UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Mestrado em Comunicação

MAICON JOSÉ DE FARIA MILANEZI

"Elegemos um meme?!": Política e experiência estética nos memes de ação popular das Eleições 2018

Bauru

2019

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Mestrado em Comunicação

MAICON JOSÉ DE FARIA MILANEZI

"Elegemos um meme?!": Política e experiência estética nos memes de ação popular das Eleições 2018

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" – UNESP, câmpus de Bauru, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação Midiática.

Linha de pesquisa: Linha 2: Produção de sentido na comunicação midiática.

Orientador: Prof. Dr. Laan Mendes de Barros.

Bauru

2019

Milanezi, Maicon José de Faria
"Elegemos um meme?!": Política e experiência estética nos memes de ação popular das Eleições 2018 / Maicon José de Faria Milanezi, 2019.
141 f.

Orientador: Laan Mendes de Barros.
Dissertação (Mestrado em Comunicação) -- Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp), Bauru, 2019.

1. memes políticos. 2. ação popular. 3. mensagem fotográfica. 4. experiência estética. 5. comunicação política. I. Barros, Laan Mendes de. II. Título.

unesp

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

Câmpus de Bauru

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE MAICON JOSÉ DE FARIA MILANEZI, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 20 dias do mês de agosto do ano de 2019, às 14:00 horas, no(a) Auditório dos Programas de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Professor Doutor LAAN MENDES DE BARROS - Orientador(a) do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao de Bauru, Professor Doutor ARLINDO REBECHI JUNIOR do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao de Bauru, Professora Doutora ÂNGELA CRISTINA SALGUEIRO MARQUES do(a) Departamento de Comunicação Social / Universidade Federal de Minas Gerais, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de MAICON JOSÉ DE FARIA MILANEZI, intitulada **"Elegemos um meme?!": política e experiência estética nos memes de ação popular das Eleições 2018**. Após a exposição, o discente foi arguido oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: Aprovado . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

Professor Doutor LAAN MENDES DE BARROS

Professor Doutor ARLINDO REBECHI JUNIOR

Professora Doutora ÂNGELA CRISTINA SALGUEIRO MARQUES

“O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.”
“This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001.”

A todas as pessoas que, a despeito dos diversos entraves físicos e psicológicos que tentam se impor sobre nós constantemente, permanecem a sonhar, de diversas maneiras, uma sociedade plural na qual as incertezas não se limitem a tornarem-se ansiedades, mas sejam capazes de transbordarem-se em novas formas de vivermos mais felizes juntos.

Agradecimentos

Qualquer trabalho, finalizado ou em construção, mesmo que fruto de lavra individual, nunca é realizado sem a ajuda, o apoio e a orientação de um sem número de pessoas. Quando falamos de uma pesquisa, então, esse número parece tremendamente maior quando se pretende prestar gratidão às diversas pessoas importantes neste processo.

Todas e cada uma das pessoas aqui citadas — e as muitas que possam ter ficado de fora — me ajudaram não só a ter condições de concluir esta empreitada, mas a continuar acreditando em mim mesmo. Elas fizeram isso porque me ensinam a ver que as barreiras que às vezes me paralisam são, frequentemente, apenas fruto de lentes turvas que impendem de as coisas boas serem vistas, e, por ter o privilégio de tê-las em minha vida, conseguir clarear minha visão se torna muito mais fácil.

Primeiramente, e acima de qualquer um, agradeço a minha mãe, Ana Flávia, a pessoa que mais me ajudou durante esse tempo, já que sem ela não teria conseguido segurar as pontas, contornar as angústias e a viabilizar a forca necessária para me dedicar à pesquisa. Sou também grato ao meu pai, Olival, por sempre acreditar em mim, confiar nas minhas escolhas e, sobretudo, contribuir na logística de me fazer presente em Bauru. Minha irmã, Tânia, foi outra fonte de compreensão, distrações e bate-papos, imprescindíveis nestes últimos anos. Toda minha família tem sido essencial nessa trajetória, sempre perguntando, curiosos, sobre mim, esse tal de mestrado e essa coisa de pesquisa. A vocês todo o meu amor!

Para superar quaisquer barreiras e me tornar a cada dia um pesquisador melhor, contei com um importante guia sem o qual o jovem recém-graduado que pulou para a pós-graduação ainda tropeçando no TCC (que fui) não poderia crescer e aprender tanto: um muito obrigado ao Prof. Dr. Laan Mendes de Barros pela paciência, a honestidade e as orientações tão agregadoras. Sem sua abertura e compreensão certamente não teria chegado até a conclusão desta pesquisa. Agradeço imensamente por ter me recebido lá atrás e ter compartilhado comigo tantos conhecimentos e sabedoria que hoje me fazem uma pessoa muito melhor que aquela que participou do processo seletivo em 2016.

Minha experiência pôde ser mais agregadora, também, graças à estrutura do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAAC-Unesp que, por meio de suas servidoras e servidores técnico-administrativos, me deu o suporte que precisava em todos os momentos. Todas as pessoas ligadas ao programa com as quais me relacionei fazem um trabalho excelente apesar das circunstâncias e implicações causadas pelo fato de vivermos um período no qual a pesquisa e a educação sofrem desinvestimento e são alvos de conspirações

alucinadas bem como preconceito dos demagogos. Para além das tantas professoras e professores e dessas servidoras e servidores ligados ao programa, a quem agradeço no nome do Silvio Decimone, foram tremendamente fundamentais as amizades que construí nesses anos. Trocar figurinhas, indicações e experiências tornou tudo mais leve e, de certo modo, mais fácil. Agradeço, especialmente, à Marina Darcie, minha amiga e parceira nesta montanha-russa acadêmica desde a graduação; e ao Beto Biernath e à Kelly Godoy, amigos de eventos e longas conversas sobre nossos descaminhos políticos.

Também preciso agradecer à Carol Molina, por me acomodar em Bauru e sempre ser uma companhia boa para conversas, gulodices e sessões de cinema; e à dupla de apoio acadêmico de Aguaí, a Beatriz Silva e o Phelipe Ruiz, amizades de longa data que também se embrenharam nessa loucura de fazer pós-graduação e em quem encontrei amparo todas as vezes que precisei. O Phelipe, especialmente, foi imprescindível ao me ajudar no cálculo da amostra aqui apresentada e me mostrar como o Excel pode ser meu maior aliado na hora de sistematizar meus dados. Grande parte desta pesquisa, no que diz respeito aos dados, aos gráficos e formatações, eu devo à sua ajuda — sem a qual não sei se ela conseguiria ter sido concluída.

Foi igualmente importante, neste processo, o financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), fundamental para me livrar das frustrações empregatícias e financeiras, ao menos durante o período crucial para a estruturação e execução desta pesquisa. Espero que sua atuação continue a permitir a pesquisadoras e pesquisadores de diversas áreas a dedicação exclusiva em suas pesquisas e que este tipo de menção não se torne uma raridade nos futuros anos.

Agradeço, enfim, à banca avaliadora, por se disponibilizar a ler este trabalho e me ajudar a aprimorá-lo com suas contribuições nas ocasiões da banca de qualificação e defesa. À Profa. Dra. Ângela Cristina Salgueiro Marques e ao Prof. Dr. Arlindo Rebechi Jr. devo um imensurável agradecimento pelas dicas, recomendações e mesmo críticas que me ajudaram a aprimorar este trabalho dentro das minhas capacidades e prazos disponível a fazê-lo. Fui muito privilegiado por ser avaliado por tão notáveis e queridos avaliadora e avaliador.

“[Vocês] Não podem comprar a Revolução, não podem fazer a Revolução. Vocês só podem ser a Revolução. Ela está no seu espírito, ou não está em lugar nenhum.”
— URSULA K. LE GUIN, *Os Despossuídos*

“Talvez os livros possam nos tirar um pouco dessas trevas. Ao menos poderiam nos impedir de cometer os mesmos malditos erros malucos!”
— RAY BRADBURY, *Fahrenheit 451*

“A vontade de rir é grande, mas a de chorar é maior.”
— JOÃO PAULO, *Um meme…*

MILANEZI, M. J. F. **“Elegemos um meme?!”**: Política e experiência estética nos memes de ação popular das Eleições 2018. 140 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), Bauru, 2019.

Resumo

Esta pesquisa busca analisar os memes políticos a partir da ótica da inserção das pessoas militantes em comportamentos coletivos e compartilhados de apoio ou oposição a candidaturas, tendo em vista o segundo turno das Eleições Presidenciais de 2018. Para tanto, constrói-se uma exploração teórica que leva em conta as transformações da sociedade em vias de midiatização, onde os processos de interação tecidos em redes são híbridos e as lógicas sociais, altamente baseadas no midiático, pois passam a levar em conta dinâmicas desse campo social sobretudo quando se observa as instituições e mobilizações políticas. O trabalho se baseia no pensamento político de Jacques Rancière (1996, 2009, 2012, 2016), para quem a política é a contestação da ordem policial que estabelece hierarquicamente lugares definidos a serem ocupados pelos indivíduos e uma partilha do sensível consensual, não se restringindo à estrutura jurídico-política de gestão dos interesses coletivos. São apresentados, então, partindo de Dawkins (2018 [1976]) e Shifman (2014), os desdobramentos investigativos que enquadram os memes como elementos dotados de sentidos que encontram nos *sites* de redes sociais um ambiente fecundo para se multiplicarem e serem capazes de conformar ação política. Com base, especificamente, nos memes de ação popular, caracterizados por ações coletivas performáticas com teor comportamental apropriados por essas militâncias para pautar discussões, visa-se compreender se eles instituem o que Braga (2012, 2018) chama de arranjos disposicionais, ou dispositivos de relações através dos quais são possíveis a produção de cenas de dissenso que possibilitem pensar novas maneiras de dizer e ver o mundo, construindo novos lugares, nomes e funções a serem ocupadas na vida social. Pretende-se, ainda, observar como esse fenômeno enunciativo dos memes ajuda a construir sentidos e disputas durante um pleito eleitoral, levando-se em conta as transformações observadas na sociedade em midiatização que promove aos indivíduos novas maneiras de conexão, expressão e criatividade na hora de se colocarem no debate por meio das redes sociais digitais. Para a realização da análise, são empreendidos dois principais movimentos: a sistematização dos memes coletados no Twitter com elementos que identificassem os candidatos, segundo a taxonomia de memes desenvolvida por Chagas et al. (2017), uma análise com base nos processos estruturais de conotação da mensagem fotográfica de Roland Barthes (1990a) e uma incursão analítico-interpretativa que toma por base esses elementos para observar os memes à luz da experiência estética e das reflexões de Rancière. Enfim, visa-se traçar relações mais amplas sobre a participação política midiatizada através da ação conectiva dos memes e a centralidade que podem encontrar no período eleitoral. Nesse trajeto, conclui-se que, de maneiras diferentes, os apoiadores dos candidatos Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT) constroem uma performatividade política possibilitada por essa experiência estética de inscrição nos memes, nesse contexto polissêmico e híbrido de mobilização política.

Palavras-chave: memes políticos, ação popular, mensagem fotográfica, experiência estética, comunicação política, eleições.

MILANEZI, M. J. F. **“The election of a meme?!”**: Politics and aesthetic experience in the memes of grassroots action from the 2018 Brazilian Presidential Election. 140 f. Dissertation (Master on Media Communication) – Graduate Program in Communication, São Paulo State University (Unesp), Bauru, 2019.

Abstract

This research seeks to analyze the political memes from the perspective of the insertion of the militants into collective and shared behaviors of support or opposition to candidacies, in consideration of the second round of the 2018 Brazilian Presidential Election. For this, a theoretical exploration is constructed to take into account the transformations of the society in the process of mediatization, where the processes of interaction that woven into networks are hybrids and the social logics are highly based on the media since they adopt dynamics of this social field which is noted especially when observing the political institutions and mobilizations. This work is based on the political thinking of Jacques Rancière (1996, 2009, 2012, 2016), for whom politics is the contestation of the police order that establishes hierarchically defined places to be occupied by people and a consensual distribution of the sensible, not restricting itself to the juridical-political structure of management of the collective interests. Then, are presented, starting from Dawkins (2018 [1976]) and Shifman (2014), the investigative unfoldings that frame the memes as meaningful elements that find in social networking *sites* a fruitful environment to multiply and be able to conform political action. Based specifically on the memes grassroots action, characterized by collective performatic actions with behavioral content appropriated by these militants to guide discussions, it is sought to understand if they institute what Braga (2012, 2018) calls dispositional arrangements, or apparatus of relations through which are possible to create dissensual scenes that make it possible to think of new ways of saying and seeing the world, building new places, names and functions to be occupied in social life. It is also intends to observe how this enunciative phenomenon of memes helps to construct meanings and disputes during an electoral process, taking into account the transformations observed in the society in mediatization that promotes to individuals new ways of connection, expression and creativity when it comes to insert themselves in the political debate through digital social networks. To accomplish the analysis, two main movements are undertaken: the systematization of the memes collected on Twitter using elements that identified the candidates, according to the taxonomy of memes developed by Chagas et al. (2017), and an analysis based on the structural processes of connotation of the photographic message by Roland Barthes (1990a), and an analytic-interpretative foray based on those elements to observe memes in light of aesthetic experience and Rancière's reflections. Finally, it aims at drawing broader relations about mediatized political participation through the connective action of the memes and the centrality that they can find in the electoral cycle. In this way, it is concluded that, in different ways, the supporters of the candidates Jair Bolsonaro (PSL) and Fernando Haddad (PT) construct a political performativity made possible by this aesthetic experience of inscribing themselves in memes, in this polysemic and hybrid context of political mobilization.

Keywords: political memes, grassroots action, photographic message, aesthetic experience, political communication, elections.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fotografia inserida em seu contexto memético 69
Figura 2 - a) Tuíte com elementos textuais; b) Imagem considerada individualmente. 103
Figura 3 - Memes de larga escala e escala reduzida com sujeitos em sincronia 104
Figura 4 - Constelação de memes de Bolsonaro 112
Figura 5 - Constelação de memes Haddad 114

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Modelo teórico para a classificação de memes 74
Quadro 2 - Tipos de memes políticos 75
Quadro 3 - Modelo de classificação quanto a ação dos sujeitos 82
Quadro 4 - Recortes temáticos de cada candidato 84
Quadro 5 - Tipologia de memes aplicados à amostra dos dois candidatos 90
Quadro 6 - Memes de acordo com o posicionamento 95
Quadro 7 - Subcategorias de memes de ação popular 96

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Distribuição dos tipos de memes no total da amostra 89
Tabela 2 - Distribuição tipos de memes nos indicadores de Bolsonaro 91
Tabela 3 - Distribuição tipos de memes nos indicadores de Haddad 91

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PSL - Partido Social Liberal

PT - Partido dos Trabalhadores

PV - Partido Verde

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO **17**

CAPÍTULO 1: POLÍTICA NA SOCIEDADE MIDIATIZADA: MANEIRAS DE AÇÃO DOS SUJEITOS **23**

1.1 Sociedade em midiatização: mudanças institucionais, impactos sociais 24

1.2 Comunicação e política, midiatização e polarização 30

1.2.1 Redes sociais da internet e um novo enquadramento de discursos 31

1.2.2 Perspectiva histórica: de efeitos e visibilidade 35

1.2.3 Realidade contemporânea: redes sociais digitais em ação 39

1.3 A política como dissenso na partilha do sensível 44

CAPÍTULO 2: MEMES: DE REPLICADORES DA CULTURA À VIRALIZAÇÃO DA POLÍTICA **50**

2.1 Dos estudos da transmissão cultural aos memes de internet 51

2.2 Meme, interação e mobilização política 56

2.3 Novas lógicas de combinação simbólica na propaganda política 65

CAPÍTULO 3: A POÉTICA POLÍTICA DOS MEMES: PRINCÍPIOS DA ANÁLISE **71**

3.1 Taxonomia dos memes e suas categorias de conteúdo 72

3.2 Imagens políticas de ação e disputa simbólica 76

3.3 Formação do *corpus* 83

3.4 Cálculo das amostras 85

CAPÍTULO 4: SENTIDOS E SUJEITOS NOS MEMES DE AÇÃO POPULAR: DEFESA DA ORDEM POLICIAL E RECLAMAÇÃO DE NOVOS LUGARES DE SER **87**

4.1 Memes em categorias e números 88

4.2 Conotação e comunidades nos memes de ação popular 102

4.3 Irrupção criativa no processo eleitoral midiatizado 117

CONSIDERAÇÕES FINAIS **120**

REFERÊNCIAS **122**

APÊNDICES **127**

ANEXOS **129**

INTRODUÇÃO

Inserir-se no universo das redes sociais digitais, seja em *sites* de relacionamentos, aplicativos de troca de mensagens e formação de grupos dos *smatphones*, ou mesmo em acontecimentos que extrapolam a dimensão digital e concretizam-se no espaço público, é familiarizar-se com novas dimensões simbólicas que têm constituído um novo léxico de expressão e produção de sentidos nestes ambientes. Nesse contexto, a comunicação midiática atual se estabelece segundo uma intensa troca de informações e sentidos, que vai muito além de uma oposição produtor x receptor e enseja novos gêneros e mídias, que se constroem a partir da fragmentação desses processos, como é o caso dos memes.

Esse novo cenário levanta novas questões, sendo uma delas a que indaga sobre como se dá a produção de sentidos nesse contexto de hibridação. A *aisthesis*, que se dá no âmbito da recepção, se confunde com *poiesis*, que envolve a produção de narrativas, e articula intensos processos de interação capazes de redefinir a política por meio da experiência estética dos indivíduos no contexto coletivo da polis. Responder a tais questões só se faz possível ao observar os modos de expressão, interação e representação destes sujeitos, pensando as comunidades criadas com base nas maneiras de eles inscrevem-se a si mesmos nessas trocas simbólicas e nos contextos em que se dão os fenômenos. É isso que este trabalho se propõe fazer a partir dos memes políticos do segundo turno das Eleições 2018.

Os memes, desde muito antes de a internet se transformar no amálgama que representa hoje e de eles se estabelecerem no *lato sensu* como um dos elementos facilmente identificáveis como próprios desse amplo e complexo sistema de interconexão, representaram uma discussão vasta quanto à constituição e transmissão cultural. Segundo a pesquisadora israelense Limor Shifman (2013, 2014), antes mesmo do seminal trabalho do biólogo britânico Richard Dawkins (2018), *O gene egoísta*, a partir do qual originou-se teórica e etimologicamente a base para o que hoje apresenta-se como meme, estudos buscavam entender como essas partículas representadas por dizeres, gestos e conhecimentos, entre outros, observáveis através das gerações com mais ou menos estabilidade, dariam estrutura para a cultura de maneira ampla. Eles tomam, contudo, no decorrer dos anos, novas interpretações e no ciberespaço, onde as instituições mesclam-se com os indivíduos e os jogos de poder dentro das ferramentas tentam subverter as antigas regras, vão caracterizar-se, ademais, como dispositivos de relações capazes de conformar a ação das pessoas e lhes possibilitar formas ímpares de mobilização política na rede e fora dela.

Isso se veria, em particular, em relação aos memes de ação popular, aqueles memes nos quais, segundo a classificação desenvolvida por Chagas et al. (2017) com base em Shifman (2014) e outros autores, os indivíduos se inscrevem diretamente, seja a partir da utilização, nos *sites* redes sociais, de sobreposição de material de campanha dos candidatos nas suas fotos, seja por ações mais dificilmente identificadas fora do contexto, mas que apresentam como característica um comportamento individual ou coletivo que, registrado em imagens, é compartilhado *on-line*. Tal seria, portanto, um modo experimental de utilizar-se de uma gama de recursos sociotécnicos para a construção de novos paradigmas não só de ação política, mas de definição do político. Por conta disso, é possível construir esta hipótese de que os memes políticos de ação popular, sobretudo, configuram o que o pesquisador da comunicação José Luiz Braga (2012, 2018) chama de arranjos disposicionais, ou dispositivos de relações, capazes de construir cenas de dissenso através das quais, segundo o pensamento do filósofo francês Jacques Rancière (1996), os sujeitos criam novos espaços a serem ocupados, novos nomes e possibilidades de vivências que confrontam a ordem policial (consensual) caracterizada pela definição dos lugares, das regras, na qual não há espaço para a criatividade. Desta forma, esses memes apresentam-se como um objeto característico da sociedade em midiatização, cenário desses processos tentativos ainda não institucionalizados que, por isso mesmo, exigem atenção e justifica a sua escolha como objeto desta pesquisa.

O pensamento de Jacques Rancière (1996, 2009, 2012, 2016), por considerar em seus conceitos de partilha do sensível, cenas de dissenso, a divisão de ordens policial e política, e, especialmente, literaridade, a dimensão criativa e estética dos sujeitos nas relações de tensão em que se inserem, se mostra uma ótica importante a ser considerada frente a este que é um objeto híbrido e múltiplo em sentidos. A escolha do período eleitoral como demarcação temporal para esta pesquisa não foi feita com a intenção de investigar os antagonismos ou tampouco as discussões ideológicas inflamadas, pois, para Rancière, as tensões devem ser consideradas na sua dimensão de construção de eventos nos quais os indivíduos testam sua igualdade na forma da capacidade de dizerem e serem ouvidos, algo impossibilitado pela polarização extrema. Portanto, explorar esse período é tentar observar nele aquilo que a cientista política belga Chantal Mouffe (2013) chama de “luta agonística”, uma articulação plural que não se estabelece como luta entre inimigos, mas luta entre adversários.

O uso da internet, mais especificamente dos *sites* de redes sociais, para campanhas, passou a ser permitido e visto com bons olhos apenas recentemente (AGGIO, 2010, 2015). No entanto, no que se diz respeito aos memes, seu uso para o debate eleitoral pelas usuárias e usuários das redes não enfrentou resistência mesmo antes de a produção desses conteúdos

virarem um trunfo para as campanhas. Desde 2010, sobretudo durante as eleições de âmbito nacional, o humor, a replicação e criação de memes foi se tornando cada vez mais evidente conforme foram sendo desenvolvidas novas funcionalidades tecnológicas e ampliado o acesso a *gadgets* com conexão à internet. Isso fez das Eleições 2014 as "eleições da zoeira" (FREIRE, 2016; INOCÊNCIO, 2014) e das Eleições 2018 as eleições nas quais os memes e a influência e importância dos conteúdos em circulação diferida e difusa foram fortemente discutidos.

Pensar esse cruzamento entre política, comunicação e ação dos sujeitos favorece, além disto, uma compreensão que toma os processos da sociedade em vias de midiatização com certa centralidade. O pesquisador dinamarquês Stig Hjarvard (2012, 2014a) apresenta a gênese das pesquisas sobre midiatização tendo essa perspectiva. Até que ponto os meios de comunicação vão, através do tempo, reordenando as práticas políticas se apresenta como a principal pergunta a ser respondida por essas investigações, segundo o autor. Assim, quando é observado o histórico dos enfoques de pesquisa nesse campo, como apresenta Wilson Gomes (2004), por exemplo, preocupa-se comumente com esse recorte institucional pensando a mídia como um campo que empresta — quando não impõe — lógicas para o fazer político ao ponto de transformá-lo completamente, seja na maneira de seus atores se apresentarem no espaço público, na organização dos processos eleitorais e na cobrança de ações e *accountability* de governos, casas legislativas e parlamentares.

O desdobramento mais marcante seria, pois, um estado de campanha eleitoral constante (HJARVARD, 2014a; GOMES, 2004) no qual o campo político não teria outra saída senão "midiatizar" seus processos — nesse sentido de adotar as lógicas da mídia — ou ser obliterado por ela. Dessa forma, a política midiatizada é compreendida pela institucionalização, na política, de ações propriamente midiáticas, ou seja, o poder das mídias subjugaria o outro campo que contra isso nada poderia fazer. No entanto, o fenômeno dos memes aqui observado leva em conta a midiatização como fenômeno de experimentações interacionais, como processos tentativos ainda pouco institucionalizados que, ao contrário de ser reflexo da influência da mídia, apenas, possibilita uma invenção social ainda em desenvolvimento e, por isso, com caráter dissensual.

Quando postos em circulação, esses memes vão logo imbuindo-se de sentidos para além do campo da política. Por essa mesma razão que, para esta pesquisa, os memes constroem seus arranjos de relações até mesmo entre indivíduos que estão por fora do debate que motiva seu conteúdo, gerando uma penetração do assunto que ultrapassa a bolha e conquista outros públicos (FREIRE, 2016). E é nessa ideia de circuito produtivo sempre em frente, nesse fluxo adiante não limitado a emissão → recepção, que se coloca o "espectador emancipado"

observado em Rancière (2012) e se mostra pertinente ao debate da midiatização porque, agora, mais que nunca, os sujeitos se veem em grande medida libertos de preestabelecidos que determinam lugares a serem ocupados no processo de fruição, assegurando não só um novo espaço de dizer, mas de ver. A dinâmica híbrida e as mais diversas ações colaborativas emergentes faz com que se acelere e intensifique os desdobramentos sociais da midiatização (BARROS, 2012), segundo novas lógicas construídas na tentativa-e-erro.

Para apresentar as discussões referentes a essas transformações que encetam novas dinâmicas na construção de sentidos e na conformação dos campos sociais, exploramos, no Capítulo 1, os processos híbridos do ciberespaço, da cultura da convergência e da sociedade em redes com base em Jenkins (2013; JENKINS; GREEN; FORD, 2015), Martino (2014) e Castells (2003, 2011, 2017). Esta discussão é feita a partir de um alicerce erigido nas discussões sobre a sociedade em vias de midiatização de Hjarvard (2012, 2014a, 2014b) e Braga (2006, 2012) e redes sociais de Recuero (2009a, 2009b). Gomes (2004, 2018), por sua vez, auxilia nessa trajetória quanto aos imbricamentos e os percursos na relação entre política institucional e comunicação, para, a seguir, serem explorados os aspectos do pensamento político de Rancière (1996, 2009, 2012, 2016) com base em obras suas e leituras feitas por outros autores (MARQUES, 2013a, 2013b, 2014; MARQUES; PRADO, 2018a).

No Capítulo 2 é traçado um histórico sobre o conceito de meme de Dawkins (2018) a algumas definições mais recentes que pensam os memes políticos, conteúdos que se veem cada vez mais presentes nos períodos eleitorais e que demandam um visão ampla sobre o que se pode dizer sobre o fenômeno. Autores como Shifman (2013, 2014) e as discussões de Chagas (2015, 2018; CHAGAS et al., 2017) pensam enquadramentos a serem considerados na conceitualização do objeto desta pesquisa e a compreender como ele enseja a ação política, a qual é fundamental para as relações traçadas no desenvolvimento deste trabalho. A partir daí, são observadas as possibilidade interacionais e de sentidos ensejadas por meio dos memes e como eles, como imagens, asseguram camadas conotativas que superam um aspecto fotográfico de “analogon” do real, afastando-os de serem meras fotografias denotativas de acontecimentos, o que é explorado com base em Roland Barthes (1990a, 1990b).

É apresentada, no Capítulo 3, a construção metodológica para a análise proposta. Primeiro, é detalhada a taxonomia para a classificação de memes políticos desenvolvida por Chagas et al. (2017) que considera os memes em três grandes tipos: memes persuasivos, memes de ação popular e memes de discussão pública, que por sua vez, subdividem-se em subcategorias quanto ao seu conteúdo. Então, a partir disso, é explorada a definição sobre imagens políticas e como a performatividade das mobilizações sociais contemporâneas

representam novas maneiras de inscrição dos sujeitos, que exigem não só direitos, mas também visibilidade para um vida possível de ser vivida, como observa a filósofa estadunidense Judith Butler (2018). Essas mobilizações se instituem como um confronto plural de ideias e não a tentativa de obliterar o outro como inimigo (MOUFFE, 2013) e, uma vez registradas em imagens, empreendem a construção de povos e comunidades sensíveis que permanecem para além do tempo enquadrado, de acordo com Georges Didi-Huberman (2014), e requisita nossa atenção quanto à dimensão, a disposição e abordagem dos sujeitos inscritos nelas. Assim, parte-se para a formação do *corpus* segundo a utilização de dois critérios principais: o recorte por tempo — qual seja o período entre os dois turnos das Eleições 2018, de 8 a 28 de outubro — e o recorte por tema — nesta pesquisa instituído na forma de *hashtags* que representassem os dois candidatos que disputavam essa segunda volta, Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT), e delimitassem a coleta dos memes realizada no *site* de redes sociais Twitter. Depois de coletadas, manualmente, 21.320 imagens para o candidato de extrema-direita Bolsonaro e 20.327 imagens para o candidato de centro-esquerda Haddad, calculou-se uma amostra representativa de cada uma dessas populações que resultou no conjunto de dois grupos de 378 imagens cada para cada um deles. Essas imagens foram classificadas em um banco de dados a partir das categorias estabelecidas, o que possibilitou a demarcação de quais delas representavam memes de ação popular, sobretudo aqueles de escala coletiva nos quais as pessoas realizam ações e gestos imitativos e/ou sincronizados.

No Capítulo 4 são apresentadas as análises quantitativas e interpretativas buscando demostrar a qualidade dos memes como materiais que permitem a reconstituição de eventos a partir de sua leitura e, especialmente, como dispositivos de ação capazes de enquadrar cenas políticas dissensuais, ou seja, um enunciado novo, que não existia antes, com semântica de resistência, através de suas mensagens conotadas. Os memes relacionados a Jair Bolsonaro (PSL) apresentam, em grande medida, uma valorização da ordem e da força representando os sujeitos neles inscritos em afirmação de sua capacidade de dizer, menos negada que àquelas e àqueles que buscam o reconhecimento de serem quem são e de estabelecerem novos mundos possíveis como se vê nos memes de apoiadores de Fernando Haddad (PT). No entanto, como faz-se explorar, ambos os conjuntos se imbuem de características políticas.

Essa nossa observação pretendeu compreender como se dá o acionamento dos *sites* de redes sociais e suas funcionalidades para a experimentação de novas formas de se relacionar com as instituições políticas e a política como a própria construção de novas possibilidades sensíveis. Considerou-se, para este fim, os memes para além de suas características de interação despropositada sem, contudo, sobrevalorizar sua capacidade na conformação da ação política

ainda que julguemos substancial sua força como objeto polissêmico de análise, já que permitem aos indivíduos uma maneira de inscreverem-se no acontecimento eleitoral que escapa uma determinação regida pelas instituições midiáticas tradicionais ao menos, e baseiam-se, essencialmente, na dimensão interacional fruto da contingência de (re)construir a realidade por meio do comunicacional.

Capítulo 1:
Política na sociedade midiatizada: maneiras de ação dos sujeitos

1 POLÍTICA NA SOCIEDADE MIDIATIZADA: MANEIRAS DE AÇÃO DOS SUJEITOS

1.1 Sociedade em midiatização: mudanças institucionais, impactos sociais

Viver em sociedade hodiernamente não é apenas uma relação com conteúdos, ideias, valores e sentidos constantemente em fluxo através do ciberespaço e das mídias. É, também estar imerso em instituições que, igualmente elas, passam a construírem-se em relação mútua com a instituição da comunicação. Não é só no caráter individual que os novos arranjos que as mudanças tecnológicas midiáticas demandam adaptações e redisposição dos papéis e processos.

Neste capítulo, serão repassadas as discussões sobre a sociedade em vias de midiatização, contexto de nosso objeto de análise, bem como o referencial teórico sobre o qual se assenta a reflexão que leva em conta essas mudanças nos processos comunicacionais fruto da convergência midiática e cultural. Essas mudanças, conforme será visto aqui, permitem aos indivíduos uma gama de possibilidades sociotécnicas na hora de construírem sentidos a partir da interação, transformando as maneiras do fazer político e também da relação com a política.

A preocupação com os avanços e impactos que a comunicação de massa representou em termos de modulações das ações em sociedade sempre se viu presente nos estudos das ciências humanas aplicadas na busca de se observar como isso se deu no âmbito da cultura, das instituições e dos processos sociais. Entre os quadros teóricos que se estabeleceram nesse processo, a midiatização apresenta-se como fundamental, segundo o dinamarquês Stig Hjarvard (2012), para a observação dessa antiga indagação sobre a influência da mídia nas transformações da sociedade.

Central para essa perspectiva, segundo o autor dinamarquês, está o entendimento de que a mídia não se separa das instituições culturais e sociais, uma vez que ela se entremeia difundida e confundida com esses campos e instituições, sendo importante, então, entender como sua onipresença muda os processos característicos destes. O que faz com que possa ser observada uma dualidade: a mídia como parte do tecido da sociedade e da cultura e, ao mesmo tempo, como instituição independente entre outras instituições culturais e sociais, capaz, entretanto, de coordenar a interação entre elas.

Hjarvard (2012) ressalta que o termo midiatização aparece em diferentes contextos, mesmo que se pense nele, na maioria das vezes, para caracterizar a influência da mídia em uma série de fenômenos. Será possível ver, no decorrer das próximas páginas, que são levantados

diferentes fundamentos para embasar as diferentes perspectivas para explicar ou mesmo enxergar as dinâmicas que ele abarcaria. Segundo este autor,

> Por midiatização da sociedade, entendemos o processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica. […] Como consequência, a interação social — dentro das respectivas instituições, entre instituições e na sociedade em geral — acontece através dos meios de comunicação. O termo lógica da mídia refere-se ao *modus operandi* institucional, estético e tecnológico dos meios, incluindo as maneiras pelas quais eles distribuem recursos materiais e simbólicos e funcionam com a ajuda de regras formais e informais. A lógica da mídia influencia a forma que a comunicação adquire, como, por exemplo, a maneira da política ser descrita nos textos dos veículos de comunicação; a lógica da mídia também influencia a natureza e a função das relações sociais, bem como os emissores, o conteúdo e os receptores da comunicação. O grau de dependência aos meios de comunicação varia entre as instituições e os campos da sociedade (HJARVARD, 2012, p. 53-54).

Os aspectos mais institucionais sobre a midiatização apresentados por Hjarvard (2012) aparecem para descrever um processo que, segundo ele, não se refere a todos aqueles pelos quais os meios de comunicação exercem influência sobre a sociedade e a cultura. Na verdade, serviria para caracterizar um momento histórico, não universal pelo qual passa uma sociedade.

É preciso estar atento para o fato de que a midiatização não deve ser confundida com a mediação. Mediação pode ser caracterizada tanto como um processo no qual a escolha de um meio define as formas de encaminhar uma mensagem e como se estabelece a relação emissor/receptor (HJARVARD, 2012), como também se relacionar ao que Martín-Barbero (1997) apresenta como Teoria das Mediações, processos complexos de negociação de sentidos nos quais os sujeitos receptores submetem as mensagens, a partir de certas categorias subjetivas como gênero, classe social etc. que se instituem verdadeiras lentes através das quais articulam seu quotidiano e a mídia, afastando-se de um sentido de manipulação, já que são agentes ativos, capazes de resistir, contestar os significados em circulação (MARTINO, 2014). Braga (2012) também segue por este caminho, uma vez que vê a mediação como um processo no qual um elemento se intercala entre os sujeitos e organiza suas ações: “O ser humano vê o mundo pelas lentes de sua inserção histórico-cultural, por seu ‘momento’.” (BRAGA, 2012, p. 32). O próprio Hjarvard (2012) destaca que a midiatização é um processo de logo prazo e não deve ser confundido com nenhum desses dois processos apresentados.

Segundo o autor dinamarquês, a midiatização agiria a partir de duas formas de influências sobre os processos midiáticos e sociais: midiatização *direta* (forte), as pessoas passariam a executar uma atividade através e em interação com o meio que antes era “não-mediada” sem, no entanto, modificar completamente sua experiência, dando o exemplo de um

jogo de xadrez jogado no computador em oposição ao tabuleiro; midiatização *indireta* (fraca), a própria atividade passa a sofrer uma influência da mídia a um ponto de não se poder realizá-la de outra maneira a não ser sob seus signos "no que diz respeito à forma, ao conteúdo ou à organização, pelos símbolos ou mecanismos midiáticos" (HJARVARD, 2012, p. 67), apresentando como exemplo a ida a uma lanchonete para comer um hambúrguer, o papel de parede, as telas transmitindo o menu mais o brinde que acompanha o lanche levam a experiência para muito além da nutrição. As duas formas estão quase sempre combinadas, a primeira por alterar a forma que uma atividade é realizada pode-se estabelecer um antes e depois, já a segunda, onde a forma de se executar uma atividade não é alterada, fica mais difícil de fazer o mesmo.

O que deve ser ressaltado quanto a essa gama de transformações que podem ser observadas através dos processos de midiatização é que ela favorece e

> pode facilitar tendências muito diferentes da sociedade tanto em nível micro quanto macro. Estas incluem globalização, individualização, nacionalização e localização. Qual tendência predomina dependerá do contexto específico, isto é, da instituição ou atividade social em questão. As consequências mais precisas da intervenção dos meios de comunicação, no entanto, terão que ser exploradas empiricamente através da investigação da interação das instituições e meios de comunicação em um contexto histórico e cultural (HJARVARD, 2012, p. 85).

Para além de uma compreensão voltada para a mídia como instituição e no seu estabelecimento como tal impactada nas diversas outras instituições, alguns autores vão enxergar a midiatização como um processo mais amplo. Verón (1997) vai enxergá-la dessa maneira, uma vez que mídias, instituições sociais e os atores individuais se relacionam mutuamente, tensionando as formas como os discursos e produtos simbólicos circulam em sociedade, provocando transformações em diversos fenômenos sociais e culturais.

As sociedades em vias de midiatização são aquelas nas quais os dispositivos para a produção e veiculação dos produtos simbólicos não estão apenas restringidos aos especialistas, mas estão fora do circuito midiático tradicional também, as pessoas tem acessos aos meios de realizar suas inscrições, mesmo que tecnicamente menos aprimoradas, mas com grande capacidade para tornar mais plural os discursos que circulam em sociedade (MAIA, 2014).

