



SIGNIFICAÇÕES E RESIGNIFICAÇÕES DOS MEMES DE NARUTO EM PERÍODO DE PANDEMIA NO INSTAGRAM

Eixo 01 – Educação, Comunicação: fundamentos e teorias

Marisete Augusta da CRUZ¹
Ronaldo Nunes LINHARES²
Naldson Gomes de SANTANA³

RESUMO

O artigo procura analisar o animê/mangá “Naruto”, sua capacidade de engendrar significações e ressignificações ao entrelaçar-se com o gênero meme, proveniente do Instagram, no auxílio a aprendizagem voltada a saúde em período de pandemia; devido a sua dinâmica fluida, adaptativa e transformadora que direciona seus seguidores à informação, à diversão, à ironia, à crítica, à orientação e à mudança comportamental através do Instagram. Para tal, foi realizada uma pesquisa quantitativa com o intuito de perceber e analisar o animê/mangá Naruto como mediador de significados múltiplos; com aporte teórico de autores como Ausubel (1982), Hall (2003), Han (2019), Lipovetsky (2008), Martin-Barbeiro (2006) e outros; além de memes coletados de perfis do Instagram no período de setembro a novembro de 2020.

PALAVRAS-CHAVE: animê/mangá “Naruto”; Significação/Ressignificação; Aprendizagem; pandemia.

ABSTRACT

The article seeks to analyze the anime / manga “Naruto”, its ability to engender meanings and resignifications by intertwining with the meme, genre coming from Instagram, in aid of health-oriented learning in a pandemic period; due to its fluid, adaptive and transforming dynamics that directs its followers to information, entertainment, irony, criticism, guidance and behavioral change through Instagram. To this end, a quantitative research was carried out in order to understand and analyze the anime / manga Naruto as a mediator of multiple meanings; with theoretical input from authors such as Ausubel (1982), Hall (2003), Han (2019), Lipovetsky (2008), Martin-Barbeiro (2006) and others; in addition to memes collected from Instagram profiles from September to November 2020.

KEYWORDS: anime / manga “Naruto”; Meaning / Resignification; Learning; pandemic.

¹ Universidade Tiradentes-UNIT; Mestranda em Educação, GECES – Grupo de Pesquisa em Comunicação, Educação e Sociedade; e-mail: marizeteaugustus@gmail.com

² Universidade Tiradentes-UNIT ; Doutor em Ciências da Comunicação-USP; GECES – Grupo de Pesquisa em Comunicação, Educação e Sociedade; e-mail: nuneslinhares.ronaldo8@gmail.com

³Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe-FANESE; Bacharel em Direito; e-mail: dr.n.macnamara@gmail.com



1 Introdução

A linguagem é uma capacidade específica humana e nos difere dos animais. A imagem é a primeira forma de comunicação (de registros), seguida pela fala e, após anos de evolução, da escrita. Mas o que significa comunicação? Para Colin Cherry (1974) são os compartilhamentos de elementos dos nossos comportamentos e modos de vida, usando um conjunto de regras.

A primeira regra para a existência da comunicação é a presença de um emissor e um receptor, precisa-se de quem conte e de quem receba a mensagem produzida. É através do remetente que a informação chega ao destinatário, carregada das marcas pessoais de quem a emite. Ao receptor fica o cargo de decodificar o código utilizado e assim captar as significações da mensagem, conforme suas experiências e conhecimentos. Com o desenvolvimento da fala e da escrita, a comunicação imagética foi substituída, mas não esquecida; o verbo passou a comandar as ações e direções da humanidade, a imagem formou um gênero diversificado, complementar a comunicação.

A inerente necessidade por comunicação e socialização respaldou nossa capacidade de comunicação atual, através de evoluções como: a escrita, a criação do alfabeto, o telégrafo, o jornal, o rádio, o telefone, a televisão, o celular, o computador e a internet, entre outras. Estas últimas responsáveis por mudanças drásticas, representadas pela Terceira Revolução Industrial (Revolução Digital) que transformou a informática em um meio de massa com infinitas possibilidades de criação, comunicação, interação e simulações (SANTAELLA, 2003).

