

Meme Pfizer: efeitos de sentidos possíveis no “e-mail 1” produzido pelo humorista Esse Menino

Meme Pfizer: effects of possible meanings in “e-mail 1” produced by the humorist Esse Menino

Luciana Cristina Ferreira Dias Di Raimo*
Jocieli Aparecida de Oliveira Pardinho**

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar os movimentos do sujeito-humorista nos quais ele inscreve-se em uma Formação discursiva do humor, a partir do vídeo-meme nominado *Pfizer*, produzido por *Esse Menino* – Rafael Chalub. Para tanto, pautamo-nos na Análise de Discurso materialista, a partir da qual são mobilizados os conceitos de condições de produção e circulação do vídeo, as noções-conceito de formações imaginárias, memória e resistência, considerando a posição sujeito humorista que joga com a linguagem e com outras possibilidades de sentidos. Em termos de recorte, o gesto analítico voltar-se-á para o “E-mail 1”, parte inicial do vídeo, no qual o sujeito-humorista (en)cena as “possíveis” negociações entre a multinacional Pfizer e o presidente da República na época, Jair Messias Bolsonaro. Consideramos que o humor pode ser compreendido como posição de resistência na/ pela linguagem, determinada pelas condições de produção do contexto pandêmico e por deslizamentos de sentidos, entrelaçando política, cotidiano e humor.

Palavras-chave: meme *Pfizer*; E-mail 1; discurso *Esse Menino*; contexto pandêmico.

Recebido em 8 de dezembro de 2024.

Aceito em 23 de março de 2025.

DOI: <https://doi.org/10.18364/rc.2025n69.1448>

* Universidade Estadual de Maringá, e-mail: lcfdraimo@uem.br.

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1039-8318>.

** Universidade Estadual de Maringá, e-mail: jocielipardinho@gmail.com.

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3828-9765>.

ABSTRACT

This article aims to analyze the movements of the subject-comedian in which he is inscribed in a discursive formation of humor, based on the video-meme named *Pfizer*, produced by *Esse Menino* – Rafael Chalub. To this end, we are guided by materialist Discourse Analysis, from which the concepts of conditions of production and circulation of the video are mobilized, such as notions-concepts of imaginary formations, memory and resistance, considering the position of the subject-comedian who plays with language and other possibilities of meanings. In terms of clipping, the analytical gesture will focus on “E-mail 1”, the initial part of the video, in which the subject-comedian (en)stages the “possible” negotiations between the multinational Pfizer and the president of the Republic at the time, Jair Messias Bolsonaro. We consider that humor can be understood as a position of resistance in/through language, determined by the conditions of production of the pandemic context and by the landslides of meanings, intertwining politics, everyday life and humor.

Keywords: *Pfizer* meme; E-mail 1; *Esse Menino* discourse; pandemic context.

Introdução

Neste artigo, partimos das condições de produção atinentes à pandemia da covid-19 no Brasil, mas que se iniciou em dezembro de 2019 na China, quando a Organização Mundial da Saúde – OMS – foi alertada acerca de diversos casos de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei. Tais casos se relacionam a um vírus não identificado. No caso do Brasil, em 11 de março de 2020, foi declarada a pandemia. Tomamos como material bruto de análise o meme nominado *Pfizer*, produzido na forma de vídeo pelo humorista *Esse Menino* (Rafael Chalub), o qual tornou-se um meme devido ao seu compartilhamento nas mídias sociais, como principal meio de circulação tem-se o *Instagram*, publicado em 9 de junho, na página *@essemenino* e possui, até o momento, cerca de 110 milhões de visualizações.¹

1 Publicado na página do *instagram* do *@essemenino*. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CP58ByuHWar/?igsh=dDliMHNpM3Fpam40>. Acesso em: 29 nov. 2024.

Vale considerar como ponto de entrada da análise a circulação como processo de produção de sentidos a partir do qual o vídeo de humor produzido por *Esse menino* tornou-se viral e, por conseguinte, pode ser designado como um meme, justamente quando tomamos o digital, enquanto condição de (re) produção e circulação dos discursos na contemporaneidade (DIAS, 2018).

Ao tratar do contexto pandêmico, mais especificamente da falta da vacinação imunizante contra a Covid-19, torna-se necessário recuperar as milhares de mortes ocorridas (até o momento aproximadamente 714.127 milhões no Brasil)² mediante essa negligência de várias tentativas de contato da Multinacional Pfizer ao governo brasileiro em que não obteve resposta. Esse fato repercutiu para além de um número, foram pais que perderam seus filhos e vice-versa, familiares, amigos, a perda se deu por serem contagiados com o vírus e não resistirem.

Desse modo, em termos de movimento de análise, foi preciso proceder ao recorte concernente ao “E-mail 1”. Destacamos que o meme *Pfizer* se configura, além do E-mail -1, de outros “recortes” que, por exceder os limites do presente artigo, não foram considerados. Desse modo, com base no suporte teórico e metodológico da Análise de discurso, recortamos o material a partir da seleção de frames de tela, justamente, tendo em vista a abertura do vídeo na qual o sujeito-humorista (em)cena o início das possíveis negociações entre a Multinacional Pfizer e o presidente da República na época Jair Messias Bolsonaro.

Em termos de imaginário discursivo, em virtude de um cenário pandêmico de muitas mortes e um alto número de pessoas infectadas sobrecarregando os hospitais, era de se esperar que um chefe de Estado – ou um representante do governo - prontamente respondesse aos e-mails da empresa e negociasse a compra das vacinas. No entanto, é a partir desse “fato absurdo”, isto é, a ausência de resposta a várias tentativas de contato da

2 A coleta de dados foi realizada no dia 26 de novembro de 2024 no site “CORONAVÍRUS// BRASIL”. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso: 26 nov. 2024.

multinacional Pfizer que o sujeito-humorista (en)cena as tentativas das quais a empresa teria lançado mão para conseguir vender as vacinas ao Brasil.