Igualmente vemos a instância da recepção complexificada, pois o indivíduo atua a partir do que recebe para ocupar outros lugares no espaço comunicativo. Ele passa adiante o conteúdo de diversas formas, não necessariamente nas formas exploradas por Jenkins (2013) — e os formatos tipos de recriação de fãs que o autor trabalha e apresentamos à frente —, mas

segundo Braga (2012): através do compartilhamento, da inscrição de comentários, estimulando debates em meio à circulação das redes sociais.

Braga (2012), ao considerar esses meandros, vai falar que a sua perspectiva se aproxima ao conceito de Martín-Barbero de “mediações comunicativas da cultura” para o qual não se deve levar-se em conta uma prioridade dos meios, mas ter em mente que o comunicativo é que assume um papel central. Esse reconhecimento de Braga também se dá ao evidenciar dois processos que Martín-Barbero elenca como capazes de reduzirem o estranhamento da mídia. O primeiro, na forma de um processo tecnológico: se veem disponíveis ações comunicativas midiatizadas para grandes conjuntos da população, proporcionando uma mudança de eixo na comunicação massiva; o segundo um processo social, uma vez que os participantes sociais são inseridos em ações que anteriormente apenas diziam respeito à indústria cultural, seja mesmo por meio de críticas, pedidos por regulação, e apropriações “em desvio” dos sentidos intendidos no processo de emissão. “Ao mesmo tempo em que a questão comunicacional se torna presente e fundante para a sociedade, os processos sociais se midiatizam — no sentido de que tomam diretamente iniciativas midiatizadoras” (BRAGA, 2012, p. 34).

Sob tal circunstância, segundo Braga (2012), Fausto Neto observa uma passagem da “sociedade dos meios”, na qual as mídias são dotada de autonomia frente aos demais campos sociais, para uma “sociedade de midiatização”, na qual a cultura midiática se apresenta como referência a partir da qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se institui, o que afeta tanto a organização quanto a dinâmica da própria sociedade. É nesse ponto que as tecnologias transformam-se em meios de comunicação que permitem sentidos, que asseguram a construção de sentidos críticos no processo de produção dos significados, alterando as relações entre produtores e receptores de mensagens. Sempre é necessário, nesse ponto, termos em vista que não se trata apenas da penetração da tecnologia, como temos ressaltado, porque sempre se deve ter em mente um componente social, uma vez que a mídia não é um “corpo estranho” na sociedade (BRAGA, 2012). Segundo Sodré (2010, p. 7), “[n]este momento propriamente tecnocultural, as imagens estetizantes disseminam-se por toda parte, sem se definirem a partir de uma zona especial a que possamos dar o nome de ‘indústria’, nem a partir de um público dito ‘de massa’”.

Com as transformações dos processos sociais, podemos notar uma maior gama de maneiras pelas quais a sociedade interage com a própria sociedade, maneiras que se apresentam acelerando esses processos de contato. Segundo Braga (2012), entre os principais processos interacionais estavam a oralidade presencial e a escrita, as quais, neste cenário de midiatização, se veem ainda como definidoras de padrões de comunicação, só que, agora, passam a assumir

modos mais complexos e diversos por conta dela. Uma vez que não se tem em vista que a midiatização se caracteriza por um predomínio da indústria cultural, é notável o desenvolvimento de novas possibilidades que a própria sociedade passa a ter para criticar, apreender seus processos e, sobretudo, para que setores que em relação aos meios tradicionais não possuíam qualquer oportunidade de ação, passam a agir nas e pelas mídias, demandando por meio dos mecanismos de resposta social representados antes pela "coluna do leitor", hoje expandido para mobilizações em blogs, redes sociais, formando espaços de enfrentamento concebidos como um "sistema de resposta social" (BRAGA, 2006). Esta configuração nos permite conceber, logo, que a indústria cultural não possui um caráter homogeneizador, como tanto destacou-se por uma perspectiva crítica que não via nos sujeitos ferramentais e capacidades para enfrentar sua soberania.

Braga (2006, 2012) destaca que as tecnologias engendram invenções sociais que as levam para um direcionamento interacional es a partir dessa prática social nelas estabelecidas, as próprias formas de dispor-se de determinada tecnologia pode alterar os usos para os quais elas foram anteriormente concebidas. O autor assinala como exemplo desde o rádio que foi pensado para a comunicação ponto a ponto ao YouTube, pensado inicialmente como repositório de vídeos domésticos, mas passaram a ser utilizados para ações interacionais diferentes a partir da conformação social e suas invenções. Segundo o autor, "na sociedade em midiatização, não são 'os meios', ou 'as tecnologias', ou 'as indústrias culturais' que produzem os processos — mas sim todos os participantes sociais, grupos *ad-hoc*, sujeitos e instituições que acionam tais processos e conforme os acionam" (BRAGA, 2012, p. 50).

O mais importante para nós, nessa visada de compreensão, são os processos de circulação dos sentidos que se dão em meio a esse imbricamento de ações, caracterizado pela forma que acontece a circulação do que parte da mídia e mobiliza compreensões posteriormente à recepção. A circulação é apresentada a partir da diferença entre a produção e a recepção, tendo em vista que os receptores são ativos e por isso nela se estabelece um espaço em que são reconhecidos os desvios da apropriação dos indivíduos (BRAGA, 2012). A ambiência da midiatização afeta a lógica nesses dois pontos, estabelecendo uma circulação diferida e difusa de seus processos de interação: "Os sentidos midiaticamente produzidos chegam à sociedade e passam a circular nesta, entre as pessoas, grupos e instituições, impregnando e parcialmente direcionando a cultura" (BRAGA, 2006, p. 27). Assim, os sentidos não são produzidos apenas diretamente, mas, também, e sobretudo, de maneira muito mais fluida, sendo fruto não só dos meios, bem como dos produtos circulantes que vão sendo retomados continuamente.

> Esse “fluxo adiante” acontece em variadíssimas formas — desde a reposição do próprio produto para outros usuários (modificado ou não); à elaboração de comentários — que podem resultar em textos publicados ou em simples “conversa de bar” sobre um filme recém visto; a uma retomada de ideias para gerar outros produtos (em sintonia ou contraposição); a uma estimulação de debates, análises, polêmicas — em processo agonístico; […]; passando ainda por outras e outras possibilidades, incluindo aí, naturalmente a circulação que se manifesta nas redes sociais” (BRAGA, 2012, p. 39-40).

Embora essa concepção assegura ainda mais aos indivíduos receptores um coprotagonismo ao executar seu papel, “na sociedade em midiatização o esforço produtivo para circular se faz na conformação da escuta prevista ou pretendida” (BRAGA, 2012, p. 40). Ou seja, se constitui por um “contrafluxo” que tenta produzir as “falas” segundo o que se deseja ver circulando, para se evitar, desta forma, desvios ou, especialmente, para fazer com que as respostas pretendidas sejam realmente as alcançadas. Este aspecto de fluxo contínuo, sempre adiante, e de uma escuta prevista é, segundo Braga (2012), um dos pontos mais pregnantes da midiatização. Ao se colocarem assim, as interfaces sociais em crescimento deixam para trás o modelo conversacional (ida-e-volta) para esse fluxo contínuo, sempre adiante e, por isso, “já não é tão simples distinguir ‘pontos iniciais’ e ‘pontos de chegada’, produção e recepção como instâncias separadas” (BRAGA, 2012, p. 40).

O autor vai colocar que essa circulação em fluxo contínuo constitui circuitos complexos, por duas razões principais: pelas variedades dos ambientes que são atravessados por ele; e pela diversidade dos processos, que junto aos meios e seus produtos que se ligam em circuitos.

> Os circuitos mais marcados pela midiatização da sociedade atravessam os campos sociais estabelecidos, abalando sua capacidade de refração e o desenho de sua esfera de legitimidade. Em tais circuitos, aparece frequentemente um foco no polo receptor, produzindo o que chamamos de “contrafluxo de escuta” (BRAGA, 2012, p. 48).

Desse modo, os campos sociais, especializados em suas complexidades e anteriormente segmentados no interior de suas fronteiras, são inseridos, também, nesses circuitos, sendo atravessados e atravessando campos diversos. Antes essa interação se dava segundo a lógica de cada um deles e, hoje, como coloca Braga (2012), se articulam dessa forma pouco habitual. Nesse ponto, podemos ligar essa sua compreensão à análise de uma midiatização pensada a partir de instituições sociais de Hjarvard (2012, 2014a, 2014b).

> Ao experimentarem práticas mediáticas, ao se inscreverem, para seus objetivos interacionais próprios, em circuitos midiatizados, ao darem sentidos específicos ao que recebem e transformam e repõem em circulação — os campos sociais agem sobre os processos, inventam, redirecionam ou participam da estabilização de

> procedimentos da midiatização. Essa processualidade interacional inevitavelmente repercute sobre o próprio perfil do campo — por exemplo, incidindo sobre o equilíbrio das forças que o desenham em dado momento, abrindo possibilidades para determinadas linhas de ação e fechando outros, exigindo diferentes tipos de ajuste ao contexto. Mas isso também requer invenção social (BRAGA, 2012, p. 44).

Nesse ambiente complexo de circulação de sentidos, mudanças das dinâmicas sociais em que instituições, campos sociais e indivíduos reestabelecem suas ações e, sobretudo, se reinserem perante a mídia e a própria sociedade, uma nova ordem se estabelece. As novas formas de se organizarem e se colocarem levam as cidadãs e cidadãos a constituírem novas maneiras de visibilidade, de inscrição no comum e atuação política, assim como os agentes políticos e a política — neste momento vista como um arranjo institucional que se apresenta como um jogo com regras e representações — a alterarem seus processos. No próximo item, nós exploramos os impactos da midiatização sobre a política e como esta vai modificar sua conformação em aliança com a comunicação.

1.2 Comunicação e política, midiatização e polarização

Através do percurso teórico que percorremos até aqui tentamos descortinar o palco e algumas das cores com as quais se pintam aquilo que, para nós, será de importante compreensão na sequência empreendida por este trabalho. A sociedade para a qual olhamos é uma sociedade tão intensamente interligada, em circuitos de sentidos que se formam a partir da rede sociotécnica, que engendra tanto um novo ambiente para essas trocas em rede — o ciberespaço — quanto uma compreensão sociocultural que se ilustra com a cibercultura e suas possibilidades de ação e reinvenção, mas se ancora, sobretudo, de forma mais intensa, através da midiatização da sociedade e seus processos. E uma vez que este cenário se torna mais claro, agora vamos empreender a observação sobre como isso impacta uma importante instância da sociedade: a política institucional.

Aqui entendemos a política como sendo aquela classificada dentro dos parâmetros tradicionais da democracia liberal, com suas instituições de governo e suas instituições legislativas para as quais os agentes políticos, dentro de suas especificações, se elegem, organizam políticas públicas e sociais e, a partir da qual, realizam-se as ações comumente relacionadas à política numa perspectiva institucional de representantes eleitos em oposição a eleitores que por eles são representados (GOMES, 2004, 2018). Desde a consolidação da imprensa, o mundo político, como esse apresentado, tem importante papel dentro dos veículos e meios de comunicação seja por se fundarem no interior de suas bases de ação, através da imprensa de partido, ou mesmo como objeto de seu escrutínio. Por esta razão, uma breve revisão

histórica é necessária para se discutir a relação entre comunicação e política, o que faremos nas próximas páginas partindo da ação das usuárias e usuários nas redes sociais digitais para apresentar, a seguir, os possíveis conflitos e a simbiose de influências mútuas entre estes dois campos sociais. Em seguida, exploraremos como especialmente as funcionalidades e as possibilidades de interação e ação das pessoas no contexto da midiatização podem fazer com que elas interfiram e se façam presentes mais diretamente na atuação política. Isso seja porque se mostra possível sua presença política *on-line* ou porque as tecnologias oferecem soluções para o aprimoramento da democracia e para a atuação do governo.

1.2.1 Redes sociais da internet e um novo enquadramento de discursos

Curtir, compartilhar, retuitar, postar, transmitir entre outras diversas palavras, em língua portuguesa ou inglesa, vem ganhando espaço, nas últimas décadas, nas conversas, bem como aglutinam múltiplos sentidos quando se fala em comunicação. São termos não mais restritos às conversas dos profissionais da área técnica da comunicação ou dos acadêmicos; produzir conteúdo, alcançar audiências e, acima de tudo, compreender os processos e técnicas necessários para circular informações se veem cada vez mais popularizados.

Na era do *smatphone* e da conexão *on-line* a partir de dispositivos que podem ser acessados de qualquer lugar pela internet, as barreiras parecem facilmente transponíveis e as formas de ação dos sujeitos passam a ser muito mais diversas, ou pelo menos assim são propagandeadas, já que a conectividade começa a deixar de ser um elemento de divisão social, baseando-se mais como divisória digital a capacidade de utilizar esses dispositivos (CASTELLS, 2011). É como se a perspectiva de uma comunicação que não se prende a uma dimensão dicotômica entre emissor e receptor pudesse, em si mesmo, superar quaisquer outras interferências, físicas, sociais ou simbólicas que imprensa, rádio, cinema e televisão, anteriormente, oferecessem. Agora, as pessoas produzem, discutem e arrumam novas maneiras de tentarem se fazer ouvidas, sendo permitida uma comunicação de muitos com muitos em escala global (CASTELLS, 2003).

A passagem desse modelo unilateral de comunicação, para um no qual “os elementos do processo se comunicam contínua e simultaneamente” (CARVALHO, 2016, p. 12) foi possível e tornou-se quotidiano, segundo Martino (2014), a partir da popularização da internet nos anos 1990, tendo sido essencial, sobretudo, a passagem de uma internet de caráter fixo (web 1.0) para uma internet como plataforma mais dinâmica (web 2.0), cheia de transformações constantes que permitisse um alto grau de interatividade e fosse além de páginas a serem acessadas. As formas de produção colaborativa foram, assim, se expandindo em meio

ao estabelecimento das mídias digitais nas quais “o receptor perde seu tratamento passivo […] interagindo com o emissor da mensagem” (CARVALHO, 2016, p. 12).

> […] o que a internet está fazendo é converter-se no coração articulador dos distintos meios, da multimídia. Em outras palavras, transforma-se no sistema operativo que permite interconectar e canalizar a informação sobre o que acontece, onde acontece, o que podemos ver, o que não podemos ver, e torna-se o sistema conector interativo do conjunto do sistema multimídia (CASTELLS, 2011, p. 284).

As mídias digitais instituem-se como plataformas nas quais as pessoas podem interagir, criar e compartilhar conteúdo, abrindo-se a elas diversas funcionalidades e opções. Ao se fazerem presentes nelas, conseguem, pois, construir novas representações para as estruturas sociais, em um arranjo no qual as trocas sociais e simbólicas se complexificam: as redes sociais na internet.

Segundo Raquel Recuero (2009a, p. 24-25),

> [u]ma rede social é definida por um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores.

Ou seja, as redes sociais digitais não são as mídias digitais, umas vez que aquelas são representações na maioria das vezes individualizadas e personalizadas (RECUERO, 2009a) constituídas, por exemplo, por perfis, páginas no Facebook, Twitter etc. Suas conexões são, por sua vez, a estrutura onde se formam essas redes. As conexões possibilitam a difusão amplificada de informações nas redes sociais, por isso, enquanto as redes sociais *off-line* se estabelecem a partir de conversas entre as pessoas, as redes sociais *on-line* são mais amplas, geram mais discussão que nelas é possível passar facilmente adiante, dando voz às pessoas (RECUERO, 2009b). Além disso, as redes sociais não devem ser confundidas com os *sites* que a suportam, os chamados *sites* de redes sociais (SRS); enquanto as primeiras, como citado acima, são uma metáfora para um grupo social observado, os segundos, relacionam-se aos sistemas nos quais eles se estabelecem, que não são rede social em si, contudo suportam diversas delas.

Nesse espaço de constantes trocas, não só os fluxos, por si próprios, mudariam, como também se instauraria um novo ambiente com dinâmicas próprias e possibilidades: o ciberespaço. Nele se encontra “um fluxo contínuo de ideias, práticas, representações, textos e ações que ocorrem entre pessoas conectadas por um computador — ou algum *gadget* semelhante — a outros computadores” (MARTINO, 2014, p. 24). Porém Lévy (1999), não interpreta esse lugar como separado ou mesmo alheio ao mundo *off-line*, ele se estabelece com

a interação de atores sociais nessas relações híbridas que se dão com os sistemas técnicos das redes sociais digitais e, como vivemos em uma sociedade em midiatização, a coexistência da vida desconectada e conectada assegura ao ciberespaço *status* de ambiente social.

Assim, as configurações sociotécnicas apresentadas pelo ciberespaço ensejam novas possibilidades de cooperação entre os indivíduos para além de proximidades geográficas ou temporais. A partir da difusão do microcomputador, padrão de computadores domésticos que em conjunto à internet se mostrou, segundo Gomes (2018), um dos fenômenos mais importantes e característicos do início do século XXI, é que se estabeleceu a infraestrutura que abriga o ciberespaço como "novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento" (LÉVY, 1999, p. 32), tendo como característica fundamental seu aspecto colaborativo.

Nessa conjunção intensa entre técnica e sociabilidades, se apresenta uma composição cultural que se conforma dentro dessas novas possibilidades de criar, imaginar e compartilhar em conjunto. A cibercultura, que nasce desse fluxo de trocas, não é um marco que altera as relações humanas ou sintetiza suas produções simbólicas em uma nova conformação que diferenciaria de outros processos culturais, pensado de forma abrangente como a produção humana de sentido. Isso porque, segundo Martino (2014), na cibercultura não vemos a tecnologia como o que determina a ação humana, ela, através da leitura que o autor faz de Lévy, ela apenas apresenta possibilidades de práticas. A diferença entre o que seria a "cultura" e a "cibercultura" deve-se à disponibilização desse aparato técnico-operacional que podemos enxergar na última, esta sendo não o produto da ação das pessoas em meio ao ciberespaço, mas suas práticas em transformação "caracterizada pela multiplicidade, pela fragmentação e desorganização" (MARTINO, 2014, p. 25).

Com essa interconexão digital, que existem entre os computadores — e outros dispositivos — criam-se vínculos entre usuárias e usuários que colocam-se em convergência nesse "mundo virtual" — que não deixa de ser "mundo real" apesar de não ser físico, apenas diferencia-se dele por ser composto de dados que se conformam naquilo que deve ser *visível* — uma imagem, texto, vídeo — quando é acessado; as informações, os dados existem nos servidores e tudo mais, mas só se fazem como representação quando acessados por alguém (MARTINO, 2014). Essa convergência representa-se como um processo cultural no qual há uma nova forma de ser e estar no mundo, onde a partir das interações produzidas no ciberespaço entre as pessoas e, sobretudo, em contato direto com os produtos da mídia. Nesse híbrido, no qual as usuárias e usuários podem participar de diversos papéis, de emissores, compartilhadores e recriadores, o espaço público não se vê alheio a isso.

> A convergência cultural acontece na interação entre indivíduos que, ao compartilharem mensagens, ideias, valores e mensagens, acrescentam suas próprias contribuições a isso, transformando-os e lançando-os de volta nas redes. Não é porque um telefone tem dezenas de funções além de fazer chamadas que se poderia falar em "convergência": ela acontece, de fato, no momento em que referências culturais de origens diversas, às vezes contraditórias, se reúnem por conta de uma pessoa ou de um grupo social (MARTINO, 2014), p. 34-35).

O conceito de convergência foi desenvolvido por Jenkins, e uma vez que, segundo o autor, seus principais acionamentos se dão no cérebro dos indivíduos, os quais constituem-se nesse amálgama de referências fragmentadas, faz com que seja protagonista de nossas conversações a própria mídia que consumimos (JENKINS, 2013). Consumir mídia, mais especificamente seus produtos virou algo coletivo e aqui o autor parte, também, de uma leitura de Lévy, que propôs a ideia de uma "inteligência coletiva", lançando mão de uma compreensão dela como fundante desse processo que se mostra como uma fonte alternativa de poder midiático. Aprender a usar esse poder faz parte de um processo que se dá dentro da cultura da convergência, e segundo o autor, esse poder tem sido usado em grande parte para ações voltadas para fins recreativos, mas ele coloca a possibilidade de ser utilizado para fins "sérios" e, assim, alterar o funcionamento de outras instituições, como a política. Essa compreensão tem em vista um entendimento que supera a visada que entendia a "revolução digital" e as mudanças sociotécnicas das quais estamos falando como o fim de "velhas mídias" e o estabelecimento de "novas", mas um cenário de interação complexa entre elas, não pensando na determinação de um tecnologia atual ou futura, própria da falácia da caixa-preta, por onde fluiriam todos os conteúdos (JENKINS, 2013).

A convergência, portanto, não é algo que está no futuro, não é algo que depende de acesso a tecnologias, é um processo que já está acontecendo e mudando a indústria midiática — as formas de financiamento, negócio, produção, acesso e a própria compreensão do papel do receptor que, agora, é alguém produtivo também, capaz de elaborar/reelaborar mensagens e disponibilizá-las através das mídias digitais (MARTINO, 2014) —, mudando, principalmente, como os consumidores processam as informações e os produtos do entretenimento. Há uma tamanha proliferação que a mídia está em todos os lugares. O foco do autor se dá em tratar o lado das ações das usuárias e usuários nesse processo de convergência, listando como fundamentais a atuação de fãs dos conteúdos midiáticos, na forma de *fanzines*, *fanfictions*, *fanarts* etc., que são criações de fãs a partir destes materiais e circulam nas redes sociais. Nessa criação de relações por meio do entretenimento, o autor considera possível pensar que até para superar entraves ideológicos as discussões da cultura popular serviriam já que mesmo em meio

à polarização os indivíduos seriam capazes de encontrar atributos comuns de interesse, por isso que essa configuração da cultura popular seria tão importante na sua perspectiva.

É pensando nessa complexa configuração sociotécnica de uma "sociedade em rede" (CASTELLS, 2011) que enxergamos que as ações dos indivíduos proporcionam constantes transformações. As influências mútuas entre pessoas e mídias e vice-versa, transformam as dinâmicas institucionais, o ordenamento criativo e, sobretudo, a circulação de sentidos. No próximo item, nós apresentaremos as discussões sobre como esses processos de contato transformam a interface entre comunicação e política.

1.2.2 Perspectiva histórica: de efeitos e visibilidade

Antes que as preocupações levantadas sobre a interface entre comunicação e política fosse a respeito de um sistema híbrido, como a internet, que permite um sem-número de ações de usuárias e usuários e onde proliferam-se os memes políticos, através dos quais as e os últimos realizam participação determinante — como tentamos explorar neste trabalho — as pesquisas sobre as interposições entre os dois percorreram um longo caminho.

Segundo Gomes (2004), entre os anos 20 e 40 do século XX, o que as pesquisas buscavam investigar eram os efeitos dos *mass media* na propaganda, na opinião pública e, especialmente, na decisão de voto. As análises se davam pensando duas categorias apartadas de sociedade e política, onde as instituições da comunicação apareciam por uma ótica instrumental de "meios entre dois polos", sempre, segundo o autor, exagerando-se na capacidade de os meios causarem efeitos sobre as pessoas. A partir dos anos 60, há uma mudança que passa a tentar pensá-las para além dos efeitos nos fatos da política, observando, agora, a relação entre essas duas grandezas comunicação e política. A comunicação é vista de maneira mais ampla, pois parte-se da compreensão de que ela aparece de diversas formas na base da política como atividade. Nos anos 60 ainda, e para além deles, nos 70, há a visada que enxerga a comunicação de massas e a indústria cultural no centro das instituições sociais; os meios estão à disposição dos agentes sociais e a literatura passa a vê-los como um campo social "que impõe suas estratégias e linguagens à política e suas opiniões, imagens e agendas ao público" (GOMES, 2004, p. 21). Essa fase, para o autor, estaria encontrando seu encerramento no início da primeira década do século XXI, mas ainda se herdaria dela uma desconfiança em relação à comunicação de massa e seu lugar na vida social.

A partir dos anos 70 aos anos 80, os modelos de análise focam-se nas estruturas de sentido e os mecanismos deles de operação na comunicação e cultura de massas. O ponto de vista negativo passa a ser deixado de lado, e de uma posição de julgamento dos fenômenos

parte-se para um em que se tenta entendê-los. Após isso, no intervalo até os anos 90, tem-se uma surpresa na constatação de a comunicação e a cultura de massa ter ocupado tamanho papel central na cena social, em tal velocidade que, conforme coloca Gomes (2004), é notável uma preocupação quanto a isso. Dando sequência a esse período, as pesquisas ganham volume abrangendo um escopo igualmente amplo, com grande diversidade nos aspectos considerados, consolidando-se, na comunicação política, a reflexão, em particular, sobre a interface entre a política e os fenômenos, recursos e linguagens da comunicação de massa.

Quando se consolida o modelo que pensa essa interface entre as esferas da comunicação de massa e da política, há um destaque, conforme elenca Gomes (2004), para os seguintes aspectos: 1) a ação política se dá em relação à comunicação, que se constrói como esfera de visibilidade, que altera a própria atividade política interna, em um processo de midiatização que exploramos anteriormente e continuará a ser explorado a seguir; 2) as estratégias eleitorais baseiam-se no consumo de imagens públicas sobre os atores políticos como "um complexo de informações, noções, conceitos, partilhados por uma coletividade qualquer, e que o caracterizam" (GOMES, 2004, p. 254); 3) estabelecimento de um universo de serviços políticos essenciais baseados no *marketing*, sondagem de opinião, consultorias etc.; 4) os discursos devem ser organizados segundo a gramática dos meios em que devem circular, para produzir afetos e emoções, tratando os acontecimentos e fatos como narrativas que ganham tons espetaculares e escandalosos; 5) as estratégias buscam uma audiência, já prevendo uma escuta pretendida.

Algumas propriedades políticas inerentes à atividade política deixam de ter relevância ou veem reduzida sua importância, segundo o autor. Assim, os valores ideológicos, fruto de um debate complexo e fundamentado deixam de ser o que representa as ideias e posições em disputa. Discutir ideias, conceitos não seria mais interessante, pelo menos não para além do ponto do que for suficiente para produzir o voto. Gomes (2004) aponta para o fato de que o debate público feito para a apreciação das cidadãs e cidadãos perde espaço para os "formadores de opinião", nesse momento colocado pelo autor representado pelos comentaristas políticos e outros profissionais da imprensa, atualizados contemporaneamente para a figura do influenciador digital, a personalidade da internet que, seja por seu blog, perfil em *site* de redes sociais, configura-se como comentador político e formador de opinião — fenômeno que caracterizou as eleições de 2018 na qual alguns deles foram até mesmo eleitos para exercer cargos públicos (OLIVEIRA, 2018;CARVALHO, 2018). Tudo isso levaria a uma perda de autenticidade para o campo político, que tão necessitado da técnica, da profissionalização, não abriria espaço para a improvisação e espontaneidade, perdendo espaço também os partidos

políticos, uma vez que a personalização para a aprovação ou reprovação direta do público se furtaria da necessidade de partidos como representantes dos interesses e vontades das cidadãs e cidadãos. O próprio espaço da cidadania no jogo político seria, então, na revisão das perspectivas sobre o campo feita por Gomes (2004), posterior, passiva e, de certa maneira, privada.

Pensar os fenômenos de influência mútua entre os dois campos representa pensar em como a política, aqui o arranjo institucional e social de gestão dos interesses, foi se midiatizando. Os próprios primeiros estudos de midiatização, segundo Hjarvard (2012), utilizavam-na para descrever o impacto dos meios na comunicação política, pensando em vários desses pontos que enumera Gomes (2004), nos quais o sistema político teria se ajustado às demandas dos meios de comunicação. Isso acontece porque de certa forma, "os atores de diferentes setores têm que adaptar seu comportamento para *acomodar* as valorações, os formatos e as rotinas dos meios de comunicação" (HJARVARD, 2012, p. 50, grifo do autor) tendo, por exemplo, que aprender a se expressar por *sound bites*, declarações curtas de impacto a serem dadas a repórteres ou serem compartilhadas em perfis em redes sociais.

Essas acomodações vieram com o tempo e através das mudanças nessa interdependência. A própria constituição da imprensa se deu a partir de uma imprensa de partido seja produzida por políticos, acadêmicos ou outros indivíduos mais diretamente ligados aos partidos políticos. Essa forma de imprensa foi até mesmo a responsável pela solidificação da noção de liberdade de expressão e imprensa, uma vez que ao se demandar por essa liberdade também se demandava por uma liberdade de confronto partidário já que havia essa ligação entre imprensa e partido. Então ter uma imprensa livre era a garantia, também, de diversidade partidária (Gomes, 2004). Na experiência europeia, sobretudo na escandinava, segundo Hjarvard (2014b), passou-se, na Europa, dessa imprensa de partido para uma configuração voltada para princípios educacionais que, portanto, apresentava-se de maneira mais neutra em relação à política sendo diferente em contexto de mídia comercial, na qual a sua proximidade com as questões políticas são muito mais intensas, especialmente por também ela se estabelecer como definidora da política, não como instituição política mas como importante para pautar as questões políticas assim também podendo enquadrar os fatos políticos e negociar o consenso em torno de certas decisões políticas. Em alguns casos, meios de comunicação utilizam-se de um paralelismo político colocando-se a favor ou contra partidos ou posições políticas de determinados grupos o que, segundo o autor, é possível notar sobretudo na ordem estadunidense onde uma certa independência entre a mídia e a política se estabeleceu, mas na qual as mídias se apresentam como forças capazes de expressar ou defender posições também político-

partidários (como exemplo podemos citar o apoio da Fox News ao governo de Donald Trump (FERRARI; VARELLA, 2016)).

Os vínculos formais entre política e a imprensa foram se dissipando principalmente à medida que o jornalismo se profissionalizou pautado especialmente pela objetividade e a facticidade. “Em geral, os veículos de comunicação não desafiavam ou contestavam os partidos na sua importância no campo da política refletia-se no fato de terem tornado a principal fonte de informações políticas do grande público” (Hjarvard, 2014b, p. 85). Esse período em que a mídia e os meios de comunicação passaram de instituições culturais para instituições midiáticas submetidas à lógica comercial mais ampla, a própria política passou também a ter uma lógica submetida à orientação do mercado. Assim as cidadãs e o cidadãos passaram cada vez mais a serem vistos como consumidores de política, e o agentes da política como produtores desses fatos e conteúdos; o que exige da política, como campo, instrução no domínio de técnicas, como já falamos, e outras habilidades próprias da comunicação midiática para construir sua visibilidade.

O papel do jornalista na construção dessa visibilidade e da imagem pública foi central porque, além de pautar e enquadrar os fatos, o jornalista, segundo Gomes (2004) trabalha como um selecionador, um editor de imagem que é responsável pelas maneiras em que elas serão projetadas, já que durante muito tempo seu papel projetou-se pela cobrança, pela denúncia e a vigilância sobre as instâncias políticas. Dessa maneira, parte da disputa política vai se dar em relação à imposição da imagem pública dos atores políticos que querem ter domínio sobre essa percepção que é projetada sobre si, buscando visibilidade positiva. Isso porque “a imagem pública contemporânea deixa de ser politicamente acessória para ser central, deixa de ser um fato típico da vivência comunitária para se constituir em fenômeno decisivo no contexto da experiência produzida e conduzida pela comunicação de massa” (p. 264). Em um contexto mais contemporâneo, a figura do jornalista perde importância pois disputa com outros atores, sobretudo com os próprios agentes políticos, pois utilizando das mídias digitais podem por si mesmo projetarem fatores que constituirão sua imagem pública e construírem um espaço de visibilidade que, no entanto, não deixa de ter na mídia tradicional, na figura do jornalismo, um espaço de confirmação.

Em relação à visibilidade e imagem pública, a midiatização da política vai, segundo Hjarvard (2014b), apresentar dois processos fundamentais: a personalização na política, na qual o foco na personalidade e na trajetória individual do sujeito político sobrepõe as filiações partidárias, “o papel social do político normalmente é minimizado em favor de uma representação que mistura trajetória política com trajetória de vida” (HJARVARD, 2014b, p.

112); e a conversacionalização da política, representada pelo “uso crescente da linguagem informal em todas as situações sociais, inclusive naquelas formais e públicas, e no uso mais frequente de formas orais na comunicação escrita” (HJARVARD, 2014b, p. 116), o que acontece especialmente na presença nos *sites* de redes sociais.

Assim podemos notar que a midiatização da política, nesta perspectiva de mudanças históricas tanto na forma de pensar e analisar os processos políticos institucionais quanto as suas práticas, possibilita uma nova ordenação em que se estabelecem as forças não tanto em uma sequência hierárquica, mas em uma disposição de trocas constantes tendo, sobremaneira, impactado nisso a projeção dos *sites* de redes sociais e a formação de redes sociais digitais capazes de constituírem novos fenômenos políticos e midiáticos que mobilizam os acontecimentos políticos. Essa projeção ganha importância não só nas maneiras de construção da imagem pública projetada por um agente político, mas sobretudo nas próprias mudanças empreendidas nas sociedades na última década, mobilizando afetos, narrativas, rearranjos parlamentares e conduções eleitorais, o que exploraremos no próximo item.

1.2.3 Realidade contemporânea: redes sociais digitais em ação

A última década tem testemunhado uma série de acontecimentos que se mostram não só como exemplos, mas, especialmente, como processos que cristalizam a midiatização política. Se a busca pela visibilidade e uma visão favorável de jornalistas mobilizava os agentes políticos e implementou um ambiente de campanha eleitoral permanente (GOMES, 2004; HJARVARD, 2014b), as mídias digitais acentuam ainda mais essa concepção. Além de arregimentar um novo espaço onde qualquer pessoa com conexão à internet pode adentrar, apresentam-se a elas possibilidades de contato direito com seu representante, bem como oportunidades de expor suas ideias e reivindicar.

Desde junho de 2013, quando ocorreram aquelas tidas como as maiores manifestações de rua desde o final da ditadura militar nos anos 80 (SINGER, 2013), nossa história recente testemunhou uma onda de protestos e demandas políticas que surgem justamente a partir das redes sociais digitais e transportam-se para as ruas. No primeiro momento demandando melhores serviços públicos, mas, logo em seguida, impulsionados pela pauta anticorrupção, elas seguem por outros caminhos que direta ou indiretamente criam uma movimento que nos levará ao *impeachment* de Dilma Rousseff e, sobretudo, ao ambiente no qual se deram as Eleições 2018 e seu resultado testemunhado.

Esse amálgama de demandas e sujeitos, se estabelecem a partir de formas de disputas simbólicas que ocupam um novo limiar representado por essa indissociação entre

espaço *off-line* e *on-line*. Nesse estado de hiperconexão, segundo Gomes (2018), "está-se em contato com o próprio ambiente digital sem que se precise sair ou 'desconectar' dos ambientes sociais tradicionais em que estamos inseridos — família, amigos, colegas, membros da religião ou do partido etc." (p. 1523). E, por essa razão, podemos notar que

> as mídias sociais se tornam arenas singulares para a construção, disseminação e debate de temas da atualidade em canais interligados que representam instituições diversas como órgãos de imprensa, governo, partidos e movimentos sociais; além de em blogs de jornalistas, de colunistas e de ativistas políticos (SANTOS JUNIOR, 2016, p. 26).

Essas arenas se veem possíveis porque os *sites* de redes sociais apresentam funcionalidades que diminuem as dificuldades de aprender as técnicas para a produção de conteúdo amador, além de serem lugares em que se vê ampliado o alcance até mesmo para instituições ligadas a outros meios de comunicação (SANTOS JUNIOR, 2016). Munidos dessa capacidade técnica e da possibilidade de formar uma audiência de maneira direta, sempre com base nas características da política midiatizada que tenta configurar uma conversacionalização, projetando uma horizontalidade discursiva entre os atores e, sobretudo, construir essa audiência através da exibição de sua imagem pessoal, novos sujeitos lançam-se nesse palco para construir posicionamentos e liderar esse novo modo de fazer política baseada no curtir e compartilhar.

> […] a internet altera a prática da comunicação política porque inclui no ambiente político — tradicionalmente comandado pelos *media* e pelos políticos — os cidadãos de uma forma até então não vista; estendendo a possibilidade de participar (em seu sentido mais amplo) da política de forma mais próxima, frequente e atuante através dos instrumentos de comunicação que oferece (ROSSETTO, 2014, p. 40).

Um dos principais *sites* de redes sociais que se mostra como plataforma para essas ações é o Twitter. Apesar de não ser o *site* que apresenta o maior número de usuárias e usuários no Brasil[1], ele se instituiu como um local de difusão de pautas que passam, inclusive, a repercutir para além das redes sociais que nele se constroem (ROSSETTO, 2014). No Twitter, as questões políticas vão repercutindo, ganhando desdobramentos imprevisíveis, permitindo às pessoas atuarem de diversas formas uma vez que sua estrutura é baseada em conteúdo gerado pelas usuárias e usuários.

Conforme elenca Rossetto (2014), três são as razões principais para que o Twitter seja utilizado na vida política: (1) com ele é possível ter acesso de forma rápida e sem necessitar do filtro de outras mídias ou indivíduos para conseguir informação política diretamente com os

[1] O Facebook ocupa o primeiro lugar dos *sites* de redes sociais mais usados no Brasil (OLIVEIRA, 2018a), segundo dados mais antigos o Twitter estaria entre os seis mais acessados (AGRELA, 2013).

agentes e instituições políticas; (2) permite às usuárias e usuários sanar o desejo de fazerem parte do processo político, pois podem cobrar, mobilizar-se nele e não apenas serem recebedores de informação; e (3) também é uma ferramenta para os negócios porque a partir dele quem trabalha com a política, seja como um agente inerente dela ou mesmo na cobertura das notícias políticas pode utilizá-lo para seu trabalho.

É nesse boca a boca digital de informações que se concentra o poder de ação das redes sociais digitais. Através dos *sites* de redes sociais a comunicação política se vê inserida "em um contexto no qual o relacionamento entre os indivíduos passa a ser fundamental. Não interessa mais somente o que vêm dos jornais ou da TV, nem do próprio campo político ou dos *sites* de notícias e blogs de jornalistas, mas também as relações sociais *on-line* e quem faz parte do convívio social em rede de cada um" (ROSSETTO, 2014, p. 43). A partir disso nota-se que "parte do público se comporta como fãs de política nas mídias sociais, a partir de comunidades interpretativas com forte engajamento afetivo na formação de identidades políticas e da renegociação de sentido dos textos" (SANTOS JUNIOR, 2016, p. 170).