Entre essas possibilidades estão os memes. Uma linguagem com potencial comunicativo, provando que a comunicação continua em um processo contínuo de transformação e evolução. Fato observado neste período de afastamento social em que os memes proliferaram em aplicativos, sites, blogs e redes sociais como o Instagram.

A quantidade de memes referentes a esse tema foi gigantesca e devido ao grande número, este trabalho focalizará na análise de um tipo de memes específico: os baseados no animê/mangá⁴ “Naruto”; este um objeto de desterritorialização cultural proveniente

⁴ Respectivamente histórias em quadrinhos japonesa e versão animada. Por se tratarem de mesma narrativa “Naruto” e serem estudados como um único dispositivo serão utilizados como iguais e no singular.



da Revolução Digital. Dessa forma, este trabalho visa analisar alguns memes baseados no animê/mangá citado, algumas significações e ressignificações comunicativa do Instagram que auxiliam na aprendizagem voltada a saúde.

Quem nunca lembrou, compartilhou ou comentou um meme engraçado? Pouco a pouco a brincadeira, o deboche e o humor dos memes incorporaram-se a outros gêneros como o Animê/mangá, passaram a fazer parte do cotidiano dos brasileiros que diariamente convive, dissemina-os em rodas de conversas, nas redes sociais, aplicativos e em trabalhos acadêmicos. Tal gênero possui relevância científica por ser um artefato social e cultural de ampla representação, produto hipercultural e de potencial comunicativo. Sendo assim, o Gênero Animê/mangá “Naruto” é capaz de engendrar significações e ressignificações ao entrelaçar-se ao gênero meme?

2 Memes do *Animê/Mangá Naruto* como Processo Comunicativo na Pandemia pelo Instagram.

Vivemos em um processo de globalização intenso, ato que possibilitou e possibilita o contato entre culturas divergentes e convergentes, provenientes de toda parte do mundo. Tal aproximação é possível graças a cultura-mundo proveniente da cultura globalizada, do mundo hipermoderno que une e desterritorializa bens, informações, peculiaridades locais (LIPOVETSKY, 2008).

O Gênero animê/mangá é um exemplo da desterritorialização hipercultural que permitiu um artefato cultural japonês ser incorporado a nossa cultura e, aqui reconfigura-se, incorpora-se no nosso ver o mundo e agir. Os memes é um desses resultados. Junta-se a isso, a atual pandemia que assustou e modificou nossa rotina.

Tal fusão: mangá\animê “Naruto” com o afastamento social em forma de meme propiciou um gênero de significações múltiplas, provando que “Globalização e variedade não se excluem” (HAN, 2019, p. 35). Ler um meme é diferente de ler um texto escrito, uma imagem, ou um texto com imagem. Para entender esse gênero, são necessárias habilidades específicas e mais amplas que as exigidas convencionalmente.

No nosso caso, o tema é o gênero animê/mangá “Naruto”, o foco é a pandemia e, o gênero trabalhado o meme. Para compreendê-lo em sua totalidade é necessário conhecer minimamente o *animê/mangá*, ter conhecimento do que é e a intenção do



meme, da pandemia e, da covid-19. Desta união acontece a apropriação voltada a saúde e a necessidade de mudar comportamentos.

O Instagram é um dos meios responsáveis por essa união e disseminação, a rede social mais acessada e que mais cresceu no Brasil em 2020 (CRUZ, 2020); por sua vez, tem agregado comunidades *Otaku*⁵, por ser um espaço de interação imediata, fruto da globalização, parte do novo regime de cultura (hipermodernidade) propiciou que as informações mundiais fossem conhecidas e inter-relacionadas com “Naruto” incluído no meme, como conexão e, assim possibilitar uma apropriação. Além disso:

A cultura perde cada vez mais a estrutura que se aparece com a de um texto ou livro convencional. [...] Desfazem-se os limites ou as vedações nos quais a aparência de uma autenticidade cultural ou originalidade são acentuadas[...] Fica des-limitada, sem-fronteiras, des-costurada em uma hipercultura. Não são os limites, mas os links e as conexões que organizam o hiperespaço da cultura. (HAN, 2019, p.22)

