presentes, geralmente com intenção zombeteira e/ou depreciadora. A Figura 20 por exemplo utiliza como base a pintura Mona Lisa para demonstrar o ganho de peso durante a quarentena. Por fim, há memes preeminentemente textuais, com a linguagem verbal como foco, quase como puras piadas ou comentários jocosos que englobam o contexto trabalhado, como exemplificado na Figura 21. A linguagem não-verbal que acompanha o texto

geralmente nesses memes, é apenas ornamental ou uma ênfase do caráter cômico. Dito isso, partamos para a análise.

5.2. Análise de memes

5.2.1. Comida como marcador de Rotina:

Iniciando pelo núcleo de sentido **Comida como marcador de rotina** temos memes que compartilham entre si um esvaziamento da rotina, provocado pelo afastamento social e realocação do trabalho para o âmbito doméstico, que passa a ter a comida como marcador de tempo. Como as medidas de distanciamento social restringiram a circulação de pessoas, a rotina passou a ser restrita a casa, com conseqüente diminuição da prática de atividade física e aumento do tempo em frente a telas tanto para jovens quanto para jovens adultos (FIOCRUZ, 2020). Segundo esses memes, o tempo ocioso parece ter sido compensado com mais refeições e horas de sono, também podemos perceber como o esvaziamento de atividades rotineiras tornou o dia a dia monótono, sem cor. Assim, a alimentação assume o papel relevante de marcador temporal. Esse grupamento incluiu 8 memes. A seguir destacamos 2 como exemplo.

No meme *Resumo da Quarentena* vemos a frase “Resumo da minha quarentena” seguido de 4 quadrinhos representando a rotina de uma menina, com apenas duas atividades que se intercalam: dormir, comer, comer e dormir novamente. Nessa imagem, a informação é passada também por elementos não verbais, a expressão do rosto da menina enquanto ela dorme transparece exaustão, ela dorme com a boca aberta e chega a babar. Quando come, pega uma porção grande de comida, precisando abrir bastante a boca. Além disso, ela se apresenta com a mesma roupa em todos os quadros, transmitindo a ideia de uma rotina monótona, em que os dias parecem iguais. Logo, compreende-se que durante a quarentena a personagem perde a noção de tempo e suas atividades se reduziram ao mínimo numa mecanização que torna o sujeito desumano estranho que reflete riso. O cômico, risível, está não apenas no rosto exagerado e caricato da menina, mas também na sinceridade em que demonstra a ausência de emoção no seu dia a dia.



Figura 22: Meme Resumo da quarentena
Acervo da Pesquisa



Figura 23 – Meme Desabafo
Acervo da Pesquisa

Também seguindo esse raciocínio de rotina monótona, o meme *Desabafo* contém a foto de uma menina (branca de cabelos e olhos castanhos), com aproximadamente 3 anos. Nesse meme, o texto e a imagem são interdependentes, pois sem a legenda a foto não teria relação com o sentido final transmitido. A informação é transmitida por texto verbal com a adição de

uma legenda como seu desabafo de quarentena: “comer, comida, lanchinho e passar álcool”. O meme resume o cotidiano da quarentena em comer com maior frequência, o que se compreende pela adição de termos com mesmo sentido “comer, comida, lanchinho”, e pela proteção ao vírus “passar álcool”.

Essa forma de apresentar a própria vida difere do que estamos acostumados a acompanhar no universo das mídias sociais. Sobre esse aspecto, temos como exemplo a pesquisa de Porfírio (2021), desenvolvida antes da pandemia de Covid-19, que acompanhou o cotidiano de cinco jovens em suas vivências e seus compartilhamentos nos Stories do aplicativo Instagram. A autora demonstrou como as postagens de fragmentos visuais do cotidiano possibilitam que os indivíduos construam uma narrativa mais atraente sobre si mesmos para que sejam consumidos pelos outros. Assim, a criação dessa persona virtual materializa uma representação artificial da experiência diária, gerando uma nova "realidade" simulada. Logo, acreditamos que uma representação desinteressante de si gera também uma quebra de expectativa e se presta ao risível para quem recebe o meme.

O recurso cômico da quebra de expectativa é antigo, como vimos anteriormente. Kant defendia que o riso nesse caso é produzido a partir da transformação de uma tensão em nada, ou seja, quando nosso entendimento não encontra o que esperava passamos para um estado de relaxamento físico e mental e então rimos (ALBERTI, 2002). Ademais, as teorias de Superioridade, Incongruência ou Alívio são perpassadas pela expectativa social de um comportamento normalizado. Veremos adiante como esse recurso é utilizado diversas vezes nos memes coletados.

A grande quantidade de memes sobre vivências na pandemia, demonstra como o consumo e o compartilhamento de conteúdo online cria uma sensação de pertencimento a um grupo e identificação entre os usuários (BRAGAGLIA, 2010). Quando vemos o relato de alguém que passa por algo semelhante, mesmo que em formato de piada, nos acalmamos em parte em relação às nossas aflições, pois entendemos que não estamos sozinhos naquela situação. Essa identificação se torna ainda mais relevante em um período em que as pessoas deixaram de se encontrar presencialmente, com a eliminação do contato ao vivo, passamos a descobrir como outros indivíduos estavam apenas quando esses resolviam se expor por meio virtual.

Compreendendo o contexto de produção dos memes sobre a rotina de atividades durante a pandemia, subentende-se que atividades diárias automatizadas passaram a fazer falta e com isso, a alimentação passou a ocupar um espaço maior, se tornando um ponto de maior relevância durante o dia.

A Análise de Discurso considera que o discurso vai além das palavras expressas explicitamente, ou seja, que há uma dimensão implícita, oculta nos discursos. O não-dito, assim como o dito, é considerado significativo e pode revelar relações de poder, ideologias e elementos implícitos presentes nas interações discursivas (ORLANDI, 2020). No caso desse núcleo de sentido, a fala dos personagens (o dito) explicita uma monotonia das atividades rotineiras com maior consumo de alimentos, enquanto o subentendido (não dito) é o contraste com o referencial de rotina até então normatizado. Assim, o pressuposto não é colocado, mas está presente tornando o discurso compreensível e, são as informações não-ditas que são articuladas para a produção do risível.

Dessa forma, os indivíduos que produzem, consomem e compartilham um meme colaboram para a construção simbólica de um estilo de vida pandêmico, no caso, entediante e preenchido pela sobrecarga alimentar.

5.2.2. Excessos Alimentares e ganho de peso:

Identificamos como integrantes deste núcleo de sentido memes que retratam um consumo alimentar acima do habitual. Em alguns momentos esse consumo em excesso se apresentou de forma subentendida como um contexto anterior aos memes, esses, por conseguinte demonstraram ganho de peso durante o período de distanciamento social. Esse agrupamento foi o que mais reuniu imagens, totalizando 68 memes. Dentre esses, as piadas correlacionando o ganho de peso com o combate ao novo Coronavírus foram as mais recorrentes.

Diversas imagens articulavam o risível por meio da relação entre símbolos de proteção contra o vírus e a proteção contra um comer exagerado. O meme *Máscara* contém a informação verbal, composto por uma tela preta sobreposta com a legenda “Recomendo usar máscara dentro de casa também. Não é pelo vírus, é para parar de comer”, e a informação não verbal de três emojis de riso, indicando uma gargalhada. O texto, dessa forma, aponta um certo descontrole no comer que seria limitado apenas com a existência de uma barreira física (a máscara), o que seria motivo de riso.

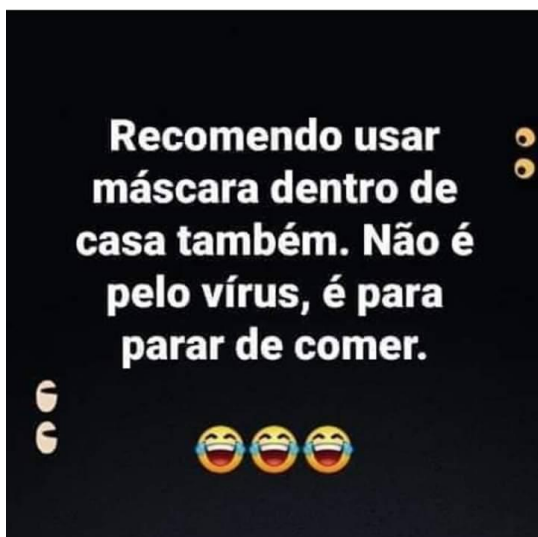


Figura 24 – Meme Máscara
Acervo da Pesquisa



Figura 25 – Meme Gato Comendo
Acervo da Pesquisa

No meme *Gato Comendo*, semelhantemente, a informação é passada de forma verbal e não verbal. Somos apresentados a duas imagens: inicialmente um gato come um bolo confeitado enquanto se lambuzava. O corpo dele não é mostrado. No segundo quadro o gato aparece chorando e com o corpo estufado. Nele temos a legenda em um estilo comum nos memes, o de expectativa x realidade, a primeira parece se tratar da consciência do personagem: “Eu vou comer mesmo, nem sei se amanhã vou está vivo” (sic). A legenda seguinte “Eu no outro dia acordando vivíssimo” somada a imagem, transmitem a frustração com o comer excessivo e o ganho de peso em decorrência dele.

O meme inicia sugerindo que, devido à incerteza do seu futuro, o personagem está disposto a comer mais, comportamento que seria considerado uma transgressão em condições normais. Diante da sensação de urgência causada pela pandemia, a preocupação com a alimentação e o controle do peso tornam-se secundários, permitindo um relaxamento das normas sociais que enfatizam o cuidado com o peso e autocontrole para se alimentar. Ao retratar tal efeito, o meme demonstra que o comer em excesso é visto como um erro aceitável (MCGRAW; WARREM, 2010).

Entretanto, no quadro seguinte, a legenda “acordando vivíssimo” combinada a imagem do personagem triste e gordo, demonstra o sentimento de insatisfação corporal e autorresponsabilização do indivíduo. Ou seja, mesmo sendo aceitável comer mais, as consequências do comer em excesso não são bem-vindas.

O risível está no contraste irônico entre os comportamentos de descontrole e culpa. O meme provoca tal efeito ao ressaltar a alternância entre o relaxamento de normas proporcionado

pela constante sensação de urgência e o prolongamento da situação, ao passo que a pandemia se mantém por um longo período, o indivíduo vive em um pêndulo entre o consumo desenfreado e a busca pelo retorno ao controle e ordenamento normal da vida.

Sobre esse assunto, um estudo realizado pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), com parceria da Universidade Federal de Minas Gerais e Universidade Estadual de Campinas, no Estado de São Paulo, sobre o impacto do distanciamento social na saúde dos paulistas, identificou que grande parte dos indivíduos analisados apresentou problemas no estado de ânimo, sendo a faixa-etária de jovens adultos a mais afetada: 54,9% com tristeza frequente e 69,7% com ansiedade frequente (FIOCRUZ, 2020). Conforme os dados da TIC Domicílios realizada em 2020 (TIC, 2021), essa também era a faixa etária com maior número de usuários conectados à internet.

Em um outro estudo que contribui para compreensão do tema, observou-se o compartilhamento de postagens em fóruns do site Reddit relacionados à transtornos alimentares durante os meses de janeiro a maio de 2020. Os pesquisadores identificaram que essas se concentravam em seis temáticas principais: mudança nos sintomas de disfunção erétil, mudança na rotina de exercícios, impacto da quarentena na vida diária, bem-estar emocional, busca de ajuda e riscos associados, e resultados de saúde. Os usuários relataram que a pandemia, conjuntamente com as medidas de isolamento, contribuiu para o aumento de comportamentos alimentares desordenados associados ao sentimento de frustração e ansiedade (NUTLEY, et al., 2021).

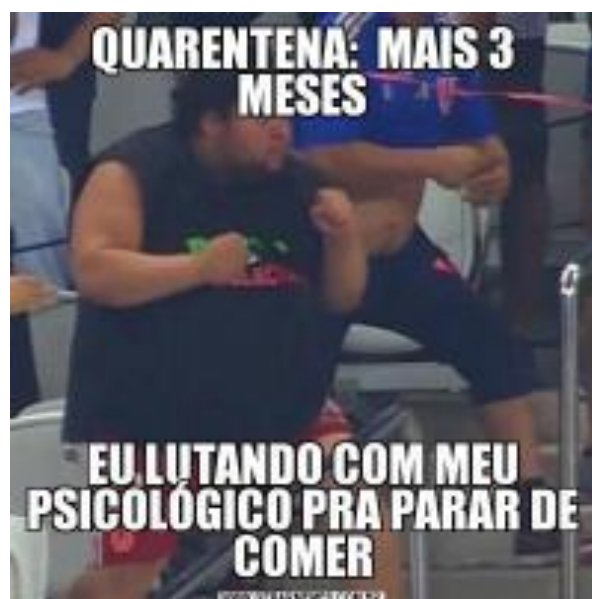


Figura 26– Meme Lutando com meu psicológico
Acervo da Pesquisa

Esses dados se refletem nos memes que retratam como os agravos de saúde mental gerados pela pandemia trouxeram impactos negativos na alimentação dos indivíduos, como no meme '*Lutando com meu psicológico*', em que um homem luta contra a própria mente para impedir a si mesmo de comer. Essa informação é passada tanto de forma verbal pela legenda: "Quarentena: mais 3 meses (?)/ Eu lutando com meu psicológico pra para de comer", quanto aos elementos não-verbais: um homem gordo em uma arquibancada de estádio se posicionando para brigar, com os punhos a frente do corpo. O ato de comer vorazmente aqui pode ser interpretado como resultado de um processo de angústia e tristeza.

Comemos também em resposta as nossas emoções e sentimentos: alegria e tristeza se apresentam de formas diferentes no prato. Segundo Galoni et. al. (2020), consumidores são impulsionados pela tentativa de controle diante do medo, levando-os a agir, enquanto o nojo os afasta de algo desconhecido, o que explica como surtos de doenças contagiosas (como a gripe ou a Covid-19) influenciam o aumento do consumo de produtos considerados familiares. Para Alvarenga e Koritar (2015), quando os indivíduos aprendem a comer dessa forma a tendência é que essa prática se repita em situações quando "necessidades básicas não estão sendo atendidas, como, por exemplo, poucas horas de sono, privações alimentares e um alto nível de estresse" (p.623), comportamentos rotineiros durante a pandemia. No livro *Nutrição Comportamental*, as autoras definem esse comportamento como "comer emocional".

Como aponta Certeau (1994, p. 250): "Comer não serve só para manter a máquina biológica do nosso corpo, mas também um dos modos de relação entre as pessoas e o mundo, desenhando assim uma de suas referências fundamentais no espaço-mundo". O comer emocional durante a pandemia, nesse sentido, funcionou como uma forma de resistir e existir em um ambiente caótico, em que o indivíduo usa a comida como defesa ao estresse, ao mesmo tempo em que reconhece o comportamento como um desequilíbrio resultante do período.

Novamente, nesse caso, as motivações para o comer em excesso são o caos e a incerteza causados pela pandemia, ou seja, quando tudo parece perder o sentido, quando o mundo a qual estamos acostumados se altera de forma tão drástica que a firmeza de nossas crenças no amanhã é abalada, o controle de uma alimentação regrada não se sustenta. Porém, com a chegada do dia seguinte chegam também a culpa e o sentimento de fracasso no processo de autogoverno.

O meme em questão é risível por apresentar a ironia da luta interna entre vontade de comer e autocobrança para comer menos. A quarentena, que inicialmente era vista como um período de cuidado e restrição que duraria poucos dias, transformou-se em um desafio psicológico com passar do tempo. A ideia de "lutar contra o psicológico" para evitar comer excessivamente revela a potência das normas sociais relacionadas à alimentação, visto que

mesmo em um momento de grande estresse persistiu o movimento de autocobrança para adequação.

Apesar disso, o ato de fazer piada com os próprios problemas reflete a tendência cultural brasileira de encarar as dificuldades com leveza e sarcasmo. O humor do meme pode ser visto como forma de aliviar o estresse da própria situação sendo um exemplo de como o brasileiro costuma transformar situações desafiadoras em oportunidades de riso e superação.

Diante disso, acreditamos que a representação desses sentimentos nos memes apresentados é um indicativo da internalização de um discurso moral pautado em um padrão cultural de magreza. Isso se explica porque tal discurso leva à autovigilância, na qual, o corpo em forma é reconhecido como sinal inconfundível de autocontrole, disciplina e força de vontade, logo, a inadequação a esse modelo/padrão seria fonte de frustração e culpa.

Como aponta, Buckner: “O controle do corpo se transformou em uma questão de boas maneiras, visto que este é agora entendido como o símbolo da própria felicidade, sendo principalmente um resultado, um cartaz de como o sujeito é internamente”. (apud VASCONCELOS, 2004). Logo, a insatisfação com a forma corporal seria resultado de um “ideal cultural de magreza”. Nesse contexto, a gordura funciona como uma marca de um indivíduo incapaz de controlar-se, havendo, portanto, um julgamento moral implícito contra seus corpos (FISCHLER, 1995). Desta forma, os gordos são reconhecidos como transgressores que violam as regras que governam o comer, como coloca Fischler (1995): “o obeso (seu corpo o trai) passa por alguém que come mais do que os outros, mais do que o normal, numa palavra: *mais do que sua parte* (p.74)”.

Compreendemos, portanto, que esse processo de autovigilância e controle corporal é mais um dos desdobramentos da Sociedade do Desempenho apontada por Han (2017). Em um ambiente subjugado pela positividade do “poder ser” e “poder fazer” tudo o que se deseja, há uma expectativa de que os indivíduos desejem coisas boas (construídas como boas) para si mesmos.

Assim, é esperado que se deseje um corpo saudável, jovem e belo; e é esperado que se busque por sua manutenção, ou seja, apesar de não existir uma instância dominadora externa que obrigue os indivíduos a seguirem tal cartilha. Não há liberdade, pois, a exploração se torna interna. Logo, o homem que se entende como um indivíduo sem sociedade, como se obedecesse apenas a si mesmo, vive o conflito de uma liberdade coercitiva. Ao mesmo tempo em que a liberdade idealizada do “poder ser o que quiser” aumenta suas possibilidades de existência, o condena a inúmeros fracassos e à inúmeras cobranças pessoais. Nesse sistema no qual receitas saudáveis e rotinas de treino em casa estão à um toque de distância na tela do *youtube*, o

indivíduo que não resiste às tentações come em excesso por acreditar ter ferramentas e possibilidades de resolver a questão da obesidade depois de comer.

Os memes nesse caso, ao retratarem tais frustrações, provocam o riso por meio da demonstração de uma ruptura em relação a um comportamento normalizado, qual seja, comer comedido. Sendo o comer ordenado e o controle do peso questões de boas maneiras, aquele que foge a expectativa social, perdendo tal controle, se torna risível. Considerando a teoria de Bergson (1983) que explica o riso como uma forma de coerção social para adequação de condutas, entendemos o humor desses memes, parte da internalização de um discurso coercitivo (HAN, 2017), ou seja, o próprio sujeito se repreende e por isso tanto ri de si mesmo, como vira chacota social.

Entretanto, a presença da primeira pessoa nos memes gera uma identificação de quem recebe e o compartilha. Assim, diferente de Bergson (1983) que defende que o riso é potencializado quando um grupo ri em conjunto de um outro indivíduo diferenciado, a proposta de identificação nos memes mostra que a situação acontece com um coletivo que divide as mesmas angústias. Logo, pode-se afirmar que os memes em questão possibilitaram o relaxamento das tensões da pandemia ao formarem um grupo que ri de si mesmo.

O estudo de Nutley, et al. (2021) oferece uma melhor compreensão sobre as possibilidades de socialização na pandemia. Nele, os pesquisadores, após analisarem fóruns relacionados à transtornos alimentares, concluíram que tais espaços formavam um ambiente favorável para os usuários compartilharem experiências e fornecerem suporte para colegas com os mesmos transtornos. Tal achado nos leva a supor que, os memes sobre comer desordenado, também possam ter gerado conexões entre pessoas passando pela mesma situação de estresse. O fato desses conteúdos, que expõe erros pessoais, serem compartilhados nos leva a refletir sobre o potencial do humor para gerar empatia e identificação.

Para além da dificuldade de exercício árduo de controle alimentar e corporal no decurso da pandemia, o comer desordenado também pode ser identificado como reflexo da ausência de separação espacial/simbólica dos locais de trabalho e estudo para os de descanso e lazer, já que todas as atividades foram restritas a casa, misturaram-se também a organização dos dias da semana. Logo, a alimentação mais calórica, comumente reservada para os finais de semana, passa a estar presente também nos outros dias.

A compra de refeições por delivery tornou-se uma prática comum da população brasileira nos últimos anos, principalmente nos grandes centros urbanos. Com a instalação do distanciamento social os pedidos se intensificaram e apenas uma pequena parcela dos consumidores regulares deixou de utilizar essa ferramenta referindo preocupação com a desproteção dos entregadores (BOND, 2020).



Figura 27 – Meme Jack Nicholson
Acervo da Pesquisa

Esse fenômeno revela uma ruptura das normas cotidianas de organização dos dias e das refeições e transformação em um novo contexto social durante a pandemia. A Figura 27 é um exemplo de como o riso foi utilizado para comunicar o estranhamento com tais mudanças alimentares. A imagem apresenta o ator Jack Nicholson, aparentemente acima do peso, sentado relaxadamente na arquibancada de um jogo de basquete. Com a boca aberta, ele coloca uma batata na boca enquanto segura na outra mão um hambúrguer. A legenda, dá sentido ao meme, “eu pedindo delivery pela sexta vez essa semana pra ajudar os pequenos restaurantes locais”. Além disso, a localização adicionada a fotografia quando postada ao Instagram, “Pequenos negócios”, complementa e resume a legenda do meme. Logo, a graça do meme está na autocrítica sarcástica do texto. A utilização do argumento de colaboração com os restaurantes locais, discurso muito reforçado no início da pandemia, é quebrada pela imagem do *fast-food*. Ou seja, a desculpa é usada para pedido de qualquer *delivery* e muitas vezes (sexta vez na mesma semana).

Cabe destacar que a fotografia pitoresca do ator hollywoodiano - comendo em posição não aprumada e um pouco descabelado - foi publicada em uma matéria de jornal americano na

qual a sua refeição parecia ser a própria notícia “*Jack Nicholson, 81, chows down on a burger and chips as he enjoys LA Lakers game with look alike son Ray*”¹⁷, 26”.

Notícias contendo figuras públicas flagradas ao comer despojadamente uma comida popular (como o hambúrguer) são rotineiramente publicitadas como um sinal de como determinada celebridade ou político é acessível e “gente do povo”. Essas imagens ora geram identificação e são bem aceitas, ora viralizam na forma de memes. Para o professor de ciência política Francis Ricken (2022) o que parece ser determinante, no caso de políticos, é se o descolamento entre a figura pública e o que ele faz é muito grande, de forma que o ambiente do qual ele tenta se aproximar soa estranho ou forçado (KLISIEWICZ, 2022). Assim é recorrente observarmos memes durante o período eleitoral que mostram políticos comendo pastel (BORGES, 2022).

Como no riso grotesco de Bakhtin (1993), a graça no meme com o ator se dá pela ênfase nos aspectos corporais considerados como baixos: absorção dos alimentos e sujeiras. Esse processo é reforçado também pelo texto que causa o efeito de rebaixamento de uma figura de status social elevado que se torna equiparado a qualquer outro humano comendo desordenadamente durante a pandemia. O comportamento apesar de ser visto como inadequado é engraçado na medida em que se torna um ponto de identificação para o público. Como Bergson (1983) observa, o riso é potencializado quando nos conectamos com a experiência compartilhada, sendo, portanto, um fenômeno que se desenvolve em um contexto social. No caso do meme analisado, é possível reconhecer nossa própria humanidade e vulnerabilidade na situação representada, pois todos estavam suscetíveis a tais excessos.