Contudo, por conta disso, nem tudo nessa conjuntura representa traços positivos a serem observados. Segundo cita Jenkins (2013), Lévy imaginava que desse ambiente de compartilhamento de conhecimento poderia se restaurar a cidadania democrática e, na sua própria compreensão, para ele seria possível interpretar que mesmo as comunidades fãs, nesses seus processos, apontariam para novas formas de cidadania e colaboração:

> Os efeitos políticos dessas comunidades de fãs surgem não apenas da produção e circulação de novas ideias (a leitura crítica de textos favoritos), mas também pelo acesso a novas estruturas sociais (inteligência coletiva) e novos modelos de produção cultural (cultura participativa) (JENKINS, 2013, p. 424).

Através dessas novas estruturas sociais se pensariam novas formas de participação e deliberação, agora mais facilmente alcançada com equilíbrio a partir de uma facilidade de argumentação. No entanto, não podemos negar, e o autor encaminha-se nesse sentido, que as configurações da conexão permitem uma maior difusão dos assuntos, mas também tenciona a polarização:

> À medida que as pessoas integram a política à vida cotidiana, torna-se mais difícil para elas se comunicarem com familiares e vizinhos, com outros na escola, na igreja e no local de trabalho. […] À medida que a "política do ataque" evolui no nível popular, ou entramos em desacordo com as pessoas à nossa volta, difamando-as por suas escolhas políticas, ou nos recusamos a compartilhar nossas visões políticas, com receio de, ao expressá-las, prejudicarmos relações que nos são valiosas. Votamos nus não no sentido de que temos um envolvimento íntimo com a política, mas no sentido de que estamos expostos e vulneráveis (JENKINS, 2013, p. 412).

Jenkins implementa nesse sentido a discussão sobre a polarização como uma consequência da grande oferta de canais e conteúdos midiáticos, ancorados nas mídias tradicionais ou nas mídias digitais, fruto de um mundo no qual as pessoas escolhem os canais dos quais tirar suas informações segundo suas convicções e concepções políticas o que acaba por "criar uma imagem menos complexa e com menos nuances sobre as convicções alheias" (JENKINS, 2013, p. 413). Hoje em dia, podemos notar, ainda, o agravante de se verem disponíveis não apenas canais ou espaços pautados em paralelismo ideológico, como também pautados na fabricação de notícias e informações mentirosas ou repletas de falácias, "fatos alternativos", para formar, mobilizar e confirmar convicções. Não se deve, então, acreditar que os *sites* de redes sociais não tenham um lado sombrio, que vemos fortemente explorado nos últimos anos, mas não podemos, tampouco, ver isso como critério que os desclassificam como ambientes de luta por emancipação e contestação política, onde entram em embate novas maneiras de dizer e ser na partilha do comum, já que "os espectadores não são meros joguetes para os interesses comerciais ou para as elites políticas, pois suas identidades compartilhadas e a capacidade de comunicação coletiva permitem que se manifestem sobre seus interesses percebidos" (JENKINS; GREEN; FORD, 2015, p. 3438)

É nesse elo da comunicação coletiva que se darão não só a consolidação dos entraves diretos da polarização e, para além dela, de uma luta agonística que não considera apenas a destruição de quem pensa diferente, como a constituição de um formato fundamental para a construção de sentido nos discursos propagados nesse espaço. A mídia cívica, como denomina Jenkins e seus colegas (2015), "é o conteúdo destinado a aumentar o engajamento cívico ou motivar a participação política" (p. 4499), originada tanto dos atores mais institucionais como candidatas e candidatos políticos como das organizações de movimentos populares. Este tipo de conteúdo é produzido para fazer circular e gerar convencimento junto ao público que, inserido na estrutura de um *site* de redes sociais como o Twitter, é parceria fundamental para a propagação da mensagem. Com elas sempre se imagina uma resposta pretendida, contudo nem sempre o apelo intendido pelos produtores se veem alcançados, por se verem descontextualizadas, mas às vezes até isso pode contribuir, segundo os autores, para sua propagação, já que "os produtores contam com a controvérsia em torno dessas táticas inesperadas para inspirar a propagação adicional e a discussão de sua mídia" (JENKINS; GREEN; FORD, 2015, p. 4518).

A forma de construir esses conteúdos em formatos de fácil compartilhamento tem a ver com a propagabilidade que eles possam apresentar. A propagabilidade

> se refere aos recursos técnicos que tornam mais fácil a circulação de algum tipo de conteúdo em comparação com outros, às estruturas econômicas que sustentam ou restringem a circulação, aos atributos de um texto de mídia que podem despertar a motivação de uma comunidade para compartilhar material e às redes sociais que ligam as pessoas por meio da troca de bytes significativos (JENKINS; GREEN; FORD, 2015, p. 278).

Portanto, deve-se levar em conta a mobilização de afetos e emoções para que esse conteúdo de viés político não apenas propague, como solidifique ideias compartilhadas entre aquelas e aqueles que participam com o compartilhamento, mas dos quais se deseja, também, o apoio à causa ou, sobretudo, à posição política defendida. Isso se mostrou fundamental nos eventos citados anteriormente porque além de uma mobilização continuada através do conteúdo midiatizado,

> a propagabilidade diminuiu os custos do discurso político. Como resultado, grupos ativistas acham mais fácil conceber e circular conteúdos de mídia convincentes, construindo afiliações mais fortes com um público que desempenha um papel muito mais ativo na propagação de sua mensagem. Essas táticas funcionam porque criam mídia (como os vídeos do YouTube) que é de fácil circulação, prestam atenção às motivações sociais que estimulam os adeptos e os visitantes mais casuais a compartilharem esse conteúdo com seus amigos (JENKINS; GREEN; FORD, 2015, p. 4512).

A produção desse tipo de conteúdo da "mídia cívica" mais propagável traz do entretenimento muito de sua linguagem, o que serve para se atinja adeptos imprevistos ao discurso e assim, possivelmente, estreitar os laços com esse público com o tempo. Outra característica fundamental — e que é, para nós, o cerne para pensarmos as redes sociais digitais e os processos políticos midiatizados inseridos nelas — é a capacidade de esse material propagado de ser refeito. Isso acontece, segundo Jenkins et al. (2015), tanto através de remixagem e sampleamento, quanto através da sua inserção em conversas em andamento, em outras redes, ou seja, de ser realocado, reconstruindo seu sentido, direta ou indiretamente.

É nesse ponto que acreditamos que a propagação de conteúdos gerados pelas usuárias e usuários, pensando especificamente no Twitter, pode ser compreendida como uma forma de reconfiguração dos espaços a serem ocupados e, ademais, dos discursos em circulação. Um formato que congrega tanto a propagabilidade como também uma criatividade transgressora são os memes políticos. Estes tomaram as redes — e as ruas — e têm sido fundamental forma de disputas simbólicas entre correntes políticas e até mesmo para levar o assunto político para aqueles que comumente não se interessam pelo tema. E mais, na perspectiva que pretendemos construir neste trabalho, são capazes de serem usados para a

promoção de cenas de dissenso, as quais contestam desigualdades, as noções de visível e dizível, bem como as identidades sociais impostas, conforme será melhor exposto a seguir.

1.3 A política como dissenso na partilha do sensível

Entender este momento histórico que vivemos, onde os sentidos estão sempre em disputa e as pessoas parecem ter em mãos cada vez mais novas formas e mecanismos para produzir esses sentidos e agir, exige de nós uma atenção ao caráter estético dessas possibilidades que são dadas. Sobretudo quando se fala em política, não são deixados de lado os meandros estéticos que compõe as ações dos sujeitos nesse âmbito, por isso nos é tão caro e importante para este trabalho apresentar, agora, os conceitos do pensamento político de Rancière, os quais servirão como fundamento para enquadramos nosso olhar sobre a política e as disputas que, segundo o autor, são a própria base para que ela exista. Depois de passarmos pelas discussões sobre a sociedade em vias de midiatização, cenário no qual se apresenta o objeto de nossa análise, é necessário descortinar aquilo que é elementar nesse nosso desenvolvimento compreensivo.

O pensamento político do filósofo francês Jacques Rancière (1996, 2009, 2012, 2016), dentro de seu cerne, tem como princípio que os indivíduos estabelecem suas relações a partir de um dano, uma distorção no modo de se apresentarem e se reconhecerem como parte de um comum dos sem qualidade; como parte dos “sem-parte” é que se constituem como comunidade política, que forma um “nós” modelado nesse “comum”, não relacionado ao que é próprio desse grupo, mas àquilo que os impulsiona a estarem juntos enquanto, ao mesmo tempo, os separa. É, pois, o lugar de exposição dos sujeitos que possibilitam a eles, a partir do que têm de diferente, a encontrarem formas de linguagem para ação comum e seu aparecer na esfera da visibilidade pública, seja como interlocutores que possuem reconhecimento, seja como sujeitos poéticos (MARQUES; PRADO, 2018a).

A configuração dessa comunidade política se dá no contraponto entre duas ordens: a ordem consensual, que procura estabelecer nomes, lugares e ocupações sociais delimitados para cada coisa e sujeito; e a ordem dissensual: que contesta esses nomes e lugares preestabelecidos em busca de conceber novas formas de partilhar o comum, considerando novas maneiras de dizer e ver, que faça dele o espaço da criatividade, do fabular novas formas de existir e expressar. A primeira ordem é chamada por Rancière de polícia, no entanto ela não se refere ao aparato institucional da violência e da vigilância; a segunda, por sua vez, é a política, vista como esta experiência estética e poética de criar e expressar um outro mundo possível. A

política, contudo, não visa superar ou suplantar a polícia, já que sua própria constituição a toma como base.

Própria da partilha política do sensível, a ocupação de um novo espaço de ação e existência baseada tanto na experiência sensória quanto na interpretação de sentidos conferidos a ela, é a literaridade. Rancière apresenta a literaridade como o excesso de palavras, mas sua questão política não se relaciona propriamente à escrita ou mesmo à fala, mas à disponibilidade de todas e todos executarem essas ações e, assim, disputar um lugar que confronta a hierarquia dos lugares de cada um. A falta de controle sobre a palavra faz com que indivíduos sem a legitimidade atribuída para a manejar a utilize para ocupar outros lugares. Esse excesso de palavras pode não servir para a mudar, mas perturba a ordem consensual e é com essa operação fabuladora que são construídas novas maneiras de ser (MARQUES; PRADO, 2018a).

> [A] literaridade não é só o excesso que configura uma potência que permite uma recombinação de signos capaz de desestabilizar as evidências dos registros discursivos dominantes: ela é o exercício mesmo do trabalho com a linguagem, da bricolagem e justaposição com signos e enunciados heterogêneos, proporcionando outras formas de apreender o visível e sua significação. Os falantes, em condição de igualdade (não está em jogo seu status), utilizam experimentalmente a escrita para criar "um certo espaço comum, um modo de circulação da linguagem e do pensamento que não possui nem uma emissor legítimo e nem um receptor específico, nem tampouco um modo de transmissão regulado" (MARQUES; PRADO, 2018b, p. 25).

Para dentro da perspectiva desta dissertação, relacionamos a literaridade ao fato de a midiatização e os *sites* de redes sociais darem acesso aos indivíduos a novas formas de inscreverem-se, sobretudo através dos memes de ação popular, criando um excesso de sentidos que desafia o sistema sobre como se deve construir e receber textos e imagens, especialmente em um contexto eleitoral de papéis pretensamente determinados. Assim, as questões sensíveis se afloram, valendo-se em grande parte a apelos emocionais e utilizando desses formatos para construção da política com base na dimensão subjetiva, para além da relação candidato-eleitor-urna.

Uma experiência estética que tem as palavras abertas a serem usadas por qualquer um, livre de fórmulas de enunciação rígidas, possibilita uma igualdade sensória bem como libertação. Por essa razão a partilha estética do sensível está ligada às transformações nos modos em que as competências, as formas de visibilidade e circulação de enunciados se transforma e assim "redefinem mundos vividos e, por isso, a distribuição entre o que as pessoas são capazes de fazer e o que não são, quem é capaz e quem não é capaz" (MARQUES; PRADO, 2018a, p. 67). Essa partilha do sensível é, segundo Rancière:

> […] o sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um comum e dos recortes que nele definem lugares e partes respectivas. Uma partilha do sensível fixa, portanto, ao mesmo tempo, um comum partilhado e partes exclusivas. Essa repartição das partes e dos lugares se funda numa partilha de espaços, tempos e tipos de atividade que determina propriamente a maneira como um comum se presta à participação e como uns e outros tomam parte nessa partilha (RANCIÈRE, 2009, p.15).

As críticas à injusta partilha do sensível pelo regime policial se dão não porque ela se encarna em regras de uma máquina ideológica que institui lugares permanentes aos indivíduos para controlá-los, mas porque arregimenta as relações entre o visível, o enunciável e o pensável e como cada um deles pode se concretizar. Nele as imagens mediadas pela comunicação buscam uma definição totalizante, ou seja, um consenso que age contra qualquer força criativa e a resistência do imaginário (MARQUES, 2013a).

> De um lado, as formas de partilha do sensível definidas pela ordem policial atuam como um conjunto de dados, mais ou menos aceitos e conscientes que formam e limitam as capacidades de percepção e pensamento. Mas, de outro lado, esses dados definem uma pluralidade de articulações diferentes entre seus elementos, uma multiplicidade de possibilidades que podem ser combinadas de modos diferentes por indivíduos, coletividades ou eventos que quebram a lógica temporal ordinária, desvelam outras formas possíveis de experiência e outras formas possíveis de se dar sentido a essas experiências" (MARQUES, 2013, p. 114).

A política apresenta novas possibilidades para a existência construídas a partir de uma cena dissensual de dimensão estética capaz de apresentar novas formas comunicativas de os indivíduos atuarem na política e transformarem aquilo que podem ser. É a partir dessa renovação na forma de ocupar suas posições que se constrói uma nova experiência de partilha. Nesse novo cenário, os sujeitos se mostram como capazes de construírem um espaço comum de objetos comuns frutos de uma decisão comum, onde os sujeitos são capazes de nomearem-se e discutirem a respeito de si mesmos. O conflito sobre a existência desse espaço de uma palavra comum seria a própria política (MARQUES, 2013b).

> Há uma estética da política no sentido de que os atos de subjetivação política redefinem o que é visível, o que se pode dizer dele e que sujeitos são capazes de fazê-lo. Há uma política da estética no sentido de que as novas formas de circulação da palavra, de exposição do visível e de produção dos afetos determinam capacidades novas, em ruptura com a antiga configuração do possível (RANCIÈRE, 2012, p. 63).

É com esses rearranjos e excessos que são estabelecidas as cenas de dissenso e constituem a própria ação política. A cena de dissenso se constrói a partir da experiência estética centrada nessa (re)invenção das possibilidades para além do que impõe a ordem policial e qualquer "já dado", assim se mostram possíveis muitas formas de inscrever o outro nessa cena

já configurada, mas agora em processo de mutações. Observá-las é centrar-se em um sujeito que se utiliza de novos formatos para se exprimir, mas também se insere como capaz de ver os sentidos fora de qualquer preestabelecido. Ele se vê emancipado frente àquilo que lhe é apresentado para fruir, assegurando não só um novo espaço de dizer, mas também de ver. O sentido não está naquilo que o sujeito autor pretendeu impor na sua realização estética, mas ele se constitui em um terceiro lugar possível quando se relacionam a visão implementada pelo autor e as individualidades do receptor que utilizando-se da sua compreensão do comum e, a partir disso, formula sentido. Logo, o indivíduo não se vê subjugado sob um sentido único e, aqui, também, se instituem outros regimes que nos permite pensar em uma *aisthesis* que convida à *poiesis*, ou seja, uma fruição que leva à produção de um outro para além do que se julgava pacífico. Nesse jogo de experiências, no qual o dissenso também pode ser testemunhado, são quebradas as hierarquias entre os níveis de discurso.

> Dissenso quer dizer uma organização do sensível na qual não há realidade oculta sob as aparências, nem regime único de apresentação e interpretação do dado que imponha a todos a sua evidência. E que toda situação é passível de ser fendida no interior, reconfigurada sob outro regime de percepção e significação. Reconfigurar a paisagem do perceptível e do pensável é modificar o território do possível e a distribuição das capacidades e incapacidades. O dissenso põe em jogo, ao mesmo tempo, a evidência do que é percebido, pensável e factível e a divisão daqueles que são capazes de perceber, pensar e modificar as coordenadas do mundo comum. É nisso que consiste o processo de subjetivação política: na ação de capacidades não contadas que vêm fender a unidade do dado e a evidência do visível para desenhar uma nova topografia do possível (RANCIÈRE, 2012, p. 48-49).

Com esse entrelaçamento de vários níveis de sentido que se constitui uma cena de dissenso dentro da sua necessidade de transformar como são disponibilizados e circulam as palavras e os discursos. A cena de dissenso em Rancière é composta a partir de três gestos políticos: tratamento do dano; partilha dissensual do sensível e desindentificação (MARQUES; LELO, 2014). Em sequência, cada um destes gestos rege o que foi naturalizado das desigualdades presentes no “comum”, às novas formas de ver, enunciar e à desindentificação que é, portanto, essa construção de novas identidades sociais afastadas daquelas impostas e das temporalidades que definem quem pode participar ou não do que apresentamos como comunidade sensível da política. É a partir desta que se observa o surgimento de um poder subjetivo baseado na igualdade como exercício de dissenso. Duas formas de emancipação são, assim, notadas: a emancipação que se constitui na abertura que reconhece a capacidade de alguém falar que anteriormente não era lhe dada, adotando, então, o pressuposto da igualdade e a emancipação política quando o interlocutor afirma sua capacidade de falar mesmo esta sendo-lhe negada — testando a igualdade que lhe negam.

O sujeito político, nesses casos, trabalha a construção da partilha do sensível, ele "não é um grupo de interesses ou ideias, mas o operador de um dispositivo particular de subjetivação e de litígio por meio do qual a política passa a existir" (RANCIÈRE *apud* MARQUES, 2014, p. 80). Esses dispositivos são interacionais e é a partir deles que se dá origem às cenas de dissenso onde esses sujeitos políticos vão jogar contra as definições que os asseguram um papel no espaço, no tempo e no discurso, assim podendo ser construídas "outras realidades, outras formas de senso comum, ou seja, outros dispositivos espaçotemporais, outras comunidades de palavras e coisas, formas e significados" (RANCIÈRE, 2012, p. 99). É nesse ponto, na forma de um desses novos dispositivos, que possibilitam aos sujeitos inscreverem-se em cenas de dissenso, que enxergamos os memes. Ao possibilitarem arranjos relacionais que suplantam e contestam a ordem policial da disposição dos corpos e vozes, eles permitem ação política dos sujeitos. Contudo este seu papel de dispositivo não está em passar mensagens, ou decifrar as representações e os modelos, mas representar "disposições dos corpos, em recorte de espaço e tempos singulares que definem maneiras de ser, juntos ou separados, na frente ou no meio, dentro ou fora, perto ou longe" (RANCIÈRE, 2012, p. 55).

As pessoas, ao se fazerem presentes e atuantes a partir dos memes, elaboram uma enunciação sensível que expõe o seu lugar e reivindica novos arranjos para a ocupação dele. Inscrever-se na comunidade política com os memes de ação popular sobretudo não é meramente manter-se antenado a uma tendência interacional passageira que rapidamente pode ser suplantada por outra ação insurgente ainda mais mobilizadora. Fazer isso é, pelo contrário, construir através de um formato de modelo efêmero uma ação política que expressa trocas sensíveis e disputas encenadas há muito tempo já constituídas em diversos outros dispositivos. Até mesmo a política como aparato da administração dos interesses se vê, presentemente, muito menos alicerçada na objetivação dos projetos e planos de governo que na mobilização de apelos emocionais, identidades e subjetividades — tendência exacerbada no período eleitoral e após ele, como se pode testemunhar hoje em dia. Tendo isso em vista, as proposições e perspectivas de Rancière nos ajudam a observar o momento histórico recente e compreender como os memes contribuem para a ação política e rearticulam os discursos nos diversos ângulos dela.

À parte a esses processos de subjetivação e da própria constituição dos sujeitos políticos, nós precisamos empreender a observação do contexto amplo das discussões sociotécnicas que configuram e possibilitam o ambiente no qual o meme vai conseguir se estruturar como formato e, como tentamos relacioná-lo, dispositivo para a criação de cenas de dissenso. Assim, continuaremos a tratar desses aspectos fundamentais para estruturar esse nosso ponto de vista. A seguir, vamos apresentar as discussões sobre o conceito de meme e pensar

seu impacto na política, seja ela as “maquinarias”, como Rancière aponta, próprias da gestão dos interesses (RANCIÈRE, 1996)[2], em uma perspectiva mais institucional do que mormente se toma como política ou essa sua dimensão discursiva que se vê exacerbada através dos memes.

[2] Deve-se distinguir, a este ponto desta pesquisa, os dois conceitos de política: a política no *latu sensu*, que para Rancière é o “conjunto dos processos pelos quais se operam a agregação e o consentimento das coletividades, a organização dos poderes, a distribuição dos lugares e funções e os sistemas de legitimação dessa distribuição” (1996, p. 42) mais relacionado ao que o autor chama de *polícia*, ou seja, as configurações institucionais que tratamos anteriormente. Quando nos referirmos à política como forma de confronto a essas definições, relacionamo-la ao apresentado anteriormente em termos desse processo estético de criação de mundos possíveis.

Capítulo 2:

Memes: de replicadores da cultura à viralização da política

2 MEMES: DE REPLICADORES DA CULTURA À VIRALIZAÇÃO DA POLÍTICA

Para pensar os memes como formato de realização criativa das pessoas nas redes sociais digitais e como dispositivo político gerador novas possibilidade de partilha do sensível mostra-se necessário explorar as discussões sobre o que está por trás do que este termo pretende abarcar, sobretudo porque o contexto no qual ele foi inicialmente utilizado foi se modificando através de diversas reflexões e desenvolvimentos pelo tempo. Os memes políticos à maneira que os tomamos nesta pesquisa são desdobramento de uma discussão anterior que buscava entender e discutir como se dava a passagem, através das gerações, da cultura e certas características próprias a ela. Neste capítulo, vamos percorrer esse trajeto para explorar as definições e, principalmente, entender esse entrecruzamento entre meme, política e ação política e as ações midiatizadas de (re)construção de sentido que com eles são possíveis.

2.1 Dos estudos da transmissão cultural aos memes de internet

O meme, sua primeira definição e origem etimológica, foi estabelecido a partir das discussões de Richard Dawkins, nos anos 1970. Com *O gene egoísta,* o autor busca explorar o que estaria por trás da transmissão cultural como forma de encontrar, dessa maneira, o que se apresentaria como o "gene da cultura", o fator que possibilitaria a presença de certas características através das gerações, buscando entender como algumas coisas permaneciam, outras eram alteradas ou mesmo não conseguiam superar certas barreiras e difundir-se. O biólogo parte dessa analogia com a teoria do gene para propor uma relação entre esse replicador biológico e os culturais que define, visto que estes passariam pelos processos da seleção natural utilizando os cérebros para passarem adiante. Essa unidade de transmissão cultural, baseada sobretudo na imitação, seria o meme (DAWKINS, 2018).

> Exemplos de memes são melodias, ideias, *slogans*, as modas no vestuário, as maneiras de fazer potes ou de construir arcos. Tal como os genes se propagam no *pool* gênico saltando de corpo para corpo através dos espermatozoides ou dos óvulos, os memes também se propagam no *pool* de memes saltando de cérebro para cérebro através de um processo que, num sentido amplo, pode ser chamado de imitação. Se um cientista ouve ou lê sobre uma boa ideia, transmite-a aos seus colegas e alunos. Ele a menciona nos seus artigos e nas suas palestras. Se a ideia pegar, pode-se dizer que ela propaga a si mesma, espalhando-se de cérebro para cérebro (DAWKINS, 2018, p. 4259).

Pensar os memes sempre foi, então, partindo de Dawkins (2018), pensar em componentes da cultura que integram os indivíduos e são capazes de serem transmitidos, na forma dessas características culturais, através das gerações. Essa abordagem evolucionista

(RECUERO, 2007) preocupa-se mais em observá-los quanto esse seu caráter replicador. Os replicadores são unidades capazes de produzir cópias de si mesmas em determinadas condições e, segundo o que revisa Recuero (2007), para um meme produzir replicação ele precisa, essencialmente, influenciar o comportamento em um processo análogo ao de seleção natural, no qual muito vai sendo deixado pelo caminho enquanto são selecionadas aquelas características que resistem a esse processo e, por isso, permanecem a se repetirem, propagarem-se e a determinar a cultura.

Os principais condições observáveis no meme, para Dawkins (2018), baseiam-se nessa sua concepção e definem-se pela longevidade, fecundidade e fidelidade de cópias. Cada uma dessas características ocupa um patamar de importância na hora de se considerar um meme. A longevidade, a capacidade do meme de permanecer no tempo é, segundo o autor, pouco importante. Manter em nosso cérebro uma canção, por exemplo, que nele só vai permanecer até o final de nossa vida, tem uma importância inferior que a cópia dessa canção publicada em um livro. Ambas podem permanecer — uma, encontrando novos cérebros a ocupar; outra, possivelmente estabelecida no mesmo livro — durante séculos e o que vai determinar isso é a sua fecundidade que "é muito mais importante que a longevidade de determinadas cópias particulares" (DAWKINS, 2018, p. 4302). Para medir a sobrevivência de um meme, para o autor, deve-se contabilizar o número de vezes que são feitas referências a ele dentro do "*pool* de memes"[3] o que pode mostrá-lo com certo sucesso em determinado prazo, mas incapaz de ter longa duração. Isso sobretudo se observarmos a terceira qualidade dos replicadores bem-sucedidos apresentada pelo autor: a fidelidade de cópia. Medir a semelhança com o original não seria algo fácil ou mesmo algo, à primeira vista, possível, já que os memes não são replicadores de alta-fidelidade. Porém, mesmo quando se passa uma ideia adiante e a mesma é modificada nesse processo em certo grau, retêm-se em meio à maneira própria que cada indivíduo tem de interpretá-la, algo com base em cópia do meme original e as diferenças na maneira que as pessoas o representam não fazem parte, em si, do que o autor chama de meme, relacionando-se mais à "forma" das cópias.

O pensamento de Dawkins vai, então, recebendo novas leituras. Em uma delas, feita por Blackmore (1999), a autora expande o que delimitava Dawkins para enxergar os memes para além das ideias e como algo adicional, ela propõe a própria difusão de memes como favorecedora do desenvolvimento do cérebro humano e que nós seríamos, pois, máquinas de

[3] O "*pool* de memes", segundo (DAWKINS, 2018), é o complexo de memes adaptados que sobrevivem a seleção, se estabilizam, e "passa a ter os atributos de um conjunto evolutivamente estável que os novos memes dificilmente conseguem invadir" (p. 4402)

memes, estes também entendidos como comportamentos que se propagam através da imitação, fazendo dos indivíduos "hospedeiros", sujeitos feitos de cérebro, corpo e meme (INOCÊNCIO, 2016). Esse sistema de características e qualidades dos memes vão sofrendo ainda outras modificações a partir de novas perspectivas, sobretudo quando se pensa os memes na internet, a qual se constituiria como um ambiente mais fecundo para eles. Para Heylighen (2001) esse novo ambiente favoreceria em três pontos a vida de um meme: a facilidade de obtenção de fidelidade de cópia, favorecimento da propagação e mais longevidade para serem arquivados e permanecerem atuantes e presentes no caldo cultural. Entretanto, não é o suporte ou, por assim dizer, o meio que favorece ou não os memes, mas os memes precisam de pessoas para se replicar (BLACKMORE, 1999) e é através da interação que eles impactam os indivíduos. São através dos laços fortes e fracos criados pelas rede sociais, dependentes da interação, que constituirá um terreno forte para a sua propagação (RECUERO, 2007). Em certa medida, essas leituras enxergam as pessoas mais como *vetores* dos memes que *atores* do processo, visão contestada por Shifman (2013) que nos apresenta a disseminação de memes como "baseada em agentes dotados de intencionalidade com poderes de tomada de decisão" (SHIFMAN, 2013, p. 366, tradução nossa) visto que "normas sociais, percepções e preferências são cruciais nos processos de seleção memética" [4] (SHIFMAN, 2013, p. 366, tradução nossa).

Os estudos de Shifman (2013, 2014) vão até mesmo descentralizar a noção de Dawkins (2018) e sua obra seminal serem a primeira aparição do conceito de meme, uma vez que outros estudos sociológicos no decorrer do século XX já analisavam categorias similares. A autora faz uma importante contribuição ao enquadrá-lo, por sua vez, segundo a perspectiva da Comunicação "que [o] compreende não como unidades propagadoras de informações — à moda dos genes da Genética — mas como grupos de conteúdo" (CHAGAS, 2015, p. 3). A abordagem evolucionista anterior legou, sobretudo terminologicamente, uma base para enxergarmos o que, hoje, parece ser um fenômeno que toma centralidade nos *sites* de redes sociais e em outros espaços cuja essência se constitui pela interação. Como foi explorado no capítulo 1, nesse ambiente de difusão e produção de conteúdo por usuárias e usuários em um contexto midiatizante, são esses conteúdos que têm sua produção intensificada pelo comportamento memético.

> O comportamento memético não é novo, mas sua escala, escopo e visibilidade global nos ambientes digitais contemporâneos são sem precedentes. Nessa era hipermemética, a circulação de cópias e derivações conduzida pelo usuário é uma

[4] "The dissemination of memes […] is based on intentional agents with decision-making powers: Social norms, perceptions, and preferences are crucial in memetic selection processes."

> lógica predominante, ou, como Henry Jenkins apropriadamente coloca: "se você não se espalhar, você está morto". As cópias se tornam, nesse sentido, mais importantes que o "original": elas são a raison d'être [razão de ser] da comunicação digital. (SHIFMAN, 2013, p. 373, tradução nossa) [5].

E, em períodos de conflagração política mobilizada por paixões, a observação dos memes pode enquadrar perfunctoriamente seu caráter de gerar rupturas da polarização, mas, também — o que para nós é de extrema importância —, cooperação (HEYLIGHEN, 2001), em virtude de serem capazes de gerar agregação através da interação e de discussões que eles acabam por favorecer, mesmo que essas margeiem intensamente a ruptura, o conflito e o distanciamento, uma vez que:

> […] tais conteúdos revelam uma nova experiência por parte dos indivíduos, capaz de evidenciar uma variedade de relações distintas entre política e cultura na mídia digital. Os memes demonstram uma nova forma de consumir mídia, além de um comportamento mais participativo, que não é linear, nem previsível (FREIRE, 2016, p. 14)

O senso comum e a própria análise de memes, quando observados através da perspectiva histórica do termo, gera certo entusiasmo de legarmos ao conceito a capacidade de explicar tudo no que diz respeito à cultura, especialmente em um contexto midiatizado dos *sites* de redes sociais. Um olhar que busca centrar nos memes uma abordagem equilibrada, capaz de ver neles a capacidade de serem "um prisma para entender certos aspectos da cultura contemporânea sem abarcar toda a gama de implicações e sentidos atribuídos a eles ao longo dos anos" é algo que compartilhamos com Shifman (2014, p. 6, tradução nossa) [6]. Fugir das análises que sobrevalorizam os memes implica posicionar-se entre o senso comum de os memes serem apenas a última piada que ganhou rapidamente popularidade e serem a unidade básica sobre a qual se constrói a cultura. Exige-se encontrar o equilíbrio entre superestimá-lo e desprezá-lo como imbuído de sentidos importantes de serem lidos.

A autora argumenta que apesar de espalharem-se em nível micro, de pessoa para pessoa, pode-se observar seus impactos em nível macro por sua capacidade de se tornar um fenômeno social compartilhado, o que faz dos memes objeto observável:

---

[5] "Memetic behavior is not novel, but its scale, scope, and global visibility in contemporary digital environments are unprecedented. In this hyper-memetic era, user-driven circulation of copies and derivatives is a prevalent logic, or as Henry Jenkins (2009) aptly puts it: ''if you don't spread, you are dead.'' Copies become, in this sense, more important than the 'original': They are the raison d'etre of digital communication."

[6] "Here I follow in the footsteps of researchers such as Michele Knobel, Colin Lankshear, Lance Bennett, Ryan Milner, and Jean Burgess, who have used the meme as a prism for understanding certain aspects of contemporary culture without embracing the whole set of implications and meanings ascribed to it over the years."

> [O]s memes moldam mentalidades, formas de comportamento e ações dos grupos sociais. Esse atributo é altamente compatível com a forma como a cultura foi formada na era da Web 2.0, que é marcada por plataformas para criar e trocar conteúdo gerado pelo usuário. YouTube, Twitter, Facebook, Wikipedia e outros aplicativos e *sites* semelhantes baseiam-se na propagação de conteúdo, para parafrasear Abraham Lincoln, dos usuários, pelos usuários e para os usuários. Tais *sites* representam "caminhos expressos" para a difusão de memes: o conteúdo disseminado pelos indivíduos através de suas redes sociais pode escalar para níveis de massa em questão de horas (SHIFMAN, 2014, p. 18, tradução nossa) [7].

Por isso, embora sejam triviais e objetos de sentido construídos de maneira mundana, eles refletem as estruturas sociais podendo ser, segundo a autora (SHIFMAN, 2014, p. 15), "folclore (pós)moderno" que se estrutura a partir de imagens editadas ou outras formas e é capaz de ajudar a propagar ideias críticas, sejam elas, conforme cita a autora, ideias pós-feministas sobre as diferenças de gênero ou sobre estereótipos raciais. Um meme pode desaparecer na mesma velocidade que surgiu, o que reflete algo que é próprio da cultura digital: a efemeridade. Entretanto, quando considerados em conjunto, podem revelar-nos sentidos para além da brincadeira, sobretudo quando os observamos em relação à participação política.

> [E]nquanto alguns memes políticos são enquadrados de maneira humorística, outros são muito sérios. Mas, independentemente de seu chaveamento emocional, os memes políticos têm a ver com marcar uma posição — participando de um debate normativo sobre como o mundo deveria parecer e a melhor maneira de chegar lá (SHIFMAN, 2014, p. 120, tradução nossa) [8].

Ao serem construídos como forma de marcar uma posição na ação política, os memes políticos são veículos para o engajamento para muitas pessoas que não se veem interessadas em formas tradicionais ou institucionais de ação política. Criar um meme político, reenquadrar uma montagem ou simplesmente compartilhar serve para construir uma sociabilidade que tenta demonstrar conhecimento sobre o assunto ou, ao menos, que a pessoa está inteirada nos acontecimentos recentes, sobretudo no contexto eleitoral. É por conta disso que os memes humorísticos acabam por se sobressaírem e serem considerados vernaculamente mais memes que os demais, pois "[o] humor aumenta o compartilhamento, já que as pessoas desejam divertir seus amigos e se associarem com a perspicácia, mas ele também aumenta a

[7] "[…] memes shape the mindsets, forms of behavior, and actions of social groups. This attribute is highly compatible to the way culture is formed in the Web 2.0 era, which is marked by platforms for creating and exchanging user-generated content. YouTube, Twitter, Facebook, Wikipedia, and other similar applications and *sites* are based on propagation of content, to paraphrase Abraham Lincoln, of the users, by the users, and for the users. Such *sites* represent "express paths" for meme diffusion: content spread by individuals through their social networks can scale up to mass levels within hours."

[8] "[W]hile some political memes are framed in a humorous manner, others are deadly serious. But regardless of their emotional keying, political memes are about making a point — participating in a normative debate about how the world should look and the best way to get there."

tendência de imitar e refazer o conteúdo, dada sua associação com a brincadeira, a incongruência e os sentimentos de superioridade" (SHIFMAN, 2014, p. 96, tradução nossa)[9].

A relação dos memes com o humor, sobretudo sua dimensão lúdica e irônica, algo que relacionado ao processo eleitoral não se iniciou com sua maior presença — muito antes da popularização da internet, o humor, de forma crítica e transgressiva, já mobilizava-se no período eleitoral, seja por meio das charges políticas, seja por meio dos programas humorísticos da TV, capazes de criarem, por exemplo, uma campanha eleitoral para um macaco, como aconteceu em 1988 com o macaco Tião —, mas que ganha outra intensidade no contexto da sociedade midiatizada. Os memes de humor mobilizam as pessoas e servem para fazer com que determinado assunto supere a barreira do estritamente noticioso, alcançando maior circulação e até mesmo retroalimentado os meios de comunicação de massa que, com essa mobilização com base neles, noticiam tal fato repercutido com mais ênfase (FREIRE, 2016).

Assim, as novas maneiras de atuação política surgidas com a Internet e as redes sociais diferem de discussões ideológicas academicistas que prezam mais para o argumento e sua solidez para encontrar espaço na brincadeira política que engaja e gera visualizações, compartilhamentos e certa notoriedade para aquele que compartilhou tal meme naquele momento. Tais características mobilizam certa polarização, uma vez que o humor pode simplificar o debate ou observá-lo a partir de pontos minimizados que, em certa medida, não gerariam subjetivação política — já que é sempre possível, como explorado anteriormente, encontrar uma tribo ou bolha que compartilha de suas ideias e, portanto, ter-se-á preferência por ela na hora de em alguma adentrar. No entanto, a própria chave do humor pode servir para uma compreensão mais flexível das posições e de como é possível rir-se de seu próprio candidato quando este é personagem de um meme de humor, o que demonstra certa criticidade para além do que uma aceitação polarizada possibilitaria.