A angústia de não saber o que iria acontecer e o não poder sair de casa, permitiram que publicações voltadas a esse tema ganhasse atenção. Unir o gênero meme, já em utilização na rede social, a situação atual, juntamente com o gênero consumido e admirado (Animê/mangá “Naruto”) potencializou a discursão; além de direcionar a uma aprendizagem de saúde por consequência. Para isso, tanto a covid-19, o meme e “Naruto” são utilizados como subsunçores para a aprendizagem e entendimento da mensagem; além de ambos serem produtos resultantes da globalização, da desterritorialização e da hiperculturalidade que permitem a movimentação livre pelos caminhos coloridos do hipertexto. (HAN, 2019; MARTIN-BARBEIRO, 2006).

2.1 Metodologia

Por ter um caráter de busca de compreensão de significações e ressignificações, a pesquisa configura-se como qualitativa de cunho descritivo por tentar analisar “[...] Um nível de realidade que não pode ser quantificado, trabalhando com o universo de crenças, valores, significados e outros construtos profundos das relações que não podem ser reduzidos a operacionalizações de variáveis” (MINAYO, 2007, P.22).

⁵ Termo japonês para fãs fervorosos de *animês* e mangás.



O instrumento de coleta de dados foi o Instagram, sua ferramenta que possibilita salvar as postagens que lhe são pertinentes, seu acesso posterior de maneira fácil e rápido. Para permitir a análise foram acompanhados 07 IGs⁶ abertos do Instagram no período compreendido entre setembro a novembro do presente ano e, assim possibilitar a análise qualitativa, organizado no Quadro 1:

| Nome do perfil | Quantidade de seguidores |
|----------------------|--------------------------|
| Otaku_anime_favorite | 61,5 mil seguidores |
| tatakaianimes | 16,9 mil seguidores |
| tudosobrenatur | 23,8 mil seguidores |
| Kunoichi_sincera | 22,3 mil seguidores |
| anime_br4sil | 5,925 mil seguidores |
| uzumaki.brasil | 247 mil seguidores |
| naruto.uzumakibrasil | 45 mil seguidores |

Quadro 1: IGs seguidos pela pesquisadora

Fonte: Instagram, 2020.

A escolha dos memes levou em consideração a relação com a pandemia, as instruções que direcionavam os jovens a conscientização da situação, a reflexão sobre o tema e/ou o direcionar de comportamento necessário para o contexto: origem do vírus, entender os sintomas, uso de máscara, distanciamento social, lavar as mãos, evitar aglomeração e manter-se vivo. O acesso, as postagens, foi possibilitado por seguir os perfis citados, por serem páginas abertas ao público com publicações diárias.

Como há repetição dos memes nos perfis, foram escolhidos memes do perfil naruto.uzumakibrasil por estar à disposição da pesquisadora, pelo compartilhamento de dados particulares do perfil e detalhes acessados apenas pelo seu administrador.

A ponte já criada facilitou a análise qualitativa que se baseou nos comentários realizados; na disponibilidade do proprietário do perfil (naruto.uzumakibrasil) em responder perguntas, doando os dados de acesso, comentários e alcance do meme. Além da observação e entendimento desse processo de comunicação que permitiu melhor observação da aprendizagem apresentada entre um produto desterritorializado e o gênero memes para um fim: Informar, ironizar, divertir e conquistar seguidores.

3 Significados e Ressignificações dos Memes Naruto no Instagram em Plena Pandemia

⁶ Perfis de usuários do Instagram.



genialidade de *Orochimaru* e a origem/disseminação do coronavírus) ou: “Acho que você quis dizer konohavirus” (Clara relação do vírus com a Vila de *Konoha*).

O meme a seguir, com 5559 curtidas, faz seguidores concordarem, relacionarem os sintomas da covid-19 (tosse, febre, coriza, dor de garganta, dificuldade de respirar, cansaço) a aparência do personagem. *Hayate* ao ser juiz do terceiro exame *Shuni*⁸ aparentava uma saúde frágil, cor pálida, olheiras e tosse, sintomas estes parecidos e vinculados aos infectados pelo vírus.