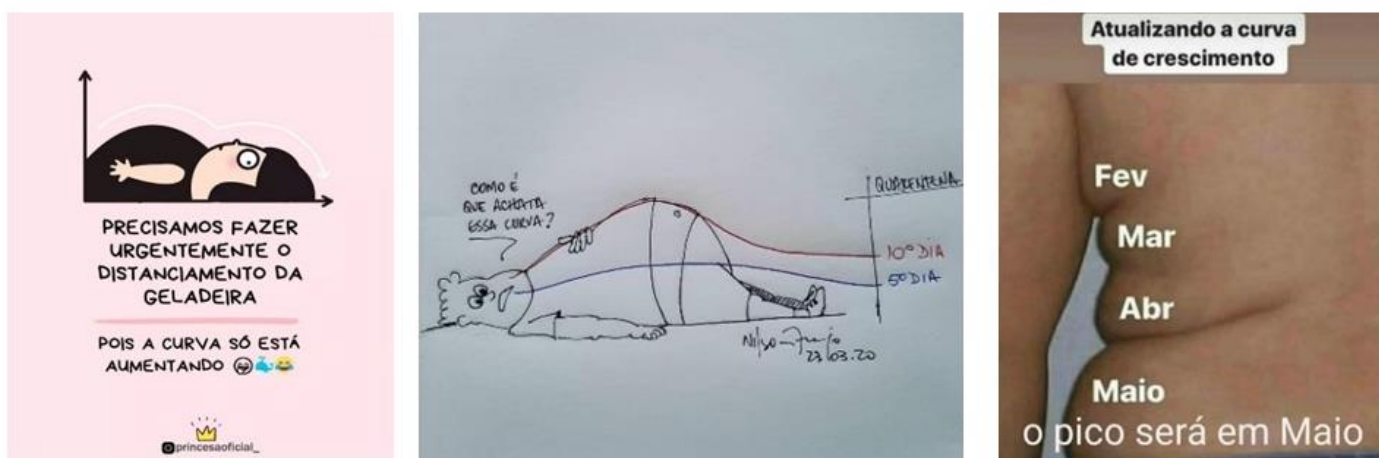


Figura 28 – Memes Curvas de Crescimento
Acervo da Pesquisa

¹⁷ Tradução: Jack Nicholson, 81 anos, saboreia um hambúrguer e batatas fritas enquanto curte um jogo do LA Lakers com seu filho, que se parece com ele, Ray, 26.

Os memes seguintes apresentam um ganho de peso progressivo em que se subentende que o excesso alimentar é a causa e o tempo marcado pelos meses de pandemia. Como primeiro exemplo, escolhemos destacar 3 memes como representantes de um formato que se destacou dos demais, por ter sido observado em três versões diferentes e recebido repetidas vezes ao longo da coleta.

Esses memes comparam as curvas corporais às curvas de análise da progressão da Covid-19. Nos 2 primeiros memes (da esquerda para a direita) o sentido fica explícito pelo corpo dos personagens, neles as imagens apresentam personagens deitados e o corpo deles é contornado pelas curvas de crescimento. Na primeira imagem, a legenda “Precisamos fazer urgentemente o distanciamento da geladeira, pois a curva só está aumentando” com a adição dos emoticons de riso envergonhado, baleia e gargalhada, chamam atenção para o ganho de peso proporcional ao tempo de isolamento. Além disso demonstram uma preocupação com um comer exagerado. A expressão “distanciamento da geladeira” dá a entender um consumo alimentar exacerbado durante o período.

Já na segunda imagem o personagem demonstra uma preocupação com o controle de seu peso, ao questionar “Como é que achata essa curva?”, fazendo assim um trocadilho com a expressão “achatar a curva” muito utilizada como estímulo a favor do distanciamento social. No terceiro meme a relação se dá por meio das legendas, diferentemente dos anteriores, nesses temos uma fotografia de um abdômen com dobras de gordura corporal. A legenda com os meses, sendo maio a maior dobra, faz relação com as previsões da época que indicavam maior curva de crescimento de casos de Covid- 19 no período.

Nesses memes a relação com os símbolos da linguagem da pandemia se dá pelos termos “distanciamento”, “curva”, “achatar a curva”, “curva de crescimento” e “pico”, elementos atípicos, pertencentes ao universo da epidemiologia, que invadiram os telejornais e as discussões cotidianas desde o início dos casos de contaminação por Coronavírus até chegar aos memes. Ou seja, aqui temos um exemplo do uso da intertextualidade para produção do risível. Para que o leitor compreenda e seja afetado pelos textos presentes nos memes é necessário que ele esteja inserido no contexto da pandemia e tenha conhecimento dos termos aos quais eles fazem alusão (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2020).

A metáfora desempenha um papel importante na criação de sentidos figurativos e simbólicos no discurso. Ela consiste em uma troca de uma palavra por uma analogia, emprestando o significado de um outro termo ou conceito (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2020). Durante a análise, quando consideramos essa transferência de sentidos podemos compreender quais ideias pretendem ser transmitidas (ORLANDI, 2020), e

no caso dos memes discutidos, a metáfora é aplicada como forma de trocadilho dando novos sentidos aos termos “curva”, “achatar a curva” e “pico”. Dessa forma, o novo significado dos termos é o que fornece os gatilhos para o riso quando faz sentido ideologicamente.

As palavras são sempre parte do discurso, porém o sentido delas pode variar de acordo com o contexto e por quem as emprega, como pontua Orlandi (2020):

“As palavras não têm um sentido nelas mesmas, elas derivam seus sentidos das formações discursivas em que se inscrevem. As formações discursivas, por sua vez, representam no discurso as formações ideológicas. Desse modo, os sentidos sempre são determinados ideologicamente (p.41)”.

Ademais, o conhecimento de mundo do interlocutor deve ser ativado para compreensão do texto. Dessa forma, a memória discursiva dá sustentação para construção de novos sentidos (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2020). O discurso é formado pela memória de outros discursos, sobre essa noção se utiliza o termo *história conversacional* que Golopentja (1988) explica da seguinte forma “cada interação é, de fato, um episódio de uma unidade mais vasta, a da sucessão de interações, que já ocorreram entre os interactantes (p.325).”

Assim, depreendemos que para analisar os intertextos articulados para a produção do risível nesse caso, devemos considerar a conjuntura sócio-histórica da pandemia de Covid-19 no Brasil. Dessa forma, entendemos que além da preocupação com ganho de peso e a busca por um corpo magro, vide o termo “achatar a curva”, esses memes também apresentam o discurso de constante preocupação com aumento gradativo do número de casos de Covid-19 no período.

O novo sentido dado aos termos utilizados é fruto de criatividade e de sobreposições, parte da junção do discurso da alimentação com o discurso de prevenção à Covid-19 nos memes como uma forma de comunicar a partir da bricolagem². Os memes desempenham um papel importante como impulsionadores culturais dentro do ambiente da internet, atuando como catalisadores que desencadeiam processos de construção de significados compartilhados (JENKINS, 2006). Dentre os conteúdos analisados, percebemos como elementos do discurso de prevenção à Covid-19 se mantêm presentes, apesar das diferentes formas de apresentação, o que evidencia o caráter memético dessas criações e sua função dialógica e intertextual.

Outro formato de meme recorrente nesse núcleo de sentido foram os que aparecem a tela dividida mostrando “antes x depois da quarentena”. Os indivíduos “depois” com ganho de peso exagerado e roupas que não servem mais pressupõem uma alimentação inadequada com elementos indicativos. Temos por exemplo um antes e depois do ator Chris Hemsworth, conhecido por dar vida ao personagem Thor nos filmes da franquia Marvel. Na primeira

imagem ele aparece com corpo malhado e bem definido. Já na segunda ele aparece muito acima de seu peso habitual, com barba e cabelos desgrenhados, terminando de comer um pote de comida apoiado na própria barriga. Essa imagem, pertence ao filme Vingadores Ultimato (2019), nele o personagem passa por uma mudança brusca de visual, pois, por se culpar pelo passado que o atormenta passa a comer e consumir bebidas alcoólicas em excesso como forma de autopunição. Segundo os diretores do filme, a intenção era que aparência de Thor retratasse sofrimento e depressão (DEHO, 2019).



Figura 29 - Meme Chris Hemsworth
Acervo da Pesquisa

Ainda sobre esse assunto, as pesquisadoras Couss, et al. (2021), ao realizarem uma revisão sistemática sobre a representação social do corpo obeso e sobrepeso nacional e internacionalmente, demonstraram que os indivíduos que se encaixam nesse perfil são enxergados como negligentes com a própria saúde. Os achados evidenciaram que independentemente do local, a visão do corpo gordo de forma negativa foi recorrente, sendo apresentado como algo a ser combatido ou prevenido, ou então mais bem debatido de forma a evitar estigmatizações. Consequentemente, a representação de um super-herói gordo no filme é interpretada como perda de prestígio e baixa autoestima do personagem.

Cabe ressaltar ainda a importância da intertextualidade nesse meme, pois sem conhecer o contexto do filme, quem recebe a imagem compreende apenas de forma limitada os sentidos articulados na imagem. O risível é potencializado quando entendemos a mensagem de que até um deus nórdico pode ser suscetível à depressão e conseqüente ganho de peso durante a pandemia. A gordura, nesse caso, parece humanizar Thor por um viés negativo que associa o corpo gordo à tristeza. Além disso, novamente temos a inversão do alto pelo baixo (BAKTHIN,

1993), sendo o efeito do riso elaborado a partir do reconhecimento da imperfeição de uma figura de alto status social.

É possível, portanto, que ao criar uma correlação entre a decadência do herói e a pandemia, o indivíduo que compartilha o meme comunique seu próprio fracasso na tentativa de manter-se de um padrão corporal desejado. Retomando os conceitos de Han na *Sociedade do Cansaço* (2017), acreditamos que o corpo gordo, nesse contexto, funciona como um símbolo de frustração de indivíduos que internalizaram a pressão por alto desempenho na construção de um corpo bem torneado e se veem em uma situação em que são incapazes de produzir seu próprio bem-estar.

Nesse caso, o meme não restringe o processo ao enunciador, em outras palavras, dizer “antes da quarentena” é diferente de dizer “eu antes da quarentena” demonstrando que se trata de um processo percebido coletivamente. Logo, o risível no meme se dá pela identificação da transgressão de um ideal social (a manutenção de um corpo magro) feito em grupo. O que indica que tal situação seria reconhecida como uma “violação benigna”, algo que apesar de divergir de modo como o mundo “deveria ser” idealmente, é percebido como não ameaçador para o coletivo sendo, portanto, risível (MCGRAW; WARREN, 2010, 2014, 2016; WARREN; BARKSKY; MCGRAW, 2020). Ou seja, o corpo gordo produzido em meio a pandemia parece ser acolhido como uma transgressão aceitável, um fato inesperado que se difere dos achados de estudos já apresentados e discutidos nessa dissertação. O que supomos é que diante de complicações provocadas por fatores alheios à vontade dos próprios indivíduos, como por exemplo o fechamento das academias devido as medidas de distanciamento social promovidas por parte dos governos estaduais e municipais, a pressão pela autoresponsabilização na manutenção de um corpo produtivo e saudável tenha sido relaxada ou ao menos questionada como apresentaremos posteriormente.

Ainda sobre os memes com formato Antes x Depois, destacamos que a noção de “desencontro” entre duas ideias é o foco das teorias de incongruência. Os estudos sobre essas teorias demonstram como o humor pode ocorrer por meio da quebra de expectativas em relação a conceitos, comportamentos, eventos e ideias. Aqui novamente temos o riso gerado pela quebra da expectativa social de um comportamento normalizado, no caso um super-herói gordo.

No meme - *Mentira desmascarada* temos a imagem da animação de uma menina sorrindo inclinada sobre uma mesa com um prato a sua frente, sua postura corporal dá a entender que ela esteja fazendo uma observação perspicaz contida nos elementos óculos e papel na mão como se estivesse lendo ou estudando, porém o riso na boca mostra um semblante de embaraço. O texto que a acompanha a imagem destaca “*‘Pare de comer na rua, cozinhe em casa que você*

emagrece 'Mais uma mentira desmascarada pela quarentena.' A fala apontada pela personagem como uma mentira, brinca com uma recomendação nutricional comumente promovida por profissionais de saúde que aponta o consumo de alimentos preparados em casa, ou de forma caseira, como uma prática de promoção de alimentação saudável.



Figura 30 – Meme Mentira desmascarada
Acervo da Pesquisa

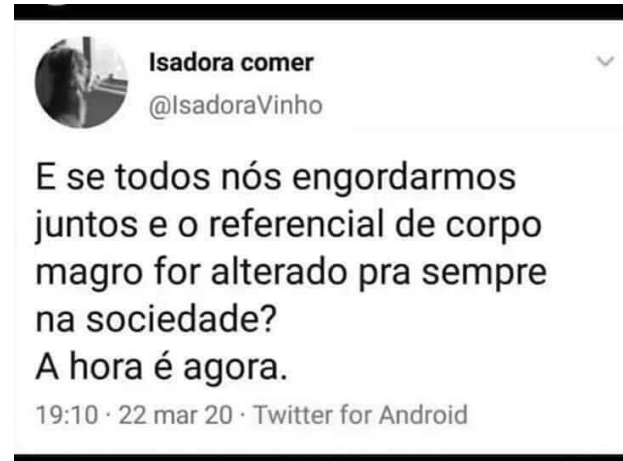


Figura 31- Meme Referencial
Acervo da Pesquisa

O incentivo à alimentação preparada em casa em detrimento do consumo de refeições na rua visa um resgate de práticas alimentares que foram se perdendo com o processo de urbanização das cidades. Com o processo de industrialização dos alimentos e expansão da distribuição de produtos prontos para consumo, além do crescimento das redes de fast-food, os – costumes alimentares foram se modificando, seja pela disponibilidade financeira e acesso ou por preferências pessoais de consumo (CARVALHO; SABINO, 2013).

Nesse cenário, o Guia Alimentar para população brasileira (2014), instrumento oficial do Ministério da Saúde que define diretrizes alimentares, foi o intertexto: ao modificar o foco das recomendações para equilíbrio alimentar em função do processamento dos alimentos (nova classificação), passando a ressaltar a qualidade da dieta ao invés da quantidade de macronutrientes, extinguindo a pirâmide alimentar. Ao trazer como destaque o incentivo ao consumo de alimentos frescos e minimamente processados em detrimento dos ultraprocessados, esse novo documento demonstrou como a alimentação caseira pode ser descomplicada, saudável e de fácil acesso à população. Seguindo esse princípio, suas recomendações preconizam o consumo de alimentos preparados em casa, ou, quando fora de casa, comer em locais que sirvam refeições frescas (restaurantes de comida caseira ou a quilo) (BRASIL, 2014).

Assim, a ideia do consumo de alimentos em casa como uma prática de promoção de alimentação saudável passou a ser um dos valores a serem defendidos no universo da Sociedade

do Saudável. Como destaca Dias (2021), a Sociedade do Saudável se apropria de informações nutricionais diversas para estimular moralidades e normatividade preventivista acerca da alimentação. Nesse contexto, “os produtos ultraprocessados são a “bola da vez” na disputa pelo perfil de alimentos responsáveis por serem fatores de risco para doenças crônicas não transmissíveis (p.82)”. Dessa maneira, a preocupação com alimentação natural e saudável se entranha nos discursos, nos tomando como cultura. Segundo Dias (2021), o risco para saúde e para o meio ambiente de certos alimentos funciona como força motriz na construção de discursos que promovem uma disposição de mudança das práticas alimentares dos cidadãos. Apesar disso, durante o período de isolamento é possível que, mesmo que os indivíduos estivessem cozinhando as próprias comidas, suas escolhas alimentares continuavam inadequadas, mostrando que o processo de emagrecimento se dá de forma mais complexa e envolve a compreensão do contexto social e cultural envolvido.

A graça do meme, portanto, está na contradição do aumento de peso populacional numa época em que todos estavam retidos em suas casas, visto que, comer em casa não significa necessariamente que esse consumo será feito de forma equilibrada como orienta o Guia Alimentar (BRASIL, 2014), com observação da qualidade dos alimentos e variedade de nutrientes. Assim, o meme ressalta como uma recomendação nutricional reduzida e simplificada pode perder seu significado original e passar a não fazer mais sentido.

O meme ‘*Referencial*’ vai além e desafia os padrões corporais considerados ideais atualmente. O texto contém uma chamada para uma mudança a partir do coletivo “e se todos nós engordarmos juntos”, ou seja, supõe que se toda a sociedade passar por uma transformação física ao mesmo tempo, as noções do que *significa* ser magro mudariam. De acordo com Pêcheux (1988), o sentido de uma palavra não existe nela mesma, mas é determinado pelas posições ideológicas em jogo na cultura, de forma que:

“É a ideologia que fornece as evidências pelas quais **todo mundo sabe** o que é um soldado, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve, etc., evidências que fazem com que uma palavra ou um enunciado queiram dizer o que realmente dizem e que mascaram, assim, sob a transparência da linguagem. Aquilo que chamaremos o caráter material do sentido das palavras e dos enunciados” (PÊCHEUX, 1988, p. 160, grifo nosso).

O que nos leva a pensar que a possibilidade de um novo estereótipo ou ideal de corpo normalizado dependeria também de uma transformação cultural. Logo, o significado de corpo magro, gordo ou normal, passa pela compreensão do que é o normal na sociedade como um todo, não se entende a transformação desses padrões como algo individual, mas a partir do individual com desdobramento social.

O final do texto destaca ainda “a hora é agora”, ou seja, tal processo só seria possível em um momento de crise tão amplo como a Covid-19 em que todo o coletivo estava submetido. Tal como em outros momentos históricos em que os padrões estéticos se modificaram atendendo as novas exigências impostas pelos valores sociais que se tornaram prioritários, a pandemia parece ter funcionado como um momento de mudança de perspectiva sobre o corpo ideal possível de ser alcançado.

Dessa forma, é possível notarmos a existência de um intertexto nos memes analisados que mostram um mundo que reconhece na alimentação saudável e na manutenção de um corpo magro regras sociais idealizadas que passam a ser questionadas quando testadas sob o cenário da pandemia.



Figura 32 - Meme Outono Inverno
Acervo da Pesquisa

O meme *Moda Outono/Inverno*, exemplifica bem esse processo, a o texto: “Moda outono/inverno 2020/ protege do vírus/ Não aparece a raiz do cabelo/ Não mostra os quilinhos adquiridos” (sic.), sugere que a mulher durante o distanciamento social não manteve práticas exigidas para a manutenção do padrão de beleza e deve esconder seu corpo e cabelo completamente com uma burca para se proteger de olhares ao mesmo tempo em que protege a própria vida com o uso de uma máscara.

A interpretação simbólica da burca pode variar de acordo com diferentes perspectivas ideológicas e culturais. Enquanto alguns discursos podem entender o uso da burca como uma marca da submissão das mulheres na cultura muçulmana, outros a defendem como uma expressão de fé, proteção da intimidade ou de resistência cultural (FERREIRA, 2013). No caso,

do meme em questão, o sentido da roupa cobrindo todo o corpo se dá a partir de outro contexto sociocultural, no qual o discurso hegemônico valoriza o corpo à mostra, porém sob os critérios de uma tirania estética (LEIBING, 2004), principalmente se considerarmos o contexto de circulação dos memes na cidade litorânea do Rio de Janeiro-RJ.

Nesse sentido, a roupa que tampa as aparências funcionaria como uma fuga às críticas e ao julgamento alheio pela não adequação aos padrões de beleza. Aqui, novamente, os hábitos decorrentes do período da pandemia (como o rosto coberto por máscaras), aparecem como uma brecha no sistema, uma forma de burlar a pressão pela manutenção do corpo adequado ao padrão estético. A raiz do cabelo pintada e o peso adequado não deixaram de ser relevantes, mas podem ser menos evidentes se disfarçados nesse período.

Ademais, cobrir-se indica uma forma de esconder algo que se considera um defeito ridicularizável. Como aponta Bergson (1983) o julgamento alheio na forma de riso é um foco nos costumes castigáveis. Logo, o meme faz com que aquele que o compartilha ria de si mesmo, e também da norma desviante. Nesse sentido, o humor funciona como um mecanismo de identificação da penalização com apontamento de comportamentos considerados vexatórios, mas que nos leva socialmente à uma tomada de consciência de si e buscar ser o que temos verdadeiramente para ser, pois um dia não dará para esconder mais com a burca os fenômenos socioculturais e alimentares do mundo que nos transforma os corpos

Mas um defeito ridículo, uma vez se sinta ridículo, procura modificar-se, pelo menos exteriormente. (...) Podemos concluir desde já que nesse sentido sobretudo é que o riso "castiga os costumes". Obriga-nos a cuidar imediatamente de parecer o que deveríamos ser, o que um dia acabaremos por ser verdadeiramente (Bergson 1983; p.)

Esse parece ser o caso do meme a seguir que em uma formatação de antes e depois coloca porcos como resultado das transformações corporais pós-pandemia. A primeira imagem coloca um casal magro, dormindo abraçado, já a segunda aponta dois porcos dormindo, também abraçados. As legendas que o acompanham possuem a lógica de Antes x Depois “começo da quarentena” e “Fim da Quarentena”, no segundo quadro a intenção humorística é reforçada pelo emoji de gargalhada. No entanto, ao mostrar porcos o meme traz no significado desse animal apresentado em ambiente insalubre, o sentido do grotesco.

A representação de animais antropomorfizados sempre foi um aspecto cultural expressivo, estando presente em diferentes espaços e assumindo aspectos simbólicos diversos. Uma lula por exemplo, pode ser representada como um *Kraken*, uma criatura gigante que ameaçava embarcações na mitologia escandinava, ou como o personagem de desenho animado

Lula Molusco, o vizinho ranzinza do Bob Esponja. Outros bichos, porém, costumam ter um estereótipo associado a eles que pode transcender culturas, como a raposa astuta, leão valente e corajoso, serpente artilosa e a coruja sábia. Já o porco é quase mundialmente o símbolo da gula e da ganância, como um devorador que consome tudo o que é colocado diante dele. Em muitos mitos, a insaciabilidade é atribuída a ele (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1997).

O riso criado a partir de representações não-humanas para Bergson (1983) só é possível quando temos “surpreendido nele uma atitude de homem ou certa expressão humana” (p.7), ou seja, ri-se do porco porque se parece humano, no caso o gordo. Nesse sentido, a comparação entre indivíduos acima do peso com porcos, é carregada de conceitos negativos quanto ao tamanho corporal.



Figura 33 – Meme Humanos x Porcos
Acervo de Pesquisa

No meme seguinte, *Porta*, tem-se a imagem de dois personagens em desenho de estilo charge, um homem e uma mulher, representados com corpos arredondados e rosto surpreso. Ambos se posicionam em frente a uma porta desproporcionalmente pequena em relação ao casal. O cenário dá a entender que estão dentro de casa. O contexto leva a dedução de que eles não conseguiriam passar pela porta que se tornou estreita. O texto verbal, é colocado como legenda em formato de fala dos personagens “Acabou o confinamento. E agora, como saímos?”. O texto pode ser interpretado tanto como fala dos personagens, como a fala daquele que compartilha, incluindo assim o emissor e o receptor da mensagem.



Figura 34 – Meme Porta
Acervo da Pesquisa

Ao analisarmos esse meme identificamos que o riso se dá pela articulação dos conceitos da época, um longo distanciamento social que trazia aos personagens a preocupação de como seria o retorno ao convívio. O risível se manifesta, portanto, ao apresentar o ganho de peso durante o período também como limitante, ganhou-se tanto peso dentro de casa que não é mais possível sair dela. Aqui aquele que compartilha o meme talvez se inclua na piada ao imaginar que vai ganhar mais peso até o final do período de confinamento.

Para Bergson (1993) rimos do desvio que se apresenta como fato e esse será ainda mais risível quando pudermos reconstituir sua história de surgimento e evolução. Nesse caso, o meme tem seu efeito cômico amplificado por sua simplicidade e facilidade de identificação das relações de causa e consequência construídas: o casal confinado dentro de casa por causa da pandemia se vê impossibilitado de retomar a vida no exterior pelo ganho excessivo de peso que inviabiliza a sua saída e retomada da vida no contexto pós-pandêmico.