2.2 Meme, interação e mobilização política

No que diz respeito à ação plural, também pode ser observado o que Shifman (2014) resgata dos estudos de Berry Wellman e seu conceito de "individualismo interconectado" (*networked individualism*)[10] já que ao mesmo tempo que os memes ensejam configurações em

[9] "Humor augments sharing, as people wish to amuse their friends and to be associated with wittiness, but it also augments the tendency to imitate and remake content, given its association with playfulness, incongruity, and feelings of superiority."

[10] Esse é mais outro prisma por meio do qual observar atividades meméticas porque versões geradas por usuárias e usuários de memes representam dois aspectos: primeiro, a pessoa postar um vídeo amador ou uma fotomontagem demonstra que ela tem conhecimentos sobre o digital e é criativa; segundo, o discurso postado, no mais das vezes, relaciona-se com algum vídeo ou fórmula popular. Assim, ao mesmo tempo que a pessoa

conjunto, a própria chamada à personalização e o fato de que os seus *slogans* acabam por serem simples para abarcar o maior número de adeptos, faz com que eles "permitam aos cidadãos participar de ações políticas e coletivas enquanto mantenham seu senso de individualidade" (SHIFMAN, 2014, p. 129, tradução nossa)[11]. Esses *slogans*, ao serem capazes de propagarem-se através de largas e diversas populações, servem para estimular muitos indivíduos a defenderem uma causa. Ao serem passíveis de personalização, segundo Bennett e Segerberg (2012), eles podem, também, ser adaptados para os indivíduos ajustarem-nos para contar suas próprias histórias e realidades. A partir desse autor e autora, pode-se dizer, pois, que os memes servem como elos entre o pessoal e o político em termos do que se mostra possível às pessoas realizarem como discurso e ação. A análise de memes de grandes mobilizações que se espalharam pelo globo nestas duas primeiras décadas do século XXI possibilitam afirmar ainda, segundo Shifman (2014), que a atividade memética ao redor desses acontecimentos não é unilateral. No decorrer deles, tomando como base o movimento Ocuppy, uma rica variedade de opiniões vai sendo exposta na forma de memes e memes-resposta (*countermemes*) que tentam rebater apoio e desaprovação sobre as questões por eles levantadas, construindo discussões multifacetadas nas quais identidades e opiniões são expressadas e negociadas, sendo esta uma das qualidades do discurso baseado em memes (SHIFMAN, 2014).

Essa concepção encaminha a uma compreensão do meme de Internet que o considera segundo três pontos principais no que diz respeito a sua definição mais abrangente e ao que é considerado meme para o presente trabalho. Memes de Internet são, portanto:

> (a) um grupo de itens digitais que compartilham características comuns de conteúdo, forma e/ou posicionamento; (b) que foram criados com consciência um do outro; e (c) foram divulgados, imitados e/ou transformados através da Internet por muitos usuários (SHIFMAN, 2014, p. 6-7, tradução nossa, grifos da autora). [12]

Esses pontos exarados por Shifman (2014) permitem-nos enxergar a importância dos memes na interação *on-line* pois ressalta a essência de eles serem "discursos públicos socialmente construídos nos quais diferentes variantes meméticas representam diversas vozes e perspectivas" (SHIFMAN, 2014, p. 7, tradução nossa) [13]. São através dessas práticas,

apresenta sua individualidade, ela revela estar conectada a uma comunidade maior de referências (SHIFMAN, 2014).

[11] "[…] memes allow citizens to participate in public, collective actions, while maintaining their sense of individuality."

[12] "(a) *a group of digital items sharing common characteristics* of content, form, and/or stance; (b) that were created *with awareness of each other*; and (c) were circulated, imitated, and/or transformed *via the Internet by many users*."

[13] "Internet memes as socially constructed public discourses in which different memetic variants represent diverse voices and perspectives."

grandemente adotadas pelos mais jovens, que é possível compreender os processos políticos e de construção de sentidos para um público cada vez mais interessado no debate político sim, porém segundo dinâmicas midiatizadas que se constroem através de outras formas de engajamento mais fluidas e também calcadas nas possibilidades técnicas hoje acessíveis. Observar esses discursos em conjunto, com a devida cautela, pode demonstrar que conversações em principio desconectadas ou desinteressadas sobre a política, na verdade, permitem se fazer essa reavaliação, ou seja, que debater política, nos dias de hoje, não é tão desinteressante assim para o cidadão médio (CHAGAS, 2018).

Mas, ainda que se busque explorar suas definições próprias de maneira a explicar o que é meme enquanto se deseja demostrar a amplitude que ele abarca, pode-se ser fruto de questionamento, então, ao termos isso como objetivo, se tudo é meme, levando-nos a regressar algumas casas na exploração do fenômeno. Enxergá-los como ações que em princípio não pareceriam constituírem-se eventos relacionados não é algo a ser feito sem parâmetros já que fazer isso é assentar-se sobre lentes que favorecem sua observação sem nos embrenharmos em um terreno que aceitaria tudo sob o guarda-chuva do conceito. Fazer isso leva em conta suas "características comuns de conteúdo, forma e/ou posicionamento" como elencado por Shifman (2014) na hora de definir esses itens digitais. Entretanto, também precisamos enquadrá-lo como resultante de um processo que segue, essencialmente, duas principais estratégias de formulação e reformulação. Mesmo a fluidez do conteúdo, que pode ser político ou não relacionado; a multiplicidade da forma, enquadrada segundo várias possibilidades de som, imagem, vídeo; ou a diversidade do posicionamento levantado, puramente ideológico, transgressivo ou de orientações conflitantes, são construídos na forma de memes por estratégia de imitação (*mimicry*) ou remixagem (*remix*).

A imitação é um procedimento de construção de sentidos que tem longa trajetória de análise, apresentando-se para alguns como possível grau zero da comunicação. Ao essa ser a conclusão a que se chega algumas pesquisas sobre o caráter comunicacional que é dado à imitação como a própria base na qual fundou-se a comunicação (BRAGA, 2015), até mesmo nesse ponto, falar de meme é falar de comunicação. A imitação funda-se na prática de refazer e reproduzir algo que foi criado por outras pessoas, seja por texto ou outros meios, o que não é algo novo já que "as pessoas sempre se empenharam em personificar os outros — fossem pais dominadores, professores irritantes ou políticos hipócritas. Na verdade, a imitação é algo que se encontrou, de acordo com Blackmore, na base da difusão do meme desde os primórdios da

humanidade" (SHIFMAN, 2014, p. 20, tradução nossa)[14]. As práticas de imitação como fenômeno da Web 2.0, nos dias de hoje, ganhou grande visibilidade na esfera pública por conta dos *sites* de redes sociais baseados em conteúdo criados por usuárias e usuários, fazendo com que imagens, gestos e vídeos que alcançam certo nível de visualização inspire uma onda de arremedos que se difundem amplamente (SHIFMAN, 2014).

A remixagem, como segunda estratégia na reformulação de memes é algo um pouco mais recente, uma vez que ela se baseia na manipulação de material a qual foi tornada possível pela tecnologia, por exemplo, com o Photoshop ou editores de vídeo que permitem a inserção de novas trilhas sonoras, supressão ou adição de cenas etc. Como explorado anteriormente, as possibilidades de hibridização são permitidas pela infinidade de ferramentas que permitem ao público baixar, reeditar e reelaborar os conteúdos compartilhados *on-line*, fazendo da remixagem uma prática extremamente popular (SHIFMAN, 2014).

> A imitação e a remixagem estão conquistando a Web, e o termo "meme" parece particularmente adequado para descrever essa abundância de reconstruções, já que o conceito — deliberadamente conotando "mimesis" — é flexível o suficiente para capturar uma ampla gama de intenções e ações comunicativas, abrangendo da cópia ingênua à imitação desdenhosa (SHIFMAN, 2014, p. 21, tradução nossa)[15].

As ações das pessoas que envolvem compartilhar, imitar, remixar e as estratégias de fazer o uso de medidas popularizadas se tornou algo bastante valorizado na cultura participativa, sobretudo em um processo de midiatização da sociedade, pois os sujeitos inserem-se em um ambiente dominado pelo que Shifman (2014) chama de "lógica hipermemética" na qual os memes se espalham de maneira mais ampla e rápida que antes, tornando-se "uma nova linguagem que permeia muitas esferas de expressão digital e não-digital" (SHIFMAN, 2014, p. 23, tradução nossa)[16]. E ao ter sua presença em múltiplas dimensões, de pedidos de casamentos a pegadinhas capturadas em fotografia para que o momento fique registrado, como cita a autora, por um lado, mostra como sua existência no "mundo real" é amiúde efêmera, porém, por outro lado, mostra mais um aspecto dessa lógica: os memes se veem presentes não apenas como

[14] "[…] people have always engaged in impersonating others — whether these were domineering parents, annoying teachers, or hypocrite politicians. In fact, imitation is what has stood, according to Blackmore, at the very basis of meme diffusion since the dawn of humanity. However, in the Web 2.0 era, everyday mimetic praxis has turned into a highly visible phenomenon in the public sphere."

[15] "Mimicry and remix are thus conquering the Web, and the term "meme" seems particularly suitable to describe this glut of reworks, as the concept — deliberately connoting "mimesis"—is flexible enough to capture a wide range of communicative intentions and actions, spanning all the way from naive copying to scornful imitation."

[16] "[…] a new vernacular that permeates many spheres of digital and nondigital expression."

organismos ocasionais, mas como conjuntos de textos e imagens de tamanho descomunal, ocupando tanto a esfera pública quando privada da vida das pessoas.

> Nesse sentido, compreendem-se os memes como construções culturais que se articulam e são difundidos por agentes humanos e/ou grupos organizados. Isto é, não há um poder "misterioso" dos memes em si — como supunha Blackmore — que impulsiona os processos de difusão cultural, mas teias de significados construídas pelas pessoas em torno deles (CHAGAS et al., 2017, p. 184).

O imbricamento entre as diversas instâncias da vida proporcionado pelo meme possibilita a ele tornar-se não só representativo dos processos comunicativos da contemporaneidade interativa e midiatizada, como também conformar-se como instrumento de uso imprescindível para construir e gerir as disputas políticas, tornando-se um gênero de enunciação política para muita gente. Em razão de encontrar nas redes sociais digitais um terreno fértil a se multiplicar e mobilizar sentidos por meio das diversas maneiras que estamos explorando, os discursos políticos utilizam-se deles para funcionar a favor de suas agendas. E, quando se foca a observação da maneira que esses memes buscam construir sentidos, pode-se considerar três categorias principais quanto às funções que eles executam: como forma de persuasão e ativismo político, ação de base e como modo de expressão e discussão pública (SHIFMAN, 2014).

Esses três modos de memes políticos são utilizados para diferentes objetivos. Os memes caracteristicamente de persuasão e ativismo buscam conquistar pessoas para sua causa ou desqualificar o oponente com base em alguma argumentação. Nessa categoria, Shifman (2014) afirma que muitos virais são lidos como memes. Apesar de terem alguns atributos em comum — composição simples, humor, basear-se em ferramentas de participação — um sucesso viral centra-se mais na sua capacidade *numérica* de alcançar, na forma original, um grande público utilizando-se do prestígio, do posicionamento ou da capacidade de o conteúdo gerar fortes emoções enquanto o potencial memético é aferido pela *criatividade* das reformulações e de estas se repetirem. Para a autora, isso também ocorre porque atrair milhares ou milhões de visualizações pode parecer, por si só, permitir enxergar a viralização como persuasiva, como se um material que ganha notoriedade se tornasse automaticamente influenciável, já que tal fato pode ter sido alcançado por conta da audiência ter achado o conteúdo interessante.

Os memes de ação de base, ou ação popular, são os memes que lidam mais indiretamente com questões políticas e mobilizam sentidos orgânicos que precisam ser tomados em conjunto, representados como ações que repetem muito mais que *slogans* ou imagens

remixadas. Eles se compõem pela presença do indivíduo uma vez que estes se inscrevem diretamente, seja a partir da utilização, nas redes sociais, de sobreposição de material de campanha dos candidatos nas suas fotos, seja por ações mais dificilmente identificadas fora do contexto, mas que apresentam como característica um comportamento individual ou coletivo que, registrados em imagens, são compartilhados *on-line*. Podendo ser, portanto, um modo experimental de utilizar-se de uma gama de recursos sociotécnicos para a construção de novos paradigmas não só de ação política, mas de definição do político.

Já os que se definem mais como forma de expressão ou discussão pública são aqueles cuja base, no mais das vezes, é o humor e possibilitam jeitos descompromissados de vocalizar opiniões políticas. A criação de memes, segundo Shifman (2014), é acessível e barata o que a favorece uma via divertida de realizar, de maneira diferente, discussões que pareciam tão apartadas do dia a dia das pessoas e, agora, chegam a elas massivamente porém sem sisudez. No descompromisso do riso, logo, uma dimensão não polarizada também pode se conformar gerando argumentação calcada em um pluralismo erigido pela descontração.

As três diferentes maneiras de conformação dos memes na hora de classificar seu conteúdo pode servir como taxonomia para organizar e analisar memes, conforme propõe Chagas et al. (2017), e nos municia de um referencial metodológico que apresentaremos melhor no capítulo reservado a tais desdobramentos. Afora uma leitura direta sobre determinado *corpus*, essas dimensões observadas nos permitem, também, compreender o fenômeno de mobilização promovido através dos memes. Segundo Bennett e Segerberg (2012), os memes permitem-nos observar uma transformação nas lógicas de ação política, que passam da mais assentada lógica da ação coletiva para a ação conectiva.

A lógica mais familiar, segundo autor e autora, é a lógica da ação coletiva, a qual enfatiza a problemática de mobilizar os indivíduos para contribuírem de alguma forma para o bem-comum, o que geralmente envolve demandas por reformas democratizantes etc., algo mais facilmente alcançado quando é construída uma causa comum pela qual lutar. Tal lógica é caracterizada, também, pelo confronto e por reivindicações que encontram lugar assentadas em um contraponto de oportunidades e restrições políticas. Sobretudo no que diz respeito ao confronto político, as pessoas nele se engajam quando se restringem as oportunidades políticas e, por isso, fazem uso do repertório da ação coletiva para criá-las, encetando redes sociais que, se densas e fundadas em entendimentos estruturados, viram, por sua vez, movimentos sociais (TARROW, 2009).

A lógica conectiva se estabelece como um modelo alternativo em sociedades nas quais as organizações formais estão perdendo adesão dos indivíduos, onde os laços entre os

grupos são substituídos por redes sociais fluidas e de larga escala, que dispensam um forte controle organizacional ou a construção unificada de um "nós" (CASTELLS, 2011). No entanto, para Bennett e Segerberg (2012), as redes de ação conectiva apesar de variarem em termos de estabilidade, escala e coerência assim o fazem porque se assentam sobre diferentes princípios: elas são muito mais individualizadas e tipicamente organizados pela tecnologia, resultando em ações que não exigem a construção de uma identidade coletiva ou dos recursos organizacionais para construir respostas efetivas às oportunidades políticas. Assim, "[n]o cerne dessa lógica está o reconhecimento das mídias digitais como agentes organizadores" (BENNETT; SEGERBERG, 2012, p. 752, tradução nossa) [17].

Para a formação de ação conectiva em larga escala são importantes, segundo este autor e autora, dois elementos de "comunicação personalizada" de igual maneira fortemente relacionados à gênese de memes políticos: a) enfrentamento político na forma de ideias facilmente personalizáveis e bastante abrangentes; b) várias formas/tecnologias de comunicação pessoal que permitam facilmente o compartilhamento desses temas (BENNETT; SEGERBERG, 2012). A ação conectiva vai relacionar-se também com as instituições, já que elas também farão uso desses elementos para construírem discursos, porém segundo laços mais tênues e regimes de influência sem, contudo, fazê-la totalmente dependente.

> A ação coletiva e a conectiva podem ocorrer concomitante em várias formações dentro da mesma ecologia de ação. No entanto, é possível discernir três tipos ideais claros de redes de ação de larga escala. Enquanto uma é caracterizada principalmente pela lógica de ação coletiva, as outras duas são redes de ação conectiva distinguidas pelo papel das organizações formais em facilitar o engajamento personalizado. Como observado acima, as organizações convencionais desempenham um papel menos central do que as tecnologias sociais em redes relativamente auto-organizadas, como os *indignados* da Espanha, as revoltas da Primavera Árabe ou os protestos de "occupy" que se espalharam de Wall Street pelo mundo. Em contraste com essas redes mais ativadas pela tecnologia, também observamos redes híbridas (como o PPF [Put People First, de Londres]), nas quais as organizações convencionais operam no contexto de redes de protesto e defesa de questões para permitir o envolvimento personalizado. Essa forma de ação conectiva híbrida possibilitada organizacionalmente assenta-se ao longo de um continuum em algum lugar entre os dois tipos ideias da ação coletiva convencional administrada organizacionalmente e a ação conectiva relativamente mais auto-organizada (BENNETT; SEGERBERG, 2012, p. 754, tradução nossa) [18].

[17] "At the core of this logic is the recognition of digital media as organizing agents."

[18] "Collective and connective action may co-occur in various formations within the same ecology of action. It is nonetheless possible to discern three clear ideal types of large-scale action networks. While one is primarily characterized by collective action logic, the other two are connective action networks distinguished by the role of formal organizations in facilitating personalized engagement. As noted above, conventional organizations play a less central role than social technologies in relatively self-organizing networks such as the *indignados* of Spain, the Arab Spring uprisings, or the '*occupy*' protests that spread from Wall Street around the world. In contrast to these more technology-enabled networks, we have also observed hybrid networks (such as PPF) where conventional organizations operate in the background of protest and issue advocacy networks to enable personalized engagement. This hybrid form of organizationally enabled connective action sits along a continuum

Os memes, como será visto à frente, podem ser igualmente classificados segundo essas maneiras de serem organizadas a ação nele representada. Uma vez que o objeto desta pesquisa são os memes de ação popular, é importante frisar o caráter de eles não apenas enquadrarem a ação imitativa de mobilização memética como de serem, em si, uma forma de principiar uma ação. Um gesto, um conjunto simbólico composto por diversas pessoas em união e passível de ser observado subsequentemente em variações de escala e localidades em manifestações e mobilizações, integra e é integrado pela atividade memética. Ou seja, enquanto é gênero de discurso conforma-se também como enunciação.

Nesta perspectiva de identificar os processos de enunciação e produção de sentidos, recorremos ainda a Roland Barthes (1990a) que tensiona as dimensões denotativa e conotativa da mensagem fotográfica. Para ele, a fotografia tem, numa primeira visada, um caráter documental, uma vez que traz um "analagon" do fato retratado. Porém, ela traz em si um paradoxo, diz ele, ao sobrepor elementos de denotação e conotação porque possibilita a coexistência de duas mensagens: esta analógica, e outra originária da "escritura" ou da "retórica" da fotografia e, portanto, mergulhada em uma codificação rica em sentidos.

E no caso dos memes estudados na pesquisa ora relatada essa natureza conotativa se afirma ainda mais, pois a manipulação das imagens é evidente e intencionalmente assumida. A montagem da cena, a escolha do ângulo, as poses e objetos são trazidos para a imagem como elementos de expressão que devem ser levados em consideração quando se pretende analisá-las, e o ferramental apresentado pelo semiológo francês nos permite observar esses processos de conotação em termos estruturais (trucagem, pose, objetos, fotogenia, estetismo, sintaxe).

Por mobilizar a ação das pessoas promovendo interação que nós observamos os memes como dispositivos através dos quais relações são construídas. Os arranjos disposicionais, na conceituação que Braga (2018) faz a partir de Foucault, não são simples construções de sentidos determinadas por características de forma ou conteúdo, mas se estabelecem por sua capacidade de organizar como os processos mesmos de construir esses sentidos se dão. Eles são acionados de diversas formas, em processos compartilhados socialmente, como parâmetros que balizam certas possibilidades de vivência conjunta e simbólica dos sujeitos. Os dispositivos vão se estruturando na contingência das necessidades

somewhere between the two ideal types of conventional organizationally managed collective action and relatively more self-organized connective action."

que com eles vão tentando ser supridas. A sua gênese, segundo o autor, se dá com base em uma urgência e uma função estratégica que com ele busca-se realizar.

> O momento em que o dispositivo começa a se preparar socialmente é a constatação de um problema. Não uma questão ideal ou universal para o ser humano, atemporal — mas questão constatada em um momento histórico, concreta, singular, vivida e não apenas "pensada" (BRAGA, 2018, p. 83).

Ao buscar soluções para determinada urgência, os sujeitos vão construindo arranjos tentativos para, socialmente, enfrentá-la. Ao atingir estabilidade no discurso pode-se se dizer que o dispositivo se estabeleceu e ele próprio diz e justifica sua lógica (BRAGA, 2018). O dispositivo, na perspectiva foucaultiana, pode ser lido em uma relação conjunta com o que Rancière (1996, 2016) chama de cena, uma vez que "tornar-se critério da distinção entre verdade e falsidade, entre o que pode ou não pode ser dito" (BRAGA, 2018, p. 84) — a cena engloba microdispositivos de relações e os dispositivos em si trazem cenas que desconcertam, trazem invenção. Ele assim se classifica porque se estabelece por uma revisão das formações discursivas já disponíveis na sociedade e vai sendo elaborado a partir de reformulações de arranjos entre os discursos, práticas e novas construções experimentais que são realizadas. Ao ajudar explicar ou conformar a solução da urgência, variando muito em sua abrangência e complexidade, temos que "[o] dispositivo não é, portanto, uma essência, uma ideia universal. Não é o que move os processos sociais — é o resultado instável e frequentemente canhestro dos arranjos pelos quais as urgências foram ou são enfrentadas" (BRAGA, 2018, p. 85).

Por terem essas características, os dispositivos não são uma categoria fechada, nem mesmo um nome para determinada classe de objetos sociais, são antes modo de construção do social, a partir dos quais se pode compreender diversas coisas que no seu processo são elaboradas. Braga (2018) em seu tensionamento do conceito, abre espaço para enxergarmos os memes como um *microdispositivo* já que eles seriam específicos de um momento histórico, estabelecido no interior de um conjunto maior de dispositivos. Um *macrodispositivo*, por sua vez, seriam invenções que atravessam uma maior extensão como questão político-social, como "Democracia", por exemplo. No entanto, podemos compreender o meme como sendo um arranjo que vem se tornando, sobretudo na sua dimensão política, uma estratégia comunicacional ampla também, por sua diversidade de formas e múltiplas urgências através dos quais tenta-se superar comunicacionalmente. Um meme, individualmente, pode ser específico de um momento histórico, mas o meme de Internet como fenômeno tem tomado uma abrangência que permite considerá-lo um importante dispositivo da sociedade em vias de midiatização pois concentra urgências claramente comunicacionais. Como observamos, ele tem

servido para enfrentar o que Braga (2018) coloca como sendo um dos problemas centrais da humanidade, para os quais dispositivos vão sendo continuamente testados, que é a reinvenção de modos de ação articulada.

2.3 Novas lógicas de combinação simbólica na propaganda política

Assim, o meme vai sendo configurado com parte do repertório de ação coletiva nas redes sociais — muitas vezes construídas digitalmente, mas que também extrapolam os *sites* de redes sociais — promovidos, por uma lado, pela urgência de fazer parte, articular posicionamentos e demonstrar estar por dentro do acontecimento político do momento, turbinado no período eleitoral e, por outro lado, pelas próprias condições e incentivos materiais favorecidos pela tecnologia. Essas condições, conforme argumentamos, vão sendo integradas na construção de subjetividades e sujeitos políticos porque não apenas representam um produto midiático, mas uma lógica em constante recombinação simbólica.

Isso vai sendo constatado não só por haver, hoje, mais opções de espaços para ação *on-line* e por ter ocorrido o aumento de acesso a *gadgets* que permitem conectar-se a eles. Também se dá graças a mudanças regulatórias que vão acompanhando o desenvolvimento dessas tecnologias, abrindo caminhos a serem desbravados pela comunicação política. Em princípio, a internet foi vista com certo receio pelas candidaturas eleitorais; até 2008, o uso de redes sociais era também proibido e o espaço ocupado pelas campanhas se dava através de *sites* tradicionais montados para abrigar as propostas e promessas das candidaturas em época de eleição, anacronismo que permaneceu até 2010 (AGGIO, 2010, 2015). Foi, então, que as campanhas passaram a aventurarem-se nos *sites* de redes sociais, abrindo importantes possibilidades a serem exploradas que foram reestruturando, assim, as dinâmicas até aquele momento construídas sob o controle dos partidos e atores políticos.

> Antes de *sites* como Twitter e Facebook, partidos e candidatos atuavam em domínios que lhes eram particulares, como *websites* ou *blogs*. Havia um controle sobre quais ferramentas usar, quais recursos empregar e em quais termos a comunicação deveria se estabelecer. O advento e a popularização dos *sites* de redes sociais diluem um pouco esse controle e forçam partidos e candidatos a explorarem um domínio cujas regras, sentidos e práticas são engendrados por uma ampla comunidade de usuários, demandando mais adaptações do que apropriações por parte das campanhas (AGGIO, 2015, p. 4).

Essa adaptação na forma de atuar na internet tem em vista um cenário de expansão do acesso que encontrou um salto entre 2008 e 2010, passando de 18% para 50% dos domicílios, chegando a 61% dos domicílios em 2017 (CETIC.BR, 2018). Os *sites* de redes sociais, com grande preferência pública na hora da navegação, tornam-se um ambiente a ser conquistado

pela política eleitoral e quando neles ela chega, sua ecologia já está estabelecida segundo, em grande medida, lógicas meméticas. Isso vai fazer com que a primeira eleição nacional altamente conectada e presente nas redes sociais, em 2014, fique conhecida como as “Eleições da Zoeira” (CHAGAS, 2016). A profusão de materiais e conteúdos gerados por usuárias e usuários é tamanha, especialmente durante a realização de debates eleitorais, que candidaturas como a de Eduardo Jorge (PV) se utiliza do fato de o político ter protagonizado situações que o levaram a se tornar um personagem para diversos memes como estratégia de sua campanha (FREIRE, 2016).

Chegamos a 2018 em um cenário ainda mais propício à mobilização eleitoral através de *sites* de redes sociais digitais, pois não só a legislação passa agora a permitir o impulsionamento pago de conteúdo através de ferramentas presente nas mesmas (JUSTIÇA ELEITORAL, 2018), possibilitando uma abrangência ainda maior do que é compartilhado, como a presença da internet móvel em expansão (CETIC.BR, 2018) e o uso majoritário de telefone celulares para acesso à rede, permitem mais diversas possibilidades na hora de registrar, compartilhar e se mobilizar politicamente. Assim, mais que uma eleição da zoeira recorrente, observamos uma intensa troca e disputa imagética quanto às candidaturas, sobretudo no segundo turno, quando a oposição e a batalha de ideias se acentuam. Essa dimensão memética, em 2018, também é promovida através de análises jornalísticas que consideram que ao sagrar vencedor o candidato eleito, pelas dinâmicas de sua campanha caricata, representaria que “nós estamos elegendo um meme” (UOL, 2018). Os memes como mecanismo de aferição de afetos e opiniões, bem como estratégia de campanha que, especialmente a partir das Eleições 2014 — as Eleições da Zoeira —, ganham, portanto, importância no processo eleitoral, uma vez que, agora, há permissão do uso das redes sociais pelas campanhas e eles se tornam formato fundamental para que elas se estruturem nesse ambiente (INOCÊNCIO, 2014; FREIRE, 2016; BRASIL, 2017).

Se a disputa eleitoral imagética, sobretudo, ganha notoriedade; como, enfim, separar uma fotografia de um meme? Ou melhor, quando uma fotografia se torna um meme? Uma vez que lidamos com a ação popular que se utiliza dos arranjos disposicionais dos memes para construir seus sentidos de luta política por meio de novos modos de dizer e agir, conformando outras possibilidades na partilha do sensível, nós notamos que a utilização dessas se dá de diversas maneiras diferentes. A maneira que empreendemos a coleta de material — como é visto em capítulo posterior —, já nos ajuda a selecionarmos imagens que carregam consigo elementos que a caracterizam como memes. A própria forma de indicadores replicados utilizados na coleta (*hashtags*) já confere a elas a característica de inscreverem-se em um jogo

de difusão diferente, em que múltiplas linguagens se envolvem possibilitando sua consideração como meme. Essa leitura da fotografia-meme leva em ponderação elementos utilizados por Barthes para caracterizar a linguagem fotográfica tendo em vista a fotografia de imprensa.

> "[M]esmo sob a ótica de uma análise puramente imanente, a estrutura da fotografia não é uma estrutura isolada; identifica-se, pelo menos, com uma outra estrutura, que é o texto (título, legenda ou artigo) que acompanha toda fotografia jornalística. A totalidade da informação está, pois, apoiada em duas estruturas diferentes (uma das quais linguística); essas duas estruturas são concorrentes, mas, tendo unidades heterogêneas, não se podem confundir; no texto, a substância da mensagem é constituída por palavras; na fotografia, por linhas, superfícies, matizes (BARTHES, 1990, p. 12).

Essa combinação de texto e fotografia se mostra presente nos memes de ação popular pois eles, na maioria das ocasiões, enquadram sujeitos segurando cartazes contendo bordões, *slogans* e palavras de ordem que ajudam a compor signicamente o discurso nele construído, ocupando sempre espaços não homogeneizados em termos dessas estruturas. E, na sua maneira de capturar o real, a imagem também é uma construção contínua em outro sentido, mas que nessa sua observação como meme enseja muitas leituras e possibilidades representativas.

> [É] bem verdade que a imagem não é o real, mas, pelo menos, o seu *analogon* perfeito, e é precisamente esta perfeição que, para o senso comum, define a fotografia. Surge, assim, o estatuto próprio da imagem fotográfica: *é uma mensagem sem código*; proposição de que se deduz imediatamente um importante corolário: a mensagem fotográfica é uma mensagem contínua (BARTHES, 1990, p. 12-13, grifos do autor).

Isso, segundo o autor, teria a ver com o fato de a fotografia de imprensa, como análogo, não constituir uma mensagem segunda por não ser "artística", que a mensagem primeira preencheria totalmente sua substância, tendo-se diante de uma fotografia um sentimento de denotação. A plenitude analógica faria, então, a descrição da fotografia impossível, pois se aliaria a mensagem denotada uma leitura inexata produzida em outro código, e não só isso, ao mudar de estrutura dá um outro significado além do que é mostrado (BARTHES, 1990a). Essa compreensão quase mítica seria impossível de se subsumir aos memes. Entretanto, o autor apresenta aquilo que seria o paradoxo fotográfico, uma capacidade de a fotografia no decorrer do seu processo adquirir, também, qualidades de conotação, as quais se encontram profusamente nas intertextualidades dos memes:

> A conotação não se deixa apreender imediatamente ao nível da própria mensagem (é, ao mesmo tempo, invisível e ativa, clara e implícita), mas já podemos atribuir-lhe certos fenômenos que se passam ao nível da produção e da recepção da mensagem: por um lado, uma fotografia jornalística é um objeto trabalhado, escolhido, composto,

> construído, tratado segundo normas profissionais, estéticas e ideológicas, que são outros tantos fatores de conotação; por outro lado, essa mensagem fotográfica não é apenas percebida e recebida, é *lida*, vinculada, mais ou menos conscientemente, pelo público que a consome, a uma reserva tradicional de signos; ora, todo signo pressupõe um código, e é esse código (de conotação) que se deveria tentar estabelecer. O paradoxo fotográfico consistiria, então, na coexistência de duas mensagens: uma sem código (seria o análogo fotográfico) e a outra codificada (o que seria a "arte" ou o tratamento, ou a "escritura", ou a retórica da fotografia); estruturalmente, o paradoxo não é, sem dúvida, a conjunção de uma mensagem conotada […] (BARTHES, 1990, p. 14-15, grifo do autor)

A mensagem memética, na nossa leitura, representaria o processo contrário pois utiliza-se da denotação com o interesse de produzir uma conotação ainda mais profunda em seus significados, utilizando o que é análogo ao real até mesmo para subverter o sentido primeiro que seria apreendido dele. Representando bem o que o próprio autor coloca como a realidade de que "todo código é simultaneamente arbitrário e racional; todo recurso a um código é, portanto, uma maneira de que o homem (sic) dispõe para provar-se, para pôr-se à prova, através de uma razão e de uma liberdade" (BARTHES, 1990, p. 24).

Assim, quando se observa uma fotografia como a Imagem 1, pode-se questionar o que faz dela um meme. Isolada, ela pode representar o que ela enquadra: uma mulher branca, até mesmo pálida, vestindo-se com um longo vestido vermelho, sobe uma ladeira, em um ambiente árido, protegendo-se do sol com um pequeno guarda-chuva. No entanto, quando observamo-la no contexto da qual foi retirada, em conjunto com imagens coletadas com os mesmos indicadores, no dia 28 de outubro de 2018, podemos entendê-la como meme que extrapola os sentidos em si encerrados (Figura 1). O compartilhamento de fotos de artistas vestindo roupas (reais ou adulteradas por edição; a trucagem de Barthes) que faziam alusão às cores de um dos dois candidatos, sobretudo do candidato Fernando Haddad (PT), bem como o compartilhamento de selfies de si mesmo com tal vestuário, foi um popular meme, na data fatídica do segundo turno, utilizado para demarcar posição da usuária ou usuário que o compartilhou.

Imagem 1 - Fotografia retirada de seu contexto



Figura 1 - Fotografia inserida em seu contexto memético















Fonte: Autoria própria.

Um objeto tão rico como esse enseja a necessidade de observarmos atentamente sua inserção dentro dos processos políticos para compreendermos como são configuradas as relações que a partir deles são construídas — tanto em termos de sentidos quanto em termos de realização ativa, que extrapola o digital, dos sujeitos. Dessa forma, embora tomamos os memes no mais das vezes vis-à-vis sua característica humorística, explorá-los em sua dimensão de experiência estética e política através da qual se estabelecem contínuos processos de (re)criação de maneiras de dizer e autoinscrever-se nos possibilita perscrutar mais profundamente seu papel no período eleitoral.

Capítulo 3:

A poética política dos memes: princípios da análise

3 A POÉTICA POLÍTICA DOS MEMES: PRINCÍPIOS DA ANÁLISE

A construção teórica feita até aqui busca apresentar o conjunto de lentes que constitui nossa observação dos memes políticos nesse entrecruzamento entre a política institucional, os processos midiáticos convergentes e, sobretudo, a midiatização da sociedade fruto desse rearranjo sociotécnico, uma nova maneira de construção de discursos e sentidos. Nosso objetivo é observar se os memes políticos podem representarem-se como dispositivos através dos quais os indivíduos constroem cenas de dissenso e subjetivação política em um período intenso de disputas simbólicas como o eleitoral, bem como se são capazes de construir sentidos coletivos de povos, os quais poderiam ser observados através da disposição conjuntas dos indivíduos em suas ações meméticas, e acabaria por promover novas possibilidades na partilha do sensível.

Assim, é com a combinação de algumas classificações e estratégias de análise que buscamos cumprir esse objetivo. Inicialmente, são apresentadas as categorias de análise do conteúdo de memes políticos com base em Chagas et al. (2017) para estruturar parâmetros nos quais baseamos também a coleta do material que compõe nosso *corpus*. São apresentadas, então, algumas dimensões das imagens políticas pensando Rancière (2009), e como constroem-se simbolicamente as manifestações contemporâneas na esteira tentativa de obter novas vidas possíveis, a partir das reflexões de Butler (2018), e como as imagens possibilitam a expressividade dos sujeitos que elas enquadram, de acordo com Didi-Huberman (2014), exigindo o desenvolvimento de outras categorias de classificação da ação popular dos memes analisados. Enfim, são pormenorizados os critérios e processos de coleta das imagens, realizada durante o segundo turno das Eleições 2018 e como, com base em extenso material, foi recortado dois grupos cada um com 378 imagens obtidas a partir de indicadores que representassem os candidatos Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT).

3.1 Taxonomia dos memes e suas categorias de conteúdo

Para cumprir esse exercício analítico, é preciso apresentar o ferramental utilizado para a construção desse procedimento que objetivamos cumprir. Assim, além da importância da contribuição de Rancière, nós devemos, primeiro, explorar as dimensões taxonômicas propostas para a classificação de memes, baseada nos trabalhos de Chagas et al. (2017), que a partir da leitura de outras pesquisas, propõem categorias analíticas para os memes políticos. Antes de analisar as cenas de dissenso e a possibilidade de observá-las é preciso entender como os memes políticos se constituem quanto ao conteúdo que propagam e as maneiras de sua presença nas redes sociais se estabelecer.

Os memes políticos, empregados para definir os conteúdos compartilhados nas redes sociais na ocasião de um evento midiático ou essencialmente político, apresentam-se a partir de três categorias principais conforme nos apresenta Chagas et al. (2017) segundo a classificação desenvolvida por Shifman (2014) e detalhamento anteriormente apresentado. São eles: os memes persuasivos, construídos com as intensão de angariar apoio, convencer as pessoas sobre algum posicionamento, produzidos com intenção de despertar engajamento e, por isso, têm características mais institucionais pois apresentam propostas, posicionamentos de sujeitos políticos e candidaturas, sendo mais profissionais e se aproximam do que Chagas (2018) chama de *pôsteres* políticos *on-line*; os memes de ação popular, instituídos a partir de uma produção coletiva de sentido, baseiam-se na mobilização do cidadão comum que, com eles, buscam demostrar engajamento através de comportamentos e outros signos que são entendidos quando observados no seu contexto; e os memes de discussão pública, o tipo de meme de mais fácil identificação, formado por piadas e comentários despropositados que têm a intenção de provocar o riso ou crítica ácida com base na ironia e no humor em relação à política.