 Para obter mais informações sobre a COVID-19, acesse saude.gov.br.

Postagem 2 – Já sabemos onde o coronavírus saiu...

Fonte: naruto.uzumakibrasil (2020)

A fisionomia de *Hayate* é de alguém de saúde frágil, debilitado, olhar caído, cansado, doente. Ao conectar os sintomas reais com a aparência do examinador, os jovens internalizam os principais sintomas da doença, como também o faz de maneira significativa. A aprendizagem significativa é ancorar conceitos relevantes (subsunçores), existentes cognitivamente no aprendiz, permitindo-o reconfigurar ideias pré-existentes e relacionar as novas ideias, a questão sanitária (AUSUBEL, 1982).

Os jovens que consomem o *animê*/mangá relacionam facilmente aos sintomas da Covid-19, internalizam e interpretam tais características de forma rápida, prazerosa, consolidando o conhecimento, isto é, produz sentido. Comentários do tipo “ele não usava máscara por isso morreu”, “ele não fez como Kakuzu que era véio, saiu com máscara para tirar dinheiro e morreu 5 vezes. Mantenha seu véio em casa galerinha”, “Vou aderir kkkkk”, “Sensacional”, “Genial kkkk”, “meu medo só aumentou agora...” confirmam tal processo; além dos números de comentários, acessos e compartilhamentos. Indo a fase de prevenção e cuidados, achamos um passo a passo:

⁸ Torneio de luta ninja do animê/mangá “Naruto”.



Postagem 3 – Regrinhas básica da Covid-19

Fonte: naruto_uzumakibrasil (2020)

Os animes voltados aos jovens costumam ter muitas lutas, mortes, lições de moral, poderes inimagináveis, histórias de amizades, persistências e princípios. Os memes acima utilizam essas características para chamar atenção à necessidade de seguir regras básicas de higiene, cuidados, proteger a si e ao outro e, assim não falecer.

Em todas, os personagens da direita para esquerda: *Itachi*, *Tobirama*, *Madara*, *Deidara*, *Minato*, *Kakashi* e a reencarnação de 05 *shinobis*⁹ são utilizados para orientar seus seguidores a continuarem vivos e, representa a importância do distanciamento, do não aglomerar-se, do higienizar bem as mãos, do uso de máscara e, do fato da não capacidade de ressuscitar, respectivamente. Dessa maneira:

[...] O consumo não é apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos: lugar de uma luta que não se restringe à posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos *usos* que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais. ” (MARTIN-BARBEIRO, 2006, p. 290).

⁹ Ninjas do *animê*/mangá *Naruto*.



O consumo dos memes apresentados é visível na quantidade de curtidas, compartilhamentos e alcance da postagem 03, em apenas um perfil (naruto_uzumakibrasil (2020)) em menos de dois meses alcançou:

| | |
|---------------------------------------|------|
| Curtidas | 1086 |
| Compartilhamento | 315 |
| Salvamento do conteúdo como relevante | 249 |
| Alcance | 5433 |
| Novas visitas ao perfil | 83 |

Números referentes a postagem 03

Fonte: naruto_uzumakibrasil, 2020

No mínimo, o meme serviu de subsunçor para 1086 pessoas, permitindo conexões que propiciam relações, entendimento da importância dos cuidados para a não propagação do vírus, manter o isolamento social; isso em apenas um perfil. Assim, a apropriação do conteúdo mimético transformou-se, produziu sentidos pela capacidade de disseminação dinâmica, adaptável, duplicável com fluidez e rapidez.

O consumo, o entendimento, as interpretações e as inferências realizadas serão eficazes, se houver um conhecimento prévio dos três códigos fundidos (meme, Naruto, pandemia) e, por isso, servem de subsunçores para aprendizagem sanitária importante para o contexto atual e, por fazerem parte do consumo, produz sentido.