No estudo de Pearl (2020) foram analisados no início da pandemia os conteúdos publicados em redes sociais com os termos “quarantine-15” e “covid-15”. Esses termos eram utilizados para aludir à experiência de medo de ganho de peso como resultado das ordens de permanência em casa do Covid-19. O estudo sugeriu que as caracterizações apontadas reforçavam estereótipos negativos de que pessoas obesas são preguiçosas, ansiosas, disformes, desleixadas e sem autocontrole. Essas significações, além de perpetuarem estigma, podem prejudicar os esforços para aquisição de hábitos saudáveis, enfraquecendo a confiança na capacidade de alcançar metas de alimentação e atividades saudáveis (PEARL, 2020).

Apesar do material de análise semelhante nesse núcleo de sentido, situado por nosso estudo no cenário brasileiro, enxergamos outras possibilidades para esses memes. Além de

sugerirem que estar acima do peso é um problema a ser evitado mesmo enfrentando um cotidiano estressante, os memes também destacaram brechas para reivindicar novas possibilidades de compreensão de corpos no contexto sociocultural. Além disso, podem ter servido como forma de comunicar o próprio estresse e insatisfação com o consumo em excesso de alimentos e consequente ganho de peso. Ou seja, os memes no seu conjunto, apesar de reforçarem padrões estéticos, não parecem apontar o ganho de peso como o erro de outro, visto que grande parte do conteúdo se refere a um eu coletivo, incluindo aquele que compartilha na situação apresentada.

5.2.3. Consumo de Bebidas Alcoólicas:

Um outro aspecto relevante a ser ressaltado em relação ao comportamento alimentar dos indivíduos em isolamento social foi o aumento do consumo de bebidas alcoólicas. A alteração no padrão alimentar para essa substância em todo o mundo, chamou atenção da OMS, levando-a a lançar um comunicado oficial, alertando para os riscos do consumo excessivo. No Brasil, a pesquisa ConVid (2020), aponta que o consumo aumentou em 18% relação ao período anterior a pandemia.

Nesse cenário, os memes coletados brincam com a realidade enfrentada. No primeiro meme temos a imagem da boneca Teresa, da coleção de bonecas Barbie. A caixa contém a informação de sua profissão “*Barbie non-essential work*” (em tradução *Barbie trabalhadora não essencial*) dentro da caixa, a boneca se apresenta com camisa e calça de moletom, segura em uma mão o smartphone e na outra uma garrafa de vinho. Sua camisa tem os dizeres “Wine o’clock” algo como “hora do vinho” em português.

Durante a pandemia, a divisão entre trabalhadores considerados essenciais e não essenciais impôs rotinas de trabalho muito diferentes para os dois grupos em todo o mundo. Aqueles considerados como trabalhadores essenciais, os ligados a setores como mobilidade urbana, limpeza, alimentação e saúde, nunca tiveram a opção do *home-office* ou do isolamento voluntário e precisaram se expor ao vírus, mesmo no período em que não havia previsão para início das vacinações no Brasil.

Apesar de enfrentarem menor risco de vida, os trabalhadores não-essenciais não deixavam de passar por momentos de alto estresse. Em maio de 2020, estimava-se que 25,5% dos trabalhadores brasileiros exerciam atividades em setores considerados não-essenciais e possuíam vínculos de trabalho instáveis, sendo classificados como o grupo de maior

vulnerabilidade para perda de emprego e renda (SALLES, 2020). Submetidos às restrições de deslocamento, diversos setores buscaram adaptar suas atividades para o modo remoto, chamado no Brasil de *home-office*. Porém, essa modalidade foi aplicada por um período mais longo principalmente ao grupo de trabalhadores de qualificação elevada, em que o trabalho poderia ser feito de forma remota sem perda de produtividade (FILHO, et. al., 2021).

Ainda que estudos pré-pandemia apontassem o trabalho remoto como uma alternativa menos estressante, as condições de trabalho atípicas experimentadas na pandemia demonstraram que o sucesso dessa modalidade depende das condições e demandas de trabalho, recursos disponíveis, configuração familiar e espaço para trabalho. No cenário de distanciamento social, com toda a família no mesmo ambiente, trabalhadores demonstraram maior dificuldade para equilibrar vida profissional e demandas do lar, como o aumento da carga de trabalho com os filhos. Com a dissolução das fronteiras entre trabalho e ambiente doméstico, trabalhadores apresentaram níveis mais baixos de bem-estar físico e mental, maiores níveis de estresse percebido e burnout em comparação ao período pré-pandemia. Considerando diferenças de gênero, observamos ainda que mulheres, mães de crianças menores de 12 anos, apresentaram maiores níveis de estresse e burnout (ARENAS, et. al., 2022).

Além disso, o trabalho remoto contribuiu para a dissolução das fronteiras entre o espaço de trabalho e o ambiente doméstico, fazendo com que a casa deixe de ser apenas o local de descanso. Ademais, durante o período de isolamento não era possível acessar outros locais para lazer e descanso, fazendo com que o indivíduo estivesse sempre em seu local de trabalho, o que pode elevar a sensação de exaustão. O que entendemos por exaustão, é o que Han (2017) descreve como cansaço de esgotamento, aquele que nos incapacita de qualquer atividade, que surge após o excesso de positividade. O dia de descanso efetivo, seria aquele de um momento intermediário, uma pausa no ciclo de dias *para-isso* para um dia do *não-para*. Ou seja, no cenário da pandemia, sem a barreira entre trabalho, casa e lazer, não existe também o momento do descanso pleno.

Outro ponto a ser considerado é que sem um sistema adequado de controle de jornada no home office muitos empregados se viram submetidos a jornadas de trabalho mais longas, nem sempre com compensação remuneratória. Fator que também pode ter elevado a sobrecarga de trabalho, gerando aumento no número de casos de ansiedade, depressão e Burnout (JANKAVSKI, 2021)

A necessidade de realizar várias tarefas ao mesmo tempo, junto a ausência de repouso pode modificar o estado de atenção para uma forma mais ampla e também mais rasa (HAN, 2017). Esse estado de atenção, é o que Han (2017) relaciona com a vida selvagem:

Na vida selvagem, o animal está obrigado a dividir sua atenção em diversas atividades. Por isso, não é capaz de aprofundamento contemplativo – nem no comer nem no copular. [...] Não apenas a multitarefa, mas também atividades como jogos de computador geram uma atenção ampla, mas rasa, que se assemelha à atenção de um animal selvagem.

O autor defende que as recentes transformações sociais que modificaram a estrutura da atenção não sejam uma evolução, mas um retrocesso em direção à vida selvagem. Entretanto, para alcançar total potencial de produtividade, indivíduos se veem diante da necessidade de alternar entre uma atenção dispersa e a hiperatividade, que diferem da concentração profunda necessária para elaboração de processos criativos. Nesse sentido, na busca por aumentar seu desempenho laboral, a Sociedade do Cansaço evoluiu para uma Sociedade do doping (HAN, 2017).

Contudo, o que vimos acontecer na pandemia foi o aumento do consumo de substâncias que trouxessem sensação de alívio para o estresse do trabalho, como o álcool. No estudo do Centro de Informações sobre saúde e álcool (2022), muitos dos entrevistados destacaram o consumo de álcool em casa como uma mudança de hábito que ocorreu por causa da pandemia. Já a pesquisa de Covid-Psiq (2021), indicou que profissionais da linha de frente, pessoas desempregadas ou com depressão e ansiedade graves tiveram os maiores aumentos do consumo alcoólico no período de janeiro de 2020 a fevereiro de 2021, sendo que no caso dos profissionais da saúde de linha de frente, o álcool era utilizado como uma tentativa de automedicação. Ou seja, tanto no contexto de home-office como o do trabalho de linha de frente no enfrentamento à Covid-19, os trabalhadores demonstraram estar sobre grande carga de estresse, que junto às preocupações decorrentes da pandemia podem ter provocado o aumento no consumo de bebidas alcoólicas. Assim, a Barbie “trabalhadora não essencial – Edição Quarentena” brinca com a exaustão enfrentada por esse grupo de trabalhadores.

A boneca Barbie é conhecida por seu notável sucesso desde o seu lançamento, conseguindo se perpetuar, e conseqüentemente levar meninas de diferentes gerações a consumirem produtos que ensinam o padrão de beleza norte-americano incorporado e difundido pelo seu visual (SIMILI, 2015). Desta forma, ela se tornou um elemento de significação de “corpo padrão de mulher” para o imaginário popular, sendo recorrente sua utilização em memes que a identificam como uma mulher branca, magra, loira, heterossexual e rica. O uso de um modelo infantil americano eugênico da década de 60 é uma caricatura que exagera um padrão burguês em proporções de corpo idealizadas como perfeitas (MUSEU DOS MEMES, 2018).



Figura 35 – Meme Barbie Trabalhadora não essencial
Acervo da Pesquisa

Assim, identificamos que o meme apresentado ao articular diferentes intertextos, provoca o riso por meio do deslocamento do padrão de beleza previsto para a boneca. Em mais um momento ocorre o riso a partir do reconhecimento de um comportamento desviante do que seria esperado, ou seja, a Barbie descabelada é risível pela quebra de um ideal de perfeição e por demonstrar a realidade possível de mulheres de carne e osso durante a pandemia, mesmo àquelas que se sujeitam aos padrões de beleza de uma verdadeira boneca.

Ademais a linha de bonecas Barbie é reconhecida por apresentar bonecas com diferentes profissões, acompanhadas de seus instrumentos de trabalho, assim a Barbie veterinária vem acompanhada de um cachorro, a médica de um estetoscópio e um raio-x, a confeitadeira de um set de cozinha, a pintora de um quadro e uma aquarela, entre outras. Portanto, a boneca acompanhada de uma garrafa de vinho e um smartphone além de mostrar os impactos do isolamento social na manutenção de padrões de beleza evidencia o aumento do consumo de bebidas alcoólicas no período.

No meme *Beber Cura* temos a imagem de Seu Madruga (do seriado mexicano Chaves). Nela ele olha para frente com olhar vago, com um lápis na orelha, típico de quando está trabalhando ou planejando alguma coisa. A legenda que acompanha complementa a compreensão do meme “É só pensar: limão fortalece a imunidade, álcool mata o vírus, A cura é caipirinha”. O personagem interpretado pelo ator Ramón Valdés, é conhecido por ser pobre e um perdedor briguento, mas humano (IMDB, 2021); e no meme aparece apresentando um sofisma que indica a caipirinha, bebida alcoólica, como cura para a doença.

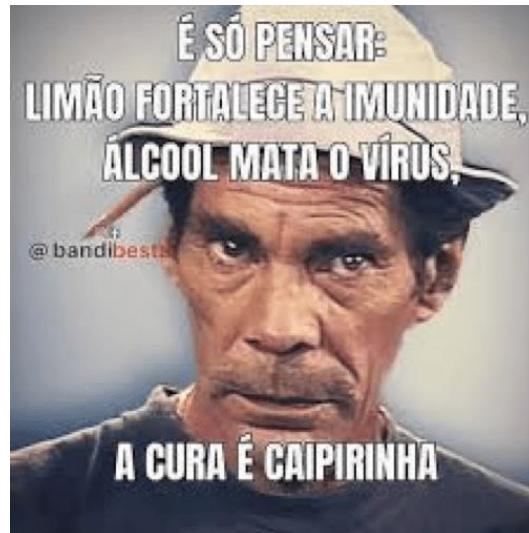


Figura 36 – Meme Beber Cura
Acervo da Pesquisa

Apesar de cômica, a ideia apresentada pelo Seu Madruga está longe de ser inovadora, isso porque, segundo registros históricos do período da Gripe Espanhola no Brasil em 1918, foi justamente durante outra pandemia que a caipirinha foi difundida e popularizada em território nacional. A intenção era a mesma, encontrar uma solução milagrosa e de fácil acesso, que desse fim à doença (WESTIN, 2020). Mais de cem anos após o fim Gripe Espanhola, é possível identificar grandes similaridades no comportamento popular.

Os jornais estão repletos de anúncios de remédios milagrosos que se dizem capazes de prevenir e de curar a gripe. A oferta vai de água tônica de quinino a balas à base de ervas, de purgantes a fórmulas com canela. A procura é tão grande que as farmácias se aproveitam da situação e levam os preços às alturas. No Rio, a prefeitura reage tabelando o preço dos remédios. Na cidade de São Paulo, a população em peso recorre a um remédio caseiro: cachaça com limão e mel. Em consequência, o preço do limão dispara, e a fruta some das mercearias (WESTIN, 2020).

Além disso, podemos observar como o meme provoca o riso ao apresentar um silogismo incorreto a partir da articulação das premissas “limão fortalece a imunidade” e “álcool mata o vírus”, assim como no mecanismo Interferência de Séries, o risível nesse meme é formado pela coincidência da junção de duas séries de fatos independentes. Ambas fazem parte do discurso da pandemia, sendo argumentos recorrentes nas conversas sobre saúde, o que chama atenção para como mesmo temas sensíveis podem ser facilmente utilizados para o humor. Retomando Bergson (1983), podemos dizer que não existe seriedade que os memes não possam transformar em riso coletivo. Nesse caso, o riso parece ser usado como uma forma de relaxamento para uma situação de tensão (MCGRAW; WARREN, 2010).

Na ausência de cura, indivíduos passam a buscar formas alternativas de tratamento que os fizessem sentir seguros ou esperançosos. Essas práticas funcionariam como verdadeiros amuletos de proteção. A busca pelo termo imunidade no Google sofreu estrondoso crescimento no início das medidas de isolamento no Brasil, de acordo com a plataforma Google trends:



Figura 37 – Busca pelo termo Imunidade no Período de 01 de janeiro a 01 de julho de 2020¹⁸

Para além da Cloroquina e do álcool com limão, outras estratégias terapêuticas, sem comprovação científica, foram propagadas até o desenvolvimento da vacina. Era possível observar a propagação de conteúdos sobre saúde e bem-estar de nas redes sociais voltados para o aumento de imunidade, principalmente no campo da Alimentação e Nutrição, mas também através exercícios físicos e meditação (SANTOS, 2020). Nesse caso, a qualidade nutricional dos alimentos era valorizada visando o impacto na imunidade.

Assim, na sociedade contemporânea já atenta aos cuidados em saúde, durante a pandemia a preocupação com a qualidade dos alimentos ganhou um novo discurso, agora propagado com o argumento de que a melhora da imunidade seria um modo de mitigar os danos causados pela doença. No período, alguns Conselhos Regionais de Nutrição (CRNs) promoveram conteúdos relacionados ao tema, como cartilhas e orientações nutricionais. O CRN-2 (Rio Grande do Sul), em uma publicação de março de 2021 que defendia a vacinação de nutricionistas compartilhou a seguinte imagem:

¹⁸ Disponível em: <https://trends.google.com/trends/explore?date=2020-01-01%202020-07-01&geo=BR&q=imunidade>

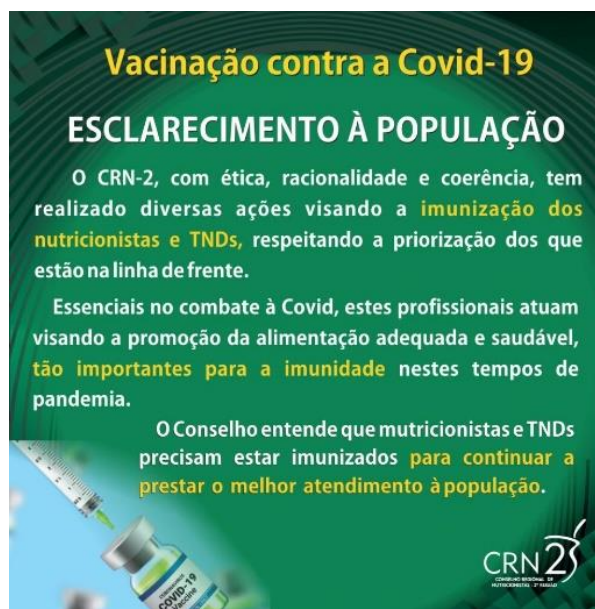


Figura 38- Nota CRN2 ¹⁹

O texto destacando a importância da alimentação saudável para a imunidade como fator de relevância para a imunização dos nutricionistas é um exemplo de como os argumentos acerca da nutrição se encaminharam no período. Selecionando a cidade do Rio de Janeiro e o período de fevereiro a maio de 2020 no Google trends, podemos ver que a pesquisa pelo termo “como aumentar a imunidade” esteve frequentemente acompanhada por: “como aumentar a imunidade do corpo”, “sucos para aumentar a imunidade” e “vitamina C”. Repetindo a pesquisa com o termo “sucos para aumentar a imunidade”, os tópicos mais relacionados eram inhame e limão, fruta conhecida como rica em vitamina C.

Logo, nesse núcleo de sentido percebemos a articulação de diferentes discursos presentes na pandemia, como o aumento do consumo de bebidas alcoólicas; a exaustão dos trabalhadores, em especial as mulheres; a busca por soluções milagrosas para a doença; o uso de vocabulário científico em conversas cotidianas; ponderação de atitudes pensando na proteção contra o vírus e a alimentação como protetora da imunidade.

5.2.4. Projeto Fitness:

¹⁹ Disponível em: <https://crn2.org.br/noticia/view/149/esclarecimento-a-populacao-vacinacao-contra-a-covid-19>

Identificamos como traços comuns a este núcleo de sentido imagens retratando fracasso no cumprimento de metas corporais preestabelecidas e a insatisfação com o universo fitness durante o distanciamento social. Aqui consideramos a definição de Sacramento (2018):

O nome fitness é menos uma linguagem alimentar do que uma dinâmica social contemporânea que nomeia de roupas a estilos de vida e se configura em estratégia comunicativa de inclusão/exclusão e até mesmo de opressão, glorificando aqueles que dela fazem uso e excluindo os que não fazem e que não pode ser considerados fitness (SACRAMENTO, 2018, p. 2).



Figura 16 - Meme Nazaré
Acervo da Pesquisa

O meme Nazaré retrata uma cena famosa da novela Senhora do Destino (2004), na qual a personagem Nazaré Tedesco (interpretada pela atriz global Renata Sorrah) foge com um bebê. Como é sabido, a vilã Nazaré, é a personagem mais icônica da trama, com cenas que repercutem até hoje nacionalmente e internacionalmente através dos memes. Os dados para compreensão do risível são colocados de maneira explícita pelas legendas, “Quarentena” (Nazaré) foge com “Minha Massa Magra” enquanto é perseguida por “lives”, “ansiedade”, “academias fechadas” e “geladeira de madrugada”. O meme representa de forma bem-

humorada as dificuldades enfrentadas durante o período de isolamento para manutenção da massa muscular.



Figura 39– Meme Ser Fitness
Acervo da Pesquisa

O meme *Ser Fitness*, segue a mesma linha de raciocínio. O formato em que um personagem procura alcançar algo, porém é impedido no segundo quadro é comum no universo dos memes, tendo diferentes sentidos a depender das legendas que são adicionadas aos personagens. Dessa maneira, as legendas são as responsáveis pelo gatilho para o riso. Na primeira imagem o personagem principal “EU” demonstra desejo de “Ser Fitness”, mas, na segunda imagem, é capturado pelo monstro inconveniente “Coronavírus”. Segundo as classificações de mecanicidade de Bergson (1983), os dois memes se encaixam nas características do brinquedo boneco de molas, pois o efeito deles é causado pela repetição de um formato, na qual se utilizam as mesmas imagens para compor memes com sentidos diversos. Ou seja, parte do humor passa pela compreensão de que o formato do meme faz parte de uma textualidade seriada (DIAS, 2020). Conforme exemplificamos no início desse capítulo, esses memes podem ser classificados como metamórficos, pois, utilizam-se de formatos recorrentes na internet para produzir novos sentidos.



Figura 40- Meme Eu na Quarentena
Acervo de Pesquisa

O meme *Eu na Quarentena*, mostra o ator Arnold Schwarzenegger, símbolo no fisiculturismo e mundialmente conhecido por filmes de ação da década de 80 e 90, como *Exterminador do Futuro*. Nele, Schwarzenegger aparece em 2 quadros fazendo exercícios de alongamento de pernas, no 3º quadro percebe-se que ele estava burlando os exercícios ao usar pernas falsas e aparecer comendo. As legendas para as imagens acrescentam um novo sentido ao meme. Ao observarmos a sequência de imagens podemos perceber certa correlação de sentido *positivo x negativo* a partir das legendas sobrepostas. Os termos “metas de leitura”, “dieta equilibrada” e “planos de exercícios” são identificadas como comportamentos positivos, refletindo as expectativas da sociedade sobre como deveríamos aproveitar o tempo em isolamento. Assim, o meme demonstra de forma bem-humorada como muitos de nós desviaram dessas normas durante o período de “quarentena”.

Essa correlação de sentido entre comportamentos ideais e desviantes destaca a dualidade das expectativas de conduta durante a pandemia. Por um lado, havia a pressão social e a aspiração de manter rotinas saudáveis e produtivas. Por outro lado, a realidade de enfrentar um período de incerteza e estresse pôde resultar em momentos de relaxamento e indulgência.

Tanto a cena da personagem Nazaré fugindo de várias pessoas com semblante tenso, quanto a gota escorrendo na testa do personagem do meme *‘Ser fitness’* ao ser segurado, transmitem a ideia de um indivíduo que se esforça para manter seu corpo em forma, mas que

precisa superar os desafios impostos pela quarentena/coronavírus. Já o meme com o ator Schwarzenegger, mostra como a expectativa de seguir uma vida ordenada, como leituras em dia, rotina de exercícios e alimentação equilibrada, é incorporada à realidade vivida na pandemia.

Nesse conjunto, a manutenção das práticas de atividade física surge como discurso moral, na qual: “a magreza é considerada um sinal inconfundível de autocontrole, disciplina e força de vontade. A pessoa magra é um exemplo de domínio da mente sobre o corpo e autonegação virtuosa” (CRAWFORD, 1984, p.70). Nesse contexto em que o corpo não condicionado se torna desviante, o risível é construído a partir do reconhecimento da impossibilidade de se manter dentro dos parâmetros da Sociedade do Desempenho, que vê o corpo ativo como uma ferramenta de produtividade que permite o sucesso (HAN, 2017). Ou seja, **diante da mudança brusca de rotina e dos vários desdobramentos causados pela pandemia, o fracasso na tentativa de alcançar um corpo de alto desempenho parece ser constrangimento inevitável, logo, risível.**

Esta dinâmica é retratada sob uma outra perspectiva nos próximos memes:



Figura 41 – Meme Seus Stories
Acervo da Pesquisa

O meme *Seus Stories* tem como objeto de discurso visual dois elementos: um adulto (provavelmente um homem) que mostra apenas parte do seu corpo. Ele pedala uma bicicleta e ao se curvar para frente acaba mostrando o “cofrinho” (início da divisão entre as nádegas), cuja visualização pode produzir uma sensação de repulsa ou de ridículo. Sentada a poucos

centímetros dele está uma menina em uma cadeira infantil. Ela vira o rosto com expressão de desgosto, evitando encarar o cofrinho logo a frente. Senão fossem as informações textuais adicionadas, terminaria aí a graça da imagem. As legendas “Seus stories sobre alimentação saudável e manutenção de exercícios físicos mesmo na quarentena” para o homem e “Eu” para a menina, expressam o desconforto e o aspecto ridículo do de compartilhar o meme, criticando aqueles que propagam o discurso de manutenção de práticas consideradas fitness, como exercícios físicos e alimentação saudável.

Além disso, a expressão “mesmo na quarentena” aponta uma possível inadequação do comportamento para o período. Assim, o risível é provocado pela correlação de desconforto com a imposição de uma vida regrada pelas práticas da Sociedade do Saudável (DIAS, 2021). Ademais, o texto “Foda-se o sistema” utilizado como localização na postagem do meme no Instagram, reforça o sentido de que a partir da quarentena há a abertura de um espaço de suspensão para o conjunto de normas de autoaprimoramento e otimização corporal.

Assumindo que o discurso *fitness*, que defende a prática de atividades físicas e o controle alimentar como determinantes para uma vida saudável, e, portanto, feliz (SACRAMENTO, 2020), é um entre outros discursos que compõe a Sociedade do Desempenho (HAN, 2017), podemos entender que, rir de tais imposições, apontando-as como hipócritas, é uma forma de romper contra o sistema, indo contra a lógica de auto exploração. Desse modo, o risível, novamente, indica a possibilidade de relaxamento de condutas, em outras palavras, com a libertação da autocobrança passa a ser risível quem persiste em continuar em uma dinâmica de alto desempenho, característica de um mundo pré-pandêmico.