Cada um desses três tipos de memes apresentam uma forma de se relacionar com a política e as figuras políticas e outros atores. Os memes de discussão pública têm os atores políticos como objeto, portanto sua ligação com o universo da política não é tão evidente, o que pode melhor ser notado com os memes persuasivos e de ação popular uma vez que estes têm as figuras políticas e a política em si como sujeito (CHAGAS, 2016). Essas relações quanto ao engajamento, a forma da linguagem e de circulação dos memes podem ser melhor observadas através do Quadro 1 abaixo:

Quadro 1 - Modelo teórico para a classificação de memes

	Quanto à finalidade de engajamento	**Quanto à linguagem e forma de expressão**	**Quanto ao alcance e à forma de circulação**	**Quanto à atitude política**
Memes persuasivos	Despertar engajamento (no outro)	Estratégia de apelo e convencimento, propaganda	Propagação viral (a mesma peça é replicada de modo idêntico)	Dogmatismo ideológico
Memes de ação popular	Demonstrar engajamento (ao próximo)	Dinâmica de ação coletiva, solidária e emergente	O conteúdo é reapropriado e circula entre convertidos	Cinismo
Memes de discussão pública	Demonstrar enjamento (ao próximo)	Piada avulsa e autossuficiente	O conteúdo é reapropriado e circula em diferentes grupos sociais	Ironia

Fonte: Chagas (2016, p. 10-11).

Para além dessa classificação inicial, Chagas et al. (2017) propõem desdobramentos dela em microcategorias, pensadas a partir de outros pesquisadores que revisam — como os supramencionados Bennett e Segerberg, (2012). A partir delas é possível, assim, uma análise mais pormenorizada para explorar o conteúdo dos memes e avaliar “o processo de produção de sentido e a finalidade assumida pelos atores que os difundem” (CHAGAS et al., 2017, p. 187), conforme apresenta-se no Quadro 2:

Quadro 2 - Tipos de memes políticos

Memes persuasivos	**Retórica propositiva e/ou um apelo pragmático.** O conteúdo sugere ou faz referência à propostas do candidato, levanta uma discussão que aponta para o cálculo racional do eleitor ou toca em questões relacionadas a temas discutidos nas eleições e à opiniões dos candidatos.
	Retórica sedutora ou ameaçadora e/ou um apelo emocional. O conteúdo faz uso de aspectos marcadamente subjetivos e emocionais, como retratar um candidato como "pai/protetor dos pobres", ou colocá-lo ao lado de crianças ou, ainda, fazendo um apelo para emoções como o medo, a esperança etc.
	Retórica ético-moral e/ou um apelo ideológico. O conteúdo investe em denúncias de escândalos, faz críticas à corrupção ou má gestão de recursos públicos, menciona a rivalidade entre esquerda e direita etc.
	Retórica crítica e/ou um apelo à credibilidade da fonte. O conteúdo ancora-se em outras fontes, como depoimentos de terceiros ou da própria mídia (notícias da imprensa, por exemplo.), pesquisas de opinião, ou outros, a fim de garantir maior credibilidade ao candidato ou ao próprio conteúdo.
Memes de ação popular	**Dinâmica de ação coletiva e redes curadas por organizações.** O conteúdo é explicitamente patrocinado por organização partidária (e não pela militância), empresa, ONG, categoria profissional ou entidade sindical específica. Nessa classificação incluem-se memes criados pelo comando de campanha.
	Dinâmica de ação conectiva híbrida e redes catalisadas por organizações. O conteúdo é resultado de ação de militância sem vinculação ou menção explícita à organizações partidárias ou outras entidades. O "Ice Bucket Challenge", por exemplo, em favor de uma instituição que combate a esclerose lateral amiotrófica (ELA). Nesta codificação incluem-se conteúdos criados pela militância como os avatares de FB que utilizavam os slogans das campanhas de Dilma e Aécio ou memes como #eutenholigaçãocomfreixo.
	Dinâmica de ação conectiva e redes auto-organizadas. O conteúdo é criação de um coletivo que não se constitui formalmente como organização, como o movimento Ocupa. Incluem-se aí conteúdos gerados espontaneamente, com algum teor de engajamento político, como o #forasarney e o episódio de protestos contra o massacre Guarani Kaiowá.
	Dinâmica de ação conectiva de engajamento relativo. O conteúdo é resultado de uma tendência ou comportamento, não necessariamente atrelado a engajamento político particular, como photo fads, selfies etc. Nessa codificação incluem-se fotos da televisão durante o debate eleitoral, por exemplo.
Memes de discussão pública	**Lugares-comuns da política.** Conteúdos que apresentem comentários sobre a corrida eleitoral como guerra, a luta contra o comunismo, os políticos como corruptos etc.
	Alusões literárias ou culturais. Conteúdos que apresentem menções a produtos culturais (séries, filmes etc.) ou à cultura popular em geral, incluindo referências a expressões populares e gírias da internet, personagens famosos, celebridades e assim por diante.
	Piadas sobre personagens da política. Conteúdos que apresentem comentários sobre personagens específicos da cena política, especialmente, mas não apenas, contemporâneos, candidatos ou não.
	Piadas situacionais. Conteúdos que apresentem comentários sobre reações, expressões faciais, gestuais ou corporais dos candidatos em determinadas situações, como os memes que brincam com gestos do candidato Eduardo Jorge no debate.

Fonte: Chagas et al. (2017, p. 186)

Uma vez que os memes, conforme dito anteriormente, devem ser entendidos em conjunto, a realização de uma análise de conteúdo a partir dessas variáveis torna possível a compreensão de uma massa extensa de material e permite a construção de melhores inferências durante sua execução. Utilizar estes critérios da taxonomia desenvolvida por Chagas et al. (2017) neste primeiro esforço da pesquisa também nos é relevante porque nos permite realizar recortes melhor fundamentados para o cumprimento dos objetivos e para selecionar nosso *corpus*. Além disso, uma das macrocategorias classifica aqueles memes que são a base para construção desta pesquisa: os memes de ação popular, os quais, para nós, constituem-se em

imagens políticas, revelando potências de ação dos indivíduos, reconfigurando a visibilidade e cuja "potência política está tanto nas imagens (materialidade sígnica) quanto nas relações e operações que as definem" (MARQUES, 2014, p. 68). Apresenta-se, portanto, como uma forma para se criar cenas de dissenso que permitem estranhamento e polêmica, reconfigurando novos lugares, novos nomes, novas formas de se fazer ver e dizer, por meio deste dispositivo; e, também, novas representações conjuntas que partem de uma articulação de uma vivência agonística (MOUFFE, 2013) capaz de construir sentidos coletivos plurais mas capazes de conviverem conjuntamente.

3.2 Imagens políticas de ação e disputa simbólica

Segundo Marques (2014), a potência política de uma imagem, para Rancière, pode ser notada a partir dessa construção de novos meios expressivos que desestabilizam os registros discursivos dominantes. Isso só consegue se fortalecer com uma partilha política do sensível, ou seja, por meio de uma nova apresentação das maneiras de ser, de ocupar os espaços de possíveis que implica sempre esse algo a mais polêmico. A autora demostra, a partir de Rancière que, segundo ele, esses rearranjos materiais na disposição de signos e imagens pela arte estética "[r]econfiguram o mapa do sensível confundindo a funcionalidade dos gestos e dos ritmos adaptados aos ciclos naturais da produção, reprodução e submissão" (RANCIÈRE, 2009, p. 59).

> [E]sses reagenciamentos promovidos pela arte estética e pelas imagens se tornam possíveis a partir do momento que indagamos as imagens menos a partir de uma pretensa "mensagem política" a ser decifrada, e mais a partir dos dispositivos de visibilidade que definem e impõem constrangimentos e cerceamentos aos modos como se constroem, na imagem, possibilidades de apresentação e de aparência dos indivíduos determinadas por uma certa partilha consensual e policial do sensível (MARQUES, 2014, p. 71).

Desta forma, ao assentarmos nossa observação nos memes de ação popular, pensando suas subcategorias conforme foram apresentadas acima, procuramos entender a construção dessas visibilidades que são possibilitadas a partir do momento no qual o indivíduo se inscreve através de imagens, executando atos e comportamentos para demostrar engajamento político na dimensão eleitoral, e é capaz de promover, também, cenas de dissenso que contestam a ordem política em defesa de outra partilha do comum para além do estabelecido pela ordem policial. Rancière (2009, p. 59-60) aponta que "[o] homem (sic) é um animal político porque é um animal literário" já que produz sentidos e "se deixa desviar de sua destinação 'natural' pelo poder das palavras". E, como temos apresentado, com essa literalidade é que as pessoas fabulam novas formas do real, pois "[o]s enunciados políticos ou literários fazem efeito no real. Definem

modelos de palavra ou de ação, mas também regimes de intensidade sensível. Traçam mapas do visível, trajetórias entre o visível e o dizível, relações entre os modos do fazer e modos do dizer" (p.59). O que se tem, então, é a dimensão estética em seu sentido mais específico, de uma experiência sensível, plena de afetos e afetações, que se apresentam em relações de confronto e jogos de persuasão. Vêm à tona, assim, a esfera da coletividade, do sentir comum, onde se dão as ações populares, o espaço da polis que abriga o debate político, em movimentos de afirmação e resistência, de negociação e concessão, de crítica e convencimento.

Para observar essas *performances* de resistência é necessário analisar elementos desses memes que fazem com que a argumentação política seja possível. Argumentação política que é a construção desse mundo no qual os pontos de vistas apresentados possam contar como argumentos, sendo, portanto, tanto a demonstração desse mundo possível quanto o reconhecimento do argumento como argumento (MARQUES; MAFRA, 2013). E observar a constituição do ator social para Rancière é, segundo Marques e Mafra (2013), ter em vista algumas questões:

> a) cada ator deve ver-se como sujeito de palavra e não só de voz; b) cada ator deve construir sua autonomia política, isto é, suas habilidades de elaborar argumentos e torná-los inteligíveis através da explicitação do mundo no qual eles fazem sentido e, com isso, despertam empatia; c) cada ator deve desidentificar-se com nomes que lhes foram atribuídos de maneira hierárquica, ou seja, deve buscar existir na conexão e desconexão de vários nomes (MARQUES; MAFRA, 2013, p. 13).

Contudo, a nossa observação se dará tendo em vista a dimensão estética dessas *performances* e dessa argumentação. Diuturnamente a própria definição dos indivíduos presentes nesses acontecimentos — mesmo quando delimitamos um evento determinado, qual seja o período que vai do fechamento do primeiro turno ao segundo turno das Eleições 2018 — se mostra muito complexa. Essas mobilizações políticas, oriundas de processos que despontaram nos últimos anos dão-se a partir de novas formas de subjetivação política.

> Esses protestos são profundamente desestabilizantes, porque não se ancoram em formas estabelecidas e localizáveis de identificação. Não é possível defini-los como uma luta do proletariado, da classe média, das mulheres, das pessoas LGBT, de coletivos fascistas ou anarquistas. O coletivo que surge nesses protestos não é uma agregação de identificações plurais existentes, mas muito frequentemente, algum tipo de coletividade que não existia antes de sua emergência. Os 99% do Occupy, os Indignados espanhóis e os manifestantes das Jornadas de Junho de 2013 e 2015 brasileira não são a soma contraditória de grupos, embora frequentemente busquemos pensá-los como tal. Sua novidade e potência desestabilizadora residem no fato de emergirem novos processos de subjetivação em que se questionam, como propõe Rancière, os lugares sociológicos pré-moldados para a ocupação daqueles sujeitos. O sujeito político dessas manifestações é incontrolável e inclassificável, porque opera fora dos cálculos em vigor. Trata-se, ainda nos termos de Rancière, do despontar dos sem-parte, que evidenciam os limites (e a conta malfeita) das ordens vigentes.

> Evidência essa de natureza estética, na medida em que descortina outras partilhas do sensível passíveis de modelar a experimentação de novos mundos e modos de existência (MARQUES; MENDONÇA, 2018, p. 51).

Da observação dessas conformações de pessoas em *performances* profundamente fundadoras de novas maneiras de estabelecerem convívios e reinvindicações, nós podemos enxergar, segundo Butler (2018), aquilo que, *grosso modo*, torna-se um princípio sobre o qual estas se assentam:

> Podemos encarar essas manifestações de massa como uma rejeição coletiva da precariedade induzida social e economicamente. Mais do que isso, entretanto, o que vemos quando os corpos se reúnem em assembleia nas ruas, praças ou em outros locais públicos é o exercício — que se pode chamar de performativo — do direito de aparecer, uma demanda corporal por um conjunto de vidas mais vivíveis (BUTLER, 2018, p. 430).

A presença física dos indivíduos tem caráter importante pois a partir dessa dimensão performativa que se constrói novas alianças de reinvindicações que apresentam a possibilidade de um dissenso. A pessoas se fazem presentes e querem deixar claro, segundo a autora, que elas assim se apresentam e persistem para reforçar esses entendimentos de que sua situação é compartilhada, seus corpos dizem, e são firmes nisso muitas vezes, que eles existem, não são descartáveis, ou seja, "o que eles dizem, por assim dizer, é 'ainda estamos aqui, persistindo, reivindicando mais justiça, uma libertação da precariedade, a possibilidade de uma vida que possa ser vivida'" (BUTLER, 2018, p. 440). É possível ver manifestado nesses acontecimentos novas maneiras de distribuição do sensível que reestruturam, inclusive, os espaços ocupados e as maneiras pelas quais eles são assimilados quanto suas funções.

> "Anda! Não há nada para ver." A polícia diz que não há nada para ver em uma rua, nada a fazer senão seguir andando. Diz que o espaço do trânsito é apenas espaço de trânsito. O político consiste em transformar esse espaço de trânsito em um espaço de manifestação de um sujeito: o povo, os trabalhadores, os cidadãos. Consiste em reconfigurar o espaço, o que há para fazer lá, ver ali, nomear ali. É o litígio introduzido sobre a partilha do sensível. A essência do político é o dissenso. O dissenso não é o confronto de interesses ou opiniões. É a demonstração de um dano no próprio sensível. A manifestação política faz visível o que não tinha motivos para ser visto, aloja um mundo dentro de outro, por exemplo o mundo onde a fábrica é um lugar público dentro daquele que é um lugar privado, o mundo onde os trabalhadores falam, e falam da comunidade, a partir de onde clamam para expressar sua dor única (RANCIÈRE *apud* DIDI-HUBERMAN, 2016, p. 70, tradução nossa) [19].

[19] "'Move on! There's nothing to see.' The police says that there's nothing to see on a road, nothing to do but keep moving. Says that the space of traffic is only the space of traffic. The political consists of transforming that traffic space into a demonstration space of a subject: the people, the workers, the citizens. It consists of refiguring the space, what there is to do there, to see there, to name there. It is the litigation introduced over the allotment of the sensible…. The essence of the political is dissensus. Dissensus is not the confrontation of interests or opinions. It is the demonstration of a gap in the sensible itself. The political demonstration makes visible what had no reasons for being seen, it lodges one world within another, for example the world where the factory is a

Essa reconfiguração é possível a partir desses movimentos multitudinários visto que são, em si, construtores de novas dimensões de ação. Ensejam uma construção coletiva que demonstra tanto sua dimensão midiatizada, já que partem amiúde de chamados e organizações advindas de redes sociais digitais, como de um povo baseado nessa sua capacidade de declarar-se como sujeito que demanda uma miríade de reinvindicações mas pede, acima de tudo, por sua existência e pela possibilidade de construí-la segundo seu modo de dizer e ser. Essa configuração de um povo fruto dessa assembleia que se firma e se fazer representar não só pela fala propriamente dita, mas também pelo silêncio, pelo gesto, pela própria reunião de um conjunto de corpos no espaço público, partindo de formas tanto organizadas quanto espontâneas (BUTLER, 2018).

> [V]amos admitir desde o começo que não é por meio de um ato de fala particular e pontual que um grupo se reúne como um "povo". Embora muitas vezes pensemos que o ato de fala declarativo pelo qual "nós, o povo" consolida a sua soberania popular surja de uma assembleia do tipo, talvez seja mais apropriado dizer que a assembleia já está falando antes de qualquer palavra ser pronunciada, que se reunir a assembleia já é uma representação da vontade popular; essa representação significa, de maneira bastante diferente, a maneira como um sujeito singular e unificado declara seu desejo por meio de uma proposição vocalizada (BUTLER, 2018, p. 2505).

É importante ressaltar que mesmo que se disponham de reinvindicações estruturadas esses atos são uma ação plural de corpos "que representam seus propósitos convergentes e divergentes de formas que não obedecem a um único tipo de ação ou se reduzem a um único tipo de afirmação" (BUTLER, 2018, p. 2516). Ou seja, mesmo que se estruturem como algo que a princípio pode ser lido como mero antagonismo pode abarcar uma dimensão agonística que é capaz de agrupar sob uma mesma configuração de ação ampla um leque sem tamanho de reinvindicações. É a articulação de um nós/eles capaz de considerar as divergências sem se chegar ao puro antagonismo do amigo/inimigo que é incapaz de encetar novas maneiras de conjugação política já que parte da polarização onde grupos estanques seriam profundamente homogêneos e impedidos de se relacionarem por conta de serem apenas movidos pela obliteração de seu inimigo. A capacidade de um agonismo pluralista advém de um nós/eles onde os opostos são vistos como adversários com os quais se compartilha o reconhecimento comum de princípios democráticos enquanto é discordante a intepretação deles (MOUFFE, 2013).

---

public place within the one where it is a private place, the world where the workers speak, and speak of the community, within the one in which they cry out to express their single pain."

> Os adversários lutam uns contra os outros porque querem que sua interpretação dos princípios se torne hegemônica, mas eles não questionam a legitimidade do direito de seu oponente de lutar pela vitória de sua posição. Esse confronto entre adversários é o que constitui a "luta agonística" que é a condição de uma democracia vibrante (MOUFFE, 2013, p. 225, tradução nossa) [20].

Assim, a construção democrática dentro dessa variedade no modo de expressar-se foge da polarização quando se testemunha uma confrontação que não recai sobre valores morais inegociáveis e formas essencialistas de identificação. Para Mouffe (2013), a ênfase no consenso aliada a uma aversão a confrontos leva apenas à apatia e desmotivação quanto à participação política.

A competência de criar novas maneiras de articulação conjunta tem muito como se fiar no conceito de literaridade de Rancière. Há uma linha geral neste conceito, apresentada por ele como pano de fundo geral de sua obra, que perpassa pela maneira que ela se apodera dos corpos e como a experiência estética que é estabelecida em ajuntamentos como o que citamos tem — sempre quando partimos da interpretação que eles fundam novas compreensões enquanto se modelam propriamente — uma dimensão sensível capaz de ensejar novas capacidades políticas. É algo que se vê presente entre os mais diversos sujeitos, reais e mesmo ficcionais, centrada na ideia de que

> essas forças de transformação estão operando profundamente dentro da experiência sensível e redistribuem a relação entre capacidades e incapacidades: sinais que decifamos, paisagens que nos impressionam, palavras que nos movem — em direção à solidão ou ao encontro — verdades que vivemos em nossa carne, sóis que vemos surgindo sobre novas eras… (RANCIÈRE, 2016, p. 86, tradução nossa) [21].

Essa dimensão sensível a partir dos memes pode, pois, gerar, também, uma experiência de verdades sentidas na carne. Experiência não só referente à fruição do material que sempre traz em si, como já levantado, uma capacidade de criticidade que possibilita espaço para decisões que não sejam puramente morais e se afastam, mesmo que pouco, de posições firmadas sobre parâmetros inflexíveis; como também experiência memética relacionada à inscrição do sujeito na ação. Ação esta que se estabelece a partir de gestos, *slogans* e outros índices que nos permite enxergar a abertura ao outro, à construção da oposição nós/eles segundo

[20] "Adversaries fight against each other because they want their interpretation of the principles to become hegemonic, but they do not put into question the legitimacy of their opponent's right to fight for the victory of their position. This confrontation between adversaries is what constitutes the 'agonistic struggle' that is the very condition of a vibrant democracy."

[21] "There's this idea that these forces of transformation are at work deep within sensible experience and that they redistribute the relationship between capacities and incapacities: signs we decipher, landscapes that impress us, words that get us moving — towards solitude or coming together — truths we live in our flesh, suns we see rising over new eras… In my work, that constitutes a sort of general backdrop."

a possibilidade de um diálogo mesmo que entremeado por princípios consistentemente defendidos e os quais se estabelecem como base para a vida possível de ser vivida que reivindicam.

Observar os memes e empreender essas leituras é possível uma vez que as imagens, mesmo que incapazes de se abrirem à palavra do sujeito representado, são, no entanto, segundo Didi-Huberman (2014), espaços de representação capazes de permitir através do olhar, do gesto etc. representado, certa dimensão do poder da palavra. A imagem, como também apresenta o autor, quando enquadra uma comunidade, faz ela sobreviver no tempo mesmo que seja desmembrada. Uma leitura que leva em conta isso, quer enxergar não só sentido denotativo representado, olhando para os signos que permitem uma leitura que o sobressai e enxerga o que há de conotativo em seus elementos.

Pensando nisso, é necessário trabalhar com o material que compõem nosso objeto tendo em vista o contexto a partir do qual as ações realizadas pelos sujeitos neles presentes é tornada possível, tentando, assim, apresentar as intertextualidades para além do que se encerra em cada conjunto de memes. Entender os sentidos também segundo essas relações é fundamental pois, de acordo com Bakhtin/Volochínov (2010), só conseguimos entendê-los dentro de uma dimensão social e histórica, nesse jogo dialógico que não se encerra nas palavras. Assim, essa segunda etapa da análise se baseará no recorte dos memes de ação popular classificados anteriormente em categorias que, agora, tentam explorar as dimensões coletivas da ação realizada, para a seguir, tendo em vista os conceitos de Barthes, Didi-Huberman e Rancière, nós possamos recortar o material para uma análise interpretativa que leva em conta a diegese dos memes bem como sua dimensão de dispositivo de construção de cenas de dissenso. O segundo momento de exploração do *corpus* leva em conta os elementos abaixo apresentados no Quadro 3:

Quadro 3 - Modelo de classificação quanto a ação dos sujeitos

Dimensão da Ação	**Ação individual.** O conteúdo apresenta uma pessoa paramentada com identificadores de militância (adesivos, bandeiras, camisetas) em espaço fechado ou aberto sem outras pessoas presentes. Também se enquadram nessa categoria, memes cuja ação representa a exposição de um objeto ou item fotografado, sejam estes santinhos, comprovantes de votação ou mesmo a tela de um televisor.
	Ação em escala reduzida. O conteúdo compõe-se de uma ação realizada com a presença de mais de duas pessoas ate a contagem de 5 indivíduos representados. A ação pode ser interna ou externa e deve-se considerar atentamente se as pessoas representadas podem estar em uma ação mais expadida e, assim, ser classificada na categoria seguinte.
	Ação em larga escala. O conteúdo enquadra uma ação com mais de 5 pessoas e, também, manifestações mais ampliadas, com sem número de pessoas presentes, próximas ou à distância.
	Dúvida e/ou ambiguidade. O conteúdo não oferece elementos que permitam distiguir a escala da ação, especialmente se escala reduzida ou larga escala ou parece impossível classificar a ação em uma dessas categorias.
	Não aplicável. O conteúdo do meme trata-se de uma montagem clássica sem representar em nenhum de seus elementos a demonstração de ação direta. Também são consideradas nesta categorias montagens ilustrativas com a foto dos candidatos fora do contexto de ação, bem como “prints” de tela quando não fruto da ação direta de alguém (como ocorre nas fotografias de televisores) ou não enquadra uma ação, ou seja, são formados somente por textos, videografismos etc.
Disposiçaõ dos Sujeitos	**Sujeitos em dispersão.** O conteúdo é composto pela representação de indivíduos que realizam ações não repetidas, ou seja, distribuem-se na cena fora de um comportamente preponderamente pouco unificado, característico.
	Sujeitos em sincronia. O conteúdo enquadra sujeitos que realizam ação repetida, seja ela conjunta ou não. Pode ser facilmente identificada uma disposição gestual padronizada e ou predominantemente repetitiva, como punhos cerrados, armas com as mãos etc.
	Dúvida e/ou ambiguidade. O conteúdo dessa categoria apresenta multidões à distância que não podem ter a dispoção dos sujeitos identificada ou compreendem abraços, *selfies* e outras cujo gestuário dominante não se relaciona a um comportamento repetitivo ou mesmo em dipersão no que se refere aos sujeitos enquadrados.
	Não aplicável. O conteúdo não configura uma leitura relacionada à eleição ou o que a imagem registra não pode ser visto como relcionada a militancia. Po exemplo, devem ser classificadas aqui fotos de jornalistas e outros profissionais da imprensa aglomerados etc.

Abordagem	**Abordagem de abertura ao outro.** O conteúdo se contrói por elementos que possibilitem a interação para além do de um grupo determinado. Imagens que enquadram grupos diversos; ação de militância que visa grupos não engajados, seja através do debate de ideias, distribuição de materiais, venda de itens ou convites abertos à participação fora de um grupo coeso militante. Ou seja, um conteúdo no qual se lê uma abertura abarcando também pessoas que não previamente estão inseridas no contexto de apoio a determinado candidato.
	Abordagem beligerante. O conteúdo é composto por linguagem de ataque, desqualificação do outro, seja candidato ou militância, com gestual belicoso que chega ao confronto físico ou apenas de ideias. São desconsiderados, entretanto, gestes com signos de violência mas que representam, por exemplo, menos oposição que nega o outro e mais apoio (como no caso de gesto de armas com as mãos) etc.
	Dúvida e/ou ambiguidade. O conteúdo apresenta alementos de apoio a um candidato sem, no entanto, nenhum chamado para um possível diálogo e/ou limites entre beligerância em relação ao outro ou abertura naõ são bem delimitados.
	Não aplicável. O conteúdo não se relaciona diretamente à disputa eleitoral ou mesmo índices imagéticos que apontam o contexto eleitoral e, por isso, a categoria não se aplica.

Fonte: Autoria própria.

Ao realizar um processo classificatório e descritivo como este, nós queremos compreender como as novas configurações sociotécnicas da sociedade em rede permitem aos indivíduos demonstrarem a si mesmos, suas subjetividades e identidades construídas pela inscrição dialógica. A seguir, serão apresentados os critérios utilizados para a composição de nosso *corpus*, bem como detalhados os procedimentos realizados para a sua coleta. Logo depois, através de uma pequena amostra retirada deste material, demonstraremos, na prática, uma aplicação da metodologia apresentada.

3.3 Formação do *corpus*

A construção de nosso *corpus* se deu, incialmente, com a observância de alguns pontos elencados por Chagas e Toth (2016) quanto a definição de recortes para a pesquisa de memes. Dois critérios principais foram utilizados, o recorte por tempo (externo), a delimitação a partir de um evento ocorrido no mundo físico — logo, o período entre os dois turnos das Eleições 2018, de 8 de outubro a 28 de outubro — e o recorte por tema (evento digital), ou seja, utiliza-se de algum elemento textual específico para delimitar o material a ser coletado.

Os temas definidos deram-se com base na eleição majoritária para a Presidência da República, para a qual concorriam, nesta segunda volta, Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT). Foram elencadas algumas *hashtags* utilizadas no Twitter para simbolizar e representar essas candidaturas e, através das quais, eram compartilhadas mensagens, memes e outros conteúdos. A escolha de *hashtags* como pontos dos quais retirarmos nosso material

partiu do fato de que elas "[...] assumem diversas funções comunicativas em contextos políticos, como mobilização, motivação, localização, direcionamento da audiência, reforço, reinvindicação e interpretação" (SANTOS JUNIOR, 2016, p. 146). Uma vez que, segundo Chagas e Toth (2016), modelar a coleta de memes é sempre um exercício cheio de dificuldades pois a sua proeminência se dá com espontaneidade, partimos de *hashtags* padrões que pudessem ser espelhadas entre os dois candidatos e serem acessadas durantes todo o período pesquisado. As *hashtags* escolhidas, presentes no Quadro 4 abaixo, tiveram regular perenidade e diferente de outras que observamos ganharem proeminência no Twitter durante o período (uma amostra dessas outras *hashtags* se encontra no APÊNDICE A), não se relacionavam a acontecimentos momentâneos ligados ao noticiário do momento. Também elencamos, conjuntamente às *tags* como mostra-se abaixo, o sobrenome dos candidatos, na hora de nossa busca.

Quadro 4 - Recortes temáticos de cada candidato

***Hashtags* Jair Bolsonaro**	***Hashtags* Fernando Haddad**
#AgoraÉBolsonaro	#AgoraÉHaddad
#Bolsonaro	#Haddad
#Bolsonaro17	#Haddad13
#Bolsonaro2018	#Haddad2018
#BolsonaroPresidente17	#HaddadPresidente13
#BolsonaroPresidente	#HaddadPresidente
#BolsonaroSim	#HaddadSim
#BrasilAcimaDeTudoDeusAcimaDeTodos	#OBrasilFelizDeNovo
#EleSim	#EleNão
#EuVotoBolsonaro	#EuVotoHaddad
#Vote17	#Vote13
#VoteBolsonaro	#VoteHaddad
#PSL	#PT
#B17	#PT13
#17Neles	#13Neles
Bolsonaro	Haddad

Fonte: Autoria própria.

A partir desses indicadores nós utilizamos a Busca Avançada do Twitter[22] para coletar, manualmente, todas as imagens postadas utilizando esses elementos que apareceram, nessa busca, na coluna "Fotos" desse serviço presente no próprio *site* de redes sociais. Para evitar a atuação de quaisquer elementos de seu histórico de navegação nos resultados apresentados pelos algoritmos, o pesquisar utilizou o sistema de busca na janela privativa do navegador. Através de um procedimento metódico, foram salvas cada uma das fotos até o momento que a barra de rolagem do *site* recusava não haver mais nada a ser mostrado. Repetiu-

[22] https://twitter.com/search-advanced?lang=pt.

se sistematicamente desse mesmo modo com cada uma das *hashtags* e nomes, durante os 21 dias, sendo sempre coletadas as imagens postadas no dia anterior ao qual era realizada a coleta. Não é possível declarar que o número por nós obtido representa a integralidade das imagens compartilhadas com esses elementos, já que muitos fatores podem ter incidido sobre nossa coleta manual, sejam eles relativos à estrutura algorítmica do sistema usado, que disponibiliza o conteúdo baseado em informações do usuário que faz a pesquisa — como sua geolocalização, histórico entre outros elementos —, cuja incisão somente com o uso da janela anônima pode não ter sido evitada, sejam fatores que possam ter afetado o pesquisador e passado desapercebidos. Entretanto, foi possível arregimentar um bom material, formado por 21.320 imagens coletadas a partir das *hashtags* do candidato de extrema-direita Bolsonaro, e 20.327 do centro-esquerdista Haddad, totalizando um *corpus* de 41.647 imagens, o que para nós se mostra representativo para tecermos as considerações que intendemos.

3.4 Cálculo das amostras

Uma vez que lidamos com um *corpus* extenso e as pretensões desta pesquisa não se fincam apenas na exploração numérica do fenômeno, foi realizada por nós, portanto, a segmentação deste vasto material de 41.647 imagens em uma amostra que fosse representativa e possibilitasse as análises por nós intendidas dentro do escopo do trabalho. Para determinar a amostragem dessa população, nós calculamos a partir das imagens coletadas através dos indicadores de cada candidato um recorte que fosse representativo para cada conjunto delas.

Para tanto, a partir das populações (Bolsonaro, N = 20.327; Haddad, N = 21.320) foi definido um nível de confiança de 95%, o que significa que com base em cada uma dessas populações temos uma precisão de 95% de certeza de que representamos, a partir da amostra retirada, o todo populacional com fidedignidade, englobando um número suficiente de memes capaz de representá-la, ou seja, temos um nível de 95% de confiabilidade de que a amostra calculada é representativa do todo apresentado. Foi definida, também, uma margem de erro de 5%, que é a diferença entre o resultado amostral e a capacidade de ele representar perfeitamente uma população, considerando uma margem de variação para o número que foi encontrado. Esse cálculo leva em consideração, ainda, o tamanho da amostra tendo em vista a estimativa da proporção populacional e sua distribuição de forma heterogênea nestas nossas populações finitas. Os cálculos seguiram os procedimentos apresentados por Luchesa e Chaves Neto (2011) e considerando também os resultados obtidos através de uma calculadora amostral [23].

[23] https://comentto.com/calculadora-amostral/

Logo, a partir de procedimento realizado individualmente para os grupos de memes de cada indicador, obtivemos como resultado uma amostra de 378 para os memes encontrados para Jair Bolsonaro e igual número de 378, para Fernando Haddad. A partir desses dados, nós enumeramos todas as imagens de cada candidato em uma planilha com seus nomes (seguindo padrão indicadores-nome do candidato-data da postagem), sorteamos 378 números aleatórios constituintes dessa enumeração tendo em vista a totalidade dos memes de cada candidato, e só então separamos os memes representantes da amostra com base nas combinações encontradas pelo sorteio, em busca de evitar qualquer tendência. Depois disso, todo esse material foi inserido em um banco de dados de acordo com as categorias apresentadas anteriormente, segundo Chagas et al. (2017), acrescentando as variáveis de data, indicador — qual seja o conjunto das *hashtags* temáticas de cada candidato —, militância representadas entre outros critérios foram retirados do livro de códigos disponibilizado pelo grupo de pesquisas coLAB, coordenado por Chagas e que pode ser encontrado no ANEXO A.

Com esse conjunto de elementos, é possível observar o fenômeno dos memes políticos, e ainda fazê-lo com destaque para os memes de ação popular, pois são fornecidos mecanismos para auferir os sentidos e apresentá-los segundo diversas combinações quantitativas e qualitativas do nosso *corpus*. Como se verá concretizado no próximo capítulo, saber qual tipo de meme se sobressai na amostra nos municia de pistas para desvendar as estratégias discursivas adotadas pelos apoiadores de cada um dos candidatos (e por suas campanhas) em disputa, bem como entender de que maneira e em qual proporção a mobilização digital foi capaz de atrair, nas ruas, similar engajamento. De mesmo modo, pode ser demonstrado, quanto aos memes de ação popular, que eles distribuem-se, em maior medida, como tendo características de cunho a favor, dedicando-se os sujeitos mais em defesa de suas posições e ideias que na eliminação antagonística da oposição. Assim, como será visto a seguir, a expressão de mundos possíveis e de serem expressados seus modos de dizer e ver, de acordo com a concepção de cada grupo, é o que se apresenta em tensão e em busca de ser reconhecida nesse seu processo estético e político.

Capítulo 4:
Sentidos e sujeitos nos memes de ação popular: defesa da ordem policial e reclamação de novos lugares de ser

4 SENTIDOS E SUJEITOS NOS MEMES DE AÇÃO POPULAR: DEFESA DA ORDEM POLICIAL E RECLAMAÇÃO DE NOVOS LUGARES DE SER

A análise de memes não se constitui apenas na busca da compreensão dos sentidos que neles se inserem. É demiurgo à sua acepção mais ampla, de um elemento dotado de sentidos que extrapolam os limites de suas unidades, a tentativa de lê-los em conjunto. Ao assim fazer, a pessoa analista terá a seu dispor signos capazes de ilustrar e representar determinados acontecimentos, sendo capaz de enxergar a construção desse fato por meio de uma ótica que leva em conta sobremaneira a construção coletiva.

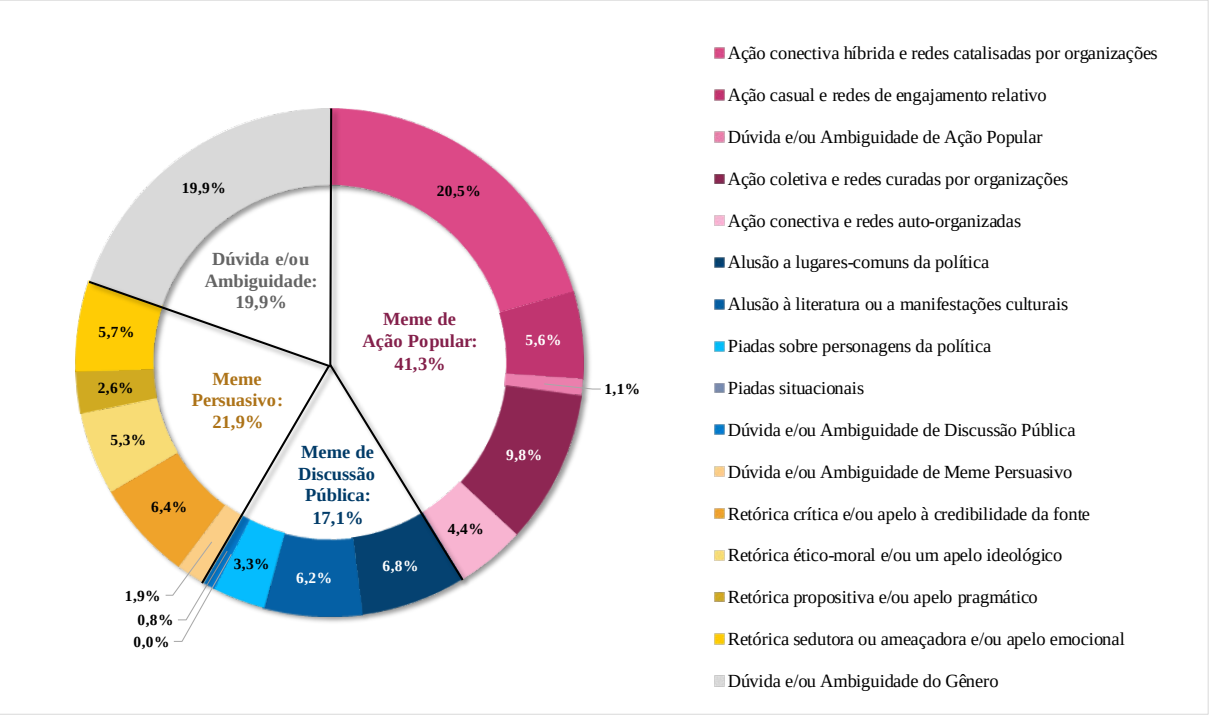
Quando o assunto são os memes políticos, além de sua característica polissêmica como vetor de persuasão e zombaria, podemos constatar, também, sua capacidade como mobilizador. A atuação dos memes políticos na hora de inflamar ou difundir discussões políticas é facilmente reconhecível no período eleitoral, como fez-se mostrar anteriormente. Dessa maneira, a análise de nossa amostra atua na forma de uma identificação à moda papiloscópica do que há de mais imiscuído aos acontecimentos inseridos nos *sites* de redes sociais. Esse mapeamento inicial que fazemos serve não só como uma enumeração do fenômeno, mas também como uma reconstituição do cenário no qual ele se deu.