No entanto, para quem não tem o *animê/mangá* em seu conhecimento de mundo, a decodificação é dificultada. Visto que a codificação inicial ocorreu na China, [...] já a decodificação ocorre em algum outro lugar, em outra hora, envolvendo outras pessoas. [...]” (HALL, 2003, P. 361), ou seja, a compreensão do código configurado na China é compreendida em outro contexto, por pessoas diversas que transformou em um novo código (no Brasil), com novas significações, sem perder a essência inicial. Dessa forma, o meme possibilita aos seguidores apropriar-se tanto de outra cultura, quanto dos novos sentidos negociados pela pandemia, isso intermediado pelo *animê/mangá* “Naruto”. Para Han (2019) ao apropriar-se do outro, o sujeito e a coisa apropriada se transformam.

Sendo assim, o meme que em si já é uma sobreposição de significados, é uma transformação dessa apropriação cultural, transformado constantemente. Os personagens já possuem um significado no *anime/mangá* e cada um exerce uma função específica; mas ao ser transportado para o meme, sua imagem transforma-se, adquire



novas significações que aliada à sua significação original e/ou a escrita constroem um novo sentido; tornar-se um espaço globular perpassado por trajetória de sentido que tomará corpo no contexto da pandemia (MARTIN-BARBEIRO, 2006). Assim:

Uma vez concluído, o discurso deve então ser traduzido — transformado de novo — em práticas sociais, para que o circuito ao mesmo tempo se complete e produza efeitos. Se nenhum "sentido" é apreendido, não pode haver "consumo". Se o sentido não é articulado em prática, ele não tem efeito. [...]. (HALL, 2003, P. 388).

Para o aprendizado (produção de sentido) significativo aconteça é preciso que o jovem (seguidor) disponha-se a relacionar o material construído e organizado (meme) ao conteúdo (a pandemia e suas consequências). O consumo dos memes acontece pela fusão de “objetos” já existentes e com sentido, aliando-os simultaneamente para a complementação de um novo significado que devolve à leitura a legitimidade do prazer (MARTIN-BARBEIRO, 2006) por ser do mundo cultural consumido.

Mesmo o *animê*/mangá sendo estrangeiro, faz parte de um hipermercado de cultura/cultura-mundo que desenvolve pluralidade, subjetivação e uma hiperindividualização, à medida que as sociedades aproximam-se (LIPOVETSKY, 2008). Mesmo proveniente das trocas culturais e conexão com o grande mundo globalizado, não conseguirá eliminar a história, a língua e a cultura nacional para Martin-Barbeiro (2006). Naruto foi incorporado a nossa cultura, no entanto, para isso recebeu valores simbólicos nacionais que o tornam mais próximo, decodificável, passível de entrelaçamentos com o meme e a situação pandêmica vigente.

A informação na globalização é poder, move os espaços físicos e digitais, gerada e consumida pelo receptor, que: “[...] não é um simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas também produtor. ” (MARTIN-BARBERO, 2006, p. 302). Ao salvar, compartilhar, repostar um meme o seguidor está sendo consumidor/receptor e produtor da mensagem; certificando, validando a informação, pela lógica pessoal, consumista e interesses a serem negociados. Poderá mudar a legenda, fazer provocações, lançar novos desafios e apropriações (ressignificações).

O processo de codificar e decodificar que aplicado ao meme permite as ressignificações, as transformações que encaminham seu leitor/consumidor a interpretar



à sua maneira, considera o seu conjunto cultural (permeado de hipercultura). Assim fazer suas inferências, criar seu entendimento, compartilhar, comentar e ao interagir, expor algo novo sobre o conteúdo denota que os significados foram transformados pelo processo comunicativo (MARTIN-BARBEIRO, 2006) representado pelos memes em questão.

Então, pode-se dizer que o *animê*/mangá “Naruto” representa uma identidade cultural particular e coletiva do público apreciador. Por isso, tonar-se mediação de significados capaz de unir o gênero meme a situação pandêmica e ao mesmo tempo informar, divertir, ironizar, criticar, orientar e direcionar comportamentos. O meme, como gênero, não tem valor fixo, mas exige a construção de um sistema adequado ao nosso país, configurado culturalmente; por isso, “Naruto” conseguiu fundir-se ao meme e orientar comportamentos e reflexões sanitárias.