Figura 42 – Meme Tweet Suco Detox
Acervo da Pesquisa

Enquanto isso, o meme “Tweet Suco Detox”, possui em sua maioria informações textuais. O texto “A menina postando suco detox no Instagram. Garota, o mundo está tá acabando, vai fritar um bacon KKK”, demonstra uma percepção de inadequação do comportamento de quem se empenha para performar símbolos da vida *fitness* ainda no período de isolamento. Ademais, o suco detox, símbolo de vida *fitness*, parece só fazer sentido em um

mundo sem pandemia, logo, fritar um bacon, símbolo de uma alimentação mais gordurosa e menos saudável que representa algo verdadeiramente gostoso, seria permitido.

Os memes apresentados acima indicam além de desconforto com o universo *Fitness* e seus símbolos (como o suco Detox), a ausência de reconhecimento de sentido dessas práticas durante a pandemia. Se o fim do mundo se aproxima – forma como o princípio da pandemia foi encarado no meme – o conjunto de regras e convenções sociais perdem significado ou mesmo importância, pois o indivíduo está enclausurado e vivendo uma situação atípica, na qual o julgamento e a vigilância do convívio comum é relaxada porque inoperante.

Retomando o conceito de *liberdade coercitiva* de Han (2017) entendemos que nos memes desse núcleo de sentido é dado um novo olhar para as práticas de manutenção do corpo ideal, de maneira que em uma pandemia em que várias medidas limitantes se tornam imperativas para manutenção da vida, a ausência do “poder fazer” (imperativo da Sociedade do Desempenho) pode também ser vista como uma libertação. Não se podendo fazer tudo, o indivíduo é liberto de sua exagerada autocobrança, passa a ser permitido o fracasso e a mediocridade na manutenção de um corpo socialmente idealizado. É dessa concordância que surgem os memes que brincam com a impossibilidade de seguir buscando um padrão físico e alimentar impossível de seguir. Compartilhar um meme sobre o tema ecoa essa afirmação perante o grupo social: *não posso fazer tudo e a pandemia é o motivo*. O bem imputado às medidas coletivas para proteção da Covid-19 se torna em certa medida superior à expectativa individual da manutenção do corpo belo, jovem e saudável. Dessa forma, a culpa imputada a um comer não saudável é perdoada, visto que os parâmetros de ordenamento social entraram em suspensão. Entretanto, caráter crítico à dinâmica social imposta, nesse caso, não deixa de reconhecê-la como válida, nem propõe novas formas de lidar com a questão.

Assim, há uma inversão: passa a ser risível aquele que segue persistindo no ideal do saudável, seja associado com hábitos “fitness” ou com rotina produtiva, comportamento que se assemelha àquele apontado como rígido por Bergson como risível:

(...) toda rigidez do caráter, do espírito e mesmo do corpo, será, pois, suspeita à sociedade, por constituir indício possível de uma atividade que adormece, e também de uma atividade que se isola, tendendo a se afastar do centro comum em torno do qual a sociedade gravita; em suma, indício de uma excentricidade (BERGSON, 1983, p19).

Considerando o riso como um aviso para correção de conduta, temos que a mudança de perspectiva transporta a coerção para manutenção do “novo normal”. Se antes era desejado se manter atividades de exercício físico e uma alimentação permeada de símbolos fitness, nesse

momento o conjunto de práticas passa a ser visto como uma virtude inflexível, e, portanto, suspeita à sociedade.

5.2.5. Novos hábitos alimentares:

Foram identificadas neste núcleo de sentidos, imagens que retratam mudanças de comportamentos ou aquisição de novos hábitos envolvidos na prática alimentar motivados pela pandemia.

No meme *Máquina de Lavar*, temos alimentos textuais e não textuais articulados para formação do risível. A imagem apresenta uma cesta de mercado repleta de caixas de mantimentos. A legenda adicionada “Meu novo sonho de consumo é uma Máquina de Lavar compras!” faz referência a prática de higienizar qualquer superfície que tivesse contato com outras pessoas, o que incluía lavar compras de mercado. Esse comportamento foi adotado por muitos brasileiros durante o ano de 2020 enquanto os dados sobre a forma de contágio ainda não eram claros.



Figura 43– Meme Máquina de lavar
Acervo da Pesquisa

Dessa forma, as medidas de higiene propostas para controle do Coronavírus transformaram a limpeza dos produtos embalados em uma nova preocupação para o cotidiano dos consumidores. Tarefa essa que surgiu já como detestada pelos praticantes. Assim o meme dá o gatilho para o riso ao sugerir uma Máquina de Lavar Compras (e não roupas) como novo sonho de consumo.



Figura 44 – Meme Santa ceia virtual
Acervo da pesquisa

O meme da Santa Ceia Virtual faz uma paródia ao afresco de Leonardo da Vinci “A Última Ceia” que se encontra na igreja de Santa Maria delle Grazie em Milão. Na obra original, que remonta o último momento de Jesus com os apóstolos, todos partilham do pão e do vinho. No meme os personagens aparecem em 7 quadrados pequenos, enquanto Jesus se encontra em uma mesa vazia em primeiro plano. Os personagens estão enquadrados como se participassem de uma conversa no *Zoom*, plataforma que se tornou muito popular para manutenção de atividades remotas ao longo do período de distanciamento social. Além disso, a pergunta de Jesus “Todos conectados?” faz referência ao vocabulário que se tornou comum no universo das videochamadas. Para compreender a correlação criada no meme é necessário, novamente, articular diversos conhecimentos do leitor.

O meme, ao parodiar a cena emblemática da Santa Ceia, assinala a transformação dos sentidos simbólicos de uma convivência experienciada presencialmente para outra virtual, trazendo uma alternativa à comensalidade. O comer junto e presencialmente, ao redor de uma mesa, é uma referência ancestral de familiaridade humana, como ressaltam Oliveira, Ferreira e Prado (2016): “Entre as dimensões criadas pela comida está o ato de comer com o outro, está a comensalidade. Esta qualidade dos comensais é produzida pelo alimento à mesa, seja ela física ou metafísica”.

A ideia de uma comensalidade virtual não foi uma inovação da pandemia, como destacam Kuwae, et al (2016), os smartphones e a internet se tornaram essenciais no cotidiano

das pessoas, proporcionando uma conjugação de trabalho e lazer em qualquer lugar e a todo tempo. A comensalidade contemporânea, como parte do processo de transmidiatização (CARVALHO; PERES-NETO, 2016), é marcada pela sociabilidade virtual. Nela os indivíduos se mantêm acompanhados por meio do compartilhamento de mensagens, vídeos e fotos instantâneas. O comensal no mundo virtual lida com novas significações que estruturam o comer. Durante a pandemia, para aqueles que se mantiveram isolados sozinhos, as conexões digitais foram uma possibilidade para comer junto, formando conexões sociais pela internet.

Mais do que uma necessidade para satisfação fisiológica, o alimento produz impactos nas nossas vidas, associando-se a afetos e memórias, processo que não se desenrola individualmente. Segundo Montanari (2013, p.157) “[...] a comida se define como uma realidade deliciosamente cultural, não apenas em relação à própria substância nutricional, mas também às modalidades de sua assunção e de tudo aquilo que gira em torno dela.” Desta forma, ela está sujeita às transformações impostas pelo momento social, como a pandemia.

Nesse período, pudemos perceber como as novas regras de higiene e as restrições impostas pelo distanciamento social modificaram nossas práticas de sociabilidade e conseqüentemente nossa relação com a comida. Em razão disso, algumas iniciativas foram criadas ou impulsionadas para adaptar comportamentos a nova rotina. Um exemplo disso são iniciativas que conectam cozinheiros famosos a amadores para prepararem uma receita a distância, ou ainda chefs e restaurantes que passaram a preparar pratos em transmissões ao vivo no Instagram (VEJA, 2020).

Uma análise feita pela empresa americana Hartman Group sobre as tendências de consumo da população americana entre o início da pandemia e julho de 2021, observou algumas modificações de comportamentos alimentares como: a digitalização das vendas de supermercados, que passaram a ser vistas como uma opção mais segura; a cozinha foi redescoberta como local de diversão e relaxamento, o que levou ao aumento nas pesquisas por receitas e compras de alimentos para preparo em casa num primeiro momento, e posteriormente, com o prolongamento da pandemia, a conseqüente redução dos preparos em casa e retomada de pedidos em restaurantes no formato delivery; e o aumento no consumo de petiscos entre as refeições (THE HARTMAN GROUP, 2021).

No caso do comportamento brasileiro, a preocupação com a higiene dos produtos adquiridos e com o deslocamento para compra de alimentos, também impulsionou um movimento para preparo de alimentos em casa. A pesquisa feita pelas empresas Galunion e Qualibest, em abril de 2020, que avaliou os hábitos de consumidores acima de 18 anos das classes A, B e C, mostrou que 99% das pessoas diminuíram a ida a bares, restaurantes e

lanchonetes, 99% evitavam aglomerações, 95% evitavam sair de casa, 94% deixaram de visitar amigos e parentes, 91% diminuíram a ida ao supermercado e 90% evitavam comer fora. Os 3 alimentos relatados como preferidos no período foram pizza, hambúrguer e comida tipicamente brasileira, ou seja: arroz, feijão, frango, stroganoff, bife, farofa e batata frita.

Entretanto, essas mudanças nos padrões de consumo não foram influenciadas apenas pelo medo de contaminação. A redução de renda da população gerou um comportamento mais cauteloso. Enquanto 27% tiveram uma perda de até 25% em seus ganhos e 35% apresentaram uma redução de 50% ou mais, mesmo aqueles que tiveram suas fontes de renda inalteradas esperavam comprar produtos mais baratos (EY PARTHENON, 2020).

Apesar do aumento do preparo de alimentos em casa, segundo o estudo realizado pelo Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde da Universidade de São Paulo (NuPENS) que comparou os dados de questionários alimentares realizados em janeiro, fevereiro e maio de 2020, a ingestão de alimentos saudáveis teve um aumento pequeno (STEELE, et al, 2020). Os resultados mostraram que houve uma mudança de pequena magnitude para os 4 indicadores de alimentação saudável: hortaliças (de 87,3% para 89,1%), frutas (de 78,3% para 81,8%), feijão ou outras leguminosas (53,5% para 55,3%) e para a combinação dos três itens anteriores (de 40,2% para 44,6%).

Outro achado importante do estudo foi que o padrão menos favorável de mudanças, com tendência de aumento no consumo de marcadores de alimentação saudável e não saudável, foi observado nas macrorregiões Nordeste e Norte, e entre pessoas com menor escolaridade, o que sugere um impacto das desigualdades sociais no enfrentamento à pandemia (STEELE, et al, 2020).

Nos memes coletados, seguindo a tendência das pesquisas, muitas piadas envolviam uma alimentação tipicamente brasileira, de fácil preparo e principalmente barata. Na figura seguinte, destacamos três memes nesse sentido:



Figura 45- Memes miojo na Quarentena
Acervo da Pesquisa

No primeiro meme (à esquerda) temos a articulação de textos para a formação do riso. A imagem demonstra exemplos de pesquisa no aplicativo Google: “como fazer miojo no microondas”, “pão com manteiga na frigideira”, “passo a passo de como fazer suco tang”. A legenda “Eu cozinhando na quarentena” quando somada à imagem dá a entender que o indivíduo representado procurou preparar receitas fáceis e rápidas.

No segundo meme (ao centro) temos o formato de postagem do Twitter, sendo duas imagens e o comentário como legenda. As imagens mostram dois pratos, um contendo arroz, feijão mulatinho e ovo, e outro com macarrão instantâneo marca miojo. A legenda indica um julgamento moral para as pessoas que não consomem o mesmo tipo de alimento “Quem não passou a quarentena inteira comendo isso, não está sabendo viver direito (ou é burguês)”.

O terceiro meme também faz menção ao miojo. A imagem contém uma criança com roupa e cabelos dos anos 80 rindo e a legenda “Tô nem aí pra crise/ Ontem comi picanha, hoje camarão e amanhã vou de galinha caipira...alguém aí conhece outros sabores de miojo?”. Aqui o riso se dá por meio da quebra de expectativas, o interlocutor dá a entender que está enfrentando bem a crise financeira que acometeu o país no período ao afirmar que têm acesso a diferentes alimentos considerados nobres, todos listados no início da mensagem, porém, em seguida, vê-se que eles são somente o elemento sabor do macarrão instantâneo da marca miojo, um alimento de baixo custo cujo sabor vem em um sachê de pó ultraprocessoado.

Alguns fatores já apresentados podem explicar esse padrão alimentar durante a pandemia. O impacto do comer emocional, que motivado pelo sentimento de angústia e ansiedade elevou a busca por alimentos mais calóricos, nutricionalmente pobres e que trouxessem alguma sensação de controle e aconchego (FIOCRUZ, 2020; CONASS, 2022; GALONI, 2020). Nesse caso, podemos citar o maior consumo de arroz com feijão. A nova rotina de preparo de todas as refeições em casa pode ser cansativa para alguns indivíduos, o que pode levar a busca por

refeições de fácil preparo como miojo, pão na chapa e refresco em pó. Por fim, a crise financeira que obrigou diversas famílias a reduzirem drasticamente os custos com alimentação, interferindo na quantidade e qualidade dos alimentos.

Entendemos, portanto, que a crise financeira experimentada em decorrência da pandemia, por ser uma questão que afetou uma grande parte da população brasileira, abriu espaço para que consumos alimentares normalmente mal vistos socialmente fossem compartilhados e discutidos abertamente em redes sociais. Esse efeito pode ter resultado de uma compreensão de que normas alimentares rígidas não eram realistas ou aplicáveis para muitos, e que todos estavam enfrentando desafios semelhantes em relação à alimentação.

Segundo a avaliação feita pelo DIEESE em maio de 2020, o custo da cesta básica do Rio de Janeiro foi o maior em comparação aos outros estados da federação, dessa forma, o órgão estimava que o Salário-Mínimo Necessário deveria ser de R\$ 4.694,57 no período, o equivalente a 4,49 vezes o mínimo vigente de R\$ 1.045,00 (DIEESE, 2020). Durante o ano de 2020 a inflação dos itens da cesta básica seguiu em constante aumento, fazendo com que em setembro do mesmo ano o valor do arroz já tivesse alcançado valorização de 19,2% no ano, com o pacote de 5kg chegando a custar mais de 40 reais.

Apesar disso, após reunião com o presidente da república Jair Messias Bolsonaro, e sem qualquer previsão para ajuste de preços no varejo, a solução proposta pelo presidente da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), João Sanzovo Neto foi a promoção de uma campanha de substituição do consumo de arroz por macarrão (LINDNER, 2020). Tal sugestão levou a comparações com a célebre frase “Não tem pão? Que comam brioques!” atribuída a Maria Antonieta (1755-1793), esposa do Rei da França, Louis XVI. A fala, apesar de sem registros, se tornou alegoria da falta de compreensão da nobreza com as necessidades do povo.

Como exemplifica o texto de Carolina Maria de Jesus, a composição dos alimentos no prato não é algo tão simples a ponto de ser substituído facilmente. O cálculo de custos que sugere macarrão no lugar do arroz não considera a cultura alimentar brasileira, nossos hábitos, nosso paladar ou nossa rotina. A retirada do arroz com feijão, símbolo da comida brasileira, não é uma escolha natural, é sinônimo de fome e miséria.

...O dinheiro não deu para comprar carne, eu fiz macarrão com cenoura. Não tinha gordura, ficou horrível. A Vera é a única que reclama e pede mais. E pede: – Mamãe, vende eu para a Dona Julita, porque lá tem comida gostosa. (...)

...Fiz a comida. Achei bonito a gordura frigindo na panela. Que espetáculo deslumbrante! As crianças sorrindo vendo a comida ferver nas panelas. Ainda mais quando é arroz e feijão, é um dia de festa para eles. (...)

Antigamente era a macarronada o prato mais caro, agora é o arroz e feijão que suplanta a macarronada. São os novos ricos. Passou para o lado dos fidalgos. Até vocês, feijão e arroz, nos abandona! Vocês que eram os amigos dos marginais, dos favelados, dos indigentes. Vejam só. Até o feijão nos esqueceu. Não está ao alcance dos infelizes que estão no quarto de despejo.

(Carolina Maria de Jesus - Quarto de despejo)²⁰

O relato da voz à realidade dura da vida na favela e embora tenha sido escrito ainda na década de 1950, permanece atual. Como no texto de Carolina, o macarrão (no caso o miojo) surgiu como um substituto na cozinha dos brasileiros. O produto alimentício, com alto teor de sódio e gordura, apesar de inadequado para consumo regular é vendido como uma opção de refeição rápida, longa durabilidade, fácil preparo e menor custo. Durante o ano de 2020, a receita da categoria cresceu 13,9%, acima dos 8,5% de massas secas (BRANDÃO, 2022).

Para além do arroz, em 2020 o preço das carnes também sofreu forte aumento, chegando a mais de 25%. Essa alta foi puxada pela carne bovina, o que modificou os hábitos dos consumidores que passaram a comprar mais carne de frango, porco, salsicha e linguiça buscando economizar (ABRAS, 2020; IDEC, 2020).

Diante do contexto de dificuldade de acesso a alimentos base, com decorrente aumento do consumo de ultraprocessados, os memes nesse núcleo de sentido retratam o impacto da pandemia na alimentação dos brasileiros. Como retrata um dos memes, um prato diferente é posto como coisa de quem não está sabendo viver direito ou de burguês. Uma possível interpretação seria de que os pratos das imagens são muito apreciados por aqueles que fazem parte das classes D e E e, portanto, quem não os come não sabe o que está perdendo, ou faz parte da classe média. Além disso, chama atenção que um prato mais elaborado ou com maior variedade de alimentos seja visto como “coisa de burguês”, o que ressalta que com o avanço da crise econômica no país cada vez mais alimentos ‘passam para o lado dos fidalgos’.

Durante a pandemia pudemos acompanhar a carne vermelha se tornar um item de luxo, seguida pelo frango sendo substituído por alimentos mais baratos como salsichas e ovos. Além disso, ingredientes comuns de baixo custo, como tomate e cenoura, também passaram a apresentar aumentos de preços, se tornando inacessíveis a parte da população. Os memes mostram como até mesmo a combinação básica de arroz e feijão pode ser vista um privilégio, deixando os sabores dos pacotes de macarrão instantâneo como alternativa mais acessível.

Outro ponto digno de nota foi a quantidade ínfima de memes coletados (apenas 2 entre 101) que abordassem diretamente os impactos econômicos do período sobre a quantidade e a

²⁰ Quarto de Despejo – Diário de uma favelada, p. 41, 42 e 43.

qualidade alimentar. Outrossim, ao observarmos a repetição de termos no conjunto dos 101 memes, vemos que “emagrecimento” (3), “magro” (2), “fome” (1) e “comer/comendo/come” (23), quando presentes foram relacionados ao ganho de peso e não à dificuldade de acesso à alimentação.

O consumo alimentar, assim como a vida na sociedade da pandemia, foi central nas transformações bruscas do período impulsionado por uma rotina midiaticizada. Nas análises elaboradas pelo Cetic.br no ano de 2020 e 2021, foi identificado que as desigualdades sociais aprofundadas em nossa sociedade tenham se refletido no ambiente online. Havendo, portanto, menor proporção de uso da Internet em áreas rurais, entre indivíduos com menor renda e escolaridade, assim como entre os mais velhos. Ademais, as desigualdades também estão presentes na qualidade e na forma de acesso à internet (TIC COVID-19, 2020; 2021). A disponibilidade de conexão à Internet foi determinante para o acesso das classes DE, os usuários relataram ter menor disponibilidade (70%) quando comparados às classes AB (87%). O mesmo ocorreu com usuários que frequentam escola ou universidade, essa proporção também foi mais baixa entre aqueles que estudavam em instituições públicas (74%) do que entre os alunos de particulares (90%). Para os usuários de Internet com 16 anos ou mais das classes DE as maiores dificuldades para o acesso à internet foram: velocidade insuficiente (16%), esgotamento do pacote de Internet (15%) e indisponibilidade de um computador ou celular (11%). A velocidade insuficiente (16%) e o esgotamento do pacote de Internet (11%) também foram os principais motivos entre aqueles usuários que frequentavam uma instituição de ensino da rede pública.

Dessa forma, o isolamento social no Brasil distanciou a população mais pobre do centro da discussão pública. Quando pensamos em um período em que grande parte da comunicação, se não toda, foi feita por meio de dispositivos conectados à internet, fica claro que quem não tem acesso não tem voz.

Em consideração aos aspectos apresentados, tanto a fome (ausente nos memes) como o ganho indesejado de peso dão indícios de como a desigualdade social e a escalada da inflação, com conseqüente aumento do preço dos alimentos e redução do poder de compra, interferiu no acesso, na quantidade e na qualidade dos alimentos consumidos, e, portanto, podem ser vistas como respostas diferentes a um processo de mudança nos modos de vida resultante do contexto de pandemia.

Sobre a construção do humor nos memes, podemos notar que o sarcasmo e a ironia são utilizados como estratégias para produção do risível a partir de elementos que supostamente não deveriam ser engraçados, como a instabilidade financeira, para além da própria situação de pandemia já discutida ao longo do texto. No entanto, segundo Bergson, o fenômeno social do

riso nos toma quando nos distanciamos do sofrimento ou emoções fortes. Além de Bergson, em vista disso, compreendemos que o humor subversivo utilizado (LUNARDI; BURGESS, 2020), se enquadra também como uma resposta tipicamente brasileira a um momento de crise. Como apontam Lunardi e Burgess (2020), para se fazer a Zoeira, o humor deve ser ambivalente de forma que o autor do meme ao se incluir na situação também ri de si mesmo. A ambiguidade entre alegria e tristeza nesse caso permite a brincadeira com uma situação que o afeta negativamente tornando-a mais suportável. Compartilhar uma piada em que se ri de si mesmo pode ser visto como um convite para enfrentar os problemas de forma mais leve e empática, é uma forma de dizer que **“estamos na mesma” e que podemos rir juntos disso.**

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No percurso de construção dessa dissertação, nos fundamentamos em estudos da Comunicação, Alimentação e Nutrição para observar um fenômeno em comum, os memes compartilhados durante a pandemia de Covid-19 que retratavam mudanças corporais e alimentares no período. Nosso intuito em observar esses objetos era, a partir de elementos comuns do objeto digital, desvendar os sentidos e significados práticas corporais e alimentares durante o início da pandemia da Covid-19, verificando se e de que maneira: essa produção reforçaria padrões estéticos e a normatização do corpo saudável; e se tais memes reforçariam a autorresponsabilização dos sujeitos pela manutenção da própria saúde.

Assim, após a observação da explosão de memes sobre a temática de interesse, partimos ativamente para coleta dos conteúdos. A utilização do Análise do discurso como ferramenta metodológica, foi um desafio árduo, porém recompensador, na medida em que pudemos correlacionar o contexto cultural-histórico-social da produção dos memes. Como os memes eram compartilhados principalmente por WhatsApp não era possível rastrear os indivíduos que os produziram nem mensurar a quantidade de vezes em que um conteúdo específico foi repassado. Apesar dessa limitação, o volume de memes recebido superou nossas expectativas. Entre eles muitos possuíam formatos diferentes, com mudanças entre texto ou imagem de fundo, porém transmitiam ideias semelhantes, o que nos possibilitou a organização em núcleos de sentido. Para entendermos tais imagens, fomos em busca do seu contexto de produção, o qual foi se modificando ativamente enquanto escrevíamos e vivíamos a pandemia.

Nessa empreitada, a escolha do referencial teórico nos possibilitou a compreensão de aspectos importantes sobre a produção de conteúdos midiáticos e mais especificamente sobre os memes no ambiente online brasileiro. Ademais, a discussão sobre o riso e sua função social, foi essencial para compreendermos que o risível aponta para a inadequação à um comportamento normatizado socialmente. Dessa maneira, observar o humor dos memes sobre mudanças alimentares e corporais é também olhar para quais ideais permaneceram em voga durante o período.