Desse modo, a pergunta mobilizadora deste percurso de análise é: De que forma o sujeito-humorista, a partir do vídeo-meme, inscreve-se em uma formação discursiva do humor e produz resistência? O objetivo deste artigo não é “esgotar” as possibilidades de sentidos atribuídos ao enunciado em tela, até mesmo porque, ao partir desta posição teórico-metodológica de análise de discurso materialista, compreende-se que não existe sentido literal, pois o texto está aberto a múltiplas interpretações, a depender das suas condições de produção.

Para tanto, o artigo pauta-se no suporte teórico-metodológico da Análise de Discurso materialista, com o objetivo de realizar um gesto de leitura dos possíveis efeitos de sentidos de resistência no vídeo-meme assinado pelo humorista *Esse Menino*. Buscamos compreender a posição-sujeito assumida, afinal as “escolhas” realizadas pelo sujeito autor do enunciado significam, tendo em vista que não há neutralidade nem mesmo no uso mais aparente e cotidiano dos signos (ORLANDI, 1999).

Este artigo encontra-se organizado da seguinte forma: propomos, na primeira seção, em meio a um efeito pêndulo, trazer conceitos e definições de meme, formações imaginárias, formação discursiva e resistência. Em seguida, produzimos o movimento analítico em duas partes: (i) o primeiro momento do vídeo-meme (recorte verbo-visual) no que se refere tanto à textualização do E-mail quanto ao corpo do sujeito-humorista tomado como materialidade simbólica que produz sentido (ii) o segundo momento em que o sujeito-humorista se apresenta como a empresa Pfizer e anuncia a chegada das vacinas e propõe um churrasco. A partir de expressões cotidianas, a linguagem do corpo, são produzidos efeitos de resistência, justamente quando o sujeito se filia a uma formação discursiva do humor. Ao final, são apresentadas as considerações finais do artigo.

1. Análise de discurso: percurso conceitual suscitado no “E-mail 1” do meme *Pfizer*

Na busca de produzir movimentos analíticos a partir do vídeo-meme *Pfizer*, mais especificamente, em relação às suas condições de produção, a partir do recorte preestabelecido do “E-mail 1”, tornou-se necessária a mobilização de alguns conceitos teórico-metodológicos basilares a serem destacados como: as condições de produção do meme, formações imaginárias, formação discursiva e resistência.

Para a Análise de Discurso, a história “não é apenas exterioridade, mas se manifesta no texto, impondo-se, desse modo, a compreensão das condições de produção do discurso (quem e como o produziu, de que lugar e para quem o produziu)”. (ORLANDI, 1999, P. 30). Sendo assim, seus possíveis efeitos de sentidos se dão a partir das suas condições de produção, da sua relação social, histórica, formação ideológica, discursiva e da posição-sujeito assumida, por meio do qual o discurso se constitui, formula e passa a circular.

O meme como material de análise levou-nos a considerar como ponto de entrada a circulação como processo de constituição de sentidos e parte das condições de produção. Se os sentidos são como se formulam, constituem e circulam (ORLANDI, 1999), o meme, nesse caso na forma de vídeo, pode ser definido como uma textualização que se dissemina de forma rápida e fluída e que, na maioria das vezes, é associada, por um efeito de evidência, ao humor. Justamente a potência do meme reside na velocidade e nos números a partir de que é replicado ou propagado na rede ao se pensar no conceito de repetibilidade empregado por DAWKINS (2007):

Precisamos de um nome para o novo replicador, um substantivo que transmita a ideia de uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação. “Mimeme” provém de uma raiz grega adequada, mas quero um monossílabo que soe um pouco como “gene”. Espero que meus amigos helenistas me perdoem se eu abreviar mimeme para

meme. Se servir como consolo, pode-se, alternativamente, pensar que a palavra está relacionada com “memória”, ou à palavra francesa *même* (DAWKINS, 2007, p. 214).

O termo meme é advindo do grego *mimema*, o qual possui a mesma raiz de *mimese* e significa imitação, criado pelo biólogo e escritor Richard Dawkins, na década de 1970, com o objetivo de dizer que uma informação ou ideia pode chegar às pessoas e se multiplicar em termos de genética. Após a sua criação, o termo passou a ser utilizado em diversas áreas da digitalização do mundo, como pelo marketing e pela propaganda. Nos anos 1990, o meme começa a ser utilizado por estudos do funcionamento, da memória e afeto, da linguística e comportamento. No contexto espaço-temporal pandêmico obteve auge por sua criação e replicação por parte dos sujeitos.

Os memes, no que diz respeito à imbricação material, são constituídos por diversas materialidades, no caso do selecionado para análise, trata-se de um enunciado constituído por diversas linguagens sendo elas: verbal (mobilização da linguagem oral na fala e escrita na transcrição das legendas), visual/imagética e corporal (encenação) e devido ao compartilhamento quase que viral, o vídeo publicado pelo humorista conhecido como *Esse Menino* tornou-se um meme.

Nesta perspectiva, segundo Carrozza e Santos (2012, p. 97-98), os memes são enunciados que podem ter diferentes materialidades e que circulam repetidamente e principalmente na internet em diferentes contextos, muitas vezes, alheios ao uso original. Podem ser imagens, bordões, paródias (em áudio ou vídeo), formulações icônicas e outras formas que possibilitem sua reduplicação.

O vídeo-meme, tomado como imbricação material (LAGAZZI, 2015), uma vez que é constituído por diversas linguagens, a saber: verbal, visual, sonora, corporal, deve ser trabalhado como arranjo contraditório de linguagens e não tomado em sua complementariedade. Segundo Lagazzi (2009, p. 68): “não temos materialidades que se completam, mas que se relacionam pela contradição, cada uma fazendo trabalhar a incompletude na outra”.