A leitura feita do mesmo meme, baseado no mesmo gênero pode modificar, gerando significações múltiplas. Isso porque “nunca poderá existir uma leitura fixa” (HALL, 2003, p. 370), o texto (memes de “Naruto”) apresenta apenas um indicativo de direção a ser decodificado, porém será o leitor o responsável em formatar significados singulares a sua leitura e, assim tornar palpável o sentido do processo de comunicação apresentado; além de se apropriar dos efeitos e necessidades da pandemia.

Isso se deve ao fato das influências absorvidas da família, do lugar de criação, do espaço de trabalho, das instituições pertencentes, e de outras práticas sociais de cada emissor/receptor, que moldam os seus discursos e são transferidos as suas produções e decodificações. Se os memes voltados a “Naruto” estão sendo consumidos, compartilhados e comentados, significa que há consumo e, implica em dizer que estas narrativas são possuidoras de sentidos por serem consumidos pelos seus apreciadores (HALL, 2003).

Posto isto, é importante perceber que os mesmos consumidores, produzem memes, repostam, curtem e ao fazer isso, tornam-se remetentes, destinatários, consumidores e produtores da comunicação mimética. Isso, graças a capacidade que o *animê*/mangá permite: representar fatos concretos, particulares, mesmo sendo ficção. Mesmo não sendo real, o *animê*/mangá “Naruto” não está fora do discurso do mundo real; conseqüentemente não está fora da significação deste mundo; assim sendo, é



prática discursiva como qualquer outra linguagem (HALL, 2003) e como tal é detentora de múltiplas significações e sentidos.

Os personagens, mesmo sendo criações imaginárias são representações humanas e como representação de fatos concretos e, até particulares, propiciam significados reais a ficção. Somado a isso, existem a relação com o fato real: a pandemia que fortalece os sentidos e legitima as ressignificações da arte mimética realizada. Assim, ao olhar para o meme 2 (postagem 2), o leitor é levado a criar significados com base em sua história e influências adquiridas que irão validar as relações feitas, o conhecimento que tem sobre o *animê* ou mangá, sobre os sintomas recorrentes da covid-19 e, reconhecer tais características em outra situação comunicativa.

Ao levar a informação obtida no meme para fora do Instagram, em forma de conversa, transformados em textos diversos (quando resposta o meme, mas modifica o texto, o tema; utiliza o texto/imagem como reposta em WhatsApp, adapta os memes no TikTok¹⁰) e/ou em conhecimento, este tornar-se consumidor e produtor simultaneamente, aumenta a quantidade de informação disponível que poderá gerar novas interpretações, como também dialoga com outros discursos sociais. Ainda há a possibilidade de transmutação de mídia. As informações absorvidas e consumidas nas postagens podem ser transformadas em texto escrito, em desenho, repostada em outra plataforma midiática e assim, multiplicar em forma e sentidos os discursos presentes.

É possível perceber que por mais que seja a mesma imagem, contendo o mesmo tema, as mesmas frases; os sentidos podem ser diversos. Isso significa que o seguir determinado grupo, gosto ou IG, não torna os seguidores homogêneos, mas mantêm-no diferente, com reações ao processo comunicativo de maneira específica e, conseqüentemente, a disseminação de informações será diversas e condizentes com suas decodificações. Deste modo, culturas distintas (japonesa e brasileira) se cruzam, alimentam-se uma da outra gerando frutos dinâmicos e diversos, intimamente conectados com os traços nacionais (LIPOVETSKY, 2008). Esse processo que torna as significações e ressignificações possíveis na complexa tríade emissor/mensagem/receptor e suas possibilidades de codificação e decodificação.

¹⁰ Aplicativo que cria e compartilha vídeos curtos.



Considerações Finais

Logo, a análise realizada demonstrou que o *anime/mangá* “Naruto” como mediador de significados é capaz de entrelaçar-se no gênero meme e permitir novos sentidos e abordagem ao período de pandemia. Isso devido as características dinâmica, fluida, adaptativa e transformativa que direciona os usuários à informação, à diversão, à ironia, à crítica, à orientação e à mudança comportamental através do Instagram.