Como pudemos observar nos memes circulados no início da pandemia de Covid-19, as discussões em voga na sociedade se entrelaçam às práticas de alimentação, apoiadas em elementos que articulam sentimentos, imaginação e reprodução de estereótipos. A análise dos memes coletados nos permitiu compreender como as mídias digitais funcionam como espaço fértil para a comunicação, sendo a comicidade um aspecto delas que favorece isso, pela

facilidade de acesso e manipulação das imagens. As mídias digitais também se prestam à construção e flexibilização de normas e é preciso reconhecer o potencial normativo das imagens nesse jogo.

Sobre essas perspectivas nas quais os sentidos dos memes se enredam, podemos apontar, primeiramente, os memes como um meio para a consolidação de pertencimentos através dos discursos que fundamentam o risível. O riso, por sua vez, funcionou no período abarcado como um facilitador de ajustes e renegociações de expectativas e comportamentos sociais normatizados para o corpo e alimentação no contexto coletivo.

Tão inerente ao ser humano, nossa discussão anterior demonstrou quão complexo o riso pode ser, mesmo que renegado em diversos momentos históricos. “Rir para não chorar”, “rir é o melhor remédio” são dois ditados que poderiam ilustrar a forma irreverente como questões complexas enfrentadas pelos brasileiros na pandemia foram representadas nos memes.

Foram diversas as fontes de estresse vivenciadas na pandemia. As medidas de distanciamento social, apesar de cruciais para manutenção da vida, trouxeram danos à saúde mental da população, como o surgimento e/ou a intensificação de manifestações de sofrimento psicológico, como ansiedade e depressão. Nesse contexto, o rir de tudo e de si mesmo se mostrou ser uma válvula de escape imprescindível à convivência virtual e à sobrevivência social desse período. Mais que isso, compartilhar uma imagem em forma de piada é uma forma de falar de si, de fazer contato em um momento em que as relações se davam apenas em formato virtual, gerando identificações e empatia.

Nesse sentido, os memes se prestaram a relaxar normas sociais sobre alimentação e o corpo, **promovendo uma perspectiva mais empática, em contraposição à visão do que é desejado, idealizado ou normatizado.** Dos núcleos de sentido analisados, todos perpassam, no seu propósito social por este parâmetro. O que corrobora nossa hipótese principal de que rir do próprio ganho de peso seria uma forma de aliviar as pressões sofridas pelo cotidiano dentro do contexto da pandemia.

Assim, os memes, sendo uma representação material dos valores que compunham o estilo de vida pandêmico, colocaram-se como importante meio para análise de **negociações** e questões subjetivas sobre percepções corporais e comensalidade no período.

Nesse sentido, o risível observado nos memes coletados reforçava o discurso moral pautado em um padrão cultural de magreza. Esse discurso propagava a culpabilização do indivíduo pelo fracasso na manutenção de um corpo considerado saudável. Interpretamos tal achado como sintoma da autorresponsabilização dos sujeitos pela própria saúde, típica de uma sociedade pautada na meritocracia.

Nossa hipótese secundária era de que o compartilhamento de memes sobre ganho de peso, por meio do reconhecimento do padrão estético magro como adequado, reforça estigmas sociais para indivíduos gordos. Acerca disso, observamos durante nossas análises como o corpo foi associado a aspectos positivos quando correlacionado à magreza, controle alimentar e práticas de atividades físicas. Esse corpo foi tratado ora como idealizado e desejável, ora como inalcançável. Além disso, o corpo foi associado a aspectos negativos quando ligado ao consumo exacerbado de alimentos e ao ganho de peso. Nesse sentido, nos memes que retrataram o ganho de peso como desvios de conduta, foi possível identificar a noção de corpo saudável como um valor social positivo. Entretanto, tensionadas com o excesso de positividade (HAN, 2017), as práticas para manutenção desse corpo se relacionavam ao esforço individual cansativo e desgastante que não levava ao bem-estar, logo, em diversos momentos foi possível perceber a incorporação do discurso de autorresponsabilização dos sujeitos como fonte de sentimento de culpa, frustração e fracasso – ainda que flexibilizado no riso.

Enfim, a autorresponsabilização dos sujeitos permeia alguns núcleos de forma mais veemente. O consumo excessivo de alimentos e o aumento na ingestão de bebidas alcoólicas, junto aos novos hábitos alimentares – em sua maioria não saudáveis – são, em diversos memes, evidenciados como pressupostos de que o indivíduo tem dificuldades de se controlar, ou de que precisa se **embriagar** perante a realidade.

Apesar de tais comportamentos serem reconhecidos como um desvio da norma, o que vimos nos memes foi mais do que o riso direcionado a um grupo específico, ou com uma terceira pessoa. Diferentemente do que vimos no contexto de produções midiáticas em que um indivíduo gordo podia ser o próprio motivo da piada, sendo ele em si o alívio cômico de uma produção, nos memes o que estava posto para produção do risível era o NÓS. De forma que a graça estava também na identificação da questão como coletiva. Enquanto para Bergson (1983), o riso é construído pelo grupo que em unidade acusa um desvio de conduta, nessa análise encontramos o riso de um grupo que, juntos, riem de si mesmos. O que se assemelha mais ao conceito de McGraw e Warrem (2010;2014), ou seja, um aumento de peso coletivo ameaça a forma como o mundo “deveria ser” idealmente e por isso é engraçado.

Porém, em outros memes, podemos notar como a pandemia parece ter aberto espaço para certo afrouxamento no discurso da Sociedade do Desempenho, que abarca a autorresponsabilização dos sujeitos pela manutenção do corpo ativo e alimentação saudável. Na pandemia, devido às mudanças bruscas de rotina causadas pelo distanciamento social e dos vários desdobramentos acarretados por ela, algumas práticas vistas como determinantes para alcançar um corpo idealizado se tornaram inviáveis. Sendo a Covid-19 uma questão de saúde

pública e mundial, que dependia de ações coletivas para a prevenção e enfrentamento da doença, a ideia de que o sujeito é o único responsável pelos problemas que o afligem ficou inviabilizada. Isso nos leva a concluir que comportamentos desviantes desse parâmetro se tornaram falhas perdoáveis, possibilitando que se tornassem risíveis e compartilhados na forma de memes.

Dessa forma, mesmo que o corpo não adequado aos padrões sociais seja visto como desviante, ele não é tratado como um erro condenável socialmente, visto que todo o coletivo está submetido ao mesmo cenário opressor. Logo, passa a ser risível a própria tentativa de manter uma vida ordenada em meio a uma situação de exceção. Assim, o “corpo perfeito” idealizado e promovido como resultado de persistência, determinação e esforço, ao ser reconhecido coletivamente como inalcançável tem uma nova versão discursiva e passa a ser motivo de piada.

Dentre os núcleos observados, o projeto fitness se mostrou o mais curioso, pois os memes invertem os parâmetros do que são considerados comportamentos condenáveis e, portanto, risíveis, ressaltando desconforto com elementos do universo *fitness* durante o período de distanciamento social. Entretanto, em outros casos, a quebra da expectativa social de conduta alimentar e de corpo adequados foi encarada como uma libertação de padrões desconfortáveis.

Dessa forma, ao contrário do que imaginávamos no início, concluímos que esses aspectos são inseparáveis nos memes, não sendo possíveis de analisá-los individualmente. Em um mesmo meme é possível rir de si e rir do absurdo de uma pandemia aliviando tensões encaradas no momento, ao mesmo tempo em que se ri do próprio fracasso em manter a normalidade da vida no período enfrentado.

Para que o humor funcione, entretanto, ele precisa fazer sentido para os interlocutores, ou seja, precisa utilizar símbolos que os receptores reconheçam. Apesar de muitas vezes escondidas, essas referências atravessam os discursos, fazendo com que os indivíduos receptores e replicadores se tornem local de produção de sentidos. O riso sobre o corpo gordo não é um fenômeno exclusivo dos memes coletados, mas antes uma permanência de um discurso de valorização de um corpo idealizado que ganhou novas nuances durante a pandemia.

Por outro lado, o humor do brasileiro, que valoriza a “zoeira”, ao reconhecer tal ideal como inalcançável pode proporcionar alívio por meio da autoderrisão. Como todos estamos com o mesmo problema e não parece haver solução para tal conflito, é melhor rir do que chorar. Assim, o rir da desgraça no Brasil é rir coletivamente, rimos juntos uns dos outros e rimos de nós mesmos. Para o olhar das teorias de superioridade, como a de Bergson (1993), rir de si é reconhecer seus próprios comportamentos como inadequados e a partir desse julgamento

procurar corrigi-los ou escondê-los como se o sujeito estivesse em situação de superioridade em relação aos padrões. Para Han (2017), a autocobrança é consequência da Sociedade do Desempenho, na qual nos tornamos explorados e exploradores de nós mesmos. Assim, rir coletivamente do próprio fracasso é o riso de uma sociedade que reconhece sua frustração perante a própria alimentação e corpo durante a pandemia e é rir do absurdo de tentar buscar normalidade em meio ao caos. Rir é o melhor remédio, nesse caso, ou o único em alguns momentos.

Analisar e discutir imagens exigiu o aprofundamento nas entrelinhas do discurso. Explicar a piada em alguns momentos pode tirar a graça do que estamos lendo, porém nos serve como uma lente para ver o que não vemos no dia a dia, como expressões e hábitos tão normalizados que não nos chamam mais atenção. Assim, esperamos a partir de tais análises críticas ter levantado questionamentos que façam refletir sobre nossos comportamentos para repensá-los.

No decorrer da pandemia fomos profundamente afetados em diversos âmbitos (emocional, físico, mental, psicológico, social, emocional, espiritual, financeiro...) de forma que nossos parâmetros e expectativas em relação a alimentação e peso também se modificaram. A ênfase em saúde ganhou novos tons nos discursos, se antes era vista como apenas uma responsabilidade individual, a Covid-19 tornou o cuidado pessoal com a manutenção da vida uma forma de proteção do outro, de maneira que a imprudência do outro poderia nos afetar diretamente. Os memes demonstraram como a alimentação foi afetada de diferentes formas, o relato do consumo excessivo de alimentos e bebidas alcoólicas foi identificado como uma tentativa de fugir dos estresses do período, uma busca por prazer em meio a falta de outras atividades. Ademais, a comensalidade foi submetida ao sistema das videochamadas demonstrando como costumes simples como o sentar à mesa e partilhar o alimento precisaram ser adaptados.

A partir dessa pesquisa muitos questionamentos surgiram sobre como os memes poderiam ser aplicados no campo da Alimentação e Nutrição. Logo, considerando os aspectos de delineamento desse estudo, acreditamos que pesquisa futuras possam atentar para aplicação do que constatamos aqui para a construção de materiais de educação midiática para profissionais de Nutrição, aprofundando como o humor pode ser uma forma de facilitar diálogos com público-alvo de estratégias de saúde.

Atualmente, a utilização de mídias digitais para compartilhamento de conteúdo educativo sobre Alimentação e Nutrição já é uma prática adotada por muitos profissionais nutricionistas. Dentre essas, o Instagram é uma das redes sociais mais utilizadas como veículo de informação

rápida e, mais recentemente, o TikTok também vem ganhando espaço no compartilhamento de conteúdo no formato de vídeos curtos.

Nesse contexto, os memes se tornaram ótimas ferramentas dos profissionais de saúde para atrair a atenção dos seguidores e trabalhar conceitos de diferentes áreas. Os memes, apesar de terem o humor como característica marcante, não se limitam a isso e podem ser usados como moderadores de valores e moralidade, transformando uma peça de entretenimento em um debate público encoberto de temas atuais.

Como ressalta Recuero (2014. p. 23), os memes têm função didática e seu estudo “está diretamente relacionado com o estado de difusão da informação e de que tipo de ideia sobrevive e é passado para outra pessoa e que tipo de ideia desaparece no ostracismo”. Nesse sentido, consumir e produzir mensagens no processo de comunicação posiciona os sujeitos no mundo, o que torna os memes símbolos de pertencimento a um determinado grupo. Assim, acreditamos que as reflexões feitas podem colaborar para a prática de nutricionistas no meio digital.

Durante a pandemia de Covid-19 o excesso de informações sobre saúde causou confusão sobre as orientações e medidas que deveriam ser consideradas adequadas para proteção contra o vírus. Processo semelhante acontece diariamente com conteúdos relacionados à alimentação e nutrição compartilhados em plataformas online. Nesse ambiente, marcado pela abundância de conteúdos sobre os mais variados temas, faz-se necessário fornecer ferramentas para que indivíduos com acesso à Internet possam ler os diferentes recursos de comunicação de maneira crítica. Especialmente no contexto brasileiro, foi preocupante observar como em momento de crise humanitária, a opinião pública pôde ser conduzida por informações com alta capacidade de replicabilidade por populações com baixa análise crítica. Além disso, é ainda mais temeroso observar como a opinião pública pode ditar deliberações de interesse social e coletivo. Assim, os memes como mensagens curtas de rápida espalhabilidade foram utilizados muitas vezes para amplificar discussões e resumir ideais objetivamente. Nesse processo, nutricionistas que procuram oferecer informações devem ser responsáveis tanto pelo conteúdo quanto pela clareza da informação. Dessa maneira, a prática da educação em nutrição no ambiente online não deve considerar somente as evidências científicas do conteúdo abordado, mas também o meio e o modo escolhidos para divulgação.

Tendo esse cenário em vista, acreditamos que a utilização de memes por profissionais de saúde com intuito de discutir temas sobre alimentação e Nutrição pode ser uma experiência desafiadora e instigante com grande potencial para disseminação de conteúdo. Contudo, cabe ao Nutricionista o dever de não reduzir questões nutricionais a pequenas informações soltas,

mas sim promover conhecimento, cultura e cidadania, respaldando sua abordagem no conhecimento técnico-científico, de forma crítica e contextualizada.

Neste trabalho, apresentamos critérios de construção do riso nos memes e sua potência para comunicação de conteúdos de forma clara e objetiva. Acreditamos, dessa forma, que conteúdos nesse formato podem contribuir grandemente para promoção de práticas atualizadas de Educação em Alimentação e Nutrição, e assim, torcemos para este não seja um trabalho solitário, mas que tenhamos aberto caminho para próximas pesquisas que se utilizem desse corpus tão rico que é o meme.

7. REFERÊNCIAS

ABRAS. Associação Brasileira de Supermercados. **Com disparada de preço, consumidor trocar carne bovina por porco e frango | Clipping | ABRAS. ABRAS - Associação Brasileira de Supermercados.** 2 dez. 2020 Disponível em: <https://www.abras.com.br/clipping/carnes-peixes/72126/com-disparada-de-preco-consumidor-trocar-carne-bovina-por-porco-e-frango>. Acesso em : 16 jul. 2023.

ADAM, J. M. **Linguistique textuelle : des genres de discours aux textes.** Paris: Nathan, 1999.

ALBERTI, V. **O riso e o risível na história do pensamento.** 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

ALBERTI, V. **“O riso, as paixões e as faculdades da alma”.** Textos de História. Revista da Pós-Graduação em História da Universidade de Brasília. Brasília, UnB, v.3, n.1, 1995, p.5-25.

ALVARENGA, M. FIGUEIREDO, M. et. al. **Nutrição Comportamental.** 1ed. Barueri: MANOLE, 2016.

ARENAS, D; VIDUANI, A; MARGARETH, A; et al. **Work From Home or Bring Home the Work? Burnout and Procrastination in Brazilian Workers During the COVID-19 Pandemic.** v. 64, n. 5, p. e333–e339, mai. 2022. Disponível em: https://journals.lww.com/joem/Fulltext/2022/05000/Work_From_Home_or_Bring_Home_the_Work_Burnout_and.24.aspx. Acesso em: 6 jul. 2023.

ARRUDA, A. S. **O Peso e a Mídia: uma autoetnografia da gordofobia sob o olhar da complexidade.** 2019. 116 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Paulista, 2019. Disponível em: <https://repositorio.unip.br/dissertacoes-teses-programa-de-pos-graduacao-stricto-sensu-em-comunicacao/o-peso-e-a-midia-uma-autoetnografia-da-gordofobia-sob-o-olhar-da-complexidade/>. Acesso em: 4 nov. 2021.

BAKHTIN, M. **A cultura popular na idade média e no renascimento:** o contexto de François Rabelais. 3. ed. São Paulo/Brasília: HUCITEC, 1993. 419 p.

_____. **Problemas da poética de Dostoiévski/Mikhail Bakhtin;** tradução direta do russo, notas e prefácio de Paulo Bezerra – 5ª ed. – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013.

BACCEGA, M. A. **Comunicação/educação: relações com o consumo. Importância para a constituição da cidadania.** Comunicação Mídia e Consumo, [S. l.], v. 7, n. 19, p. 49–65, 2010. DOI: 10.18568/cmc.v7i19.194. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/194>. Acesso em: 22 set. 2023.

BARCELLOS, D. M. N.; FREITAS, R. F.; CARVALHO, M. C. da V. S. Alimentação saudável e qualidade de vida: fenômeno midiático na cidade. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, [S. l.], v. 10, n. 4, 2016. DOI: 10.29397/reciis.v10i4.1209. Disponível em: <https://www.reciis.iciict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1209>. Acesso em: 4 nov. 2021.

BARROS, M. **Um lugar para ser gorda: afetos e erotismo na sociabilidade entre gordinhas e seus admiradores**. 2017. 136p. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas e Saúde; Epidemiologia; Política, Planejamento e Administração em Saúde; Administra) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <http://www.bdtd.uerj.br/handle/1/4382>. Acesso em: 4 nov. 2021.

BERGSON, H. **O riso: ensaio sobre a significação da comicidade**. São Paulo: ZAHAR EDITORES, 1983.

BERNARDES, D. L. G. **Dizer «não» aos estereótipos sociais: As ironias do controle mental**. *Análise Psicológica*, v. 21, n. 3, p. 307–321, 2023. Disponível em: <<http://publicacoes.ispa.pt/index.php/ap/article/view/13/pdf>>. Acesso em: 23 set. 2023.

BEVINS, V. **Zueira: Brazilian social media’s gleefully dark coping mechanism for zika, soccer losses, and other bad news**. *New York Magazine*, Nova Iorque, 16 fev. 2016. Disponível em: <https://nymag.com/intelligencer/2016/02/how-brazils-gleeful-dark-humor-helps-it-cope.html>. Acesso em: outubro de 2022

BEZERRA, A. L.; BRAGAGLIA, A. P. **Corpos gordos e antagonismo: uma análise da representação de mulheres gordas no filme “A Pequena Sereia”**. *Revista Temática*, s.l. v. 15, n. 10, out. 2019. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/48318>> Acesso em: 4 nov. 2021.

BITTAR, B. **“Fiz intercâmbio e fritei hambúrguer nos EUA”, diz Eduardo Bolsonaro**. *CORREIO BRAZILIENSE*. Jul. 2019. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2019/07/12/interna_politica,770382/fiz-intercambio-e-fritei-hamburguer-diz-eduardo-bolsonaro.shtml. Acesso em: 12 set. 2023.

BLACKMORE, S. **The power of memes**. *Scientific American*, New York, v. 283, n. 4, p. 64-73, 2000. DOI: 10.1038/scientificamerican1000-64. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/12312999_The_Power_of_Memes. Acesso em: 4 nov. 2021.

BOND, L. **Compras por aplicativos têm alta de 30% durante pandemia, diz pesquisa**. Agência Brasil, São Paulo, 29 abr. 2020. Disponível em <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-04/compras-por-aplicativos-tem-alta-de-30-durante-pandemia-diz-pesquisa>>. Acesso em: 5 nov. 2021

BONIN, R. **“Se o vírus mata, a fome também mata”, diz Bolsonaro.** VEJA. Mar. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar/se-o-virus-mata-a-fome-tambem-mata-diz-bolsonaro>. Acesso em: 19 jul. 2023.

BORGES, B.; BITAR, R. **Taxa de ocupação nas UTIs por pacientes de coronavírus ultrapassa 80% pela primeira vez na Grande SP.** G1 SP, São Paulo, 28 abr. 2020. Disponível em <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2020/04/28/taxa-de-ocupacao-nas-utis-por-pacientes-de-coronavirus-ultrapassa-80percent-pela-primeira-vez-na-grande-sp.ghtml>>. Acesso em 5 nov. 2021.

BORGES, R. **Temporada do pastel: como políticos tentam se aproximar do povo?** Metrôpoles. Ago. 2022. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/eleicoes-2022/temporada-do-pastel-como-politicos-tentam-se-aproximar-do-povo>. Acesso em: 20 jun. 2023.

BRAGAGLIA, A. P.; MARTINS, Ingrid S. S.; DIAS, J. S. R. **Publicidade e Estereótipos.** In: BRAGAGLIA, A. P. (Org.). *Ética na Publicidade: Por Uma Nova Sociedade de Consumo.* Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2017. p. 117-200.

BRAGAGLIA, A. P. **Comportamentos de consumo na contemporaneidade.** Comunicação, Mídia e Consumo, São Paulo, v. 7, n. 19, p. 107-124, jul. 2010. DOI: 10.18568/cmc.v7i19.197. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/197>. Acesso em: 22 set. 2023.

BREMMER, J., ROODENBURS, H. **Uma história cultural do humor.** Editora Record, São Paulo, Rio de Janeiro, 2000.

BURNIER, O. **A arte de ator: da técnica à representação.** 1ed. – Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2001.

CANGUILHEM, G. **O normal e o Patológico.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

CAMPBELL, C. **Eu compro, logo sei que existo. As bases metafísicas do consumo moderno.** IN: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (org.). *Cultura, consumo e identidade.* Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.

CARIGNANO, M. L. M., GARCIA, A. J. M. **Humor, Surrealismo e Absurdo na Obra da Alejandra Pizarnik.** II Colóquio de Psicologia da Arte. A correspondência das artes e a unidade dos sentidos, 2007. Disponível em: www.ip.usp.br/laboratorios/lapa/versaoportugues/2c64a.pdf

CARVALHO, M. C. V. S. e SABINO, C. **“Comida natural: o consumo neorromântico da roça visto da cidade grande”.** In PRADO, S. D et al. (orgs.). *Sabor metrópole: alimentação, consumo e cultura.* Curitiba: CRV, 2013, pp. 15-30.

CARVALHO, M.C.V. S; PERES-NETO, L. **Comensalidade transmediatizada e a construção de novas sensibilidades In: Cinema e comensalidade.** 1 ed. Curitiba: CRV, 2016, v.1, p. 51-68.

CARVALHO, M. C.V. S. **Alimentação, consumo e cultura.** Vol, 1. Série Sabor Metrópole. Editoracrv.com.br. 2013. 242p. Disponível em: <https://www.editoracrv.com.br/livrosdigitais/livro.html>. Acesso em: 29 jun. 2023.

CAVALCANTE, A. A. M.; PRIORE, S. E.; FRANCESCHINI, S. DO C. C. **Estudos de consumo alimentar: aspectos metodológicos gerais e o seu emprego na avaliação de crianças e adolescentes.** Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil, v. 4, n. 3, p. 229–240, jul. 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbsmi/a/mb9xmYgjqrcJGSmtKP97R8s/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 7 set. 2023.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO; NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR; COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Painel TIC – COVID19: Pesquisa sobre o uso da internet no Brasil durante a pandemia do novo coronavírus.** [livro eletrônico]. 2. Ed. Brasil, 2020. **Disponível em:** https://cetic.br/media/analises/painel_tic_covid19_1edicao_coletiva_imprensa.pdf. Acesso em: 22 set. 2023.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO; NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR; COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Painel TIC – COVID19: Pesquisa sobre o uso da internet no Brasil durante a pandemia do novo coronavírus.** Cultura, comércio eletrônico, serviços públicos on-line, telessaúde, ensino remoto e teletrabalho. [livro eletrônico]. 4. ed. Brasil, abril de 2022. **Disponível em:** https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20220404170927/painel_tic_covid19_4edicao_livro%20eletronico.pdf. Acesso em: 22 set. 2023.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO; NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR; COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Painel TIC Domicílios.** Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros 2021. São Paulo, 2022. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20221121125504/tic_domicilios_2021_livro_eletronico.pdf Acesso em: 22 set. 2023.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**, 1. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.
CHAGAS, V. Entre criadores e criaturas: uma análise sobre a relação entre memes de internet e propriedade intelectual. In: Intercom -Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 38, Rio de Janeiro, RJ, 2015. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3314-1.pdf>. Acesso em: 22 set. 2023.