A partir daqui nós apresentaremos a aplicação da metodologia explicitada levando em conta as categorias de conteúdo aplicadas à amostra calculada. Este recorte de dois conjuntos de 378 memes cada, retirado dos 41.647 de memes coletados, nos permite trabalhar na reconstrução do segundo turno das Eleições 2018, levando em conta diversos fatores, com base na classificação dos memes compartilhados e difundidos durante o processo da segunda volta eleitoral. Primeiramente, concentramo-nos nas categorias macro, de forma a desenhar um panorama da presença dos memes nas campanhas eleitorais de 2018. Em seguida, apresentamos alguns números baseados na classificação taxonômica dos memes de ação popular para, então, chegarmos à análise descritiva em busca de averiguar a construção de conotação e cenas de dissenso através deles.

4.1 Memes em categorias e números

Os três gêneros de memes aqui trabalhados possuem características sólidas quanto ao direcionamento e ao que se deve o seu conteúdo. Os memes persuasivos, os memes de ação popular e os memes de discussão pública têm como foco, respectivamente, o convencimento, o engajamento e o divertimento. O segundo turno eleitoral, por sua característica de confronto, tem no convencimento e no engajamento de eleitores suas armas principais. Como observamos no Gráfico 1 e na Tabela 1 abaixo, isso pode ser constado vis-à-vis a análise empírica.

Gráfico 1 - Tipos de memes e suas subcategorias no total da amostra



Fonte: Autoria própria.

Tabela 1 - Distribuição dos tipos de memes no total da amostra

Tipo	Nº	%
Memes pesuasivos	165	21,9%
Memes de ação popular	312	41,3%
Memes de discussão pública	129	17,1%
Dúvida ou ambiguidade	150	19,9%
Total	756	100%

Fonte: Autoria própria.

Para ilustrar as especificidades de cada tipo de meme, o Quadro 5 apresenta um exemplo para cada um de seus gêneros, pensando nosso material coletado. Conforme faz-se notar, o meme persuasivo explora a argumentação, constrói sua dinâmica no jogo de palavras e no encadeamento de ideias. Os memes de ação popular, como no caso destacado, só são entendidos, no mais das vezes, frente a seu contexto. É possível ancorar essa imagem como afim ao período eleitoral por ela ter sido postada durante o segundo turno, mais especificamente no dia 11, momento no qual “racistas” e “antifa” (antifascistas) resumiam-se para muitos entre seguidores do ultradireitista Bolsonaro, por um lado, e os apoiantes do candidato de centro-

esquerda Haddad, por outro. Fora desse contexto, tal imagem perde caráter de posicionamento ou mesmo caráter memético. O meme de discussão pública, por sua vez, caracteriza-se pelo comentário despropositado, piadas ou alusão a lugares comuns da política, como o presente exemplo, que se utiliza de referências cinematográficas para explorar a temática do horror contra uma das partes em disputa.

Quadro 5 - Tipologia de memes aplicados à amostra dos dois candidatos

Meme persuasivo	Meme de ação popular	Meme de discussão pública
		

Fonte: Autoria própria.

Quando nos voltamos ao Gráfico 1, vemos que nossa amostra distribui-se com vantagem para os memes de ação popular. A ação indireta de inserção do sujeito e também do protagonismo do ator político apresentou-se em maior número (41,3%, N = 312) que, em comparação, a discussão pública (17,1%, N = 129), que até mesmo no caso da subcategoria de piadas situacionais não encontrou lugar no material que analisamos (0,0%). Visto que no decorrer do segundo turno não houve a realização de debates entre os candidatos, nos quais a profusão de memes acaba por se multiplicar, conforme nota-se através dos trabalhados de Chagas, essa categoria relacionada às piadas quanto aos gestos dos candidatos, gafes e outros cacoetes de momento, possivelmente foram desfavorecidos na hora de se terem base para serem criados. Os memes persuasivos (21,9%, N = 165), se voltaram mais para retórica crítica (6,4%), sedutora e ameaçadora (5,7%) e ao apelo moral (5,3%), haja vista as características da disputa em grande medida focada na desqualificação do adversário. Apresentaram um antagonismo que em diversos momentos não soube articular as diferenças em um espaço plural no qual elas pudessem ser exercidas livremente sem a destruição do adversário. Isso ficou evidente na exploração de casos de violência, como o caso do assassinato do compositor e capoeirista Romualdo Rosário da Costa, conhecido como Mestre Moa do Katendê, morto em um discussão

política por um apoiador do candidato Jair Bolsonaro (PSL) (JORNAL A TARDE, 2018). Também são significativas aquelas imagens de difícil classificação dentro da tipologia utilizada (19,9%).

Ao observar esses números divididos para cada um dos conjuntos de indicadores que representam cada candidato, o cenário apresenta-se conforme vê-se nos números dispostos nas Tabela 2 e Tabela 3. É nesse ponto que já passamos a enxergar detalhes que nos possibilitam inferências, tanto baseadas nos números quanto a fatos do processo eleitoral que nos permite compreender melhor como distribuiu-se a campanha autônoma, ou mesmo impulsionada por atores inorgânicos que se fizeram presentes no interior dos *sites* de redes sociais, as quais foram tomadas como o principal palco para as disputas argumentativas e de demonstração.

Tabela 2 - Distribuição tipos de memes nos indicadores de Bolsonaro

Tipo	Quantidade	%
Memes pesuasivos	80	21,2%
Memes de ação popular	104	27,5%
Memes de discussão pública	97	25,7%
Dúvida ou ambiguidade	97	25,7%
Total	378	100%

Fonte: Autoria própria.

Tabela 3 - Distribuição tipos de memes nos indicadores de Haddad

Tipo	Quantidade	%
Memes pesuasivos	85	22,5%
Memes de ação popular	208	55,0%
Memes de discussão pública	32	8,5%
Dúvida ou ambiguidade	53	14,0%
Total	378	100%

Fonte: Autoria própria.

Primeiramente, pode-se notar que há prevalência dos memes de ação popular tanto para Bolsonaro (27,5%) quanto para Haddad (55%), sendo para este um valor ainda mais significativo. Para os memes encontrados pelo recorte do candidato de extrema-direita, observa-se um equilíbrio entre os três tipos, com volumosa quantidade de memes de difícil classificação

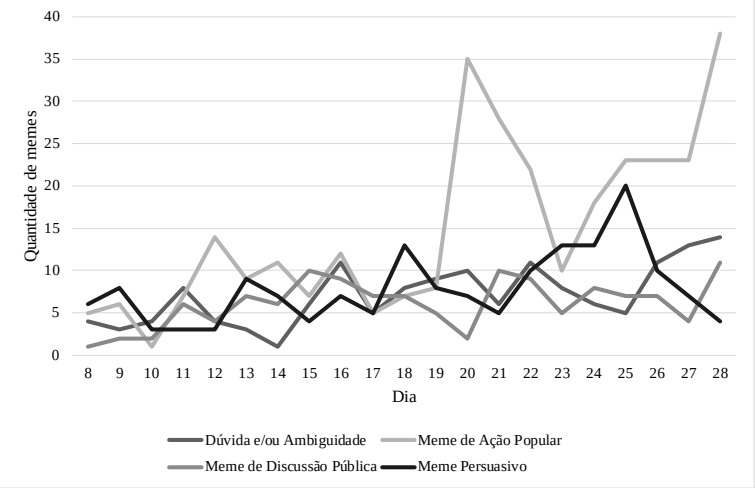
(25,7%), formada por capturas de tela de mensagens, textos e notícias, como também fotos do candidato e letreiros como “urgente” etc., que, sem outra inscrição, não conseguem ser facilmente classificados. A distribuição mais homogênea dos memes para este candidato pode ser explicada a partir de duas leituras; primeiro, que a produção de mensagens sobre Bolsonaro foi impulsionada por profissionais, robôs e ciborgues[24] que, de acordo com denúncia jornalística (MELLO, 2018), formavam uma base para as mensagens do deputado levando, por exemplo, as taxas de memes de discussão pública — aqueles que exploram lugares-comuns da política e abordam-na como objeto de humor e não de ação, memes mais tradicionais formados por colagens, montagens e edições, mais simples ou complexas — serem mais altas em relação à de Haddad (8,5%). Por outro lado, em uma segunda leitura, uma vez que o candidato foi ferido em um ataque ainda no primeiro turno, o que o fez evitar ações de rua por conta de seus estado de fragilidade e também por estratégia (SHALDERS et al., 2018; NUNES et al., 2018), os memes de ação popular, sejam aqueles catalisados por organizações ou auto-organizados, por sua vez, tiverem menor incidência que em relação a seu opositor Haddad (25,7%) — para quem estes memes representaram mais da metade da amostra — e podem ter feito seus apoiadores utilizarem-se dos outros tipos. O candidato do PT, Fernando Haddad, pelo contrário, focou nos eventos públicos — comícios e caminhadas — como sua estratégia (JORNAL NACIONAL, 2018), proporcionando cenário para esses memes registrarem os eventos, estimulando a participação neles o que faz com que eles apareçam na amostra de diversas formas.

Ao observar a amostra em relação aos dias em que os memes foram postados, podemos enquadrá-los dentro em uma dimensão mais ampla frente aos eventos externos às redes que podem ter servido para catalisar sua propagação. Os memes de ação popular, como mostra o Gráfico 2 abaixo, se pronunciam no final de semana anterior ao segundo turno. No sábado 20 de outubro, foram realizadas diversas manifestações pelo país cuja centralidade era a denúncia contra a candidatura do deputado Jair Bolsonaro (G1, 2018). As mobilizações pelo #EleNão — campanha inaugurada por diversas mulheres que foram às ruas antes do primeiro turno (ROSSI; CARNEIRO; GRAGNANI, 2018) — podem ser notadas pela curva dos memes de ação popular ter atingindo um de seus ápices justamente esse dia. Assim, não só inferimos esta ser a razão para a prevalência deste tipo de meme para o candidato Fernando Haddad (PT), já que esse indicador faz parte das *hashtags* consideradas para ele, como também para se constar

[24] Robôs são perfis automatizados codificados para executar determinada ação, como postar repetidamente um conteúdo ou texto, compartilhar as mensagens de certa *hashtag* etc.; já os ciborgues, por sua vez, são indivíduos profissionais que controlam diversos perfis e os alimentam com conteúdo semi-automatizado, realizando uma participação mais orgânica que os robôs.

que a partir desse momento difundem-se diferentes ações em consonância às suas demandas ou oposição a elas até o dia final da eleição. Posterior às manifestações pelo #EleNão, no domingo, foram às ruas eleitores de Bolsonaro para contrapor os acontecimentos do dia anterior (VEJA, 2018). No decorrer da semana, os grupos continuaram mobilizados, como estudantes universitários que em certas localidades foram reprimidos por portarem objetos e organizarem nos *campi* atos contra o fascismo, relacionado ao candidato de extrema-direita do PSL (FOLHA DE S. PAULO, 2018). A curva volta a ascender próximo ao domingo, momento fatídico do processo eleitoral, quando diversos indivíduos foram às ruas para conquistarem eleitores para seus candidatos, seja com base na luta pela democracia (LARA, 2018) ou o combate a corrupção (XAVIER, 2018).

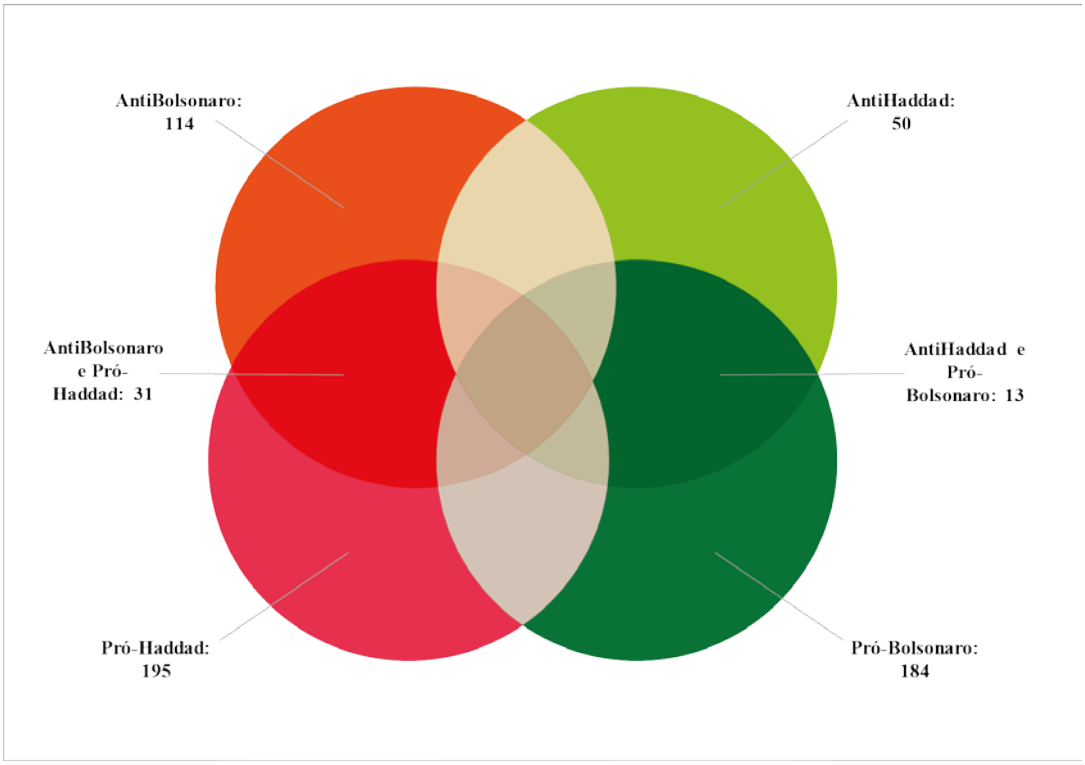
Gráfico 2 - Distribuição dos tipos de meme por dia coletado



Fonte: Autoria própria.

Levando em conta a taxonomia geral e o caráter militante de cada um dos memes, a amostra também foi organizada segundo as oposições AntiBolsonaro/Pró-Bolsonaro e AntiHaddad/Pró-Haddad, conforme o que pode ser visto no Gráfico 3 a seguir. Para cada uma dessas categorias foram considerados elementos dos memes que permitissem identificar o posicionamento de cada um deles, levando-se em conta o que poderia ser visto exclusivamente em seu interior.

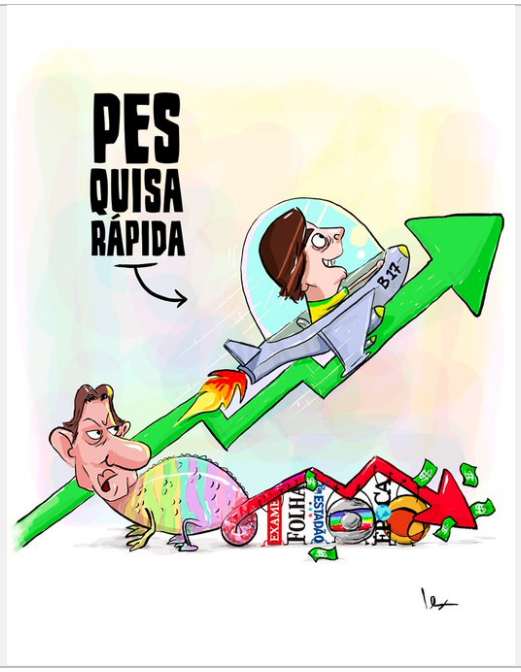
Gráfico 3 - Memes da amostra de acordo com posicionamento



Fonte: Autoria própria.

Como se pode ver, os memes com características “a favor” notam-se em maior quantidade, bem como aqueles que se posicionam contra a candidatura de Bolsonaro, em grande parte por conta do que viemos explorando anteriormente. O que notamos, nesse ponto, que a presença de memes AntiHaddad é pequena pois em grande parte sua imagem era resguardada pelos indivíduos favoráveis ao seu adversário, pois focavam sua oposição ao partido de Fernando Haddad, o PT, e menos a ele em si. No Quadro 6, ilustramos um elemento de cada uma das combinações presentes no gráfico.

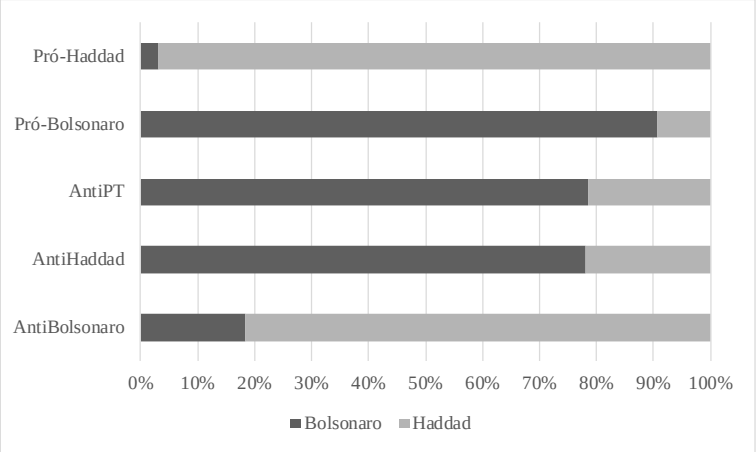
Quadro 6 - Memes de acordo com o posicionamento

AntiBolsonaro	AntiBolsonaro e Pró-Haddad	Pró-Haddad
		
AntiHaddad	**AntiHaddad e Pró-Bolsonaro**	**Pró-Bolsonaro**
		

Fonte: Autoria própria.

Considerar o posicionamento militante de cada meme nos ajuda a entender como os indicadores vistos no Quadro 1 foram capturados, também, pelas usuárias e usuários apoiadores do candidato oposto ao que representavam. Vê-se, por exemplo, que quase 20% dos memes contra Bolsonaro advieram dos indicadores relacionados ao próprio candidato, o contrário também é explicitado conforme gráfico abaixo.

Gráfico 4 - Posicionamento por indicadores de candidato



Fonte: Autoria própria.

Quando centrarmo-nos nos memes de ação popular, os mais presentes no total da amostra combinada (41,3%, N = 312), e nosso objeto, vemos uma divisão mais parecida entre as subcategorias para os dois candidatos (o Quadro 7 abaixo exemplifica ilustrativamente cada uma delas).

Quadro 7 - Subcategorias de memes de ação popular

Memes de ação coletiva e redes curadas por organizações	
Memes de ação conectiva híbrida e redes catalisadas por organizações	

Memes de ação conectiva e redes auto-organizadas	
Memes de ação casual e redes de engajamento relativo	
Dúvida ou ambiguidade	

Fonte: Autoria própria com base em memes coletados no Twitter.

A incidência maior de ação conectiva híbrida e redes catalisadas por organizações se dá para os recortes de Jair Bolsonaro (45,2%) e, também, para Fernando Haddad (51,9%) e são considerados aqueles memes nos quais as pessoas aparecem demonstrando sua posição, paramentados com algum item de campanha do candidato ou partido, ou mesmo portando símbolos que demonstrem essa sua preferência. Os que menos aparecem são aqueles de ação casual e engajamento relativo (Bolsonaro, 16,3%; Haddad, 12%), imagens que a despeito de terem sido postadas com a *hashtag* de determinado candidato não carregam em si qualificadores que explicam os seus sentidos — como nossa coleta desconsiderou o conteúdo escrito das postagens que acompanhassem ou não junto às imagens, focou-se exclusivamente nelas para identificar quaisquer intertextualidades e sentidos para a classificação.

O uso de sobreposições de marcas promocionais das campanhas foi muito mais equilibrado entre os dois concorrentes, com as que foram encontradas para o deputado Bolsonaro sendo um pouco maior em relação ao computo total da amostra de seu opositor

(26,9% e 22,1%, respectivamente). A diferença principal entre o ultradireitista e o centro-esquerdista se nota sobretudo nos memes de ações auto-organizadas, com os indicadores de Haddad (N = 23, 11,1%) representando mais que o dobro que os de Bolsonaro (N = 10, 9,6%). Podemos inferir que houve uma ação mais autônoma para com aquele candidato, inclusive através da participação de artistas e outras figuras públicas que se engajaram em campanha para "virar" votos para ele, como noticiado (LARA, 2018).

De qualquer forma, seja através de uma ação relativa mobilizada diretamente ou não por organizações político-partidárias, os memes de ação popular enquadram os indivíduos na sua expressão para além do voto. É um imbricamento midiatizado de projetar-se no acontecimento interligando ações individuais ou coletivas em um todo que ganha ainda maior proporção na rede. Pode-se, para uns, isso representar o acirramento dos afetos da polarização das ideias, no entanto, por sua base criativa, o meme enseja uma inventividade mobilizadora para além de um simples posicionamento dicotômico, sendo, assim, um nós/eles compatível com o reconhecimento do pluralismo, na maior parte dos casos, ainda que entre os memes de retórica crítica ou irônica. Segundo Mouffe (2013, p. 256, tradução nossa),

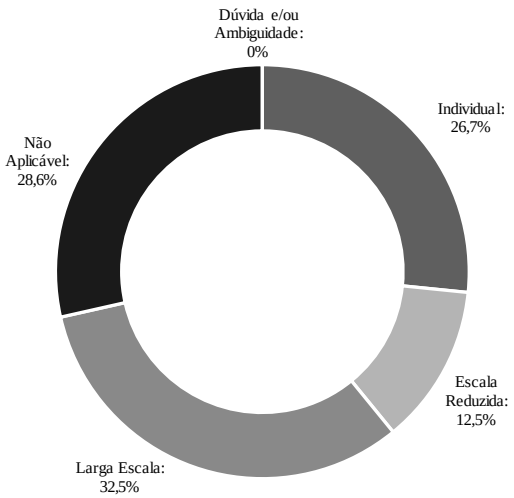
> [a] principal tarefa da política democrática não é eliminar paixões ou relegá-las à esfera privada, a fim de estabelecer um consenso racional na esfera pública. Antes, é "sublimar" essas paixões, mobilizando-as para projetos democráticos, criando formas coletivas de identificação em torno de objetivos democráticos. [25]

Os memes acabam por atuar, em certa medida, como um identificador que traz para o debate indivíduos que em outros momentros e condições não se veriam capazes de tomarem parte do processo eleitoral, posicionando-se, defendendo ideias e construindo conjuntamente àquelas e àqueles com os quais concordam e/ou discordam novas compreensões que enxerguem a participação política como algo possível, mesmo que não dentro de um viés de total seriedade e às vezes eivado por afetos extenuados. Em grande medida, eles constroem-se com base na dimensão democrática eleitoral com alguns exemplos em que são feitas demandas autoritárias e antidemocráticas em diversos níveis, mas que não se expalham em sua totalidade sobretudo quando observamos os memes de ação popular. Além disso, quando acionamos Rancière, buscamos identificar a política como uma forma criativa, na qual a irrupção, o conflito entre a ordem policial e a busca de um novo lugar de constituição do comum, como sendo onde acontece, verdadeiramente, a política.

[25] "The prime task of democratic politics is not to eliminate passions or to relegate them to the private sphere in order to establish a rational consensus in the public sphere. Rather, it is to 'sublimate' those passions by mobilizing them towards democratic designs, by creating collective forms of identification around democratic objectives."

Agora, partimos para a exploração da ação propriamente dita encerrada nos memes de ação popular. Pensar sua dimensão, a disposição dos sujeitos e a abordagem de como se portam nos auxilia a ver como mobilizam os objetivos que pretendem alcançar. Classificar a ação em termos de sua escala, como fazemos no Gráfico 5, mostra-nos como a larga escala é preponderante (32.5%, N = 100), o que representa também como as manifestações de rua contemporâneas são altamente midiatizadas, seu acontecimento real é perpassado pelas configurações próprias das mídias e, igualmente, aparecem como provedora de conteúdo para o que, depois ou simultaneamente, é falado e circula pelos *sites* de redes sociais. Uma vez que os memes de ação popular contém em seus limites memes que podem não ser fruto da ação de pessoas — como modelos em que cada eleitora ou eleitor insere seu nome em um *template* de material de campanha, os convites para manifestações ou outro engajamento etc. —, aparece em grande número aqueles para os quais nenhuma das categorias elencadas e intentam observar os agrupamentos de sujeitos é aplicável (28,6%, N = 89). São numerosos, igualmente, aqueles memes que se caracterizam por ações individuais, preponderantemente *selfies*, autorretratos com adesivos, camisetas e/ou sobreposições da candidatura apoiada (26,7%, N = 83).

Gráfico 5 - Memes de ação popular pela dimensão da ação



Fonte: Autoria própria.

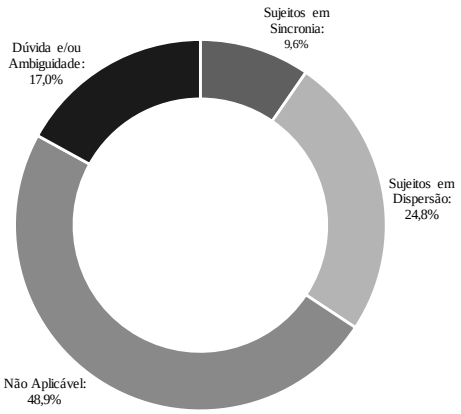
A observação da disposição dos sujeitos, se estes estão em sincronia ou dispersão municia-nos para compreender a gestualidade, a disposição dos corpos e toda sua performatividade que são elementos fundantes das manifestações que tomam as ruas nos diversos países nesta segunda década do século XXI. Juntos, os sujeitos se colocam em um

espaço no qual muitas vezes precisam enfrentar forças policiais, e mesmo a própria disposição arquitetônica do espaço, não construído como lugar das aglomerações de rua em larga escala, dando novos sentidos para os lugares que apenas parecem aceitar o tráfego dos automóveis e nos quais os corpos adentram como intrusos em conflito com essa sua atribuição, constituindo um intervalo de força que os tornam capazes, por sua escala, de afastarem-se do subjugo da força que os tenta dispersar e controlar.

> Esse momento de intervalo é um momento em que os corpos reunidos em assembleia articulam um novo tempo e um novo espaço para a vontade popular, não uma única vontade idêntica, nem uma vontade unitária, mas uma que se caracteriza como uma aliança de corpos distintos e adjacentes, cuja ação e cuja inação reivindicam um futuro diferente. Juntos eles exercem o poder performativo de reivindicar o público de uma maneira que ainda não foi codificada em lei e que nunca poderá ser completamente codificada em lei. E essa performatividade não é apenas a fala, mas também as reivindicações da ação corporal, do gesto, do movimento, da congregação, da persistência e da exposição à possível violência. Como entendemos essa ação conjunta que abre tempo e espaço fora e contra a arquitetura e a temporalidade estabelecidas pelo regime, uma ação que reivindica a materialidade, apoia-se nos seus suportes e recorre às suas dimensões materiais e técnicas para retrabalhar suas funções? Essas ações reconfiguram o que vai ser público e o que vai ser o espaço da política (BUTLER, 2018, p. 1208).

Conforme vemos no gráfico abaixo, há uma grande zona na qual se inserem os memes que não podem ser simplesmente classificados como tendo indivíduos em sincronia (9,6%), representando algum gesto que se encontra reverberando através da ação de outros indivíduos, sejam eles conjuntamente presentes em um mesmo local, sejam distribuindo-se também em ações individuais que ganham proporção no processo memético, ou mesmo sujeitos em dispersão (24,8%), mas que parecem reunirem-se para um mesmo propósito nessa sua congregação não unitária. Esses memes para os quais essas duas categorias têm dificuldade de serem aplicadas (17%) ou mesmo não são aplicáveis (48,9%), representam em grande medida ações das pessoas que estão extra quadro, seja fotografando sua mão em frente ao um televisor enquanto faz um gesto crítico, sejam *prints* que circulam graças a ação do sujeito, porém sem sua presença. Por não serem ações coletivas ou que encontram no coletivo uma possível leitura de construção conjunta, é um meme de ação popular segundo a taxonomia que adotamos, mas não uma ação capaz de conformar essa reconfiguração política.

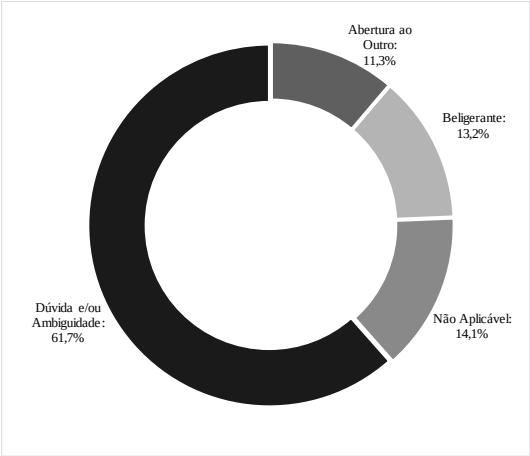
Gráfico 6 - Memes de ação popular pela disposição dos sujeitos



Fonte: Autoria própria.

Enfim observamos como essa ação popular classifica-se quanto à maneira de abrir-se ao diferente, ao outro ou fechar-se em um papel beligerante em relação àquela e àquele que não se conjuga segundo seus ideais. Por ser um perfil de difícil classificação, a maior parte de nossa amostra não consegue ser dividida claramente entre esse contraponto (61,7%), conforme demostra o Gráfico 7:

Gráfico 7 - Memes de ação popular pela abordagem



Fonte: Autoria própria.

Apesar de observarmos um acontecimento que em larga medida conformou novos coletivos que foram articulando suas diferenças em busca de construir seu posicionamento na urna, a dimensão beligerante se sobressaiu entre os memes possíveis de serem classificados sob essas subcategorias (13,2%). Conforme o cenário que descrevemos anteriormente, esta foi uma

eleição de sobressaltos e confrontos, então gestualmente os indivíduos prostraram-se como simbolismos de resistência, com conotação combativa — os quais trataremos melhor adiante — enquadrando-se distante de uma abertura franca ao outro (11,35%) população que aparece em menor número em nossa amostra.

A análise de conteúdo nos permite enxergar o banco de dados construído a partir dos memes coletados como um todo passível de ser compreendido quando observado em sua escala ampla. Após as inferências que apresentamos e nos ajudam a entender a forma de os memes, como dispositivo de relações, ser acionado pelos dois candidatos e seus militantes, e também a maneira de eles servirem como base para recontar e ilustrar o período pesquisado. Ela nos oferece ferramentas para o cruzamento de combinações para que empreendamos o próximo passo de nossa análise, o qual terá um caráter mais interpretativo dos discursos e sentidos inseridos em alguns dos memes aqui classificados. Para entender a inscrição dos sujeitos nos memes e como sua gestualidade conjuga a conotação para além do sentido primeiro de uma fotografia de pessoas, bem como dissenso e consenso, nós utilizaremos, a seguir, aqueles que estão contidos na combinação de sujeitos em sincronia em ação de larga escala ou escala reduzida para uma análise interpretativa mais detida em cada um deles.

4.2 Conotação e comunidades nos memes de ação popular

Explorar os sentidos do memes exige de nós concebê-los como mais que simples fotografias que enquadram de maneira estática um evento, conforme nossa trajetória de discussão tentou fazer claro. Quando trazemos Barthes (1990a) para nos ajudar nesse processo de entender a mensagem dos memes, precisamos realizar alguns ajustes nas categorias que o autor aponta como princípios para compreensão, em seu caso, da mensagem fotográfica. Em seu texto *A mensagem fotográfica*, Barthes nos fala das fotografias jornalísticas as quais estão inseridas em combinação com uma variedade de elementos que ajudam na composição dessa mensagem da qual é dotada — o texto, o título, a legenda, a diagramação e mesmo o nome do jornal em que se encontra atuam como “informantes” para a composição e leitura da mensagem fotográfica propriamente dita. Ele descreve a fotografia como uma mensagem que num primeiro momento parece estar limitada ao plano da denotação. Mas argumenta que sob um olhar mais atento, a fotografia revela que outros sentidos se instalam no plano da conotação. Nessa linha, o semiólogo francês identifica cinco categorias de conotação: trucagem, pose, objetos, fotogenia, estetismo e sintaxe.

Uma vez que lidamos com elementos que se estabelecem em combinações muito complexas, visto que os memes se inserem em um ambiente intenso de mensagens concorrentes

que pode ser impossível de mapear manualmente — cada pessoa tem acesso a uma composição da linha do tempo de suas redes sociais como o Twitter, uma vez que elas são compostas por códigos invisíveis, os algoritmos, em uso cada vez mais crescente e são capazes de construir o que a usuária e o usuário tem acesso com base no seu próprio histórico de uso da rede, ou seja, são verdadeiros filtros que definem o que devemos ver ou mesmo a quem vai ser mostrado o que postamos, criando bolhas que reúnem conteúdos similares, com mesmo viés e com as mesmas características que eles julgam interessar à pessoa usuária (SILVEIRA, 2019).

Levantar todos os componentes de sentido que levam a uma certa recepção de determinado meme parece, pois, impossível nesse cenário. Auferir sua mensagem tendo em vista menos esses elementos de localização de cada imagem memética foi o que nos levou a considerá-las destituídas dos textos que as acompanhassem. Assim, fiamo-nos a uma leitura que leva a entender os processos de conotação da ação memética ensejados na própria imagem e não sua mensagem do ponto de chegada da recepção considerando a inserção em meio a um corpo fluido de mensagens concorrentes. Assim, em vez de consideramos o tuíte — a combinação imagem mais elementos textuais que o compusessem, como na Figura 2, item a — consideramos a imagem em si — como Figura 2, item b — que nos possibilitasse uma leitura ampla das ações, para levar em conta o caráter mais ampliado do contexto e combiná-las em constelações de sentidos.

Figura 2 - a) Tuíte com elementos textuais; b) Imagem considerada individualmente.

a)



b)



Fonte: Autoria própria com base em memes coletados no Twitter.

Mesmo considerando a imagem como estrutura isolada, nós ainda podemos aplicar a elas os elementos elencados por Barthes em sua análise dos processos de conotação. Optamos por trabalhar com as categorias trucagem, pose, objetos, fotogenia e estetismo. Prescindimos

da sexta categoria por ele proposta, sintaxe, pela dificuldade de considerá-la sem a observação dos elementos da disposição específica de cada imagem na página ou *time-line* e suas relações com outros elementos como ícones, legendas etc. Abaixo, são apresentados os memes recortados para esta etapa da análise, levando-se em conta aqueles cuja ação pôde ser classificada como sujeitos em sincronia em larga escala ou escala reduzida, conforme definições dispostas no Quadro 3 apresentado no item 3.2 (p. 82).

Uma vez que queremos observar os sujeitos outros que não as próprias figuras políticas da disputa eleitoral, foram desconsideradas assim as fotografias de carreatas com a presença do candidato ou *selfies* de eleitores seja com ele ou alguma outra figura política facilmente identificada como ligada a seu *entourage* — no entanto, não foram excluídas aquelas em que as pessoas utilizam camisetas, bandeiras e outros objetos estampados com imagens desses sujeitos. Com base nesse critério, das 24 imagens meméticas classificadas segundo as categorias elegidas, 8 delas foram excluídas, restando, então 16.

Figura 3 - Memes de larga escala e escala reduzida com sujeitos em sincronia

a)



b)



c)



d)



e)


Twittaço!
#BOLSONAROAMAOBRASIL
Ele não é um risco, é uma esperança!
DEUS ACIMA DE TODOS!

f)



g)



h)


Todas e Todos pelo Brasil
DIA 20
Todos NAS RUAS
PELA DEMOCRACIA

i)



j)



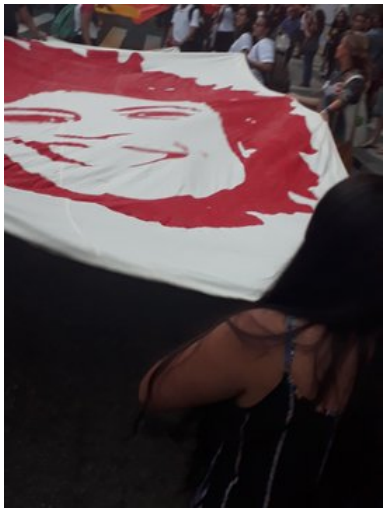
k)



l)



m)



n)



o)



p)



Fonte: Autoria própria com base em memes coletados no Twitter.

A conotação, segundo Barthes (1990a), parece não fazer parte da estrutura sígnica da mensagem fotográfica. Ela é a imposição de um sentido à mensagem fotográfica elaborado em seus diferentes níveis de produção, alguns deles, por conta do objeto do autor, relacionados a sua inserção no jornal, mas também enquadramento, escolha e mesmo o processamento técnico pelo qual passam. Como observa-se na Figura 3, as imagens de nossa amostra são, em seu primeiro sentido analógico, ou seja, denotativo, retratos de pessoas. Algumas delas, devido à trucagem pela qual passaram, a edição, que funciona como intervenção no plano de denotação, pouco ficam visíveis e transformam-se em acessório para uma chamada, uma peça de propaganda que se aproveita de seu caráter ilustrativo para mobilizar a ação e não simplesmente registrá-la (itens b, e, h), o que é possível uma vez que a trucagem, capaz de produzir *fake news* e imagens alteradas que passam despercebidas, "utiliza a credibilidade inerente à fotografia, que, como vimos, consiste em seu extraordinário poder de denotação, para apresentar como simplesmente denotada uma mensagem, que, na verdade, é fortemente conotada" (BARTHES, 1990a, p. 16).