A importância de reflexão consiste no entendimento de um produto hipercultural, seu consumo e apropriação heterogênea, constantemente adaptado à realidade e finalidade, ao mesmo tempo em que promove interpretações, apropriações e novas significações (ressignificações). Além da percepção de que o *animê/mangá* “Naruto” permite a aproximação do meme, da realidade pandêmica brasileira e hiperindividualizações com valores simbólicos nacionais inseridos.

Dessa forma, é perceptível a aprendizagem mediada pelo *animê/mangá* “Naruto” que permite conexões significativas da seriedade do vírus SARS-CoV-2, seus sintomas, importância do distanciamento, não aglomeração, higienização pessoal, uso de máscara, proteger-se e proteger o outro; fortalecendo a educação sanitária no público jovem.

Para isso, o *animê/mangá* “Naruto” foi a mediação/conexão (subsunçor) permitindo o reconfigurar de ideias pré-existentes nos jovens e, relacionar as novas ideias (questão sanitária). Isso, porque como produto desterritorializado, faz parte do espaço hipercultural/conjunto cultural de consumo dos jovens seguidores tornando sua apropriação/significação/ resignificação natural, leve, prazerosa e significativa.

E mesmo sendo ficção, o *animê/mangá* “Naruto” está dentro do discurso do mundo real e detentor de múltiplas significações e sentidos que foram ampliadas ao fundir-se com o meme e, direcionar-se as questões de saúde em período de pandemia.

Assim, a pesquisa trouxe como resultado que os memes de “Naruto” em tempo de pandemia, como produto midiático possuidor de significados e ressignificados capazes de direcionar seus leitores/emissores/receptores a decodificarem o código e a construir uma mensagem específica, baseada em suas influências e experiências de vida e, apropriarem-se da fusão desse gênero como aprendizagem significativa.



REFERÊNCIAS

AUSUBEL, D. P. **A aprendizagem significativa**: a teoria de David Ausubel. São Paulo: 1982

BORDENAVE, Juan. **Além dos meios e mensagens**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1993.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Sobre a doença**. 2020. Disponível em: <<https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca>> Acessado em 20 de abr. de 2020.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Disponível em:< <http://pesquisademidia.gov.br/#/Geral/details-917>>. Acesso em 19 abr. 2019.

CHERRY, Colin. **A comunicação humana**. São Paulo: Cultrix, 1974.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento organizacional**: a dinâmica do sucesso das organizações. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CRUZ, Ana Laura. **Você sabe quais são as redes sociais mais utilizadas no Brasil em 2020?**. 2020. On-line. Disponível em: < <https://www.maioresemelhores.com/redes-sociais-mais-utilizadas-brasil/>>. Acessado em 26 nov. 2020.

HALL, S. **Da Diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. Pac. Teoria da Recepção, p.353 a 404.

HAN, BYUNG-Chul. **Hiperculturalidade**: cultura e globalização. Petrópolis, RJ: Vozes, 2019.

LEMKE, Jay. Metamedia literacy: transforming meanings and media. In: REINKING, D. et al (Eds.) **Literacy for the 21st Century**: technological transformation in a post-typographic world. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1998. p. 238-301. Disponível em: <<http://academic.brooklyn.cuny.edu/education/jlemke/reinking.htm>>. Acesso em: 19 nov. 2020.

LIPOVETSKY, Gilles & SERROY, Jean. **A Cultura Mundo**: resposta a uma sociedade desorientada. Lisboa: Ed. 70, 2008.

MARTIN – BARBERO, Jesus. **Dos meios as mediações**. Prefácio a 5ª edição. Rio de Janeiro, Edit. UFRJ, 2006.



MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 10.ed, 2007.

NARUTO_UZUMAKIBRASIL[Instagram], Acessado em 14 setembro de 2020, https://www.instagram.com/p/B9uqEKQAqME/?utm_source=ig_web_copy_link.

OLIVEIRA, Kaio Eduardo de Jesus. **Ciência dos Memes e Os Memes e os Memes da Ciência**: Divulgação Científica e Educação na Cultura Digital. Tese (Doutorado em Educação), Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Tiradentes. Sergipe, 2020.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e Artes do Pós-humano**: da Cultura das Mídias À Cibercultura – Col. Comunicação. São Paulo: Paulus, 2003.