Com efeito, o sujeito-humorista aparece no vídeo trajando roupa branca, o que remete, imaginariamente, ao campo da saúde e está utilizando um computador, o que representaria uma pretensa formalidade da empresa Pfizer. Tais elementos visuais estão em desarranjo com o tom informal e debochado materializado tanto na linguagem corporal quanto na textualidade do e-mail, conforme se formulam no vídeo. Ademais, esse desarranjo se dá em relação a outros elementos imagéticos que compõem o plano de fundo do vídeo, a saber: fotos coladas na parede do quarto, um guarda-roupa atrás do artista, os quais criam um efeito de contradição, fato esse que conduz ao humor. Nesse sentido, vale contemplar o movimento contraditório que se produz a partir da inscrição do sujeito em uma formação discursiva do humor: o sujeito-humorista justamente esboça um cenário de seriedade, já que está representando uma empresa multinacional, porém, também está confrontando esse imaginário, ao manter visíveis imagens de seu quarto em que é exposta uma dada desorganização ou despojamento.

Em se tratando do corpo, para Leandro Ferreira (2013, p. 77), “é tanto uma linguagem, como uma forma de subjetivação e, por isso mesmo, tem relação estreita com o discurso”. Nesse caso, o corpo não é apenas limitação definidora do indivíduo em termos biológicos, mas sim objeto de discurso, cujos feitos e efeitos levam à significação, ao deslizamento dos sentidos, à interpretação. Assim sendo, a posição-sujeito humorista de resistência, nessa filiação a uma formação discursiva do humor, se marca também no/pelo corpo. Um corpo que é performático, se movimenta, produz efeitos de exagero, seja na pronúncia da palavra Pfizer, seja na seleção de expressões informais a partir das quais o sujeito digita de modo incisivo.

É pela formação discursiva que o sujeito se reconhece nos sentidos. Desse modo, as palavras não têm um sentido em si, mas recebem os sentidos das formações discursivas em que estão inscritas. A noção de Formação Discursiva é definida em Análise de discurso como “o que pode e deve ser dito” em uma determinada conjuntura. Assim, as palavras “‘mudam de sentido’ ao passar de uma formação discursiva para outra.” (PÊCHEUX,

2014, p. 26). A inscrição em uma formação discursiva do humor justamente permite a produção de uma crítica/resistência a um descaso do presidente em relação a um assunto de tamanha relevância, mas se trata de uma crítica em que também se “brinca” com tal situação limite.

Com o propósito de dar consequência ao conceito de resistência, ancoramo-nos em Pêcheux (1990b, p. 53) para quem todo enunciado é “suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro”. Consideramos na AD, então, dois processos (tensos) na produção de discursos: a paráfrase que aponta para a repetição e a polissemia que joga com a ruptura ou deslizamento de sentidos (polissemia).

E, de fato, o sujeito-humorista, ao tomar uma posição ideológica e socialmente determinada pelo pré-construído de que o humor produz o riso e é subversivo, faz trabalhar o batimento entre diferentes formações discursivas, a saber: uma FD da ciência e uma FD do cotidiano, o que culmina no deslizamento de sentidos entre as fronteiras dessas formações. No meme, a posição tomada pelo sujeito-humorista é de deboche: de modo contraditório, o sujeito - humorista “brinca” com uma situação tão séria/consequente vivenciada em contexto pandêmico – nesse caso, a negociação de compra de vacinas com uma multinacional. O sujeito-humorista, por meio do deboche e do humor, desloca sentidos estabilizados que significam os contatos por e-mail de uma multinacional como marcados por um esperado tom protocolar e respeitoso e (re)significa “essas tentativas de contato” em tom de “brincadeira” e deboche.

Desse modo, o sujeito-humorista, em uma tensão entre sentidos estabilizados e outros possíveis, produz resistência. Quando consideramos a contradição como constitutiva do discurso e do sujeito, podemos consequentemente compreender a resistência na linguagem, já que os sentidos são divididos, marcados pela incompletude e impossibilidade de controle. Buscamos compreender como a falha no ritual se produz a partir do humor tomado como prática de revolta/resistência, o que abre para a emergência de

outros sentidos (im)possíveis. O sujeito-humorista “brinca” com um assunto sério – o que já se espera do humor- e subverte a linguagem de um e-mail direcionado a uma autoridade presidencial.

Considerando uma posição-presidente de descaso com a pandemia e possível aquisição de vacinas, buscamos compreender como a posição sujeito-humorista se instaura por meio da comicidade, no jogo/tensionamento entre uma Formação discursiva científica e uma Formação discursiva cotidiana. Compreendemos as posições-sujeito como lugares de interpelação ideológica a partir dos quais o indivíduo se constitui em sujeito e nos quais esse sujeito se inscreve para significar (PÊCHEUX, 2014)

2. Condições de produção e circulação do meme

A compreensão das condições de produção de um enunciado se dá em um sentido micro e macro: primeiro, elas podem ser entendidas por meio do contexto imediato, isto é, o aqui-agora da enunciação: onde é produzido (suporte); quem produziu (autor); onde circula (circulação social), entre outros aspectos. Em termos de condições imediatas, o vídeo-meme é assinado pelo humorista Rafael Chalub (mineiro), cujo nome artístico é *Esse Menino*. Ele produziu o vídeo no ano de 2021 durante a pandemia da covid-19. O vídeo foi publicado em 9 de junho, na plataforma *Instagram*, na página @essememino, o qual se tornou meme pela velocidade do compartilhamento e replicação. Além de compartilhado na plataforma *Instagram*, na página @essememino, também foi em outras redes sociais como *YouTube* e *TikTok*, as quais serviram de suporte para a sua circulação e propagação.

Pautando-nos em Orlandi (1999), temos o contexto mais amplo que diz respeito aos efeitos de sentidos dos elementos que derivam da sociedade “a história, a produção de acontecimentos que significam” (ORLANDI, 1999, p. 31). No caso do vídeo meme, é possível analisar o contexto sócio-histórico que determina sentidos no meme, isto é, a pandemia mundial da covid-19.