CHAU, M. M.; BURGERMASTER, M.; MAMYKINA, L. **The use of social media in nutrition interventions for adolescents and young adults—A systematic review.**

International Journal of Medical Informatics, v. 120, p. 77–91, 2018. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6983924/>>. Acesso em: 24 set. 2023.

CLARK, O., LEE, M. M., JINGREE, M. L., O'DWYER, E., YUE, Y., MARRERO, A., TAMEZ, M., BHUPATHIRAJU, S. N., & MATTEI, J. (2021). **Weight Stigma and Social Media: Evidence and Public Health Solutions**. *Frontiers in nutrition*, 8, 739056.

CONASS. **CD 42 – Covitel: um retrato dos impactos da pandemia nos fatores de risco para doenças crônicas não transmissíveis** - CONASS. CONASS - BIBLIOTECA CONASS. Disponível em: <<https://www.conass.org.br/biblioteca/cd-42-covitel-um-retrato-dos-impactos-da-pandemia-nos-fatores-de-risco-para-doencas-cronicas-nao-transmissiveis/>>. Acesso em: 24 set. 2023.

FIOCRUZ. **CONVid- Pesquisa de Comportamentos**. Fiocruz.br. 2020. Disponível em: <<https://convid.fiocruz.br/>>. Acesso em: 24 set. 2023.

COSTA, M.F; CARVALHO, M.C. V.S; PRADO, S.D. **Dietas da moda: um processo incessante e ininterrupto**. In PRADO, S.D; FREITAS, R. F; FERREIRA, F. R. Alimentação, consumo e cultura. Série Sabor Metrópole. v. 1, 2013.

COUSS, A. et al. Representações **sociais do sobrepeso e da obesidade: revisão sistemática**. *Bol. - Acad. Paul. Psicol.*, São Paulo, v. 41, n. 100, p. 124-135, jun. 2021. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-711X2021000100013&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 23 set. 2023.

COUTINHO, J.; LOUREIRO, R. **Memes, internet e a comunicação: O humor na era da internet**. Rio de Janeiro, set.2019. 76p. *E-book*.

CRUZ, J. G. **Acerca do riso em Baudelaire: um problema de tradução entre sujeito e vida**. Dissertação (Mestrado em Filosofia Geral). Universidade Nova de Lisboa – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Ago. 2021. 88p. Disponível em: <https://run.unl.pt/bitstream/10362/132077/1/TESE%20JC.pdf>. Acesso em: 7 set. 2023.

DAMASCENO, H. L. C. **Memes e Narrativas em tempos de pandemia da Covid-19: um estudo analítico**. v. 6, n. 2, p. 119-135, maio/ago. 2020. DOI: <https://doi.org/10.46902/2020n2p119-135>. Acesso em: 7 set. 2023.

DA SILVA, M. F. “**As várias faces do riso**”. *Revista Travessias*. 2010 v.08. Disponível em: http://www.unioeste.br/prppg/mestrados/letras/revistas/travessias/ed_008/C. Acesso em: 7 set. 2023

DAWKINS, R. **O gene egoísta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
D’OLIVEIRA, G. F. Humor e identidade: Brasilidade em Laerte e Mauricio de Sousa. **Revista USP**, [S. l.], n. 88, p. 60-72, 2011. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i88p60-72. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13852>. Acesso em: 23 set. 2023.

DE BONI, R. B.; BALANZÁ-MARTÍNEZ, V.; MOTA, J. C.; et al. **Depression, Anxiety, and Lifestyle Among Essential Workers: A Web Survey From Brazil and Spain During the COVID-19 Pandemic**. *Journal of Medical Internet Research*, v. 22, n. 10, p. e22835, 2020.

DOI: 10.2196/22835. Disponível em:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7641648/>. Acesso em: 5 set. 2023.

DIAS, M. S. **Tendências de consumo nas práticas alimentares e culinárias midiáticas: uma análise de discursos sobre alimentação saudável.** Tese (Doutorado em Ciências Nutricionais). UFRJ. Rio de Janeiro RJ, 2021. 156p. Disponível em: <http://ppgn.ufrj.br/wp-content/uploads/2022/06/Manuela-de-Sa-Pereira-Colaco-Dias-tese.pdf>. Acesso em: 5 set. 2023.

DIEESE. **Pesquisa Nacional da Cesta Básica de Alimentos Tomada especial de preços de maio de 2020.** 04 jun. 2020, São Paulo. Disponível em:
<https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/2020/202005cestabasica.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2023.

DIJK, T. A. Van. **Handbook of discourse analyses.** London: Academic Press, 1985.

D'OLIVEIRA, G. F. **Humor e identidade: Brasilidade em Laerte e Mauricio de Sousa.** Revista USP, [S. l.], n. 88, p. 60-72, 2011. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i88p60-72. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13852>. Acesso em: 23 set. 2023.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo.** Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

EAGLETON, Terry. **Humor: o papel fundamental do riso na cultura.** Tradução Alessandra Bonruquer- 1ed. – Rio de Janeiro, 2020.

EDMONDS, A. **Surgery-for-Life: Aging, Sexual Fitness and Self-Management in Brazil.** Anthropology & Aging Quarterly, v. 34, n. 4, p. 246–259, 2014. Disponível em:
<https://anthropologyandgerontology.com/wp-content/uploads/2014/03/AAQ344AE1.pdf>

EDMONDS, A. **Learning to Love Yourself: Esthetics, Health, and Therapeutics in Brazilian Plastic Surgery.** Ethnos. P. 465-489; 13 Jan 2010. Disponível em:
<<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00141840903201829>>. Acesso em: 13 jun. 2023.

EKNOYAN, G. **Adolphe Quetelet (1796–1874)—the average man and indices of obesity,** Nephrology Dialysis Transplantation. v. 23, n. 1, p. 47–51, Jan. 2008. Disponível em <
<https://doi.org/10.1093/ndt/gfm517>> Acesso em: 5 nov. 2021

EY PARTHENON. **Consumo e Pandemia: As mudanças de hábitos e padrões de comportamento provocados pelo coronavírus.** VEJA. 29 set 2020. Disponível em:
<https://veja.abril.com.br/insights-list/insight-3/>. Acesso em: 16 jul. 2023.

FGV DAPP. **Coronavírus: primeiro caso confirmado no Brasil gera nova epidemia de debate (e medo) nas redes sociais.** 28 fev. 2020. Disponível em:
<<https://observademocraciadigital.org/posts/coronavirus-primeiro-caso-confirmado-no-brasil-gera-nova-epidemia-de-debate-e-medo-nas-redes-sociais/>>. Acesso em 27 out. 2020

FILHO, F. H. VELOSO, F. PERUCHETTI, P.H. **Trabalho Remoto no Brasil**. Revista Brasileira de Economia, v. 76, n. 3, 2022. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbe/a/pc3hf57Q7K9NfVTJrbdtWSm/?format=pdf&lang=pt>>.

FISCHLER, C. Obeso benigno, obeso maligno. In: SANT'ANNA, D. B. (Org.), **Políticas do corpo**: elementos para uma história das práticas corporais. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 69-80.

FREUD, S. **O chiste e sua relação com o inconsciente**. Editora Companhia das Letras, 2017.

FRAGOSO, S. "HUEHUEHUE eu sou BR": spam, trollagem e griefing nos jogos online. Revista FAMECOS, v. 22, n. 3, p. 129-163, 3 jul. 2015. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2015.3.19302>. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/19302>. Acesso em: outubro de 2022

GALONI, C. **How the Specter of Contagious Disease Changes What We Want to Eat**. Kellogg Insight. Nov. 2020. Disponível em: <https://insight.kellogg.northwestern.edu/article/contagious-disease-food-choices>. Acesso em: 8 jun. 2023.

GALONI, C; CARPENTER, GREGORY S; RAO, H. **Disgusted and Afraid: Consumer Choices under the Threat of Contagious Disease**. Journal of Consumer Research v. 47, n.3 p.373-392. Out, 2020. DOI:[10.1093/jcr/ucaa025](https://doi.org/10.1093/jcr/ucaa025) Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/346755055_Disgusted_and_Afraid_Consumer_Choices_under_the_Threat_of_Contagious_Disease. Acesso em: 8 jun. 2023.

GOFFMAN, E. **Stigma: notes on the management of spoiled identity**. Place of publication not identified: Penguin, 1986.

GOODMAN-CASANOVA, J.M.; DURA-PEREZ E., GUZMAN-PARRA, J., CUESTA-VARGAS, A.; et al. **Telehealth Home Support During COVID-19 Confinement for Community-Dwelling Older Adults With Mild Cognitive Impairment or Mild Dementia: Survey Study**. Journal of Medical Internet Research, v. 22, n. 5, p. e19434–e19434, 2020. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7247465/?report=reader>. Acesso em: 5 set. 2023.

HAN, B. C. **Sociedade do cansaço**. Tradução: Enio Paulo Giachini. 2ed. Petrópolis: Vozes, 2017.

_____. **No enxame**: perspectivas do digital. Tradução: Lucas Machado. Petrópolis: Vozes, 2018.

_____. **O coronavírus de hoje e o mundo de amanhã, segundo o filósofo Byung-Chul Han**. El País Brasil. Mar. 2020. Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/ideas/2020-03->

22/o-coronavirus-de-hoje-e-o-mundo-de-amanha-segundo-o-filosofo-byung-chul-han.html>.
Acesso em: 26 set. 2023.

HEIM, A. **2012 in the crazy world of Brazilian memes and internet culture**. The Next Web, Amsterdã, 26 Dez. 2012. Disponível em: <https://thenextweb.com/news/2012-in-the-crazy-world-of-brazilian-memes-and-internet-culture>. Acesso em: outubro de 2022

HEMEROTECA. Hemerotecadigital.bn.br. Disponível em:
<<https://hemerotecadigital.bn.br/acervo-digital/correio-manha/089842>>. Acesso em: 23 set. 2023.

HIGGS, P. F D; LEONTOWITSCH, M; FIONA, A.S.; et al. **Not just old and sick - The “will to health” in later life**. Ageing and Society. v.29, n.5, p.687 – 707.
DOI:10.1017/S0144686X08008271. Disponível em:
<https://www.researchgate.net/publication/231951057> Not just old and sick - The 'will to health' in later life. Acesso em: 8 jun. 2023.

HORTA, N. **O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica**. 191 páginas. Dissertação (Doutorado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

IDEC. **Pandemia: aumento de consumo de ultraprocessados pelo Brasil**. 27 out. 2020. Disponível em: <https://idec.org.br/noticia/pandemia-aumento-de-consumo-de-ultraprocessados-pelo-brasil>. Acesso em: 16 jul. 2023.

IMBROISI, M; MARTINS, S. **Neoclássico. História das Artes**, 2022. Disponível em: <https://www.historiadasartes.com/nomundo/arte-seculo-18/neoclassico/>. Acesso em 31 Out 2022.

IMDB. **Ramón Valdés**. s.d. Disponível em: <<https://www.imdb.com/name/nm0883850/>>
Acesso em: 5 nov. 2021.

INSTITUTO LOCOMOTIVA. **Economia e consumo na era da pandemia**. Jun. 2020. Disponível em: <https://ilocomotiva.com.br/estudos/> Acesso em: 5 set. 2023.

JACOB, H. M. A. **Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram**. *Communicare*, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 88-105, 2014.

JANKAVSKI, A. **Brasileiros querem manter home office, mas temem excesso de trabalho, diz estudo**. CNN BRASIL. 06 set. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/majoria-aprova-o-home-office-mas-ha-preocupacao-com-excesso-de-trabalho/>. Acesso em: 18 jul. 2023

ISAPS.ORG. **Global Statistics**. Disponível em: <https://www.isaps.org/discover/about-isaps/global-statistics/>. Acesso em: 9 jun. 2023.

JERONIMO, N. A. **Humor na sociedade contemporânea**. Trabalho de tese de doutorado para a Universidade da Beira Interior, 2015.

JESUS, C.M. **Quarto de despejo: diário de uma favelada**. 10.ed. – São Paulo: Ática, 2014. 200p.

KANT, I. **Crítica da Faculdade do Juízo**. 2. ed. Tradução de Valerio Rohden e António Marques. Editora Forense Universitária, 1995.

KATZ, S.; MARSHALL, B. **Is the Functional “Normal”? Aging, Sexuality and the Bio-marking of Successful Living**. *History of the Human Sciences*. v. 17, n.1, fev. 2004. DOI: 10.1177/0952695104043584. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0952695104043584>. Acesso em: 8 jun. 2023.

KLASSEN, K; DOUGLASS, C.; BRENNAN, L.; et al. **Social media use for nutrition outcomes in young adults: a mixed-methods systematic review**. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, v. 15, n. 1, 2018.

KLISIEWICZ, E. **Por que os políticos amam posar comendo pastel de feira nas eleições?** *TRIBUNA DO PARANÁ*. 23 Set. 2022. Disponível em: <https://www.tribunapr.com.br/eleicoes/2022/simpatico-ou-oportunista-de-onde-vem-a-fixacao-dos-politicos-pelo-pastel-de-feira/>. Acesso em: 20 jun. 2023.

KRAEMER, F. B. et al. **O discurso sobre a alimentação saudável como estratégia de biopoder**. *Physis*, Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, p. 1337-1360, dec. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-73312014000400016>. Acesso em: 20 jun. 2023.

KURY, M. G. **Política, Aristóteles**. 2ª ed. 1988, Brasília: Editora UnB, 1988.

LAUS, M. F.; Miranda, V. P. N.; Almeida, S. S.; Braga Costa, T. M.; Ferreira, M. E. C. (2013). **Geographic location, sex and nutritional status play an important role in body image concerns among Brazilian adolescents**. *Journal of Health Psychology*, 18(3), 332–338. October 13, 2014. Disponível em: doi:10.1177/1359105311434755. Acesso em: 20 jun. 2023.

LE BRETON, D. **A sociologia do corpo**. Tradução: Sonia M. S. Fuhrmann. Petrópolis: Vozes, 2007.

LEIBING, A. **The old lady from Ipanema: changing notions of old age in Brazil**. v. 19, n. 1, p. 15–31, fev. 2005. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0890406504000696>. Acesso em: 18 jul. 2023.

LIMA, G. M.; SILVA, L., M. **Relações entre corpo, mídia e saúde mental: significações de corpos midiáticos no Instagram**. *Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social*, v. 9, p. 786–786, 2021. Disponível em: <https://seer.uftm.edu.br/revistaeletronica/index.php/refacs/article/view/5656>. Acesso em: 25 set. 2023.

LINDNER, J. **Com alta nos preços, associação sugere substituir arroz por macarrão**. *Uol.com.br*. Set. 2022. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/estado->

[conteudo/2020/09/10/por-alta-no-preco-abras-diz-para-consumidor-trocar-arroz-por-macarrao.htm](https://doi.org/10.1111/jaac.12321). Acesso em: 16 jul. 2023.

LINTOTT, S. **Superiority in Humor Theory**. In: *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*. Vol 74:4 Fall, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/jaac.12321>. Acesso em: 16 jul. 2023

LIPOVETSKY, G.; CHARLES, S. **Os tempos hipermodernos**. Trad. Mário Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LIPOVETSKY, G. **A Era do Vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. Editora: Manole, 2005.

LUNARDI, G. M. **"The 'Zoeira' Never Ends": The role of internet memes in contemporary Brazilian culture**. Dissertação (Master of Philosophy) Queensland University of Technology, 2018. Disponível em: <<https://eprints.qut.edu.au/122223/>>. Acesso em: 23 set. 2023.

LUNARDI, M. G.; BURGESS, J. – “É zoeira” as dinâmicas do humor brasileiro na internet. In: **A cultura os memes: aspectos políticos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital**. CHAGAS, V (org.). Salvador: EDUFBA, 2020.

MACHLINE, V. C. **Como o riso era concebido no século XVI. TRANS/FORM/AÇÃO: Revista de Filosofia**, [S. l.], v. 21, n. 1, p. 11–19, 1999. DOI: 10.1590/S0101-31731999000100002. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/transformacao/article/view/796>. Acesso em: 7

MACHLINE, V. C. **François Rabelais e a fisioterapia do riso no século XVI: a terapêutica médico-satírica de Gargântua e Pantagruel**. Tese (Doutorado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1996. 183 f. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/4367>. Acesso em: 22 de setembro de 2023.

MATTOS, R. S. L., MADEL T. **Sobrevivendo ao estigma da gordura: um estudo socioantropológico sobre obesidade**. *Physis: Revista de Saúde Coletiva* [online]. v. 19, n. 2, pp. 489-507, nov. 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-73312009000200014>. Acesso em: 8 jun. 2023.

MARTINO, L. M., **Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, ambientes, redes**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

MAZUI, G. Bolsonaro altera lei e extingue atribuições do conselho de segurança alimentar. G1 — Brasília. 3 jan. 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/01/03/bolsonaro-muda-regras-e-retira-atribuicoes-do-conselho-de-seguranca-alimentar.ghtml>>. Acesso em: 24 set. 2023.

MCGRAW, P. A.; WARREN, C. **Benign Violations: Making Immoral Behavior Funny**. *Psychological Science*. Abr. 18, 2010. DOI:[10.1177/0956797610376073](https://doi.org/10.1177/0956797610376073). Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/44851692_Benign_Violations_Making_Immoral_Behavior_Funny. Acesso em: 24 set. 2023.

MCGRAW, P. A., Williams, L. E., Warren, C. (2014). **The rise and fall of humor: Psychological distance modulates humorous responses to tragedy**. *Social Psychological and Personality Science*, v.5, n.5, p.566–572. DOI: 10.1177/1948550613515006 Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1948550613515006>. Acesso em: 24 set. 2023.

MCGRAW, P. A. **The Humor Code: A Global Search for What Makes Things Funny**. SIMON & SCHUSTER. 2014. 256P.

MICHAELIS. **Obesidade**.2021. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/obesidade>> Acesso em: 5 nov. 2021.

MINAYO, M. C. **Disciplinaridade, Interdisciplinaridade e Complexidade**. *Revista Emancipação*, Ponta Grossa, v. 10, n. 2, p. 435-442, 2010. Disponível em:<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/emancipacao>> Acesso em: 5 nov. 2021.

MINOIS, G. **História do Riso e do Escárnio**. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

MONTANARI, M. **Comida como cultura**. Tradução de Leticia Martins de Andrade. 2 ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2013.

MONTANARI, M. **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

MORREALL, J. **Taking laughter seriously**. Albany, NY: State University of New York, 1983.

MOREIRA, S. A. **Alimentação e comensalidade: aspectos históricos e antropológicos**. *Cienc. Cult.*, São Paulo, v. 62, n. 4, p. 23-26, Out. 2010. Available from http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252010000400009&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 19 Set. 2023.

MUSEU DE MEMES. **Barbie e Ken Cidadãos de Bem**. #MUSEUdeMEMES. 2018. Disponível em: <<https://museudememes.com.br/collection/barbie-e-ken-cidadaos-de-bem>>. Acesso em: 24 set. 2023.

MUSEU DOS MEMES. **O que são memes?** Disponível em: <<https://www.museudememes.com.br/o-que-sao-memes/>>. Acesso em 27 out. 2020.

NASCIMENTO, A. B. **Comida: prazeres, gozos e transgressões** [online]. 2nd. ed. rev. and enl. Salvador: EDUFBA, 2007, 290 p. DOI:10.7476/9788523209070. Disponível em: <http://books.scielo.org>.

NCD RISK FACTOR COLLABORATION (NCD-RISC). **Worldwide trends in body-mass index, underweight, overweight, and obesity from 1975 to 2016: a pooled analysis of 2416 population-based measurement studies in 128.9 million children, adolescents, and**

adults. The Lancet, v. 390, p. 2627–2642, out. 2017. Disponível em: <[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(17\)32129-3](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(17)32129-3)>. Acesso em: 4 nov. 2021.

NERY, L. M. **A caricatura: microcosmo da questão da arte na modernidade.** TESE (História Social da Cultura). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-RIO. Set. 2006. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=9068@1>. Acesso em: 12 set. 2023.

OLIVEIRA, R. G.; FERREIRA, F. R.; PRADO, S. D. **A comida é pra quem? Os valores sociais da comida e dos comensais em: Era uma vez em Tóquio.** In: FERREIRA, F. R.; PRADO, S. D.; SEIXAS, C.M.; VARGAS, E. P. (Org.). Cinema e comensalidade. 1 ed. Curitiba: CRV, 2016, v. 1, p. 95-120.

ORLANDI, E. P., **Análise de Discurso: Princípios & Procedimentos.** 13 ed. Campinas: Pontes, 2020.

OLIVEIRA, J. EL PAIS. **Após recordes na contagem de mortes por covid-19, Brasil muda divulgação de dados e reduz informações.** São Paulo - 05 JUN 2020 - 23:02 . <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-06-06/apos-recordes-na-contagem-de-mortes-por-covid-19-brasil-muda-divulgacao-de-dados-e-reduz-informacoes.html>.

PEARL, R.L. Weight Stigma and the "Quarantine-15". **Obesity (Silver Spring)**, Jul. 2020; v.28, n. 7, p. 1180-1181. Doi: 10.1002/oby.22850.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.** Tradução de Eni P. Orlandi et al. Campinas, SP: Editora Unicamp, 1988 [1975].

PEIXOTO, J. **Sobre o riso em Aristóteles.** Argumentos, ano 6, n. 12 - Fortaleza, jul./dez. 2014.

PEREIRA, B. B., OLIVEIRA, P. P. **Gordofobia, mocinha só magrinha: valores do corpo feminino nas telenovelas.** In. XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 2016, São Paulo. Disponível em <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1719-1.pdf>>. Acesso em: 5 nov. 2021.

PITOMBO, JP.; et al. **Estados abrem 1400 leitos de UTI para Covid-19, mas ocupação segue alta.** Folha de São Paulo, Salvador, São Paulo, Recife, 12 maio 2020. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/05/estados-abrem-1400-leitos-de-uti-para-covid-19-mas-ocupacao-segue-alta.shtml>>. Acesso em: em 5 nov. 2021.

PLATÃO. **Filebo.** Domínio Público, 2015. Livro digital. Disponível em: http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=2263. Acesso em: 7 set. 2023.

POSSENTI, S. **Cinco ensaios sobre humor e análise de discurso.** Parábola, 2018.

QUETELET, A. **Essays on Social Physics**. New York, NY: The Science Press, 1842.

RECUERO, R. da C. **Memes e dinâmicas sociais em weblogs: informação, capital social e interação em redes sociais na internet**. Intexto, Porto Alegre, n. 15, p. 124–140, 2008. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4265>. Acesso em: 23 set. 2023.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, R. **Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma**. *Revista Fronteira*, v. 16, n. 2, 2014. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2014.162.01>. Acesso em: 23 set. 2023.

REDE PENSSAN. **VigiSAN – Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Brasil no Contexto da Pandemia de Covid-19**. Brasília, 2021. Disponível em: <http://olheparaafome.com.br/#action>. Acesso em: 4 nov. 2021.

RIBEIRO, J. A. **Platão e a pedagogia do riso**. *Revista História da Educação (Online)*, 2021, v. 25: e105801.

RODRIGUES, S. B., & Collinson, D. L. (1995). **'Having fun'?: Humour as resistance in Brazil**. *Organization Studies*, 16(5), 739-768. DOI: 10.1177/017084069501600501. Acesso em: 4 nov. 2021.

RUCKENSTEIN, M. Uncovering Everyday Rhythms and Patterns: Food tracking and new forms of visibility and temporality in health care. **Techno-Anthropology in Health Informatics: Methodologies for Improving Human-Technology Relations**, s.l., v. 215, p. 28-40, 2015. DOI: 10.3233/978-1-61499-560-9-28. Disponível em: <https://ebooks.iospress.nl/publication/40114>. Acesso em: 4 nov. 2021.

SACRAMENTO, I. et al. **As Musas Fitness do Instagram: a governamentalidade neoliberal e a produção da subjetividade contemporânea**. In: GP Comunicação e Cultura Digital XVIII, Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, Joinville, set. 2018. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1456-1.pdf>. Acesso em: 4 nov. 2021.