Em nosso processo de deciframento, a pose foi fundamental para analisarmos certa sincronia dos sujeitos registrados. Segundo o autor, a pose não é um processo especificamente fotográfico, mas é um elemento impossível de ser desconsiderado uma vez que tira seu efeito do princípio analógico e, podemos dizer, imitativo e memético, da representação. Ela tem uma estrutura dupla, denotada-conotada, pois sua conotação atua a partir de uma modificação do real e insere na imagem elementos que extrapolam o sentido individual. Além de poses sincronizadas por conta de uma ação específica que exige das pessoas uma realização conjunta (como segurar cartazes, itens j, n; ou estender uma bandeira, itens c, m), nós podemos enxergar também uma pose que se repete e encontra paralelo nas mais diversas manifestações: o pulso fechado em riste, signo beligerante de enfrentamento, incorporado em uma performance de resistência e disputa de posições (itens b, e, h, l). O gesto encontra um forte valor intertextual e representativo, podendo, como este em específico, imbuir-se de um sentido universal solidificado quando se fala em luta política. Se um gesto como esse consegue continuamente manter seu processo dialógico e sobreviver do movimento dos trabalhadores do século XIX, aos Panteras Negras, manifestantes contra a segregação racial e a favor de direitos civis nos EUA no século XX, a uma pessoa branca no período das eleições presidenciais brasileiras de 2018 (item l) é porque, segundo Didi-Huberman (2014), a experiência deste gesto, o que ele simboliza, não desapareceu. E da mesma forma que, conforme analisa o autor, o gesto dos campesinos inseridos no cinema de Pasolini o expõem e o faz possível, os memes, igualmente,

dão, no caso do gesto do punho cerrado, um novo valor de uso, uma nova necessidade que, agora, toma o espaço físico bem como o dos *sites* de redes sociais.

Outras duas poses, ou gestos, com profundos sentidos conotativos presentes nas imagens, são feitos com similar disposição dos dedos e da mão, diferindo-se entre eles apenas pela direção de que esta é posicionada sobretudo em relação ao aparato que os enquadra e fotografa, sendo eles: a arminha com as mãos, característica dos apoiadores de Jair Bolsonaro (PSL) (presente nos itens a, d, f), e o "L", com o indicador apontado para cima, referente ao ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e, correlacionando-se, assim, ao candidato Fernando Haddad (PT) (item i). Dessa forma, uma pose, de característica afim, coloca-se como um sentido denotativo completamente oposto — a alteração dos sentidos dos dois gestos foi, inclusive, utilizado em diversos memes que "transformava" o próprio candidato Haddad em apoiador de seu opositor Bolsonaro, cujo "L" via-se transformado em arminha, ou no número do candidato, 17.

Já os objetos, segundo Barthes (1990a), têm uma importância particular pois são indutores correntes de associações de ideias, até mesmo símbolos, sendo capazes de representarem, quando estáveis e conhecidos, como elementos de um verdadeiro léxico. No contexto eleitoral, as bandeiras, as camisetas de candidatos, os adesivos, os cartazes com demandas acabam por formar um conjunto de elementos facilmente reconhecível como próprio de sua linguagem, estando ao menos um desses componentes presentes nas imagens que analisamos aqui. As únicas imagens que não possuem objetos que estampam, à primeira vista, o sentido de "campanha", são os itens d e f, fundando-se essa conotação neles na pose das pessoas fotografadas. No item d, os indivíduos vestem-se com as cores da bandeira nacional, fortemente ligada ao nacionalismo propagandeado pelo candidato de extrema-direita, então mesmo que não sejam uma vestimenta da campanha do candidato, atuam na nossa leitura quando o observamos como se o fosse. Um meme cuja conotação está relacionada fortemente aos objetos fotografados pode ser visto no item k. Formado por uma colagem de fotografias, eles possuem parecida estrutura: pessoas portando *devices* de acesso à internet, sentadas dentro de caixas inscritas com número "2", deixam-se fotografar. Tais memes, como o presente postado em 20 de outubro, popularizaram-se entre os apoiadores de Jair Bolsonaro (PSL) após ter sido publicada matéria que dizia sua campanha *on-line* ter sido anabolizada pela contratação de robôs a partir de dinheiro de caixa 2 (MELLO, 2018). Assim dispostos, os "Marqueteiros do Jair" tentavam rebater as denúncias de maneira bastante simbólica e demonstravam quem seriam os robôs e a caixa "2".

Quando à fotogenia, relacionada para Barthes (1990a) à capacidade de a imagem, quando embelezada por diversas técnicas, tentar apresentar-se como arte e assegurar sua conotação em si mesma por conta dos efeitos nela aplicados, e ao estetismo, a qualidade que se permite tomar a imagem tal um quadro, à moda de um pictorialismo para impor um sentido mais sutil e mais complexo à imagem, não vemos nada muito notório nessa sequência apresentada na Figura 3. Por certo os itens b e h, por terem sido objeto de tamanha manipulação para se compor como "peça" de propaganda e convite para uma manifestação, são os que mais se afastam de uma base fotográfica menos manipulada, como apresenta-se no restante do *corpus* e podem ser os que mais se fiam as esses dois elementos para compor sua conotação.

Utilizar esse código de análise visa compreender as imagens meméticas para além de seu processo relacional e imitativo para revelá-las à vista dos sentidos que vagueiam pelos meandros das ações capturadas e assim fazemos para construir uma sequência analítica estruturada que nos permita encaminharmos à nossa incursão interpretativa baseada em Rancière. É importante se ter sempre em mente que uma imagem é polissêmica, uma "cadeia flutuante" de significados (BARTHES, 1990b), sendo sempre possível, para o leitor, escolher alguns e ignorar outros. A preocupação com a técnica e seus processos não devem, igualmente, anuviar nossa leitura, visto que, com coloca Didi-Huberman (2014):

> É evidente que não há imagem sem mediação técnica, sem "dispositivo". Mas o dispositivo técnico é condicionado por um *dispositivo de poder*, assim como *a visão* que temos das coisas através das imagens é condicionada *pelas visões*, isto é, os jogos do desejo e os objetivos políticos de todos aqueles que "pedem para ver", todos aqueles que despertam o visível ou fazem uso das imagens (DIDI-HUBERMAN, 2014, p. 67, grifos do autor, tradução nossa) [26].

O filósofo francês diz ainda que não existem dispositivos óticos sem a existência de dispositivos institucionais. E, sobretudo, não existem enquadramentos estéticos sem que estes não se relacionem aos quadros políticos, interpretação convencionalmente errônea para muitos que creem, com frequência, que eles se correspondam ou reflitam uns aos outros, mas não se estabeleçam em relação (DIDI-HUBERMAN, 2014). A partir da análise dos ensaios fotográficos realizados pelo médico Philippe Bazin para sua tese, Didi-Huberman percebe que a maneira de enquadrar os rostos dos idosos enfermos escolhida pelo fotógrafo parte de escolhas políticas as quais deixam para trás os sintomas médicos para revelar todo o caráter existente

[26] "Es evidente que no hay imagen sin mediación técnica, sin 'aparato'. Pero el aparataje técnico está condicionado por un *aparato de poder*, así como *la vision* que tenemos de las cosas a través de las imágenes está condicionada por *las visiones*, es decir, los juegos del deseo y los objetivos políticos de todos los que 'piden ver', todos los que suscitan lo visible o hacen uso de las imágenes."

dos rostos enquadrados. Indo além do imediato, para enquadrar um excesso, que reconhece o outro como um outro que emerge da representação, através da proximidade que marca no próprio corpo do observador o ato de reconhecê-lo também como tal. Esses enquadramentos políticos são capazes de expor os povos, tarefa, de acordo com o autor, infinita. Há sempre um conflito temporal no registro dos rostos entre a sua condição histórica, onde toma forma, e sua condição carnal, onde não exponha mais que seu sujeito sempre em suspensão entre sua condição temporária, estática ou alterada, e história, a sua capacidade de assumir uma linguagem, um dizer.

> Expor os povos: interminável espaço de construção, do qual poderíamos deduzir a hipótese de um vínculo entre a espécie (comum) e o aspecto (singular) do ser humano. Intermináveis espaços de construção de imagens para dar face ao trabalho sem fim do fim, e lugar ao ilimitado dos nossos limites imanentes. Poderíamos chamar a *cultura* o espaço comum de todos esses lugares. Agora, basta que uma imagem se torne pública, se torne uma *coisa pública* — uma coisa de *res publica* — para que entre em pé de igualdade nos circuitos da lei, nos jogos de poder e no campo conflitivo do político (DIDI-HUBERMAN, 2014, p. 95, grifos do autor, tradução nossa)[27].

É por agirem enormemente na conformação desse compartilhamento público que intenta criar novas possibilidades de expressão política dos indivíduos, a partir do seu reconhecimento como falante e do conflito mesmo por esse conhecimento como igual, que os memes podem ser considerados um dispositivo capaz de configurar cenas de dissenso. Ao mesmo tempo que expressam sentidos são ferramentas acionadas para dar início ao um processo de relações em grande medida para confrontar a ordem policial e as regras que visam conter não só os corpos da sua exposição como também o reconhecimento de igualdade de ver e dizer segundo as próprias definições que reivindicam contra o dispositivo de poder. É na polissemia do justapor de pensamentos e imagens que se dá, para Rancière (2016), a cena de dissenso uma vez que ela constitui-se "[d]este entrosamento dos diferentes níveis de significado e desta transversalidade que corre entre os diferentes níveis de discurso" (RANCIÈRE, 2016, p. 100, tradução nossa)[28].

> [A] cena é uma constituição de um poder subjetivo: o poder de um sujeito igual. Toda vez esse poder é constituído pelo exercício de um dissenso: o interlocutor empresta a capacidade de falar para alguém que não podia falar, ou então ele mesmo afirma essa

[27] "Exponer a los pueblos: interminable sitio de construccion del que podriamos deducir la hipotesis de un vínculo entre la espécie (comun) y el aspecto (singular) de los seres humanos. Interminables sitios de construccion de imagenes para dar rostro al trabajo sin fin del fin, y lugar a lo ilimitado de nuestros limites inmanentes. Podriamos llamar *cultura* al espacio comun de todos esos sitios. Ahora bien, basta con que una imagen se haga publica, se torne *cosa publica* — cosa de *res publica* — para que entre en un pie de igualdad en los circuitos del derecho, los juegos del poder y el campo conflictivo de la cosa política."

[28] "What constitutes the scene, for me, is this intermeshing of the different levels of meaning and this transversal that runs between the different levels of discourse."

> capacidade, a qual lhe é recusada. A primeira cena é uma cena de emancipação intelectual, no sentido de Jacotot do termo: as pessoas adotam a pressuposição da igualdade e a testam; a segunda é política: as pessoas testam a igualdade que os outros lhe negam. Em ambos os casos, a função do sujeito é a função de uma afirmação que (re)constrói uma distribuição do sensível. De certa forma, os modos de implicar a igualdade estão no centro de um campo experimental caracterizado por uma certa distribuição de capacidades (RANCIÈRE, 2016, p. 105, tradução nossa) [29].

De modo geral, quando observamos a nossa amostra, identificamos essas duas cenas distribuídas, em certa medida, para cada um dos candidatos. Os memes que trazem elementos da campanha de Jair Bolsonaro (PSL), em maioria expõe sujeitos que adotam a pressuposição de igualdade, assumindo suas posições sem muita dificuldade de falar. O principal ponto que se pode notar tendo-se em vista seus memes (conforme Figura 3 e Figura 4 abaixo) é a constante presença dos símbolos nacionais, sobretudo a bandeira nacional. Os sujeitos representados — ou autorrepresentados — reforçam a busca por se alcançar não um novo lugar, não mais um espaço para contestação, mas a reinstauração de uma vivência na qual o "Brasil [esteja] acima de tudo", que ele seja o que une as pessoas e não a política institucional e seus mecanismos, já que é vista como corrupta e carente de um indivíduo que mude tudo isso que está aí. A denúncia de que o candidato foi beneficiado por disparo de mensagens não contabilizados na prestação de contas da campanha é contestada mesmo através de memes (Figura 3, item k), já que as ações dos partidários do candidato são apresentadas como livre de compensações outras que não a proteção e a defesa da Pátria verde-amarela que ele representaria.

[29] "[T]he scene is a constitution of a subjective power: the power of an equal subject. Each time this power is constituted by the exercise of a dissensus: the interlocutor lends a capacity to speak to someone who couldn't be heard to speak, or else he himself asserts this capacity, which he is refused. The first scene is a scene of intellectual emancipation, in Jacotot's sense of the term: people adopt the presupposition of equality and they test it; the second is political: people test the equality that the other denies them. In both cases, the function of the subject is the function of an utterance that (re)constructs a distribution of the sensible. In a way, the modes of implying equality are at the heart of an experimental field characterized by a certain distribution of capacities."

Figura 4 - Constelação de memes de Bolsonaro

a)



b)



c)



d)



e)



f)



g)



Fonte: Autoria própria com base em memes coletados no Twitter.

Apesar de essa configuração pressupor uma igualdade perante os presentes, em que sua fala é contada com palavra e não ruído, quando se alia à leitura da imagem discursos outros comuns da campanha do deputado de extrema-direita, essa igualdade se dá para as “pessoas de bem”, o que restringe a presença de novos indivíduos e elementos sensíveis nesse comum. Infere-se o desejo, portanto, para a contenção dos excessos em busca de cada um cumprir sua função estabelecida na ordem social. Pretende-se uma lógica “ordeira” que para ser atingida se demandaria, inclusive, das instituições coercitivas as quais são destacadas e positivados nessa amostra analisada (itens c, f). Assim o que se pode ver é a busca pelo consenso por sujeitos que já estariam em vantagem na contagem dos corpos, sujeitos que se veriam ameaçados por outras

maneiras de inscrição e partilha do comum, com pouca inventividade discursiva já que se delimita a uma ordem de elementos recorrentes.

Ao se apresentar em grupos os indivíduos já tentam nessa configuração a expressão de uma visibilidade contestadora, conforme coloca Butler (2018). Aqui especificamente contestando a corrupção e ação antipatriótica de uma classe política criminosa, em busca de honestidade (item c). Há uma ocupação do espaço através de símbolos nacionais, as cores da bandeira que os agrupam e organizam. Em oposição aos corruptos que antagonizam, eles tentam se colocar como ocupantes do lugar dos cumpridores das leis contentes ao defenderem a pátria. Escrevem-se como aqueles que têm "Deus acima de todos" e talvez por isso os semblantes contentes, que ameaçam pelos gestos belicosos, mas não se veem sob ameaças pois encontraram proteção nessa candidatura que apoiam. São dispostos a uma vivência de regras consensuais para se alcançar ordem e o progresso que vestem e flamulam, mesmo quando tomam as ruas e inscrevem-se nelas contra as funções a elas definidas e configurando certa ruptura dissensual.

O contexto eleitoral aciona discursos de oposição em busca de se traçar contraponto entre as forças em disputa. Em uma eleição de afetos mobilizados pelas redes sociais, o uso da linguagem nas manifestações de rua também carrega características do *on-line*. Os *slogans*, as *hashtags* adornam os sujeitos, organizam seus gestos imitativos e são concretizadas no compartilhamento no *site* de redes sociais Twitter, de onde foram coletadas. Nesses memes especialmente, observamos um processo de subjetivação policial dos nomes, dos lugares e das funções a serem ocupadas pelos sujeitos. Eles se inserem na cena propondo uma escuta na qual os "anticorruptos" e fiéis são os únicos reconhecidos como capazes de serem ouvidos. Não parece haver espaço para outras vozes, elas são, na verdade, ruídos e perturbações naquilo que seria defendido por estes, autoproclamados "cidadãos de bem".

Por sua vez, nós podemos enxergar cenas mais propriamente políticas entre aquelas imagens meméticas que carregam elementos pró-Haddad. Isso se deve sobretudo por ser nelas enquadradas reinvindicações de vivências que se dizem estar em jogo dependendo do resultado eleitoral, vidas que demandam, historicamente, por uma vida possível de ver vivida sem opressão e silenciamento, como as pessoas LGBTI+, cujas bandeiras inserem-se nesses memes. Nós vemos isso no item j da Figura 3, e na constelação de memes que apresentamos abaixo:

Figura 5 - Constelação de memes Haddad



Fonte: Autoria própria com base em memes coletados no Twitter.

Em princípio, nota-se que no todo das imagens não se vê tão presente a figura dos símbolos nacionais como definidores dos grupos que aqui se apresentam, aparecendo só uma vez em destaque (Figura 5, item f). Nota-se um discurso bélico de defesa de direitos de (re)existência, os quais exigem dedicação intensa contra o candidato opositor (item d). Apresentam-se signos que remetem à movimentos de minorias políticas — LGBTI+,

feministas, sem-terra etc. — que dramatizam resistência a uma lógica que deseja apagar esses lugares que reivindicam e suas existências (Figura 3, item j; Figura 5, itens b, e, f, g).

Esse comum registrado por esses memes assegura o reconhecimento da igualdade perante o cenário de desiguais que partilham o comum em defesa desses novos lugares e da legitimidade de ocupá-los. O opositor não os representa e, portanto, deve-se colocarem-se contra esse candidato para defenderem a própria vivência que é urgente (item a). É a confirmação da fala que os coloca como desvirtuadores dos valores tão caros ao outro grupo, porque o conflito que encenam busca, em si, novas definições contra uma lógica policial rígida que pretende não as e os aceitar.

Os sujeitos parecem colocarem-se como indivíduos que, para além de sua heterogeneidade, tentam uma vivência comum que considera todas e todos. Os rostos são diversos, as lutas irrefreáveis e a mobilização deseja ser mostrada, igualmente, como espontânea. Querem ser vistas como mulheres de luta que não se submeterão a nada (item g), diversidades que merecem viver e pessoas que recusam a aceitar o ódio que tenta restringir essas formas de visibilidade. Reivindicam uma democracia — por reconfigurarem essas relações do visível e do dizível — na qual suas posições sejam contadas para além de qualquer golpe que pretenda silenciá-las (item c).

O mundo argumentativo construído através desse segundo conjunto de memes busca evidenciar que o modo de pertencimento social que divulgam os indivíduos que neles se inscrevem não produz condições igualitárias e, assim, por isso mesmo, inventam e criam outras formas de ação nesse excesso de possibilidades de ser e de palavras ditas. Tentam, sobretudo, apresentarem-se longe daquilo que esperam que sejam, negociando e rejeitando as identidades impostas hierarquicamente pela ordem policial. No entanto, esse processo de desindentificação com esses papéis na construção de uma nova fala, não se traduz necessariamente em uma escuta, o que pode ser representado, no final do processo, pela vitória do outro candidato, e a prostração dos sujeitos (Figura 3, tem p), a despeito da mobilização dessas cenas de dissenso que podem ser relacionadas a partir das imagens.

Esses memes que observamos também cumprem uma outra função, tal seja a de exposição dos povos que neles se fazem representar. Segundo Didi-Huberman (2014), quem se pergunta hoje qual seria o destino social das imagens veria, a princípio, que a exposição dos povos mostraria ser uma busca impossível, pois muitas vezes o lugar do comum se assemelha a um lugar-comum do reenquadramento fragmentário da ordem das coisas. Uma vez que afinamos nossa vontade de olhar, não podemos abandonar a responsabilidade política do lugar do comum, o qual se constrói em certa medida à comunidade que se expõe, nas imagens, em

todos os sentidos deste verbo. A comunidade, segundo a reflexão do filósofo francês, não se trata apenas de um conjunto de forças sociais prontas a exercer decisões políticas específicas, mas desse seu poder de conduzir para longe de um poder que lhe é delegado na desconfiança e reconhecer, também, sua impotência. No entanto, não é satisfazer-se de tal impotência como povo, mas verificar que "sua *potência* não cessa quando fracassa seu acesso ao poder" (DIDI-HUBERMAN, 2014, p. 101, grifo do autor, tradução nossa)[30]. E o que nos parece mais importante para a nossa reflexão: segundo Didi-Huberman (2014), mesmo que certa comunidade deixe de existir — diríamos dos militantes pela "democracia" ou pela "pátria" para citar as oposições da eleição — a partir da imagem e da potência que essa inscrição na luta de poder constitui, essa comunidade permanece a existir quando olhamos para as imagens, os memes, que as enquadrou, em um processo estético e político.

> O pensamento das imagens enfrenta, hoje mais do que nunca, esse tipo de apostas cruzadas de estética e política. Jacques Rancière desafiou a existência de uma "estetização da política" na era moderna, pela simples — e boa — razão de que, desde sempre, "o princípio da política é estético". […] Rancière dedicou-se a reformular o espaço político como espaço estético a partir da perspectiva da "parte dos sem-parte" (isto é, dos povos) e da "partilha do sensível" (isto é, da exposição). Se esses dois espaços, no final, não constituem apenas um, é porque, por um lado, "a política se refere ao que se vê e se pode dizer a respeito, quem tem competência para ver e a capacidade de dizer", e, por outro lado, "há uma politicidade sensível atribuída desde o início a grandes formas de distribuição estética", entre as quais o retrato de grupo, entre outros, nos oferece um exemplo significativo (DIDI-HUBERMAN, 2014, p. 105, tradução nossa)[31].

Os memes de ação popular dotar-se-iam, pois, de uma força estética e política que carrega, também, essas características uma vez que são, no mais das vezes, além de um retrato de grupo, uma conformação de sentidos construída coletivamente que extrapola o que uma unidade representa e encontra eco em sentidos construídos conjuntamente. Uma forma de partilha também altamente midiatizada através da qual se enseja ao menos uma possibilidade de mudança: a da participação no palco da ação política, utilizando-se de toda a estrutura dos *sites* de redes sociais para a experimentação, reinvenção da linguagem a partir de suas funcionalidades e abertura da circulação dos sentidos, sobretudo nesse fazer e criar altamente

---

[30] "[…] su *potencia* no cesa cuando fracasa su acceso al poder."

[31] "El pensamiento de las imagenes se enfrenta, hoy mas que nunca, a ese tipo de apuestas cruzadas de la estetica y la politica. Jacques Ranciere ha recusado la existencia de una 'estetizacion de la politica 'en la era moderna, por la simple — y buena — razon de que, desde siempre, 'el principio de la politica es estetico'. […] Ranciere se dedico a reformular el espacio politico como espacio estetico desde la perspectiva de la 'parte de los sin parte' (es decir, de los pueblos) y del 'reparto de lo sensible' (es decir, de la exposicion). Si esos dos espacios, a fin de cuentas, no hacen sino constituir uno solo, es porque, por un lado, 'la politica se refiere a lo que se ve y se puede decir de ello, a quien tiene la competencia para ver y la calidad para decir', y, por otro, 'hay una politicidad sensible atribuida desde el inicio a grandes formas de repartos esteticos', de las que el retrato de grupo, entre otros, nos ofrece un ejemplo significativo."

presente no processo memético. O seu caráter dissensual estaria, portanto, na capacidade de instruir e possibilitar uma performatividade àquelas e àqueles que os tomam em seus enunciados, não só fincados às maneiras de cada comunidade apresentar-se na cena. Tornando-se, assim, um dispositivo capaz de construir sentidos, e possibilitar a construção criativa deles em meio mesmo a acontecimentos que induziriam, grandemente, à polarização em virtude de a cena criada a partir deles deixar ver as contradições, o que não se encaixa e permitir a aceitação de novos argumentos ou criticidade, viabilizando uma descontinuidade das certezas que vão se recombinando nos momentos da fruição.

4.3 Irrupção criativa no processo eleitoral midiatizado

Afinal, o que trazem de novo os memes de ação popular quando falamos do processo eleitoral? O processo eleitoral, diuturnamente, vem-se modificando em busca de novas maneiras de utilizar-se das redes sociais para mobilizar eleitores, votos e sobretudo afetos capazes de consolidar não só o apoio, mas uma conjuntura de sentidos circulantes a favor de determinada corrente, fazendo-se valer de ferramentas inerentes aos *sites* de redes sociais, mas explorando de forma ainda mais complexa e múltipla em sentidos a ação das pessoas. A ação coletiva nesse ambiente de estímulos constantes vai representar às pessoas não só um custo, pelas demandas de se engajarem, pois um dos princípios que observamos na sociedade em midiatitização é como o acesso a renovadas maneiras de comunicar-se possibilitam aos indivíduos, se não a uma melhor democracia, uma vez que alguns de seus componentes como os algoritmos falseiam cenários e representações (SILVEIRA, 2019), a um letramento de uso de ferramentas que os aproximam muito mais de emissores que meros receptores de conteúdos, trazendo um ganho especialmente para as vidas entediadas e desesperadas (TARROW, 2009).

Esse cenário favorece novas ligações entre os diferentes sujeitos que, em um momento de crise como o qual o Brasil passa desde o início desta segunda década do século XXI, se veem sem muito mais o que perder e engajam-se na ação popular utilizando-se da gramática dos memes para estruturar as maneiras de fazer isso. Tais configurações possibilitam cenários políticos pois constroem novos arranjos das racionalidades desde sua base primeira, e nos permite assim considerar já que, para Rancière (2016, p. 79, tradução nossa), "[n]ão existe uma realidade comum essencial que estabelece a existência da política"[32], mas, conforme explora o filósofo francês, o que existe é essa divisão do real em duas lógicas contraditórias, para as quais devemos olhar bem proximamente para entender os arranjos das racionalidades

[32] "There is no essential common reality that establishes the existence of politics"

em que as divisões se dão, tendo-se em mente que o cerne de todo sistema são essas ligações construídas a partir da experiência.

> […] o que define as possibilidades para indivíduos ou grupos nunca é a relação entre uma cultura específica, uma identidade específica e as formas de identificação usadas por qualquer poder que esteja em questão, mas o fato de que uma identidade é construída sobre uma multidão de identidades ligadas à multidão de lugares que os indivíduos podem ocupar, a multiplicidade de suas lealdades e dos tipos de experiências possíveis (RANCIÈRE, 2016, p. 91, tradução nossa) [33].

Não só através da ocupação do espaço físico, cuja arquitetura não foi pensada para receber os sujeitos, que eles ocupam a política e demonstram e exigem existirem (BUTLER, 2018), mas também o fazem ao exporem seus corpos em um assembleia diluída em diversas unidades pequenas que vão se juntando para construir um sentido mais geral. Ajuntamento este que evidencia uma mudança importante que, para nós, constituir-se-ia naquilo que o autor chama evento, pois realiza uma transformação na visibilidade das pessoas a partir de uma afirmação de ser e existir capaz de configurar esse sujeito e essa existência.

> O evento pode consistir na afirmação "não temos medo" e, a partir do momento em que você afirma que não tem medo, você não tem medo. Toda uma série de mudanças nos relacionamentos define um estado. Um estado é definido por todo um sistema de identificação: você está aqui, o que significa: olhe o que podemos ver, o que podemos ouvir, do que somos capazes. Você tem um evento quando há uma transformação significativa de um desses elementos (RANCIÈRE, 2016, p. 94, tradução nossa) [34].

Portanto, dessa forma, os memes de ação popular, como vê-se na amostra apresentada anteriormente, configuram ao menos um evento no qual se dá uma transformação nas maneiras de as pessoas se alocarem, fazerem presentes e compartilharem entre si uma identidade daquela e daquele que afirma seu lugar de existência e, ao assim afirmar essa existência, se faz realmente existir. Os memes de ação popular podem ser usados, destarte, para analisar uma nova maneira de distribuição do sensível porque eles são performativos e a própria noção de "partilha do sensível" é imbuída de elementos performáticos para Rancière (2016). São, ademais, fruto de uma performatividade que não se caracteriza como afim aos movimentos sociais históricos, pois duradouros e estruturados, mas fruto de um processo bem mais

[33] "[…] what defines the possibilities for individuals or groups is never the relationship between a specific culture, a specific identity and the forms of identification used by whatever power is at issue, but the fact that an identity is built on a multitude of identities linked to the multitude of places individuals can occupy, the multiplicity of their allegiances and of the kinds of experiences possible."

[34] "The event can consist of the assertion, 'we're not afraid', and from the moment you assert that you are not afraid, you are not afraid. A whole series of changes in relationships define a state. A state is defined by a whole identifying system: you are here, which means: look what we can see, what we can hear, what we're capable of. You have an event when there is a meaningful transformation of one of those elements."

fragmentário e híbrido da sociedade midiatizada, que se compõe das mais diversas intertextualidades, e cujos estímulos transformam tanto essa dimensão da política quando sua perspectiva mais corrente e institucional de gestão dos interesses.

Longe de querermos enxergar nos memes, entretanto, a dimensão última e mais avançada na construção de sentidos políticos — como se eles abarcassem em seu cerne o mais amplo contorno igualitário da disposição dos sujeitos —, nós quisemos olhar para eles como estrutura midiatizada que sustenta e respalda uma irrupção criativa que tem qualidades de, outrossim, comportar essa dimensão estética da política mas dentro de seus limites. Olhamos para os memes como se eles fossem qualquer outro texto, que partem de uma imbricação de códigos, buscando destituir, no nosso olhar, a hierarquia para enxergar sob eles um mundo sensível que tentam estabilizar para considerar o que há de mais simbólico nas experiências que encerram, no sentido não de “símbolo de”, mas no sentido da distribuição do sensível, do patamar no qual se ocupa na ordem sensível de partilha dos lugares e das possibilidades (RANCIÈRE, 2016).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A base da problemática que norteou esta pesquisa, e cujos imbricamentos teóricos tentamos desenvolver e analisar nas páginas anteriores, focaliza um objeto rico que tem em sua dimensão primeira o caráter múltiplo e inconclusivo, sempre apto a mudanças, releituras e reenquadramentos. O próprio espaço que observamos, qual seja o das redes sociais digitais construídas na fluidez dos sentidos e na circulação intensa de informações, conteúdos e estímulos, conforme exploramos anteriormente, tem ocasionado mudanças que extrapolam o meio digital no qual se fundam e transformam a própria configuração social. A sociedade, em vias de midiatização acelerada, encontra novas formas de vivenciar e experienciar esteticamente seus fenômenos, o que não poderia deixar de ser notado no que diz respeito ao processo eleitoral, este elemento central da gestão das estruturas quando se fala em democracias. A política institucional sempre encontrou sua maneira de ser se apoiando na comunicação e nos diferentes meios que foram, através dos anos, sendo acionados para o cumprimento ou mesmo a fiscalização de seus interesses. Essa especificidade não deixaria de ser notada em um momento no qual as transformações ensejadas por esses poderosos campos sociais comunicacionais servem, igualmente, como pano de fundo na configuração das disputas simbólicas de uma sociedade em rede.

A midiatização da política não só transforma as organizações e suas estruturas como também altera as maneiras de os indivíduos construírem suas relações, suas cobranças e a exposição das demandas que creiam precisar ser atendidas em busca de alcançarem uma vida capaz de ser vivida, como explora Butler (2018). E é nessas novas maneiras de visibilidade que os memes, sobretudo aqueles que classificamos como memes de ação popular a partir de Shifman (2014) e Chagas et al. (2017), funcionam como um léxico por meio do qual as pessoas podem construir suas falas e apresentarem-se como dotadas de voz. Dessa forma, esses sujeitos políticos configuram uma capacidade de fala que a partilha policial do sensível pretendeu conformar diferente, segundo suas regras de delimitação dos espaços e das vivências. A possibilidade de construção performática de representações tem características intensamente políticas, conforme intentamos demonstrar.

Os memes de ação popular extrapolam, também, a singularidade de uma fotografia pura e simplesmente analógica e denotativa por carregarem diversas camadas de conotação forjadas nesses processos de visibilidade que não se mostram, em certa medida, particulares aos memes de apenas um dos candidatos que se apresentaram em contenda pela cadeira de Presidente da República na segunda volta do pleito de 2018. Como exploramos, mesmo que os

apoiadores e sujeitos que se inscreveram nos memes do candidato de extrema-direita Jair Bolsonaro demonstram comporem um campo semântico no qual se vê positivamente a ordem coercitiva e os órgãos de violência do Estado; aspecto belicoso capaz de construir certa estabilidade discursiva e reconhecimento àqueles que a ele aderem. No entanto, de maneira muito mais intensa vemos, em relação aos memes dos apoiadores de Fernando Haddad, um campo semântico mais dinâmico, menos conformado a uma estrutura de elementos fortemente recorrentes, cujos pertencentes testam sua capacidade de fala através de uma multiplicidade discursiva e performática, buscando a construção de outros mundos possíveis. A sincronia dos gestos, ademais, constrói nas imagens comunidades de sentidos que superam a determinação fática do tempo ao qual estas se relacionam. Os sujeitos, em suas ações, congelam-se — nessa constante dialógica frente ao outro, o passado, os sonhos de futuro e as condições do presente — para difundirem e compartilharem suas ideias, suas paixões, segundo possibilidades criativas permitidas por esse dispositivo de relações que por conferir tal competência torna-se um forte elemento significante quando falamos da própria trama alinhavada por meio dos *sites* de redes sociais.

Assim, o que buscamos fazer foi explorar essa dimensão dos memes de maneira ampla — mesmo que partimos, especificamente, da observação dos memes de ação popular — como elementos que nos ajudam a reconstruir um determinado acontecimento a partir das redes, seja com base na aferição de números ou da observação mais atenta e voltada ao que há de imanente neles. Nessa sua capacidade de retratar o acontecimento baseado em seus múltiplos sentidos, os memes encerram eventos que podem gerar momentos de excepcionalidade, os quais, segundo Rancière (2016), fazem existir a política. Ao verem-se capazes de construir e compartilhar uma experiência coletiva através da base relacional memética, que possibilita uma outra ordem de disposição das coisas, as pessoas se dispõem em um conjunto que, como os memes, monta-se de fragmentos que tomados em totalidade arranjam nova formas de expressar suas subjetividades.

Nossa exploração teórico-metodológica buscou mais perscrutar essas dimensões que tentar ser um conjunto definitivo a ser aplicado de maneira generalizada e irrestrita na compreensão dos memes. Ambicionamos observá-los na lógica de que não é só as discussões na política que acabam em meme, mas de que, pelas razões que exploramos neste trabalho, a política pode começar com o meme, desde que não se tenha um leitura ingênua de suas capacidades — nem esperando muito deles, nem desvalorizando o que, simbolicamente, se pode conceber com eles.

REFERÊNCIAS

AGGIO, C. Campanhas online: o percurso de formação das questões, problemas e configurações a partir da literatura produzida entre 1992 e 2009. **Opinião Pública**, v. 16, n. 2, p. 426–445, 2010.

____. Os candidatos ainda evitam a interação? Twitter , Comunicação Horizontal e Eleições Brasileiras. **E-Compós - Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, v. 18, n. 1, 2015.

AGRELA, L. **Com 0,8%, Google+ ocupa nono lugar em ranking de uso de redes sociais no Brasil**. [s.l.], 2013. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/05/1283593-com-080-google-ocupa-nono-lugar-em-ranking-de-uso-de-redes-sociais-no-brasil.shtml>. Acesso em: 10 nov. 2018.

BAKHTIN, M.; VOLOCHÍNOV, V. N. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem. Tradução Michel Lahud et al. 14. ed. São Paulo: Editora Hucitec, 2010.

BARROS, L. M. DE. Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas. In: MATTOS, M. Â.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (Org.). **Mediação e Midiatização**. Salvador: Edufba, 2012. cap. 3, p. 79–105.

BARTHES, R. A mensagem fotográfica. In: **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990a. p. 11–25.

____, R. A retórica da imagem. In: **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990b. p. 27–43.

BENNETT, W. L.; SEGERBERG, A. The Logic of Connective Action. **Information, Comunication and Society**, v. 15, n. 5, p. 739–768, 2012.

BLACKMORE, S. **The meme machine**. Bristol: Oxford University Press, 1999.

BRAGA, J. L. **A sociedade enfrenta sua mídia**. São Paulo: Paulus, 2006.

____. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. Â.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (Org.). **Mediação e Midiatização**. Salvador: Edufba, 2012. cap. 1, p. 31–52.

____. **O grau zero da comunicação**. In: Encontro Anual da Compós, 24, 2015, Brasília. Anais... 2015.

____. Interagindo com Foucault: os arranjos disposicionais e a comunicação. **Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**, v. 6, n. 12, p. 81–91, 2018.

BRASIL, L. M. **Memes imagéticos sobre as eleições de 2014**: uma análise de discursos e representação política no Facebook. 2017. 115 f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) – Programa de Pós Graduação em Estudos da Mída, Universidade do Rio Grande do Norte, Natal, 2017.

BUTLER, J. **Corpos em aliança e a política das ruas**: notas para uma teoria performativa de assembleia. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2018. *E-book*.

CARVALHO, A. L. DE. **Youtuber eleito deputado se diz arrependido**: “Era mais fácil ter ficado em Miami”. [s.l.], 2018. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/congresso-em-foco/revista/youtuber-eleito-deputado-se-diz-arrependido-era-mais-facil-ter-ficado-em-miami/?utm_source=Votantes+do+Prêmio+2017+que+disseram+SIM+ao+recebimento+de+newsletter&utm_campaign=d8f65ca895-EMAIL_CAM>. Acesso em: 21 dez. 2018.