As condições de produção, as quais constituem os discursos, funcionam por meio de alguns fatores:

Um deles é o que chamamos relação de sentidos. Segundo essa noção, não há discurso que não se relacione com os outros. Em outras palavras, os sentidos resultam de relações: um discurso aponta para outros que o sustentam, assim como para dizeres futuros. Todo discurso é visto como um estado de um processo discursivo mais amplo, contínuo. Não há, desse modo, começo absoluto nem ponto final para o discurso. Um dizer tem relação com outros dizeres realizados, imaginados ou possíveis (ORLANDI, 1999, p. 39).

Com efeito, o vídeo-meme, ao colocar em tela um sujeito que representaria a empresa Pfizer na tentativa de diálogo com o Presidente da República, Jair Bolsonaro, recupera/atualiza sentidos que circularam na mídia de que a Multinacional teria realizado o envio de mais de 101 e-mails, de acordo com dados veiculados no Jornal “Correio Braziliense (2021)”³, para o Governo Federal brasileiro com a oferta da vacinação da população. Em virtude de o Brasil ser reconhecido como país da vacinação em massa (SANAR, 2023), a Pfizer ensejava torná-lo uma espécie de “vitrine para o mundo”, conforme afirmou o presidente da empresa, Carlos Murillo (AGÊNCIA SENADO, 2021)⁴. Tomando por base a primeira parte do vídeo, a posição sujeito do humorista é marcada e determinada pelas condições de produção que remontam a milhares de mortes pela covid-19 e pela sua inscrição em uma formação discursiva do humor. A partir dessa inscrição, os sentidos realizam seus percursos de uma formação discursiva científica para uma cotidiana. Assim sendo, no jogo/batimento entre tais formações

3 Informação veiculada no Jornal *Correio Braziliense*. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2021/06/4932143-lista-de-e-mails-da-pfizer-ignorados-pelo-governo-aumenta-sao-101-tentativas.html>. Acesso em: 26 nov. 2024.

4 Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/videos/2021/05/representante-da-pfizer-diz-que-ofertas-de-vacina-ao-governo-brasileiro-previam-entregas-em-2020>. Acesso em: 26 nov. 2024.

discursivas, o sujeito-humorista movimenta os sentidos que deslizam do científico para um tom informal/banal e, para tanto, o sujeito-humorista sugere uma comemoração e se despede com beijinhos.

Assim, temos nesse recorte do meme, a transcrição deste, bem como *frames* do vídeo/meme, a fim de demonstrar o percurso analítico realizado.

“Querido presidente Bolsonaro”. Presidente Bolso, Não, “Bolsonaro”.

E-mail 1: Transcrição

Fonte: Transcrição nossa.



Figura 1: Frames da primeira parte do “e-mail 1”.

Fonte: @essememino. Pfizer. Instagram, 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CP58ByuHWar/?igsh=dDliMHNpM3Fpam40>. Acesso em: 29 nov. 2024.

Nos frames de tela acima, esse batimento/tensionamento entre uma dada Formação discursiva científica e outra formação discursiva cotidiana se dá a partir do funcionamento de um jogo de imagens, a saber: o sujeito-humorista se coloca no lugar da empresa Multinacional Pfizer e, em meio ao deboche que se materializa na textualização do e-mail e na performance

corporal, cria um efeito-proximidade com o Presidente da República (seu interlocutor), por meio da utilização de apelidos, uso de linguagem informal, deslocando um imaginário de escrita oficial ou científica- por se tratar de uma empresa farmacêutica- direcionada a uma autoridade, abordando um tema de relevância notória. A linguagem do e-mail (des)autoriza o presidente, esvaziando-o dessa condição na qual ele seria digno de respeito ou negando a imagem de um sujeito-presidente que poderia compreender um discurso científico.

Nesse caso, vale dizer que os mecanismos de funcionamento do discurso constituem as formações imaginárias que, para Pêcheux (1990a, p. 82) designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles fazem do seu próprio lugar e do lugar do outro, a imagem que eles fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro, ou seja, há consequências disso na performance e também na interpretação de quem assiste à peça humorística.

Na formulação do e-mail tomado imaginariamente como “escrita oficial/protocolar ou técnico-científica”, o sujeito-humorista (autor do e-mail) resiste no/pelo humor, produzindo outros sentidos inesperados. No lugar de um tom respeitoso dirigido ao presidente, o sujeito-humorista encena justamente, em meio a gestos corporais exacerbados, a tensão e a dúvida em relação à escolha do vocativo direcionado ao Presidente (interlocutor): não opta pela forma canônica “Excelentíssimo Senhor Presidente”. Mas, ainda assim, apresenta, inicialmente, um sorriso irônico ao pronunciar a expressão: “Querido presidente Bolsonaro”. Em meio a novo um trabalho (in)tenso com os sentidos, o sujeito-humorista joga tanto com o texto do e-mail- como unidade empírica com começo, meio e fim - quanto com o corpo: são expressões faciais, giros, movimentos com os braços, tentativas de escrita e reescrita que (de)formam as imagens de empresa farmacêutica, presidente e do referente discursivo “negociação da compra de vacinas”. “De Presidente Bolsonaro” o sentido migra para “Bolsonaro”.

Isso nos mostra que “a falha, a fissura, o deslizamento não são índices negativos, são lugar de resistência, lugar do impossível (nem tão impossível) e do não sentido (que faz sentido)” (FERREIRA, 2000, p. 24). Com efeito, em meio a uma busca de retificar/redizer o dizer, “apaga” o adjetivo “querido”, optando pela expressão “presidente Bolsonaro”. Depois de uma pausa, finalmente, decide pela forma direta “Bolsonaro”.