SAHLINS, Marshall. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

SALLES, S. **Pandemia duplica contingente de trabalhadores vulneráveis no Brasil**. *Jornal da USP*. 22 de abr. 2020. Disponível em <https://jornal.usp.br/ciencias/pandemia-duplica-contingente-de-trabalhadores-vulneraveis-no-brasil/>. Acesso em: 25 set. 2023.

SALIBA, E. T. **História cultural do humor: balanço provisório e perspectivas de pesquisas**. *Revista de História*, n. 176, p. 01, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/127332>. Acesso em: 26 set. 2023.

SANTAROSSA, S., WOODRUFF, S. **#SocialMedia: Exploring the Relationship of Social Networking Sites on Body Image, Self-Esteem, and Eating Disorders.** *Social Media + Society*, v. 3, n. 2, p. 1–10, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305117704407>. Acesso em: 25 set. 2023.

SANTOS. **Riso e função social na filosofia de Bergson.** *Ideação*. v. 1 n. 37. 2018. DOI: <https://doi.org/10.13102/ideac.v1i37.3523>. Acesso em: 25 set. 2023.

SANTOS, J. F. **O que é pós-moderno.** São Paulo: Brasiliense, 1986.

SANTOS, M. T. **Remédios naturais e terapias integrativas ajudam a tratar a Covid-19? Veja Saúde**, ago. 2020. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/medicina/remedios-naturais-e-terapias-integrativas-ajudam-a-tratar-a-covid-19/>. Acesso em: 5 nov. 2021.

SCORTEGAGNA, S. A. et al. **Mental Health and Psychological Assessment During the COVID-19 Pandemic: Systematic Review.** *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, v. 38, p. e38425, 2022. DOI: [10.1590/0102.3772e38425.en](https://doi.org/10.1590/0102.3772e38425.en). Acesso em: 5 set. 2023.

SEIXAS, C. M. **Comer, demandar, desejar: considerações psicanalíticas sobre o corpo e o objeto na obesidade.** Dissertação (Saúde Coletiva). UERJ. MAR. 2009.

SHIFMAN, L. Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. **Journal of Computer-Mediated Communication - International Communication Association**, v.18, n. 3, p. 362–377, 2013. Disponível em: <https://academic.oup.com/jcmc/article/18/3/362/4067545> Acesso em: 4 nov. 2021.

SHIRKY, C. **A Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado.** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SIMILI, I, G. A beleza das meninas nas “dicas da Barbie”. **Cadernos de pesquisa**, s.l., v. 45, n.155, p.200-217, jan./mar 2015. DOI: [10.1590/198053142878](https://doi.org/10.1590/198053142878). Acesso em: 4 nov. 2021.

SIMONNET, A. et al. **High Prevalence of Obesity in Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2 (SARS-CoV-2) Requiring Invasive Mechanical Ventilation.** *The Obesity Society*, v.28, n. 7, p.1195-1199, jul. 2020. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/oby.22831> Acesso em: 4 nov. 2021.

SOERENSEN, C. **A carnavalização e o riso segundo Mikhail Bakhtin.** *Travessias*, Cascavel, v. 5, n. 1, 2017. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/view/4370>. Acesso em: 27 fev. 2022.

STATISTA. **Topic: Social media.** Statista. Disponível em: <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/#topicOverview>. Acesso em: 24 set. 2023.

STEELE, E. M.; RAUBER, F.; COSTA, SANTOS, C.; et al. **Mudanças alimentares na coorte NutriNet Brasil durante a pandemia de covid-19**. Revista de Saúde Pública, v. 54, p. 91, 2020. Disponível em: http://www.rsp.fsp.usp.br/wp-content/uploads/articles_xml/1518-8787-rsp-54-91/1518-8787-rsp-54-91-pt.x67403.pdf. Acesso em: 24 set. 2023.

TARANTINI SILVESTRI, K. V. **A alegria paradoxal: o riso carnavalesco como filosofia trágica**. Revista do GEL, [S. l.], v. 15, n. 1, p. 178–194, 2018. DOI: 10.21165/gel.v15i1.1837. Disponível em: <https://revistas.gel.org.br/rg/article/view/1837>. Acesso em: 24 set. 2023.

TELLES, A.; SOARES, N. **A Ditadura Avacalhada: particularidades na enunciação do humor gráfico brasileiro**. Cambiassu: Estudos em Comunicação, [S. l.], p. 5–21, 2022. Disponível em: <http://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/cambiassu/article/view/18938>. Acesso em: 12 out. 2022.

THAWANYARAT, K; FRANCIS, S; KIM, T; et al. **The Zoom Effect: A Google Trends Analysis**. v. 42, n. 1, p. NP76–NP82, 2021. Disponível em: <https://academic.oup.com/asj/article/42/1/NP76/6377379?login=false>. Acesso em: 8 jun

THE HARTMAN GROUP. **Shifting Food Habits & Routines: 2021 Eating Occasions**. Hartman-group.com. Disponível em: <https://www.hartman-group.com/documents/42309508/shifting-food-habits-routines-2021-eating-occasions>. Acesso em: 16 jul. 2023.

THOMAS, J.A. **Com a quarentena, aumenta o interesse em fazer o próprio pão de cada dia**. VEJA. 29 de maio de 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/impacto/com-a-quarentena-aumenta-o-interesse-em-fazer-o-proprio-pao-de-cada-dia>. Acesso em: 8 jun. 2023.

VASCONCELOS, N. A. de; SUDO, I; SUDO, N. **Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia**. Revista Mal-Estar e Subjetividade. Fortaleza, v. 4, n. 1, p. 65-93, mar. 2004. Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482004000100004&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 4 nov. 2021.

VERGUEIRO, W. (2011). **O humor gráfico no Brasil pela obra de três artistas: Ângelo Agostini, J. Carlos e Henfil**. Revista USP, [S. l.], n. 88, p. 38-49, 2011. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i88p38-49. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13850>. Acesso em: 22 set. 2023.

VIGARELLO, G. **The metamorphoses of fat: a history of obesity**. Traduzido por C. Jon Delogu. Columbia University Press. 2013.

WARREN, C., MCGRAW, A. P. **Differentiating what is humorous from what is not**. Journal of Personality and Social Psychology, v.110, n.3, p.407–430, 2016. DOI: 10.1037/pspi0000041. Acesso em: 22 set. 2023.

WARREN, C.; BARSKY, A.; MCGRAW, A. P. **Humour in the Holocaust: Its emotional dimension**. Humor – International Journal of Humor Research, v.23, n.1, p. 1–27, 2010.

WERNECK, A. **Graça em tempos de desgraça? A jocosidade como operador da crítica nos memes na pandemia.** DILEMAS: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social, Rio de Janeiro, RJ, Reflexões na Pandemia, p. 1-16, abr. 2020. Disponível em: <<https://www.reflexpandemia.org/texto-2>> Acesso em: 4 nov. 2021.

WESTIN, Ricardo. **Em 1918, gripe espanhola espalha morte e pânico, faz escolas aprovarem todos os alunos e leva à criação da caipirinha.** Senado Federal, abr. 2020. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/infograficos/2018/09/epidemia-de-gripe-espanhola-no-brasil-mata-presidente-faz-escolas-aprovarem-todos-os-alunos-e-leva-a-criacao-da-caipirinha>>. Acesso em: 5 nov. 2021.

WHO. **Obesity and overweight.** 9 Jun. 2021. Disponível em <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight> Acesso em: 5 nov. 2021.

ZAMPIER, J. L. **Reflexões e críticas à política de comunicação do governo Bolsonaro durante a pandemia de Covid-19.** Revista Líbero, v. 24, n. 48, p. 215-225, 2021.

ZHOU, Fei et al. **Clinical course and risk factors for mortality of adult in patients with COVID-19 in Wuhan, China: a retrospective cohort study.** Lancet, v. 395, n. 10229, p. 1054-1062, mar. 2020. DOI: <[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30566-3](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30566-3)>. Acesso em: 4 nov. 2021.

ANEXO 1 – RESUMO APRESENTADO NO EVENTO SABORES & SABERES, 2020

Título: COMPORTAMENTO ALIMENTAR EM TEMPOS DE PANDEMIA

Autoras: Julia Rianelli Mondego Fiszer, Catarina Barbosa de Brito, Lorena Silva Ribeiro

INTRODUÇÃO

Nos últimos meses a pandemia do Coronavírus (COVID-19) assola o planeta. No Brasil, ocorreu o fechamento de diversos estabelecimentos. Assim, milhares de brasileiros permaneceram em casa, mudando significativamente suas rotinas, afetando hábitos sociais e alimentares. O aumento no tempo não estruturado, somado ao estresse gerado pela pandemia e suas consequências, levou a preocupações generalizadas, como sedentarismo e ganho de peso. Essas preocupações são refletidas nas postagens de humor sobre a quarentena em redes sociais.

OBJETIVO

Realizar análise quantitativa e qualitativa de memes humorísticos compartilhados em redes sociais sobre modificações corporais e mudanças nos hábitos alimentares durante o período de pandemia.

METODOLOGIA

Foi realizada uma coleta de memes compartilhados em redes sociais na forma de imagens que falassem sobre modificações corporais e de hábitos alimentares durante a pandemia. A coleta aconteceu entre abril e junho de 2020.

RESULTADOS

Foram coletados 114 memes, após exclusão daqueles que não se enquadraram à pesquisa, 98 foram selecionados e classificados em 8 categorias, sendo elas excessos alimentares, mudanças corporais, consumo de bebidas alcoólicas, experimentações culinárias, novos hábitos, projeto fitness, rotina esvaziada e outras.

Conclusão: As redes sociais através dos memes compartilhados contribuem para intensificar o medo das pessoas quanto a mudança de seus hábitos e corpos durante a pandemia. Reforçando então, a relação disfuncional das pessoas com a alimentação durante um cenário caótico.

REFERÊNCIAS

PEAR, REBECA (2020). Weight Stigma and the “Quarantine-15”. Obesity (Silver Spring). <http://doi: 10.1002/oby.22850>.

TAECHARUNGROJ, V. et al. **Humour 2.0: Styles and Types of Humour and Virality of Memes on Facebook - Viriya Taecharungroj, Pitchanut Nueangjamnong, 2015.** Journal of Creative Communications. Disponível em:

<<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0973258615614420>>. Acesso em: 26 set. 2023.

CHAGAS, V.; MODESTO, M.; MAGALHÃES, D. O Brasil vai virar Venezuela: medo, memes e enquadramentos emocionais no Whatsapp pró-Bolsonaro. *Esferas*, 14, 1–17. 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.31501/esf.v0i14.10374>.

ANEXO 2 – RESUMO APRESENTADO NO CONGRESSO ONLINE DE EDUCAÇÃO EM ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO (COEAN), 2020

Título: MEMES DA BARBIE QUARENTENA

Autoras: Lorena Silva Ribeiro, Catarina Barbosa de Brito, Julia Rianelli Mondego Fiszer, Maria Cláudia da Veiga Soares Carvalho - UFRJ.

INTRODUÇÃO

Os memes se tornaram uma manifestação cultural cotidiana nas redes sociais na última década, as imagens bem-humoradas servem como pistas para compreensão das subjetividades e sensibilidades de uma sociedade e de uma época. Durante a pandemia, a preocupação generalizada com vulnerabilidade a excessos, comportamento sedentário e ganho de peso, foram temáticas representativas dos memes compartilhados. Neste contexto, observamos que no período de abril a junho da quarentena a presença da boneca Barbie era uma personagem recorrente.

A boneca Barbie obteve notável sucesso conseguindo se perpetuar, e conseqüentemente levar meninas de diferentes gerações a consumirem produtos que ensinam o padrão de beleza norte-americano incorporado e difundido pelo seu visual. (SIMILI, 2015). Desta forma, ela se tornou uma referência de “corpo padrão de mulher” para o imaginário popular, sendo recorrente sua utilização em memes que a identificam como uma mulher branca, magra, loira, heterossexual e rica. (MUSEU DOS MEMES, 2018)

O irrefutável papel das mídias na cultura, nos permite afirmar que os meios de comunicação “[...] são também educadores, uma outra agência de socialização, e por eles passa também a construção da cidadania.” (BACCEGA, 2009) Portanto, o conhecimento dos meios de comunicação é uma condição para nossa autonomia e cidadania.

OBJETIVO: Analisar o sentido de discursos de um corpus de memes com a boneca Barbie.

METODOLOGIA

A coleta de imagens foi realizada em redes sociais de abril a junho de 2020, dentre um conjunto mais amplo de memes em pesquisa de mestrado sobre a comensalidade e percepção corporal dos indivíduos de 98 memes. Foram selecionados 5 memes na categoria mudanças corporais de análise de discurso de linha francesa.

RESULTADOS

Os memes analisados possuíam como traço comum a presença de representações de padrões adequados e inadequados para aparência física. O uso de um modelo infantil americano eugênico da década de 60 é uma caricatura que exagera um padrão burguês em proporções de corpo idealizadas como perfeitas. Em sua maioria, havia a presença de duas fotos, a primeira legendada com ‘antes’, que seria o momento anterior à pandemia e a segunda, ‘depois’, com o momento após o isolamento social. No momento antes, a boneca Barbie aparece magra, fazendo atividade física e músculos definidos; e no momento depois: gorda, em posição sedentária e confortável e comendo fartamente. Identificamos que a comicidade foi decorrente do deslocamento do padrão de corpo previsto para a boneca. A transformação da boneca magra em outra forma, gorda, além de mostrar os desdobramentos dos impactos do isolamento social, atribuem a ela um estigma ‘gordofóbico’ com efeitos negativos na vida das pessoas.

CONCLUSÃO

A análise nos permitiu observar a potência da manifestação cultural de memes na sociedade contemporânea de nossa época. Analisando criticamente a discriminação presente nos memes, ficou clara a influência, neste caso com efeito de exclusão social, e a importância de uma análise crítica para essas produções midiáticas cotidianas.

Palavras-chave: COVID-19; Educação Alimentar e Nutricional; Memes; Mídias Sociais

REFERÊNCIAS

BACCEGA, M. **Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica.**

Comunicação & Educação, vol. 14, n.3, p.19-28, set/dez 2009. Disponível em:<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v14i3p19-28>.

FISCHLER, C. **Obeso benigno, obeso maligno.** In: SANT’ANNA, Dd. B. (Org.), Políticas do corpo: elementos para uma história das práticas corporais. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 69-80

MUSEU DOS MEMES. **Barbie e Ken Cidadãos de Bem.** 23 out. 2018. Disponível em:<https://www.museudememes.com.br/sermons/barbie-e-ken-cidadaos-de-bem/>. Acesso em 27 out. 2020

ANEXO 3 – XLIII JORNADA GIULIO MASSARANI DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, TECNOLÓGICA, ARTÍSTICA E CULTURAL

Título: Estigma e Gordofobia nos memes da Quarentena

Autoras: Julia Rianelli Mondego Fiszer, Lorena Silva Ribeiro, Catarina Barbosa de Brito, Maria Cláudia da Veiga Soares Carvalho – UFRJ

INTRODUÇÃO

O termo estigma é um conceito antigo criado pelos gregos que se referia a pessoas que possuíam sinais corporais, com os quais procuravam evidenciar algo diferente de um modelo padrão de status moral. Uma forma atual de manifestação é a gordofobia, aversão à gordura corporal manifesta em maus tratos e chacotas que ridicularizam e causam mal-estar.

Ademais, a gordofobia funciona como controle social, selecionando e padronizando quais corpos estariam ou não adequados para o convívio social. Fischler (1995) denominou que esse cenário está diretamente relacionado à “obsessão pela magreza, sua rejeição quase maníaca à obesidade” (Fischler, 1995, p.15).

A preocupação com peso corporal chamou atenção durante o início da pandemia de Covid-19 no Brasil. As mudanças advindas do isolamento social, somadas ao estresse gerado pela pandemia, provocaram preocupações generalizadas sobre ganho de peso. Sendo refletidas em uma explosão de memes sobre mudanças corporais compartilhados em mídias sociais. Tal contexto nos incentivou a observar os memes como espelho de conflitos em torno de questões corporais.

OBJETIVO Analisar discursos de um corpus de memes sobre modificações corporais durante a pandemia.

METODOLOGIA

Foi realizada através de redes sociais uma chamada para coleta de memes, relacionados a comensalidade e percepção corporal dos indivíduos no período de abril a junho de 2020. Foram coletados 114 memes, tendo sido analisados neste resumo 68 pertinentes aos núcleos de sentidos (1) 'ganho de peso' e (2) 'projeto fitness', dentre o total de 6 núcleos pertinentes à categoria 'percepções corporais e comensalidade na pandemia'. Pretendendo compreender os jogos simbólicos manifestos na linguagem presente nos memes, aplicaram-se os princípios e procedimentos da análise de discurso, baseando-se nas obras dos autores Pêcheux e Orlandi.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

No núcleo (1) o sentido era de constrangimento do corpo gordo culpabilizado pelo ganho de peso. O efeito de exclusão social decorrente da desqualificação do corpo gordo foi tornado engraçado.

No núcleo (2) o modelo de corpo fitness aparecia naturalizado como referência a ser seguida. O que estava distante dele representava um fracasso no cumprimento de metas de inclusão social. Um conjunto de elementos fitness de ordenação de códigos e condutas sociais operavam como opressores no julgamento dos corpos e sua aparência.

As caracterizações apontadas nos núcleos de sentido reforçam estereótipos negativos de que indivíduos gordos são preguiçosos, ansiosos e descontrolados. Além disso, sugerem que estar acima do peso é um problema a ser evitado mesmo diante de um cenário caótico.

CONCLUSÃO

A análise nos permitiu observar a potência da manifestação cultural de memes na sociedade contemporânea de nossa época. Analisando criticamente a discriminação presente neles, ficou clara a influência, neste caso com efeito de exclusão social, e a importância de uma análise crítica para essas produções midiáticas cotidianas.

REFERÊNCIAS

FISCHLER, C. **Obeso benigno, obeso maligno**. In: SANT'ANNA, Dd. B. (Org.), Políticas do corpo: elementos para uma história das práticas corporais. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 69-80

GOFFMAN, Erving. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. Rio de Janeiro: LTC, 1975.

PECHEUX M. **Análise de discurso**: Michel Pêcheux. Textos selecionados por Eni Puccinelli Orlandi. 4. ed. Campinas, SP: Pontes Editores; 2015.

ANEXO 4 – Festival do Conhecimento UFRJ - Futuros Possíveis 2020 (2021)

Título: Produção de Materiais Pedagógicos para profissionais da saúde

A comunicação tem como principal finalidade a promoção de interações sociais de forma dinâmica e acessível. As mídias possuem papel irrefutável papel na cultura, tornando os meios de comunicação também educadores, uma nova agência de socialização¹. Dessa forma, a atividade proposta integra a elaboração e divulgação de materiais pedagógicos em formato digital voltados para profissionais de saúde do campo da Alimentação e Nutrição, reforçando o direito à informação com distribuição de informação identificada, gratuita e de qualidade. No

vídeo, será discutido o processo de construção do conteúdo, as temáticas propostas baseadas também no Guia Alimentar da População Brasileira² e nas recomendações da Sociedade Brasileira de Nefrologia³, a importância do incentivo à leitura desses temas e incorporação nos serviços de saúde, bem como serão apresentados os veículos de transmissão e acesso dos respectivos materiais.

MATERIAL PRODUZIDO

LADIGE UFRJ. Produção de Materiais Pedagógicos para profissionais da saúde. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9hX05ztYvGM&ab_channel=LADIGEUFJRJ>. Acesso em: 26 set. 2023.

Giulya - Narração do vídeo e produção de conteúdo;

Isabela, Larissa, Luana, Luma, Rodrigo e Manoela - Elaboração e produção de conteúdo;

Iuri - apoio pedagógico

Lorena Ribeiro, Maria Cláudia Veiga Soares e Cláudia Bento - Orientação Pedagógica e Revisão de conteúdo

Materiais Pedagógicos | LADIGE. Ufrj.br. Disponível em:

<<https://ladige.injc.ufrj.br/materiais-pedagogicos/>>. Acesso em: 26 set. 2023.

REFERÊNCIAS

BACCEGA, M. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. Comunicação & Educação, vol. 14, n.3, p.19-28, set/dez 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v14i3p19-28>.

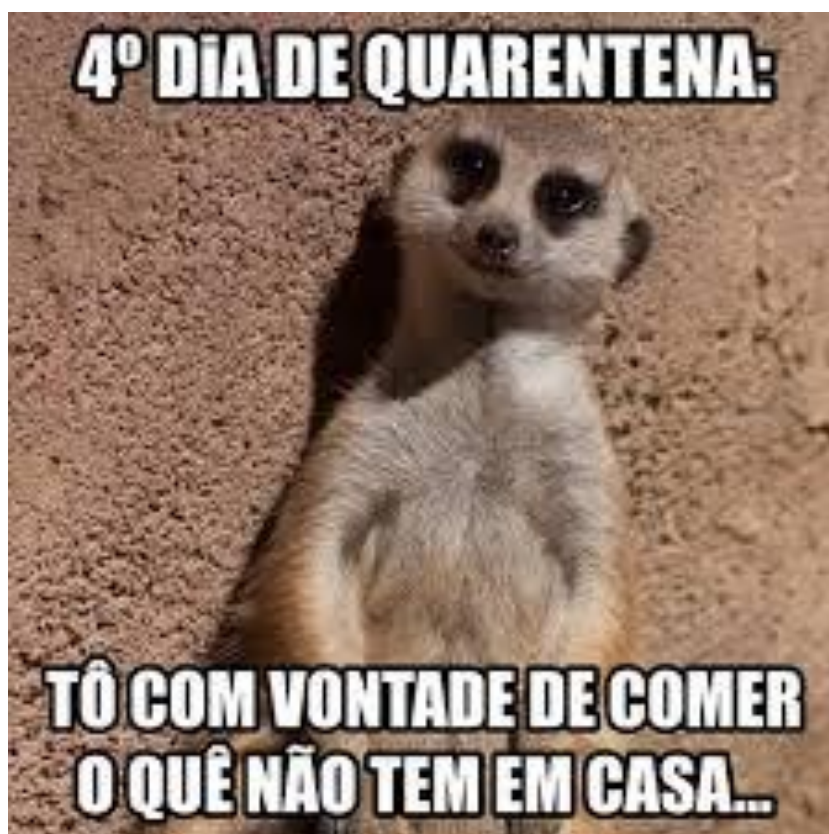
BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. Guia alimentar para a população brasileira. 2. ed., 1. reimpr. – Brasília: Ministério da Saúde, 2014. Disponível em: https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-brasil/publicacoes-para-promocao-a-saude/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf/view

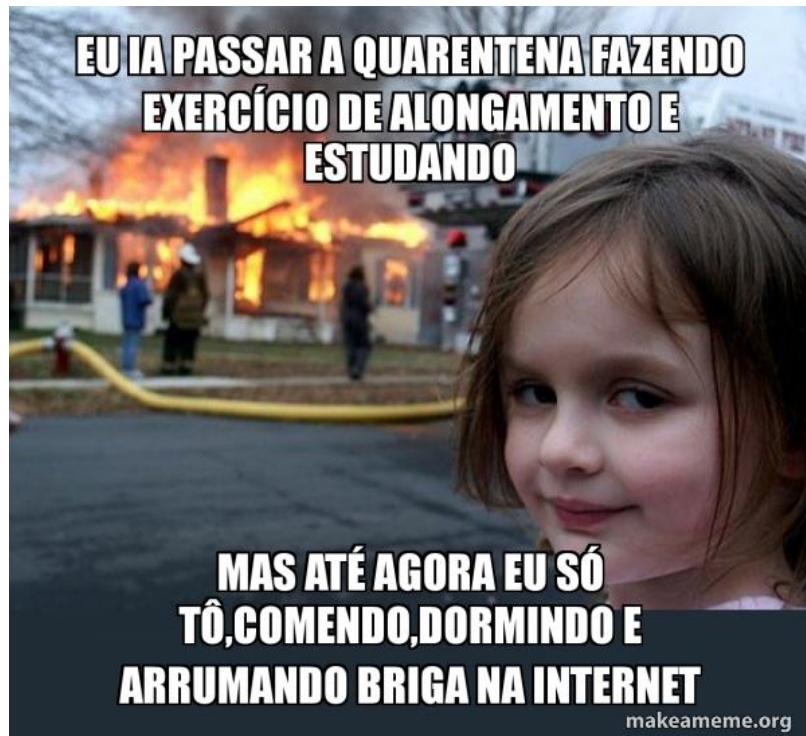
SBN - SBN. SBN. Disponível em: <<https://www.sbn.org.br/>>. Acesso em: 24 set. 2023.

