

**Evento: III Seminário Acadêmico da Graduação UNIJUÍ****MEMES E CULTURA DIGITAL: O IMPACTO NA COMUNICAÇÃO E NO
CONSUMO DE INFORMAÇÃO¹****Juan Adalberto da Silva dos Santos², Natalia Feiten Gabbi³, Valentina Maria Jurach⁴**

¹ Trabalho desenvolvido na disciplina de Comunicação Digital do curso de Publicidade e Propaganda da UNIJUÍ, ministrada pela Professora Nilse Maria Maldaner.

² Estudante do Curso Publicidade e Propaganda

³ Estudante do Curso de Publicidade e Propaganda

⁴ Estudante do Curso de Publicidade e Propaganda

Diante de uma sociedade profundamente transformada pelos diversos meios de comunicação, este trabalho busca analisar o impacto dos memes na construção da opinião pública, cuja metodologia utilizada é a pesquisa bibliográfica. Conforme Jenkins (2008) explica em seu livro *Cultura da Conexão*, vivemos na era da web 2.0, na qual o público assume um papel ativo: participar, discutir, interagir, criticar e, sobretudo, compartilhar o que recebe. Assim, o usuário deixou de ser apenas espectador, passando a desempenhar um papel mais participativo, influenciando e sendo influenciado por dimensões políticas, culturais, sociais e econômicas, utilizando essas interações como base para a formação de percepções e posicionamentos. Os memes são criados e compartilhados em diferentes contextos, sendo utilizados nas trocas e interações entre públicos diversos. Nessa dinâmica, assumem caráter de humor e crítica, tornando-se uma ferramenta capaz de influenciar opiniões. Neste âmbito de interatividade os memes têm um papel central. Vai além de humor e entretenimento, eles atuam como instrumentos de crítica social e política, com capacidade de circular rapidamente e atingir diversos públicos. Um exemplo disso pode ser observado em memes que intensificaram-se nos processos eleitorais, atuando tanto para simplificar pautas complexas quanto para reforçar posicionamentos ideológicos. Além disso, no estudo realizado pelo Instituto Z, conforme reportagem de Nicoly Bastos no portal da CNN Brasil (2024), verificou-se que mais de 80% dos jovens pesquisados da geração Z acreditam que compartilhar memes facilitam conexões com outras pessoas e admitem que os memes geram um fator de pertencimento comunitário, revelando sua função de mediador cultural e identitário. Apesar do potencial motivador, ainda destacam-se riscos: a mesma rapidez com que memes disseminam informações, pode ser também a mesma com que a desinformação e estereótipos são disseminados, exigindo-se olhar criterioso para o seu papel em debates públicos. Desta forma, conclui-se que os memes exercem um grande papel na formação da opinião pública contemporânea, tornando-se um forte instrumento de expressão, mobilização e crítica social. Portanto, revelam-se não apenas como produtos culturais, mas como agentes influentes da percepção e discursos sociais.

Palavras-chave: Cultura Digital. Comunicação. Memes. Consumo. Informação.