Em meio a tais formas parafrásticas, temos um movimento que parte da escolha de um vocativo formal, que produz, no movimento dos sentidos, a substituição/supressão de palavras e o deslize para a coloquialidade. A esse respeito, ressalta Lagazzi (2015):

Substituição, deslizamento e deriva são termos importantes para compreendermos o procedimento parafrástico quanto o efeito metafórico. Ao ir se movimentando a interpretação num exercício de reformulações, o procedimento parafrástico vai atualizando o efeito metafórico, definindo limites de sentidos e dando visibilidade ao processo discursivo por meio de regularidades que vão localizando recortes na memória do dizer, especificando as formulações discursivas e as posições sujeito em jogo. (LAGAZZI, 2015, p. 181).

Nesse sentido, a resistência ocorre nesses deslizamentos de sentidos pela falha no ritual da interpelação ideológica, a linguagem formal e respeitosa esperada para um e-mail produzido por uma autoridade da área de saúde para um representante de um cargo de grande importância desliza para um tom informal e permeado pelo efeito-deboche.

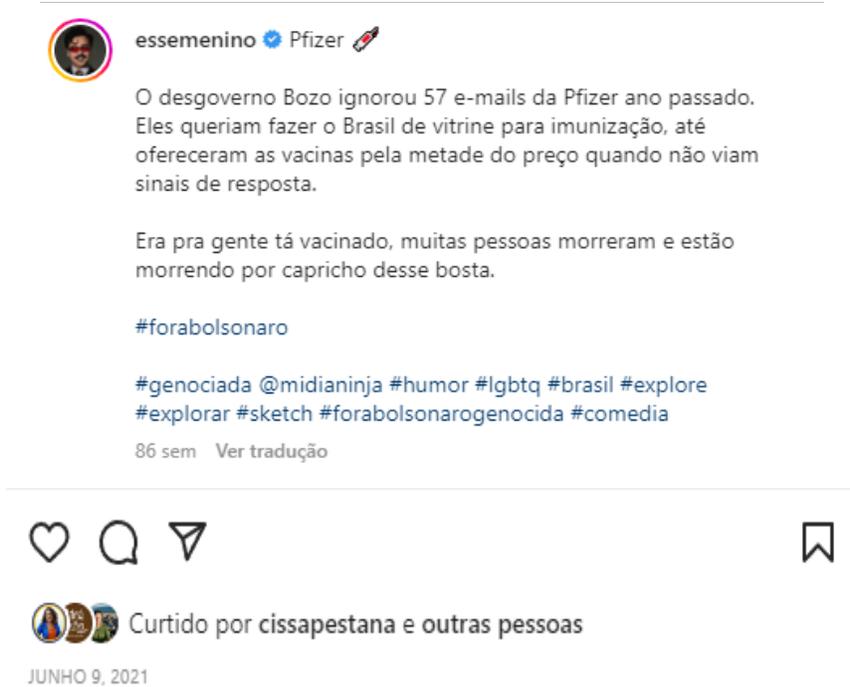


Figura 2: Legenda do meme *Pfizer* postada no *Instagram* @essemenino

Fonte: @essemenino. *Pfizer*. Instagram, 09 jun. 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CP58ByuHWar/?igsh=dDliMHNpM3Fpam40>. Acesso em: 29 nov. 2024.

Ao produzir a legenda na rede social *Instagram*, o sujeito-humorista marca uma posição-sujeito contrária à do governo brasileiro da época – negacionista - que culminou no fato de o governo ignorar os 57 e-mails, até o momento da postagem (9 de julho de 2021), em que posteriormente foi anunciado que, na verdade, tratavam-se de mais de 101 e-mails (CORREIO BRAZILIENSE, 2021). Logo, o sujeito-humorista assume uma posição discursiva favorável à ciência, à saúde e à vida. As escolhas linguísticas pelos termos “desgoverno”; “Bozo”; “ignora” já marcam a posição de crítica ao

governo da época, bem como retoma, por meio de um trabalho da memória discursiva, o fato ocorrido de que o Ministro da Saúde da época (Pazuello) considerou as vacinas caras, mesmo estando 50% mais barato do valor pago pelos outros países como Estados Unidos da América – EUA e Europa de US\$ 20 a dose por US\$ 10 a dose (PODER, 2021).

O objetivo da Multinacional Pfizer era fazer o Brasil de “vitrine para o mundo”, discurso de Carlos Murillo (presidente da Pfizer), enunciado recuperado pelo sujeito-humorista na legenda postada em seu perfil, que se contrapõe à posição negacionista do governo de não resposta aos e-mails e o interesse da Multinacional no Brasil, por ser conhecido como o país da vacinação em massa, devido à eficácia nas campanhas vinculadas ao Sistema Único de Saúde - SUS. Ainda, finaliza ressaltando as milhares de mortes devido à falta da vacinação por “capricho” do governo, isto é, aponta para o genocídio ocorrido. As hashtags utilizadas demonstram o lugar de fala do humorista como minoria (grupo LGBTQ - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgênero, Queer).

Desse modo, com base em Pêcheux (1990b), um ponto a se considerar no material diz respeito a algumas formas de resistência na linguagem que funcionam no vídeo-meme justamente pela inscrição em uma formação discursiva do humor. Nas palavras de Pêcheux: “mudar, desviar, alterar o sentido das palavras e das frases; tomar enunciados ao pé da letra; deslocar as regras na sintaxe e desestruturar o léxico jogando com as palavras”. (PÊCHEUX, 1990b, p. 17)

Como postula Pêcheux (1990), a posição-sujeito assumida por *Esse Menino* em meio ao meme joga justamente com as palavras, em que o sujeito desvia, altera, joga na língua (e com ela) e – com o corpo, haja vista um imaginário discursivo de ritual de escrita de e-mails sobretudo de uma empresa (fabricante de vacinas) direcionada a um chefe de Estado.