ANEXO 5 - ACERVO DE MEMES COLETADOS PELA PESQUISA

1) Alimento como marcador de rotina

eu de quarentena indo fazer o
décimo lanche do dia





Nessa quarentena só da isso:



Resumo da minha quarentena



DESABAFO OFICIAL DE UMA QUARENTENA:



COMER, COMIDA, LANCHINHO E PASSAR ÁLCOOL

FIGAR DE QUARENTENA



**COMENDO, DORMINDO E
JOGANDO**



2) Excessos alimentares e Ganho de peso

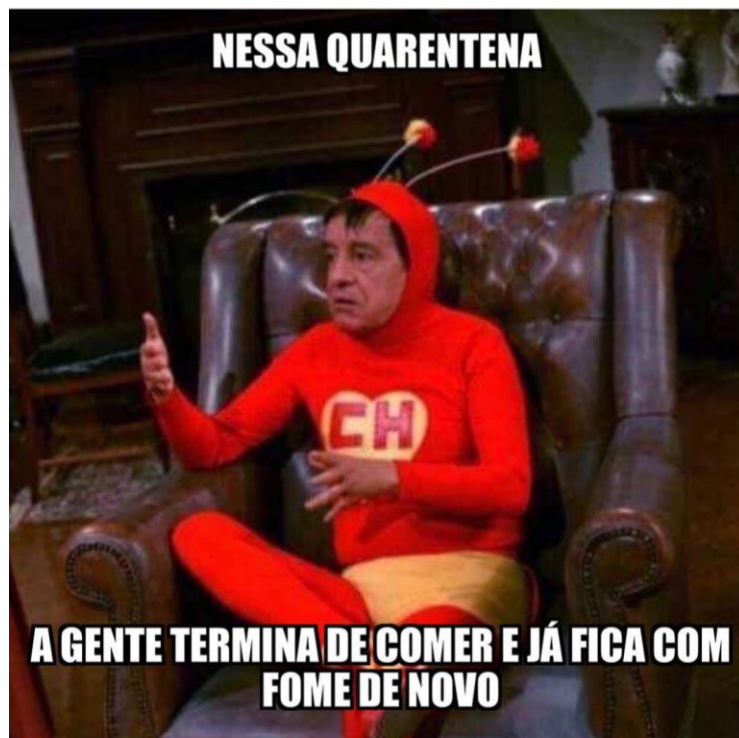




**QUANDO VOCÊ COME TODO O
ESTOQUE DE COMIDA DA QUARENTA
NA PRIMEIRA SEMANA**



sincerooficial



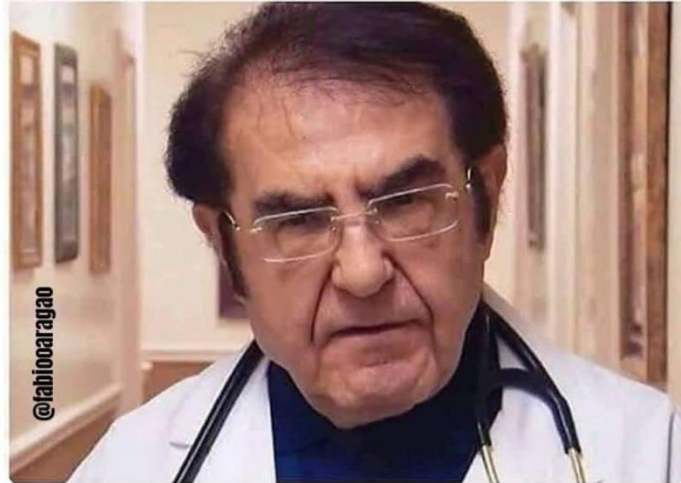
NESSA QUARENTENA

**A GENTE TERMINA DE COMER E JÁ FICA COM
FOME DE NOVO**



**PASSANDO PRA AVISAR A VOCÊ
QUE ESTÁ COMENDO FEITO UMA
CAPIVARA RAIVOSA:**

Mastigar não conta como
atividade física



**Recomendo usar
máscara dentro de
casa também. Não é
pelo vírus, é para
parar de comer.**





@sergiomaia_
@sergim_maia



Vou dar um pulo na cozinha pra
ferrar o estômago antes de dormir...
Eu na cozinha:





sergiomaia_



**"E NESSA LOUCUUURA, DE COMERTUDO QUE
QUEEEERO.."**



Eu depois de fazer o quinto lanche do dia na quarentena.





eu pedindo delivery pela sexta vez essa semana pra ajudar os pequenos restaurantes locais



Quarentena
dia 1



Quarentena
dia 30





receitas_da_bulma



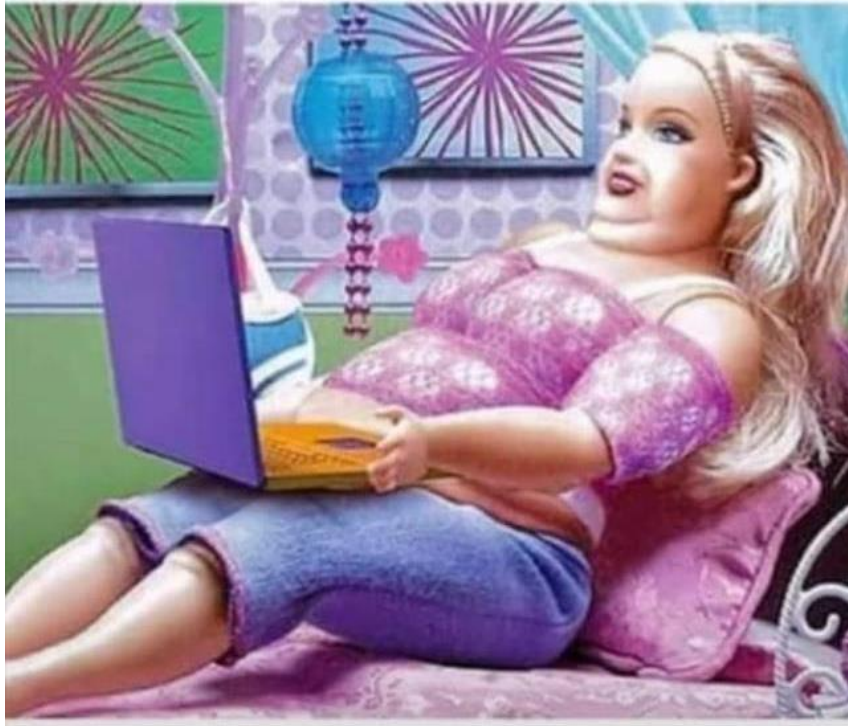
Antes da
quarentena

@Dieta.Sem_Sofrimento

Na
quarentena



Já à VENDA! BARBIE QUARENTENA! 😊



meltedvideos
Geladeira De Casa





meltedvideos
Na Minha Geladeira



Tem nada pra comer nessa casa

NOVA MARCA DA PANDEMIA



@riva_carla

Empresa Levis muda de nome após quarentena



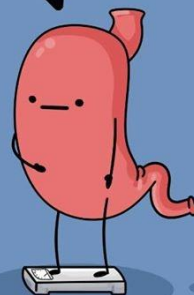
Eu não sei o que tá pior nessa quarentena:

Ablir a calteila



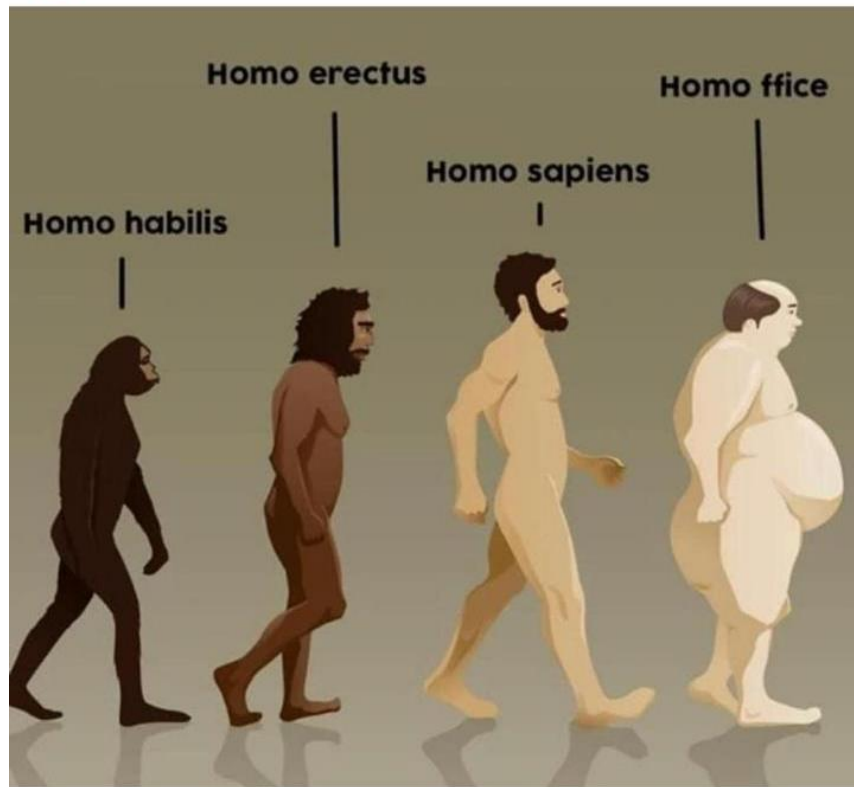
@OficialQuelo

Ou subir na balança





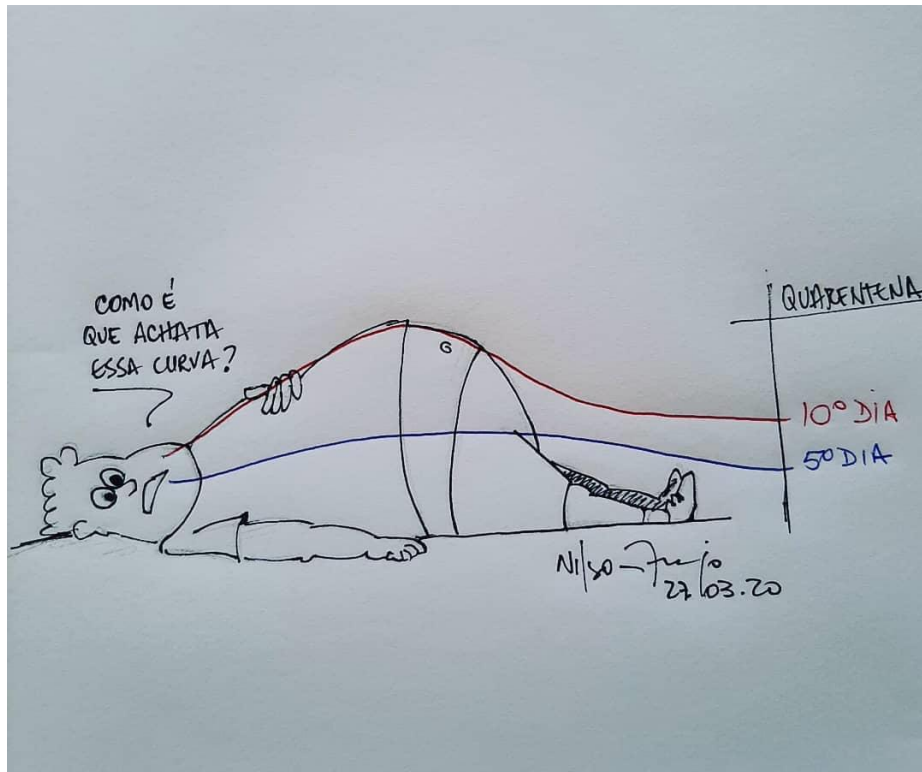
caiofabiodaraujofilho
Lago Norte






LIBERANDO AOS POUCOS





PRECISAMOS FAZER URGENTEMENTE O DISTANCIAMENTO DA GELADEIRA

POIS A CURVA SÓ ESTÁ AUMENTANDO 🤔🤖😂

 @princesaoficial_



Ela - Amor, eu engordei muito nessa quarentena???

Ele - Mas você nunca foi magra!

Data da Morte:
30/04/2020

Causa: Covid-19

 @paulofrederico1

**Ela: - Amor, eu engordei
muito durante a
Quarentena?**

**Ele: - Você nunca foi
magra né?**

Data da morte: 26/04/20

Causa: Covid-19

NÃO SEI O QUE TÁ PIOR



**ABRIR A CARTEIRA OU
SUBIR NA BALANÇA**





Bastião du Goiás
@egoias



Acho que minhas roupas de sair tão tudo morrendo de saudades de mim...

Hoje coloquei uma, e ela me apertou tanto!!

Acho quié saudades!

5 fases da Quarentena (Esposas sud)



Las cuatro etapas de la cuarentena

La Caza Del M
f i

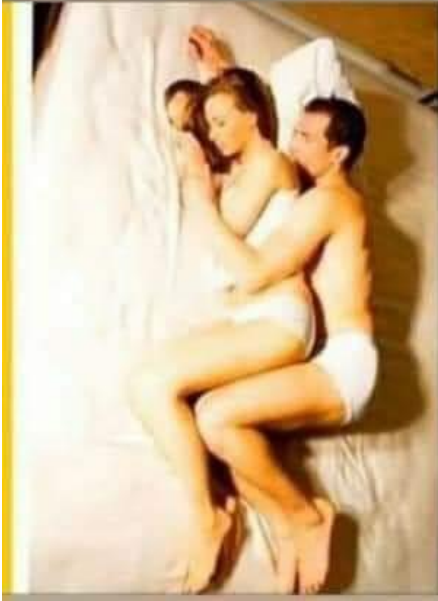


5 fases da
Quarentena



Começo da
Quarentena

Fim da
Quarentena





Isadora comer

@IsadoraVinho

E se todos nós engordarmos juntos e o referencial de corpo magro for alterado pra sempre na sociedade?
A hora é agora.

19:10 · 22 mar 20 · Twitter for Android



Senhor, se eu estiver engordando nessa quarentena me manda um sinal!!!



**EM MÉDIA, UM PANDA GIGANTE
COME 12 HORAS POR DIA**



**A PESSOA CONFINADA COME FEITO
PANDA. DAÍ O NOME "PANDEMIA"**



**Em média, um panda gigante
come por 12 horas por dia.**

***A pessoa confinada
come feito panda. Daí o
nome pandemia.***

**UNS BRIGANDO POR POLÍTICA,
OUTROS BRIGANDO POR BBB**

 RISA A GENTE NUNCA
@Paola.indelicada

**E EU BRIGANDO COM A
BALANÇA**

sbt

**Acho que minhas
roupas de sair estão
com muita saudades
de mim, coloquei uma
hoje e ela me apertou
tanto...**





**Acho que minhas
roupas de sair estão
com muita saudades
de mim, coloquei uma
hoje e ela me apertou
tanto...**



PELA MISERICÓRDIA DIVINA



Os botões
começaram
a fazer
distanciamento
social entre eles





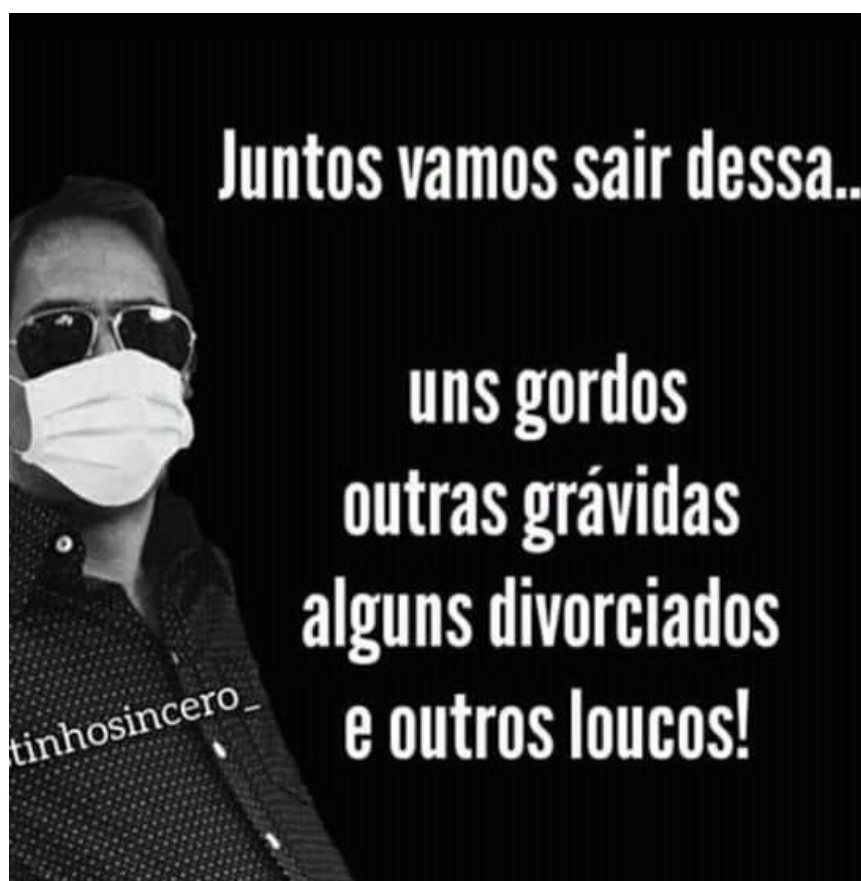
Verão 2021 promete!!?



Passeio em família, depois da quarentena.



**SUBI NA BALANÇA
HOJE E APARECEU A
MENSAGEM:
"Evite aglomerações.
Favor subir um de
cada vez".**



**Estudos mostraram
que quando você fica
em casa**

**As roupas de sair
ficam com ciúmes dos
pijamas e diminuem de
tamanho**



Estar em minha casa, é como estar num filme da Disney. Um dia sou "A bela adormecida".



Outro dia, sou a "Cinderela".



E quando passo por um espelho...sou a "Fiona".



Acho que minhas roupas de sair estão com muita saudades de mim. Coloquei uma hoje e ela me apertou tanto...





**-Acabou o confinamento.
E agora, como saímos?**



**MINHAS CHANCES DE TERMINAR ESSE ANO
COM O CORPO SARADO**



NENHUMA



**NENHUMA SÓ QUE
EM AZUL**

QUARENTENA

Março

Maio



E como vai a quarentena... Ps 🤔😓

⚙️ · Classifique esta tradução



AFF TEM MAIS NADA PRA
COMER NESSA CASA

Eu:



#zoacaopotiguar



Antes da quarentena



Depois da quarentena



@Perrengue_Chique

Me in Quarantine



**Foi preciso uma
quarentena para
descobrirmos que um
vírus foi autor daquela
frase
"O que não mata,
engorda !"**

3) Consumo de bebidas alcóolicas



boncastrouxas • [Segui](#)





**Se você segurar
sempre 2 copos de
cerveja nas mãos,
não terá como tocar
o rosto.**

**Em breve, mais
dicas de prevenção
ao COVID-19.**

Piadinhas

4) Projeto *fitness*



projetoquese foda





meltedvideos
Snackers

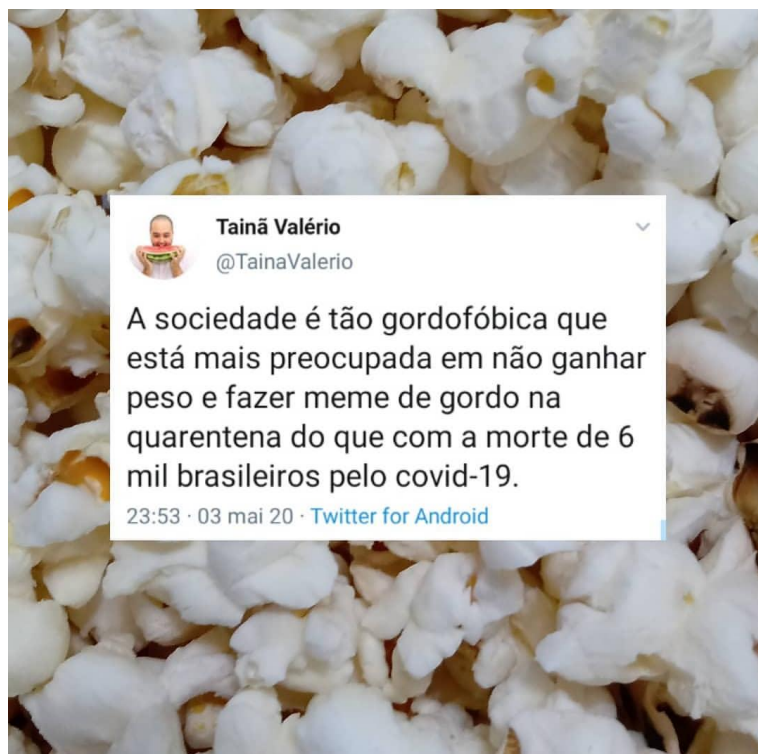


meltedvideos
Calma, coração





meltedvideos
Foda-Se O Sistema





oemputecido



Meme Quarentena
@MemeQuarentena



no começo da quarentena eu tava
empenhada em fazer exercício físico em
casa
o empenho durou dois dias



Brunu 

@Mlkmartins_real



A MENINA POSTANDO SUCO
DETOX NO INSTAGRAM. GAROTA,
O MUNDO TA ACABANDO, VAI
FRITAR UM BACON KKK



5) Novos hábitos alimentares



“1 quilo de açúcar, 2 pacotes de farinha de trigo, 3 caixas de leite, 1 pacote de papel higiênico...”





meltedvideos
Padoca



meltedvideos
BOM DIA QUARENTINÉS



Como foi seu final de semana?





meltedvideos

Sem Tempero Não Dá



Eu depois de um mês comendo minha
própria comida todo dia



Já não bastava isolamento
social



Ainda tenho que cozinhar e
limpar

WWW.GERARMEMES.COM.BR

tô nem aí pra crise

 Tobias.oficial

**ontem comi picanha, hoje
camarão e amanhã vou de
galinha caipira... alguém aí
conhece outros sabores
de miojo?**



**MEU NOVO SONHO DE CONSUMO É UMA
MÁQUINA DE LAVAR COMPRAS!**

TERCEIRO DIA DE QUARENTENA:
- VOU COMER TUDO MISTURADO
SÓ PRA VER SE FICA MAIS
GOSTOSO...



utilidadexirl
@utilidadexirl

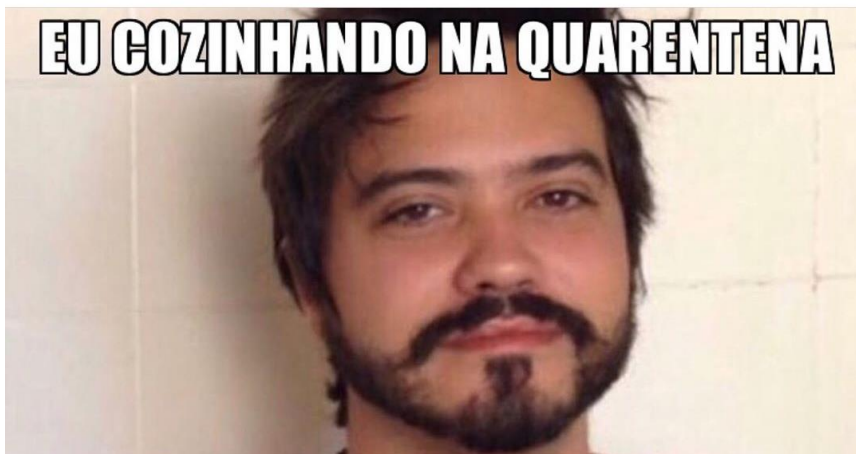


Quem não passou a quarentena inteira comendo isso, não está sabendo viver direito (ou é burguês)





sergiomaia_ • Segui



Google



como fazer miojo no microondas

pão com manteiga na frigideira

passo a passo de como fazer suco tang

@sergiomaia_