CARVALHO, E. DE. **Circuitos Comunicacionais**: mediações e midiatização de comunicação de marca em circuitos de consumo cultural e midiático. 2016. 171 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo: São Paulo: 2016.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet**. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

____. **A sociedade em rede**. Tradução Roneide Venancio Majer; Klauss Brandini Gerhardt. 6. ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2011.
____. **Redes de Indignação e Esperança**: Movimentos sociais na era da Internet. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2017. *E-book*.
CETIC.BR. **TIC Domicílios 2017**São Paulo: 2018. Disponível em: <https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2017_coletiva_de_imprensa.pdf>
CHAGAS, V. **Entre criadores e criaturas**: uma análise sobre a relação entre memes de internet e propriedade intelectual. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 38, 2015, Rio de Janeiro. Anais... 2015. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0415-1.pdf>
____. **"Não tenho nada a ver com isso**": cultura política, humor e intertextualidade nos memes das Eleições 2014. In: Encontro Anual da Compós, 25, 2016, Goiânia. Anais... 2016. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/artigo-compos-2016-fullpaper2_3326.pdf>
____. et al. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014. **Intexto**, n. 38, p. 173–196, 2017.
____. A febre dos memes de política. **Revista FAMECOS – Mídia, cultura e tecnologia**, v. 25, n. 1, p. 1–26, 2018.
____; TOTH, J. Monitorando memes em mídias sociais. In: SILVA, T.; STABILE, M. (Org.). **Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais**. São Paulo: [s.n.]. cap. 13, p. 211–233.
DAWKINS, R. **O gene egoísta**. Tradução Rejane Rubino. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.
DIDI-HUBERMAN, G. **Pueblos expuestos, pueblos figurantes**. Tradução Horacio Pons. Buenos Aires, Manantial, 2014.
____ To render sensible. In: ALLEN, A. (Org.). **What is a people?** Nova York: [s.n.]. cap. 4, p. 65–86.
FERRARI, B.; VARELLA, G. **A mídia militante que ajudou a eleger Doland Trump**. [s.l.], 2016. Disponível em: <https://epoca.globo.com/mundo/noticia/2016/11/midia-militante-que-ajudou-eleger-donald-trump.html>. Acesso em: 10 nov. 2018.
FOLHA DE S. PAULO. **Universidades de todo o país são alvo de ações políticais e da Justiça Eleitoral**. [s.l.], 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/10/universidades-de-todo-o-pais-sao-alvo-de-acoes-policiais-e-da-justica-eleitoral.shtml>. Acesso em: 29 mar. 2019.
FREIRE, F. A. **Eleições da zueira: memes, humor e política nas eleições presidenciais de 2014**. 2016. 155 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós Graduação em Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro: Rio de Janeiro: 2016.
G1. **Protestos contra a candidatura de Bolsonaro acontecem em diversas cidades dos país**. [s.l.], 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/noticia/2018/10/20/protestos-contra-candidatura-de-bolsonaro-ocorrem-em-varias-cidades-pelo-pais.ghtml>. Acesso em: 29 mar. 2019.
GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
____. **A democracia no mundo digital**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo: 2018. *E-book*.
HEYLIGHEN, F. **Memetics**. [s.l.], 2001. Disponível em: <http://pcp.vub.ac.be/MEMES.html>. Acesso em: 24 maio. 2019.
HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZes**, v. 5, n. 2, p. 53–100, 2012.

____. A midiatização da política: da imprensa de partido à indústria da opinião. In: **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014a. cap. 3, p. 71–127.
____. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZes**, v. 8, n. 1, p. 21–44, 2014b.
INOCÊNCIO, L. "As eleições da zueira": interação, entretenimento e memetização do discurso político nas eleições eleições presidenciais de 2014. In: NICOLAU, M. (Org.). **Compartilhando em rede: práticas interacionais no ciberespaço**. João Pessoa: Ideia, 2014. p. 399–404.
____. **May the memes be with you: uma análise das teorias dos memes digitais**. In: Simpósio Nacional ABCiber, 9, 2016, São Paulo. Anais... 2016.
JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Editora Aleph, 2013. *E-book*.
____; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Tradução Patrícia Arnaud. E-book ed. São Paulo: Editora Aleph, 2015. *E-book*.
JORNAL A TARDE. **Mestre Moa do Katendê é morto a facadas após discussão política em Salvador**. [s.l.], 2018. Disponível em: <https://www.atarde.uol.com.br/bahia/salvador/noticias/2000649-mestre-moa-do-kantende-e-morto-a-facadas-apos-discussao-politica-em-salvador>. Acesso em: 27 jan. 2019.
JORNAL NACIONAL. **Haddad encerra campanha com maratona de comícios e viagens**. [s.l.], 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2018/10/27/haddad-encerra-campanha-com-maratona-de-comicios-e-viagens.ghtml>. Acesso em: 10 nov. 2018.
JUSTIÇA ELEITORAL. **Propaganda Eleitoral Na Internet**, 2018.
LARA, M. A. DE. **Artistas vão às ruas para 'virar votos' em favor de Haddad**. Poder 360, 27 out. 2018.
LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução Carlos Irineu Da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.
LUCHESA, C. J.; CHAVES NETO, A. **Cálculo do tamanho da amostra nas pesquisas em Administração**, 2011. Disponível em: <http://www.unicuritiba.edu.br/pesquisa-e-extensao/publicacoes-do-npea>
MAIA, L. R. H. Facebook e eleições brasileiras de 2014: política em midiatização e engajamento dos eleitores nos perfis dos três principais candidatos à presidência da república. In: COELHO, M. DAS G. P.; VIEGA, M. C. DE S.; ALVES, T. N. A. D. (Org.). **Mídias: Socialidades, práticas e significações**. Natal: EduUFRN, 2014. p. 108–136.
MARQUES, Â. C. S. Aspectos éticos, poéticos e comunicacionais do pensamento político de Jacques Rancière. **Ética e Autoria**, v. 20, n. 2, p. 111–121, 2013a.
____. Três bases estéticas e comunicacionais da política: cenas de dissenso, criação do comum e modos de resistência. **Contracampo**, v. 26, n. 1, p. 126–145, 2013b.
____. Política da imagem, subjetivação e cenas de dissenso. **Discursos Fotograficos**, v. 10, n. 17, p. 61–86, 2014.
____; LELO, T. V. Aspectos poéticos- comunicacionais da filosofia política de Rancière a partir dos conceitos de dano, dissenso e desidentificação. **Intexto**, n. 31, p. 52–67, 2014.
____; MAFRA, R. L. M. O diálogo, o acontecimento e a criação de cenas de dissenso em contextos organizacionais. **Dispositiva**, v. 2, n. 2, p. 2–20, 2013.
____; MENDONÇA, R. F. A política como (des)construção de sujeitos: desencaixes e rearticulações identitárias em protestos multitudinários contemporâneos. **Galáxia**, n. 37, p. 41–54, 2018.
____; PRADO, M. A. M. **Diálogos e dissidências: M. Foucault e J. Rancière**. Curitiba, Appris Editora, 2018a.

____; PRADO, M. A. M. O método da igualdade em jacques rancière: entre a política da experiência e a poética do conhecimento 1. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 12, n. 3, p. 7–32, 2018b.
MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. Tradução Roland Polito; Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
MARTINO, L. M. S. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis, Editora Vozes, 2014.
MELLO, P. C. **Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp**. Folha de S. Paulo, 18 out. 2018.
MOUFFE, C. **Agonistics: Thinking the World Politically**. Londres, Verso, 2013. *E-book*.
NUNES, F.; REZENDE, C.; NEDER, V. **Bolsonaro admite não ir a debates com Haddad por "estratégia"**. Estado de S. Paulo, 11 out. 2018.
OLIVEIRA, F. **Facebook chega a 127 milhões de usuários mensais no Brasil**. [s.l.], 2018a. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/tec/2018/07/facebook-chega-a-127-milhoes-de-usuarios-mensais-no-brasil.shtml>. Acesso em: 10 nov. 2018.
OLIVEIRA, L. **Youtuber: Ser o 2º mais votado para Alesp mostra cansaço com velha política**. [s.l.], 2018b. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/08/youtuber-ser-o-2-mais-votado-para-alesp-mostra-cansaco-com-velha-politica.htm>. Acesso em: 10 nov. 2018.
RANCIÈRE, J. **O desentendimento: política e filosofia**. Tradução Ângela Leite Lopes. São Paulo: Editora 34, 1996.
____. **A partilha do sensível**. Tradução Mônica Costa Netto. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2009.
____. **O espectador emancipado**. Tradução Ivone C. Benedetti. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.
____. **The Method of Equality**. Tradução Julie Rose. Cambridge; Malden, Polity Press, 2016. *E-book*.
RECUERO, R. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. **Revista FAMECOS – Mídia, cultura e tecnologia**, n. 32, p. 23–31, 2007.
____. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. In: SOSTER, D. DE A.; FIRMINO, F. (Org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. [s.l.] unisc, 2009a.
____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre, Sulina, 2009b.
ROSSETTO, G. P. N. **Fazendo política no Twitter: como os efeitos estimados das mensagens influenciam as ações e os usos da plataforma**. 2014. 257 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014.
ROSSI, A.; CARNEIRO, J. D.; GRAGNANI, J. **#EleNão: A manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos**. [s.l.], 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>. Acesso em: 29 mar. 2019.
SANTOS JUNIOR, M. A. DOS. **Vai pra Cuba!!! A rede antipetista na eleição de 2014**. 2016. 200 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016.
SHALDERS, A.; CARNEIRO, J. D.; SCHREIBER, M. **Eleições 2018: as estratégias dos presidenciáveis para a reta final da campanha**. BBC News Brasil, 24 set. 2018.
SHIFMAN, L. Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 18, n. 3, p. 362–377, 2013.
____. **Memes in digital culture**. Cambridge, MIT Press, 2014. *E-book*.
SILVEIRA, S. A. DA. **Democracia e os códigos invisíveis**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo: 2019. *E-book*.

SINGER, A. Brasil, junho de 2013: classes e ideologias cruzadas. **Novos Estudos**, n. 97, p. 23–40, 2013.
SODRÉ, M. **Reinventando a cultura: A comunicação e seus produtos**. 5. ed. Petrópolis, Editora Vozes, 2010.
TARROW, S. **O Poder em Movimento: Movimentos sociais e confronto político**. Petrópolis, Editora Vozes, 2009.
UOL. **Análise: "Se Bolsonaro for eleito, Brasil terá escolhido um meme"**. [s.l.], 2018. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/07/analista-se-bolsonaro-for-eleito-brasil-tera-escolhido-um-meme.htm>.
VEJA. **O domingo de atos pró-Bolsonaro em todo o país**. [s.l.], 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/o-domingo-de-atos-pro-bolsonaro-em-todo-o-pais/>. Acesso em: 29 mar. 2019.
VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. **Diálogos de la Comunicación**, n. 48, p. 9–17, 1997.
XAVIER, R. M. **Atos pró-Bolsonaro ocorrem no DF e pelo país, na véspera da eleição**. [s.l.], 2018. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/eleicoes-2018/atos-pro-bolsonaro-ocorrem-no-df-e-pelo-pais-na-vespera-da-eleicao>. Acesso em: 29 mar. 2019.

APÊNDICES

APÊNDICE A - *Hashtags* populares no período observado.....128

APÊNDICE A - *Hashtags* populares no período observado

#bolsonarocagão	#OperaçãoLavaZap
#marmitadecorrupto	#NasRuasComBolsonaro
#vaipracuritiba	#EAgoraTSE
#BrasilcomBolsonaro17	#HaddadNãoÉCristão
#FakeNewsdoHaddad	#AtentadoFakeDoPT
#LulaTáPresoBabaca	#SeuVotoMePõeEmRisco
#CensuraPetista	#NãoAceitaremosFraude
#VotoEmCédula	#HoraDaVirada
#Caixa2doBolsonaro	#NordesteÉ17
#Bolsolão	#CagueiProDataFolha
#MarqueteirosDoJair	#NãoVemQueNãoTemPT
#CassaçãoDoBolsonaro	#OBrasilVota17
#Bol卐onaro	#ViraVirouHaddad
#AFalhaÉCafonérrima	#MudaBrasil17
#ViraVotoHaddad13	

ANEXOS

ANEXO A - Livro de Códigos coLAB Eleições 2018.....130

ANEXO A - Livro de Códigos coLAB Eleições 2018

coLAB LIVRO DE CÓDIGOS
CODEBOOK

Livro de códigos: Memes Políticos
Ano: 2018

VARIÁVEIS DE FORMA

O **formato dos memes** é avaliado com base no seguinte conjunto de categorias. A distinção entre conteúdos que circulam nas mídias sociais e conteúdos que efetivamente guardam referência a ou fazem uso da linguagem própria dos memes de internet é feita a partir da variável abaixo. Em seguida, caso seja identificada relação positiva na primeira variável, o pesquisador deve indicar o formato predominante do meme, de acordo com as categorias previstas.

As categorias de formatos de memes são as seguintes, todas são *dummies*.

Bad Advices (ADV) são memes que apresentam fundo colorizado em tons fortes, com recortes que apontam para o centro, e um elemento – geralmente um animal ou o rosto de um sujeito – em destaque em primeiro plano (como nas famílias de memes Akward Penguin ou Business Cat).

BioGIFs (BIO) são memes produzidos a partir de GIFs animados que ressaltam, de forma cômica, a biografia de um determinado sujeito.

Photobombs (BOMB) são fotografias que destacam um sujeito ou animal (*animal bomb*) em segundo plano, criando uma quebra de expectativa em relação à pose original dos sujeitos em primeiro plano.

Catchphrases (CATCH) são bordões, slogans ou sentenças marcantes, como "FIKDIK", "#calabocagalvão" ou "Quero" (de "Yes Eu Quero", meme originado a partir de uma frase de Eduardo Jorge nos debates eleitorais de 2014).

Desafios (CHALL) são memes de ação popular que estimulam atitudes ou comportamentos a ser desempenhados pelas audiências e reiteram correntes, paródias e réplicas. Geralmente são representados como desafios (como "Ice Bucket Challenge"), pirâmides ou correntinhas de email (como a "Onda Verde" de Gabeira).

Diferenças e Comparações (DIF) são um formato semelhante a look-alikes e expectativa-realidade. Neste caso, porém, os memes apresentam dois ou mais quadros em que um personagem ou cenário são comparados. Por exemplo: "Chico Buarque Feliz / Chico Buarque Triste".

Exploitables (EXPLO) são memes que apresentam uma sobreposição de imagens com tom jocoso ou o uso recursivo de templates e/ou elementos recortados sobre imagens de fundo. Aqui, se enquadram p.ex. a família de memes "Rage Comics", com personagens como Troll Face, Me Gusta, Poker Face, FFFUUUU etc., dispostos sempre em um painel cartesiano dividido em quatro quadros. Outros exemplos abrangem as montagens realizadas com o candidato Eduardo Jorge segurando uma garrafa de Guaraná Dolly ou caracterizado como o personagem Raiden da série de videogames Mortal Kombat.

Expectativa-Realidade (EXRE) denota um formato de meme em que se tem um painel duplo, que indica de um lado uma situação hipotética, e, de outro, a situação real, como os memes da série "O que queremos, quando queremos".

Photofads ou Videofads (FAD) são memes constituídos por uma série de fotos posadas, com o sujeito fotografado assumindo uma pose incomum a partir de um desafio, ou por iniciativa própria, para integrar uma tendência, como o *planking* (o sujeito se prostra deitado de bruços em local inusitado), ou o *batmanning* (o sujeito de cabeça para baixo, suspenso pelos pés, como um morcego). "Harlem Shake" é um exemplo de videofad.

Fail (FAIL) é um formato de meme em que se ressalta um sujeito humilhado ou um acidente com algum grau de comicidade.

Flooding (FLOOD) é um formato de ação popular que consiste no envio repetido de uma determinada mensagem a um alvo, com o objetivo de saturar seus canais de comunicação. Vomitaços são exemplos de

ações políticas baseadas em flooding. Mas o uso isolado de um emoji como Puke sem contexto de ação coletiva pode caracterizar simplesmente uma *reaction image*.

Lipsyncs (LIP) são memes produzidos a partir da dublagem ou redublagem de vídeos, com finalidade paródica.

Look-alikes (LOOK) são memes que apresentam um painel duplo, em que um sujeito é comparado a outro ou a um personagem ficcional, destacando-se a semelhança física entre ambos. O codificador não deve atribuir este código a imagens descontextualizadas, que não apontem com clareza o intuito de comparação.

Image Macros (MACRO) são memes em formato de imagem com legendas sobrepostas. O codificado deve considerar como macros apenas os memes que contenham elementos clássicos desse formato, como a tipografia Impact branca, a legenda superior e a inferior etc. Outros formatos de imagem legenda, como capturas de telas de filmes e quadros televisivos não devem ser considerados macros.

Pôster (de)motivacional (POST) é um formato de meme caracterizado por uma moldura preta ao redor de uma imagem e uma legenda curta abaixo da imagem, sobre o fundo preto, geralmente irônica e de sentido existencial.

Reaction Face ou Reaction GIF (REAC) é um formato de memes que expressa uma reação do interlocutor em um comentário a partir de imagem que verbaliza ou não um comportamento. Alguns exploitables da família "Rage Comics", por exemplo, foram originados a partir de reaction faces, como Yaominging. Estes memes funcionam como comentários em mídias sociais e expressão uma reação dialógica em relação a uma manifestação anterior, como os *macros* "Qual a necessidade disso?" ou "Senta aqui jovem, vamos conversar" ou a captura de tela de Michael Jackson comendo pipoca no videoclipe de Thriller. Séries de imagens como "Como eu me sinto quando" são também exemplos de *reaction GIFs*.

Reverse Captioning (REV) designa a prática de produzir uma série de memes a partir de uma mesma legenda, mas com imagens de fundo distintas. Nesse caso, a legenda antecede a imagem na produção serial de memes, e não o contrário. Não se confunde, no entanto, com bordões.

Selfies (SELF) são uma família ampla de memes com fotografias em que o sujeito fotografado é também o próprio fotografo. Selfies podem ser produzidas individualmente ou em grupo. E há outras variações ainda, como belfies (fotos de costas).

Snowclones (SNOW) são memes produzidos a partir de padrões formulares, que substituem um ou mais termos de uma frase, criando equações linguísticas, como em "Você pode substituir X por Y", ou "Diz que X, mas Y", ou ainda "I don't always X, but when I do Y", e "O que queremos: X, quando queremos: Y".

Faceswaps (SWAP) são montagens imagéticas em que o rosto de uma pessoa é sobreposto ao de outra, gerando um efeito de paródia. Nem todo *exploitable* é um *faceswap*, mas normalmente *faceswaps* podem ser caracterizados como *exploitables* se e quando originam uma sequência de imagens explorando os mesmos *templates*.

Trollagem (TROLL) é uma peça caracterizada por provocações a terceiros, pequenas ameaças, troças ou situações em que se explora a ridicularização ou bullying de um sujeito.

Zoom-in (ZOOM) é um formato de meme em múltiplos paines que apresenta um enquadramento de aproximação ou distanciamento de uma imagem específica, destacando-se um elemento que, à primeira vista, não ocupa o primeiro plano, mas que recontextualizado quebra a expectativa inicial da imagem, exatamente como na série de *macros* "Tenso".

Variável		Descrição	
Meme ***(MEME_)***	*Linguagem e formatos de memes*	Se o conteúdo apresenta ou faz referência a algum meme, bordão ou personagem de meme famoso. Se o conteúdo faz uso, em alguma instância, do que se poderia caracterizar como uma linguagem de memes, adotando sobreposições ou justaposições de imagens, legendas, elementos visuais ou audiovisuais etc.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida/Ambiguidade**
Linguagem e formato de meme ***(FORMA_)***		Se o conteúdo adota algum formato clássico de meme.	**(ADV) Bad Advice** **(BIO) BioGIF** **(BOMB) Photobombs** **(CATCH) Catchphrase** **(CHALL) Desafio** **(DIF) Diferença e Comparação** **(EXPLO) Exploitable** **(EXRE) Expectativa-Realidade** **(FAD) Photofad ou Videofad** **(FAIL) Fail** **(FLOOD) Flooding** **(LIP) Lipsync** **(LOOK) Look-alike** **(MACRO) Image Macro** **(POST) Pôster (de)motivacional** **(REAC) Reaction Face ou GIF** **(REV) Reverse Captioning** **(SELF) Selfies** **(SNOW) Snowclone** **(SWAP) Faceswap** **(TROLL) Trollagem** **(ZOOM) Zoom-in** **(OUTRO) Outros**

Os casos são avaliados objetivamente por meio das variáveis a seguir.

Variável		Descrição	
Online Political Poster **(CAT_OPP_)**	*Conteúdo objetivo*	Se o conteúdo é uma peça publicitária produzida profissionalmente para mídias sociais, como um *card* ou pôster político.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Propostas ***(CAT_PRO_)***		Se o conteúdo apresenta propostas ou diretrizes programáticas da organização.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Cena externa de manifestação ***(CAT_MAN_)***		Se o conteúdo apresenta uma cena de manifestação, protesto ou ação política nas ruas.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**

Cena de bastidores da equipe/ organização ***(CAT_BAS_)***		Se o conteúdo apresenta uma cena de bastidores ou uma foto de grupo de trabalho em ambiente fechado, como um escritório.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Captura de tela em produção ***(CAT_CAP_)***		Se o conteúdo apresenta uma captura de tela de editor de arte gráfica, editor audiovisual ou aplicação de mídias sociais com peça gráfica ou conteúdo em fase de produção.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Captura de tela de televisão ***(CAT_CTV_)***		Se o conteúdo apresenta uma captura de tela da televisão durante debate ou programa eleitoral.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Conteúdo de mídias sociais ***(CAT_CMS_)***		Se o conteúdo apresenta uma captura de tela de tweet ou post em mídias sociais.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Divulgação de agenda/ação/manifestação de candidato ***(CAT_DIV_)***		Se o conteúdo apresenta divulgação de agenda de manifestações, debates ou simplesmente divulgação de candidatos apoiados pela organização.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Citação ***(CAT_CIT_)***		Se o conteúdo apresenta citação direta (aspas).	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Marcas ***(CAT_REG_)***		Se o conteúdo apresenta menção, explícita ou implícita, verbal ou não, a marcas registradas.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**

VARIÁVEIS DE CONTEÚDO

As **funções dos memes** são avaliadas com base no seguinte conjunto de categorias. As variáveis a seguir foram desenvolvidas por Chagas et al. (2017), a partir de Shifman (2014), Segev et al. (2015), Figueiredo et al. (1998), Bennett e Segerberg (2012) e Tay (2012). Elas são aplicáveis a todos os conteúdos extraídos de plataformas sociais, notadamente as imagens, vídeos e animações. Para fins de operacionalização empírica, todos esses conteúdos, agregados quando possível de suas respectivas legendas em texto, são considerados memes de internet. Uma justificativa desse procedimento pode ser encontrada em Chagas et al. (2017) e Chagas e Toth (2016).

Os memes devem ser classificados como memes de persuasão, memes de ação popular, e memes de discussão pública, devendo o codificador atribuir apenas uma destas três categorias a cada conteúdo, de acordo com sua função predominante. Uma vez atribuída a categoria principal, o codificador deverá desdobrar esta taxonomia, atribuindo também a subcategoria correspondente. Por exemplo, se um conteúdo é um meme de piada sobre um determinado candidato, deve-se marcar as classes 3 e 33, subsequentemente. Em todos os casos, é possível haver interseções. O codificador deve assumir os valores predominantes a seu juízo.

Memes persuasivos (1) são aqueles que foram estrategicamente construídos para serem disseminados. Subscrevem-se a esta categoria os memes criados pelo comando de campanha de um determinado candidato ou memes que apresentam *cards* com divulgação de propostas, citações ou infográficos comparativos entre dois ou mais candidatos ou dois ou mais partidos, com a intenção de servirem como peça de propaganda nas mídias sociais. São caracteristicamente mais virais do que memes propriamente.

Memes de ação popular (2) são aqueles que se caracterizam por uma construção coletiva de sentido, notadamente a partir de ações performáticas ou da dimensão comportamental assumida pelos sujeitos que produzem ou compartilham esses conteúdos. Memes deste gênero, quando analisados isoladamente, podem não ser reconhecidos como memes, já que a apreensão de sentido é dada pela incidência em escala. Por essa razão, constituem-se como repertórios de ação política, e são usualmente apropriados pela militância ou por grupos de interesse para agendar determinadas pautas. Podem ser identificados a partir de comportamentos coletivos reiterados, como publicar um *selfie*, fotografar a televisão durante o debate político, ou publicar frases de efeito como "eu sou o 1%" ou "mexeu com uma, mexeu com todas".

Memes de discussão pública (3) são aqueles que se apresentam como comentários ou fluxos de conversação nas mídias sociais. Geralmente identificados como piadas ou manifestações espirituosas, dão vazão a uma multiplicidade de opiniões e vozes em meio ao debate público. Esse gênero de memes faz comumente alusão a enredos ou personagens da cultura popular ou do entretenimento de massa, sugerindo, por exemplo, a semelhança de um personagem de seriado de televisão com um determinado político ou apresentando montagens com o rosto de figuras públicas ou a antropomorfização de animais.

Definidas as categorias primárias, o codificador deve selecionar a subcategoria correspondente.

Memes de retórica propositiva e/ou apelo pragmático (11) sustentam ou fazem referência a propostas do candidato, evidenciam as condições postas para o cálculo do eleitor a respeito da decisão sobre seu voto, e tocam em questões relacionadas a temas discutidos durante o período eleitoral e a opiniões dos candidatos.

Memes de retórica sedutora ou ameaçadora e/ou apelo emocional (12) ressaltam subjetividades, situações de caráter passional, e evidenciam lideranças carismáticas. Retratam o candidato como "pai" ou "protetor dos pobres", apresentam-no ao lado de crianças, destacam afetos e sentimentos, como medo, esperança. Nesta categoria, destacam-se os memes que fazem uso de imagens de celebridades midiáticas (personalidades da indústria do entretenimento, artistas em geral, atletas etc.) que demonstram apoio às candidaturas, sustentam propostas ou sugerem atitudes ao eleitorado.

Memes de retórica ético-moral e/ou um apelo ideológico (13) investem em denúncias de escândalos, fazem críticas à corrupção ou má gestão de recursos públicos, exploram a polarização política e sustentam a rivalidade entre propostas distintas. Destacam-se nessa categoria citações de candidatos em falas públicas condenando a corrupção.

Memes de retórica crítica e/ou apelo à credibilidade da fonte (14) fazem uso do noticiário ou de dados veiculados pela imprensa, de pesquisas de opinião pública, de teses acadêmicas, e quaisquer outros argumentos de autoridade para garantir maior credibilidade às propostas e opiniões que disseminam. Enquadram-se nesta categoria peças e materiais de *fact-checking*, infográficos e quadros comparativos com dados sobre o desempenho de candidatos, entre outros.

Memes de ação coletiva e redes curadas por organizações (21) são aqueles patrocinados por uma organização partidária, uma empresa ou organização sem fins lucrativos, uma categoria profissional ou entidade sindical específica, um movimento social que declaradamente se posicione como principal liderança a frente das ações. Este gênero de meme é normalmente levado a efeito como uma ação de campanha (não uma peça de marketing político), e abrange fotos de bastidores de campanha (geralmente produzidas por agentes profissionais da mídia ou contratados pelos partidos), imagens dos candidatos em campanha junto ao eleitorado, capturas de tela dos candidatos nos debates eleitorais, e materiais promocionais e de campanha produzidos com a marca do partido e com vistas a estimular o engajamento das audiências (como *twibbons*, *wallpapers* e avatares).

Memes de ação conectiva híbrida e redes catalisadas por organizações (22) são resultado de ações de militância, capitaneadas por coletivos ou grupos apócrifos, sem necessária vinculação explícita com organizações partidárias. São ações que, embora estimulem o engajamento das audiências, procuram omitir os grupos que lhe sustentam, de modo a configurar um posicionamento suprapartidário ou uma campanha proveniente de uma ação emergente. São típicos desse gênero desafios propostos em prol de entidades filantrópicas, como "Ice Bucket Challenge" (em favor de uma instituição de combate à síndrome ELA) e campanhas como #lovewins (com uso de avatares no FB, em favor do casamento civil de homossexuais) ou memes feministas como #meuamigosecreto (idealizado pela ong Think Olga). Enquadram-se, nesta categoria, ainda, declarações de apoio explícitas de um determinado internauta ou grupo à campanha de um candidato, fotos de militantes de um determinado partido (erguendo bandeiras, paramentados ou simplesmente tornando clara a sua posição ideológica), e convocações do partido ou da militância para voto em determinado candidato, ou para se acompanhar o debate e apoiar uma candidatura em twitaços.

Memes de ação conectiva e redes auto-organizadas (23) são geralmente ações desempenhadas por agentes autônomos, de modo espontâneo e emergente, ainda que coordenado. A categoria é capaz de enquadrar ações como as levadas a efeito por movimentos de ocupação, episódios de protestos nas mídias sociais como vomitaços, e ações populares como as que trouxeram visibilidade ao massacre Guarani Kaiowá (ocasião em que muitos internautas substituíram seus nomes nos perfis de mídias sociais para adotar o nome da tribo como sobrenome). Também podem ser identificadas como memes de ação conectiva *selfies* de manifestantes em protestos políticos ou *selfies* domésticas de internautas expressando algum tipo de posicionamento (como p.ex. mostrando o dedo médio a um candidato que aparece representado na televisão durante o debate).

Memes de ação casual e redes de engajamento relativo (24) são resultado de um comportamento ou ação política fruto de engajamento meramente casual, sem dimensão ideológica explícita. Nesta categoria, incluem-se comentários fáticos em mídias sociais, fotos da televisão durante a transmissão de debates políticos, photofads sem conotação política, entre outros.

Memes que fazem alusão a lugares-comuns da política (31) são piadas e peças cuja comicidade evoca a corrida eleitoral a partir de metáforas como guerra, luta contra o comunismo ou o colonialismo, a tradução de todo e qualquer político como corrupto etc. Destacam-se nesta categoria memes de humor que apelam a estereótipos e imagens consolidadas pela opinião pública.

Memes que fazem alusão à literatura ou a manifestações culturais (32) apresentam menções a produtos culturais, como seriados de televisão, filmes, livros ou canções populares, ou ainda cultura popular de modo geral, incluindo referências a expressões populares e gírias da internet, personagens famosos e artistas, sem a intenção de expressar apoio político, mas de provocar o riso a partir da intertextualidade.

Memes que fazem piadas sobre personagens da política (33) apresentam comentários e paródias sobre figuras públicas e personagens da cena política, com a intenção de dessacralizá-los, deslocando-os da posição que ocupam. Os conteúdos podem fazer alusão a eventos históricos, personificando-os como um ator (Hitler pelo nazismo, ou Geisel pela ditadura civil-militar no Brasil), como memes metonímicos. Ou ainda ressignificar bordões populares e jingles de candidatos, como "Lula-lá" e "meu nome é Enéas".

Memes que contêm piadas situacionais (34) apresentam comentários sobre reações, expressões faciais, gestuais ou corporais dos candidatos em determinadas situações, como os memes que brincam com os gestos exagerados do candidato Eduardo Jorge nos debates eleitorais de 2014.

Variável		Descrição	
Gênero e função do meme ***(CLASS_)***	*Gêneros e funções*	Que gênero e funções de meme prevalecem no conteúdo apresentado.	**(1) Meme Persuasivo** **(2) Meme de Ação Popular** **(3) Meme de Discussão Pública** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Funções retóricas e de persuasão ***(CLASS_1)***		Caso o meme seja classificado como *meme persuasivo*, que tipo de retórica é predominante nele.	**(11) Retórica propositiva/Apelo pragmático** **(12) Retórica sedutora ou ameaçadora/Apelo emocional** **(13) Retórica ético-moral/Apelo ideológico** **(14) Retórica crítica/Apelo à credibilidade da fonte** **(19) Dúvida ou ambiguidade**
Funções organizacionais e de engajamento ***(CLASS_2)***		Caso o meme seja classificado como *meme de ação popular*, que tipo de ação melhor o expressa.	**(21) Ação coletiva/Redes curadas por organizações** **(22) Ação conectiva híbrida/Redes catalisadas por organizações** **(23) Ação conectiva/Redes auto-organizadas** **(24) Ação conectiva de engajamento relativo** **(29) Dúvida ou ambiguidade**
Funções alusivas e de intertextualidade ***(CLASS_3)***		Caso o meme seja classificado como *meme de discussão pública*, que tipo de alusão ele privilegia.	**(31) Lugares-comuns da política** **(32) Alusões literárias ou culturais** **(33) Piadas sobre personagens da política** **(34) Piadas situacionais** **(39) Dúvida ou ambiguidade**

As variáveis a seguir medem a **presença de presidenciáveis, figuras políticas e partidos** em conteúdos que circulam pelas mídias sociais. Menções ou referencias, verbais ou não, mesmo que indiretas, devem ser indicadas.

Variável		Descrição	
Gênero e função do meme ***(CLASS_)***	*Gêneros e funções*	Que gênero e funções de meme prevalecem no conteúdo apresentado.	**(1) Meme Persuasivo** **(2) Meme de Ação Popular** **(3) Meme de Discussão Pública** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Funções retóricas e de persuasão ***(CLASS_1)***		Caso o meme seja classificado como *meme persuasivo*, que tipo de retórica é predominante nele.	**(11) Retórica propositiva/Apelo pragmático** **(12) Retórica sedutora ou ameaçadora/Apelo emocional** **(13) Retórica ético-moral/Apelo ideológico** **(14) Retórica crítica/Apelo à credibilidade da fonte** **(19) Dúvida ou ambiguidade**
Funções organizacionais e de engajamento ***(CLASS_2)***		Caso o meme seja classificado como *meme de ação popular*, que tipo de ação melhor o expressa.	**(21) Ação coletiva/Redes curadas por organizações** **(22) Ação conectiva híbrida/Redes catalisadas por organizações** **(23) Ação conectiva/Redes auto-organizadas** **(24) Ação conectiva de engajamento relativo** **(29) Dúvida ou ambiguidade**
Funções alusivas e de intertextualidade ***(CLASS_3)***		Caso o meme seja classificado como *meme de discussão pública*, que tipo de alusão ele privilegia.	**(31) Lugares-comuns da política** **(32) Alusões literárias ou culturais** **(33) Piadas sobre personagens da política** **(34) Piadas situacionais** **(39) Dúvida ou ambiguidade**

As variáveis a seguir medem a **presença de presidenciáveis, figuras políticas e partidos** em conteúdos que circulam pelas mídias sociais. Menções ou referencias, verbais ou não, mesmo que indiretas, devem ser indicadas.

Militância ***(POL_COL_)***		Se o conteúdo representa ou menciona, faz referencia explícita ou implícita, verbalmente ou não, a um dos grupos de militância polarizados, grupos de interesse, coletivos ou instituições políticas mencionados ao lado. A incidência reiterada de outros sujeitos pode ser avaliada no decorrer da pesquisa, configurando a inclusão de novos códigos a serem aplicados a todo o conjunto de casos.	**(COX) Coxinhas** **(MILI) Forças Armadas** **(MBL) Mov. Brasil Livre** **(MORTA) Mortadelas / Petistas** **(STF) Supremo Tribunal Federal**

VARIÁVEIS DE POSIÇÃO

Todas as variáveis a seguir são aplicadas somente em estudos específicos, destinados a mensurar tais aspectos. Diferentemente das variáveis anteriores, elas levam em consideração a integralidade do texto, não apenas seu aspecto visual-imagético.

Quanto à **narrativa e agenda** propostas pelo meme, os conteúdos podem ser classificados de acordo com as seguintes variáveis.

Variável		Descrição	
Relação entre humor e política ***(CAT_HU_)***	*Narrativa e agenda políticas*	Se o conteúdo em tela evidencia algum tipo de humor específico.	**(1) Superioridade** **(2) Alívio** **(3) Incongruência** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Narrativa da ação política ***(CAT_NA_)***		Se o conteúdo reflete ou incentiva uma experiência ou narrativa pessoal ou se ele reflete ou incentiva uma experiência ou narrativa coletiva ou pública.	**(1) Narrativa privada ou pessoal** **(2) Narrativa coletiva ou pública** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Agenda política ***(CAT_AG_)***		Se o conteúdo estimula uma agenda positiva, que destaca a liberdade de autodeterminação dos indivíduos, ou se estimula uma agenda negativa, que critica abusos e desvios morais.	**(1) Agenda negativa** **(2) Agenda positiva** **(9) Dúvida ou ambiguidade**

Questões referentes à **posição** tomada pelo autor ou difusor do conteúdo apresentado devem ser registradas a partir das seguintes variáveis.

Variável		Descrição	
Efeito ***(CAT_EF_)***	*Posição*	Que efeito pretende a mensagem política do conteúdo. Explicativo ou informativo: intervenção que busca fazer compreender ou adiciona elementos com o objetivo de esclarecer questões ou posições. Satírico: intervenção que ridiculariza para provocar ou evitar mudança, geralmente fazendo uso da ironia e/ou do cinismo. Fático: conteúdo anódino ou meramente interjetivo (kkk, gostei). Metalinguístico: conteúdo que fala a respeito da própria linguagem.	**(1) Explicativo ou informativo** **(2) Satírico** **(3) Fático** **(4) Metalinguístico** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Chamada ao engajamento ***(CAT_EN_)***		Se o conteúdo apresenta um apelo ao engajamento do leitor, um pedido de voto, uma convocação para manifestação etc.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Chamada à interação ***(CAT_IN_)***		Se o conteúdo apresenta um apelo à interação do leitor, um pedido para curtir, compartilhar, comentar etc.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Campanha negativa ***(CAT_NO_)***		Se o conteúdo apresenta crítica a políticos ou candidatos.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**

Os casos podem apresentar ou mencionar **temas** relacionados ao debate público. Os seguintes temas são mensurados.

Variável	Descrição

Variável		Descrição	
Efeito ***(CAT_EF_)***	*Posição*	Que efeito pretende a mensagem política do conteúdo. Explicativo ou informativo: intervenção que busca fazer compreender ou adiciona elementos com o objetivo de esclarecer questões ou posições. Satírico: intervenção que ridiculariza para provocar ou evitar mudança, geralmente fazendo uso da ironia e/ou do cinismo. Fático: conteúdo anódino ou meramente interjetivo (kkk, gostei). Metalinguístico: conteúdo que fala a respeito da própria linguagem.	**(1) Explicativo ou informativo** **(2) Satírico** **(3) Fático** **(4) Metalinguístico** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Chamada ao engajamento ***(CAT_EN_)***		Se o conteúdo apresenta um apelo ao engajamento do leitor, um pedido de voto, uma convocação para manifestação etc.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Chamada à interação ***(CAT_IN_)***		Se o conteúdo apresenta um apelo à interação do leitor, um pedido para curtir, compartilhar, comentar etc.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**
Campanha negativa ***(CAT_NO_)***		Se o conteúdo apresenta crítica a políticos ou candidatos.	**(0) Não** **(1) Sim** **(9) Dúvida ou ambiguidade**

Os casos podem apresentar ou mencionar **temas** relacionados ao debate público. Os seguintes temas são mensurados.

Variável	Descrição