De fato, ideológica e historicamente, a escrita oficial, seja de uma carta, e-mail, ofício é significada como formal, respeitosa e séria. Outrossim, as condições de um contexto pandêmico supõem também um tom respeitoso

por conta de tantas vidas ceifadas e de um sistema de saúde sobrecarregado. Mas como a linguagem é um ritual com falhas, um dado sentido estabilizado de “formalidade/respeito à situação”, é deslocado/rompido, visto que o sujeito-humorista subverte esse ritual de linguagem a partir do efeito-riso e do deboche nos movimentos da simulação de escrita de um e-mail, nas condições de uma pandemia, pela empresa multinacional do ramo de saúde. Nesse jogo de “brincar” com as condições de produção de escrita de um e-mail formal ou com o contexto sócio-histórico mais amplo marcado por mortes, perdas e desafios ao sistema de saúde, sentidos ligados à ciência e à urgência em vacinar a população que poderiam estar formulados no texto deslizam para um convite para um churrasco, como podemos comprovar na sequência de frames abaixo:



Figura 3: Frame da segunda parte do “E-mail 1”.

Fonte: @essemnino. Pfizer. Instagram, 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CP58ByuHWar/?igsh=dDliMHNpM3Fpam40>. Acesso em: 29 nov. 2024.

Aqui quem fala é ela, a Pfizer. Tá passada? Adivinha??? As vacinas, tão no grau, mami!!!!. Bota a cervo pra gelar, a carne na braza....Beijinhos científicos, até já Pfizer”.

Transcrição:

Fonte: Transcrição nossa.

Tomando como base a segunda parte da transcrição do vídeo, a forma do advérbio (dêitico) “aqui” demarca o momento e espaço da enunciação no qual a empresa Multinacional se autointitula “ela” e está “se apresentando” ao interlocutor. O sujeito-humorista, lançando mão de uma entonação expressiva, ratifica um imaginário discursivo de que a posição social da empresa Pfizer é poderosa, portanto, não se trata de qualquer uma organização, é “a Pfizer”-Pffizer (como enunciado pelo sujeito-humorista). Mas mesmo que a empresa seja tida como poderosa ou mesmo comprometida com o enfrentamento da doença, o sujeito, em meio à falha no ritual, assume um tom de deboche materializado pela pronúncia da palavra Pfizer que é prolongada/alongada.

Podemos ressaltar que a resistência para Pêcheux é simbólica, ou seja, se inscreve no discurso, seja desestabilizando os sentidos esperados tanto pela posição de uma empresa de vacinas, seja instituindo outros processos de significação em que “uma negociação tão séria em um momento tão desafiador” culmina em um convite para um churrasco. Resistir é brincar com as palavras, com o contexto, é dar escuta ao equívoco, à falta, ao excesso.



Figura 4: Frames da terceira parte do “E-mail 1”.

Fonte: @essememino. *Pfizer*. Instagram, 09 jun. 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CP58ByuHWar/?igsh=dDliMHNpM3Fpam40>. Acesso em: 29 nov. 2024.

Neste momento, o sujeito-humorista formula/textualiza expressões coloquiais e informais, tais como “tá passada”, “tão no grau “mami”, “bota a cervo pra gelar”, “a carne na braza” além do excesso de interrogações e exclamações no texto do e-mail. Nesse caso, no lugar da formulação de um texto de e-mail formal, formulado a partir de expressões técnicas ou linguagem científica como, por exemplo, o uso de dados sobre a eficácia das vacinas ou planilhas com valores, o sujeito-humorista resiste simbolicamente, justamente, por estar inscrito em uma formação discursiva do humor.

Ademais, tomando por base a categoria de corpo como materialidade discursiva, em sintonia com Orlandi (2021), *o texto* do corpo funciona, assim, como uma forma de produção, circulação e formulação de sentidos (ORLANDI, 2001, nossos grifos), além de trazer possibilidades de produção de efeitos de sentidos sobre o próprio sujeito-enunciador, que enuncia a partir de si mesmo, de seu corpo (e não através da língua). Para Ferreira (2013), o corpo é materialidade discursiva e passa pelos processos de interpelação e identificação. O corpo, assim como a língua, produz efeitos de sentidos em determinadas condições de produção.

Assim, ao contemplarmos o trabalho do sujeito-humorista com seu corpo a partir de gestos exagerados (expressões faciais, giros com a cabeça) podemos considerar como sujeito e sentido se constituem ao mesmo tempo por um efeito-perfomático que histórica e ideologicamente remonta a uma formação discursiva do humor. O corpo como lugar de inscrição é um espaço no qual o sujeito identifica-se com uma Formação discursiva do humor, da performance e do efeito-deboche. Nesse sentido, a quebra do ritual de linguagem atinente ao e-mail (en)cenado pelo sujeito-humorista coloca em cena tensões entre um imaginário de como a Multinacional Pfizer deveria se dirigir ao Presidente da República (Excelentíssimo), usando linguagem científica versus a formulação de um e-mail que faz alusão a mensagens instantâneas de *whatsApp* (linguagem informal). Desse modo, há efeitos dessa quebra ao interlocutor que promove o riso, por meio do humor cômico, o qual leva a reflexão a um leitor atento ao cenário político-social brasileiro.

Em meio à resistência na/pela linguagem, o sujeito-humorista propõe um “churrasco”, uma comemoração típica brasileira, a fim de produzir um efeito de proximidade com o interlocutor. Nesse caso, a imagem que sujeito-locutor *Esse Menino* se identificando com uma FD do humor- faz de seu interlocutor “Presidente Bolsonaro” é de um sujeito para o qual se deve fazer uso de uma linguagem informal para falar de “igual para igual”, o qual é retirado de sua posição de presidente da República para ser colocado numa posição de amigo, o que engendra também uma subversão gerada pelo humor.

Mas, tendo em vista o equívoco constitutivo da linguagem, podemos notar uma tensão/divisão dos sentidos com relação à palavra churrasco. Primeiro, a sugestão de um churrasco sugere entrar no jogo do presidente, que estaria mais preocupado com assuntos banais (churrasco, festas, motocicletas, contrariando o isolamento social) do que necessariamente com a vacinação da população.

Segundo, por um efeito de memória, “churrasco” convoca sentidos ligados a uma reunião popular marcada pela espontaneidade, informalidade, alegria e tom festivo. E o sujeito-humorista, em meio ao deboche, propõe, em nome de uma grande empresa farmacêutica, justamente um churrasco em um contexto de isolamento social. Essa proposta, ironicamente, remete a uma posição de displicência do presidente com relação à pandemia, já que sempre tratou a Covid-19 como “gripezinha”, se opondo às medidas de isolamento social e uso de máscara. Justamente por ser uma aglomeração de pessoas, o churrasco representou, em meio à pandemia, um risco de contágio da doença.

Ademais, expressões relacionadas a uma posição-sujeito LGBT como “tá passada”, “mami” produzem um efeito de resistência à posição negacionista governamental perante à pandêmica da Covid¹⁹, justamente por serem falhas no ritual de linguagem. É preciso ousar se revoltar, como nos ensina Pêcheux (1990b), e, nesse sentido, mesmo direcionando um e-mail a um presidente assumidamente homofóbico, as palavras e/ou expressões relacionadas a uma dada posição-sujeito são movimentadas no gesto de produzir o cinismo.

Com efeito, no meme, por essa filiação ao humor, o que movimenta o texto são esses sentidos (in)esperados que entrecortam o estabilizado, desorganizando o previsível do que se espera (projeção imaginária) da abordagem de uma grande empresa tratando um assunto de notória importância, visto que o humor quebra os sentidos estabilizados ao ir além do “esperado”, tornando-se uma situação seria como “absurda”, a fim de chamar a atenção para o que está sendo dito.

Justamente o discurso de uma empresa farmacêutica (na negociação de vendas de vacinas em uma pandemia) que convida para um churrasco produz esse batimento entre diferentes FDS, um entrechoque de sentidos que encaminham o sujeito-leitor para o riso diante do sentido (im) possível que emerge: a empresa de renome que produz vacina propor um churrasco em meio a uma pandemia. O vídeo-meme desloca justamente as identificações imaginárias constitutivas da posição empresa multinacional fabricante de vacinas.

Na formulação do meme, podemos considerar de um lado, a constituição dos sentidos, o interdiscurso, representado no eixo vertical relacionado a todos dizeres já ditos e esquecidos, representando o dizível sobre o cotidiano, churrasco, maneiras informais de tratamento e o eixo horizontal, o intradiscurso que diz respeito à formulação, o que está sendo dito em um dado momento e a partir de tais condições de produção. Nesse caso, o dizer se encontra na confluência entre os dois eixos “o da memória (constituição) e o da atualidade (formulação). E é desse jogo que tiram os sentidos”. (ORLANDI, 1999, p. 33).



Figura 5: Frame da quarta parte do “E-mail 1”.

Fonte: @essememino. Pfizer. Instagram, 09 jun. 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CP58ByuHWar/?igsh=dDliMHNpM3Fpam40>. Acesso em: 29 nov. 2024.

Para a compreensão dos sentidos em funcionamento no vídeo-meme, foi necessário considerar a tensão entre a paráfrase e a polissemia (ORLANDI, 1999). Desse modo, em meio às condições de produção de uma Pandemia, o sujeito-humorista produz efeito-humor quando não reitera sentidos aos números de vítimas da pandemia ou à justificativa de vacinação. O sujeito-humorista desloca um sentido que liga a multinacional fabricante de vacinas a uma Formação discursiva científica. A partir da polissemia, isto é, da emergência do novo, a empresa Pfizer filia-se a um discurso cotidiano e informal que o sujeito humorista (en)cena as tentativas de a empresa tentar aproximar-se do presidente. No fecho do e-mail, a partir da formulação no diminutivo “beijinhos científicos”, a polissemia se instaura justamente em meio à subversão da escrita de um e-mail formal em que a despedida seria comumente “atenciosamente”, instaurando o imprevisto, mas que, ao mesmo tempo, para o humor pode ser previsto. Uma palavra no lugar de outra produz a falha, a resistência. Na

legenda, a apresentação do emoticon de coração, bem como de vacina, remonta às mensagens instantâneas enviadas via redes sociais, em que se utilizam tais artifícios para simbolizar sentimentos, emoções e, até mesmo, representar o dizer. A pronúncia Pfizer ocorre, novamente, da mesma forma expressiva e prolongada e marcada por um sorriso irônico ao final.

Nesse sentido, devemos considerar a resistência na contradição entre “a sujeição ao poder e a luta contra o poder” (LAGAZZI, 1998 p. 78). A autora discute que é pela/na relação entre o realizado e o alhures, que a resistência, a partir da regência do nome, pode ser entendida como resistência a (a alguma coisa ou alguém), resistência para (conseguir algo) e resistência de (uma posição). Nos gestos analíticos que produzimos, buscamos dar visibilidade justamente à contradição da resistência que não pode ser tomada como opor-se a algo, mas sim como luta por “um sentido” e “contra um sentido”. Não se trata de um sujeito dotado de intenção e vontade de resistir, a resistência simbólica implica um “movimento do sujeito para uma posição que não o submete inteiramente à coerção. É a prática de deslocamento desse sujeito em direção a um lugar em que ele constrói um poder dizer” (ORLANDI, 1998, p. 17).

Efeito fecho: corpo e discurso como forma de resistência

A partir dos efeitos de sentidos possíveis evocados no discurso do humorista Esse Menino, na imbricação material do Meme nominado Pfizer, foi possível compreender e buscar possíveis respostas à indagação do presente artigo de pesquisa: De que forma o sujeito-humorista, a partir do vídeo-meme, inscreve-se em uma formação discursiva do humor e produz resistência?

A resistência significada discursivamente na produção do vídeo-meme não pode ser tomada como estratégia intencional de um sujeito individual. O sujeito-humorista marca uma posição, ao se filiar a uma formação discursiva do humor que o permite significar em um contexto de resistência, jogando na língua (e com ela) e também - com o corpo tomados como materialidade simbólica.

Ao marcar uma dada posição de resistência possível pela inscrição em uma Formação discursiva do Humor, o sujeito-humorista busca romper com um imaginário de escrita oficial/empresarial tratando de um assunto de notória relevância e endereçada a um Presidente de um país. Produzindo outros sentidos inesperados, mas, ao mesmo tempo, esperados e possíveis para um discurso humorístico justamente por produzir o diferente, o sujeito-humorista quebra com esse imaginário, quando, falando em nome da Multinacional Pfizer, oferece a vacina ao presidente, mas usando uma linguagem inesperada, ousada.

Por se tratar de um enunciado humorístico, o sujeito, dessa posição deboche e do cinismo para justamente encenar as tentativas de contato da empresa Pfizer e o presidente Jair Bolsonaro. Ocupar outros espaços de significação, desviar os sentidos, produzir outros modos de identificação são formas em meios às quais o sujeito-humorista, imaginariamente, projeta-se como representante da empresa Pfizer e também antecipa o lugar do outro (seu interlocutor). Nesse caso, o sujeito não resiste de fora mas justamente se filia a um discurso do cotidiano/banal que constitui o sujeito-presidente (não se fala em ciência, na relevância da vacina, na gravidade da Pandemia, mas propõe um convite a uma festa com cerveja, churrasco). Em face das condições de produção atinentes à prática do humor, o sujeito pode envolver-se em um (in)tenso “jogo” com as palavras e seu corpo, retomando e deslocando sentidos, em meio às (im)possibilidades de convencer um presidente que não “entenderia” de ciência.

Referências

AGÊNCIA SENADO. **Representante da Pfizer diz que ofertas de vacina ao governo brasileiro previam entregas em 2020.** Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/videos/2021/05/representante-da-pfizer-diz-que-ofertas-de-vacina-ao-governo-brasileiro-previam-entregas-em-2020>. Acesso em: 26 nov. 2024.

CARROZZA, Guilherme; SANTOS, Mirian dos. Da repetição ao deslocamento: uma análise do funcionamento dos memes. In: FERREIRA, Ana Cláudia; MARTINS, Ronaldo Teixeira (Orgs). **Linguagem e tecnologia**. Campinas: Editora RG, 2012. p. 95-108.

CORREIO BRAZILIENSE. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/politica/2021/06/4932143-lista-de-e-mails-da-pfizer-ignorados-pelo-governo-aumenta-sao-101-tentativas.html>. Acesso em: 26 nov. 2024.

DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta**. Belo Horizonte: Itatiaia, 2007.

DIAS, Cristiane. **Análise do discurso digital**: Sujeito, espaço, memória e arquivo. Campinas: Pontes, 2018.

ESSE MENINO. **Meme Pfizer**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rWj9meqOQrM>. Acesso em: 29 nov. 2024.

LAGAZZI, Suzy. Paráfrases da imagem e cenas prototípicas em torno da memória e do equívoco. In: **Análise do Discurso em Rede Cultura e Mídia**. Giovanna G. Benedetto Flores; Nádia Régia Maffi Neckell; Solange Maria Leda Gallo (Orgs.). Campinas, São Paulo: Pontes Editores, 2015.

LAGAZZI, Suzy. O recorte significativo da memória. In: INDURSKI, Freda et al. (orgs). **O Discurso na contemporaneidade: materialidades e fronteiras**. São Carlos: Editora Claraluz, 2009. p. 67-78

LAGAZZI-RODRIGUES, Suzy. **A discussão do sujeito no movimento do discurso**. Tese de doutorado Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da linguagem. Campinas, SP: [s. n.], 1998.

LEANDRO-FERREIRA, Maria Cristina. O corpo enquanto objeto discursivo. In: PETRI, V.; DIAS, C. (Orgs.). **Análise do discurso**: teoria, método e análise. Santa Maria: EDUFMS, 2013

ORLANDI, Eni de Lourdes Puccinelli. **Análise de discurso – princípios e procedimentos**. Campinas - SP: Pontes, 1999.

ORLANDI, Eni de Lourdes Puccinelli. A leitura proposta e os leitores possíveis. In: ORLANDI, Eni Puccinelli (Org.). **A leitura e os leitores**. Campinas: Pontes, 1998.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica a afirmação do óbvio**. 5. ed. Tradução de Eni Puccinelli Orlandi, Lourenço Chacon Jurado Filho, Manoel Luiz Gonçalves Corrêa; Silvana Mabel Serrani. Campinas, SP: Unicamp, 2014.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Tradução Eni Orlandi. 4. ed. Campinas: Pontes, 2006.

PÊCHEUX, Michel. Apresentação da AAD. In: GADET, F., HAK, H. **Por uma análise automática do discurso** (Uma introdução à obra de Michel Pêcheux). Campinas: Pontes, 1990a.

PÊCHEUX, Michel. Delimitações, inversões, deslocamentos. In: **Cadernos de Estudos Lingüísticos**, n. 19, p. 7-24, jul./dez. 1990b.

PODER. **Governo Bolsonaro recusou a vacina a 50% do valor pago por EUA e Europa**. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/governo-bolsonaro-recusou-vacina-a-50-do-valor-pago-por-eua-e-europa/> . Acesso em: 26 nov. 2024.

SANAR. **O Brasil é referência em vacinação e a equipe multidisciplinar de saúde tem um papel fundamental entenda**. Disponível em: <https://blog.sanarsaude.com/portal/carreiras/artigos-noticias/brasil-referencia-mundial-em-vacinacao-entenda-papel-da-equipe-multidisciplinar-de-saude>. Acesso em: 26 nov. 2024.