

Disputas simbólicas em memes das eleições presidenciais brasileiras de 2018

Laan Mendes de Barros¹ Maicon José de Faria Milanezi²

Resumo

A sociedade midiaticizada como paradigma atual nas transformações sociais e políticas. A produção de sentidos a partir de processos de colaboração e hibridismos nas redes sociais digitais. As proposições de Rancière (1996) sobre estética e política e o surgimento de novos lugares possíveis e dissensuais de vivência. Após breve revisão bibliográfica, é realizada uma análise de conteúdo de memes políticos de ação popular do segundo turno das Eleições 2018, com base em categorias propostas por Chagas et al. (2017). Hipótese de que os memes de ação popular se apresentam como dispositivos para a construção de cenas de dissenso, pensando-os como gramática que se dota de um conjunto de elementos que se repetem entre apoiantes de ambos os candidatos em disputa, com mais diversidade observada, contudo, no conjunto formado pelos eleitores de Haddad. Conclui-se a partir da amostra que a prevalência de memes de ação popular para este candidato pode ser relacionada pela mobilização de afetos para a projeção desses lugares de convivência de uma parte dos sem-parte e pluralismo agonístico de coexistência de “povos” diversos.

Palavras-chave

Midiaticização; Experiência estética; Memes; Dissenso; Eleição 2018.

¹ Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), com pós-doutorado pela Université Stendhal Grenoble 3. Docente da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru. E-mail: laan.mb@uol.com.br.

² Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru. E-mail: eumaiconmilanezi@gmail.com.

Symbolic disputes in the memes of the 2018 Brazilian Presidential Election

Laan Mendes de Barros¹ Maicon José de Faria Milanezi²

Abstract

The mediatized society as current paradigm in social and political transformations. Production of meanings from collaborative processes and hybridism in digital social networks. Discussions of Rancière's (1996) propositions about aesthetics and politics and the emergence of new possible and dissensual places of experience. From a brief bibliographical review, we make a content analysis of the memes of grassroots action of the second round of the 2018 Elections, based on categories proposed by Chagas et al. (2017). The hypothesis is that popular action memes present themselves as apparatus for the construction of dissensual scenes, thinking of them as grammar that comes from a set of elements that are repeated among supporters of both contending candidates, with more observed diversity, however, in the set formed by the Haddad voters. What can be concluded from the sample is that the prevalence of memes of grassroots action for this former candidate can be related to the mobilization of affections for the projection of these places of distribution of a part of the partless and agonistic pluralism of coexistence of diverse "people".

Keywords

Mediatization; Aesthetic experience; Memes, Dissent; 2018 election.

¹ Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), com pós-doutorado pela Université Stendhal Grenoble 3. Docente da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru. E-mail: laan.mb@uol.com.br.

² Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru. E-mail: eumaiconmilanezi@gmail.com.

Para compreendermos de maneira mais complexa os processos sociais dos tempos atuais é necessário reconhecer que eles são cada vez mais estruturados por sistemas e processos comunicacionais. A comunicação está no cerne da busca de soluções e, sobretudo, dos conflitos que envolvem questões e problemas sociais. E é a partir mesmo das tentativas de resolvê-los que novas sociabilidades midiáticas têm sido construídas para se instituir, aí sim, em “lógicas e padrões historicamente estabelecidos” de relações, como define José Luiz Braga (2018a, p. 279).

Vivemos tempos de intensa interconexão de sistemas de comunicação e informação, numa “sociedade em rede”, como denomina Manuel Castells (2011). E nesse contexto, os meios de comunicação deixaram de ser meros instrumentos ou suportes de narrativas, integrantes da infraestrutura social, e passaram a ser elementos estruturantes da própria vida em sociedade, já num plano superestrutural. Já não podemos pensar em mídia e sociedade como instâncias em oposição ou subordinação. É nessa perspectiva que a ideia de mediação da sociedade se encaixa. O que vemos é que os sentidos nascidos e repercutidos no âmbito da mídia se espalham e se entranham nos tecidos sociais, numa “circulação diferida e difusa”, como descreve Braga (2006, p. 27) ao definir o “sistema de interação social sobre a mídia”, como um terceiro sistema de processos midiáticos, que se desdobra dos sistemas de produção e recepção. Braga (2006, p. 27) explica que “os sentidos midiaticamente produzidos chegam à sociedade e passam a circular nesta, entre pessoas, grupos e instituições, impregnando e parcialmente direcionando a cultura”. Dessa forma, os debates deixam a esfera mais institucionalizada da mídia e passam a ocupar os espaços dinâmicos dos movimentos, de forma desintermediada.

A comunicação na sociedade mediática se apresenta, então, para além da relação estreita entre produtor e receptor e, nas suas dinâmicas de produção de sentidos, o que enseja novos gêneros e mídias que se constroem a partir dessa fragmentação e da hibridação, como no caso dos memes. Esse cenário levanta novas questões de pesquisa, uma delas a que indaga como se dá a construção das ações de mobilização popular eleitoral e a disputa de narrativas nesse contexto de hibridação cultural e tecnológica. Questão aqui discutida com base nos estudos sobre mediação da sociedade e sobre comunicação e experiência estética.

Essas disputas de narrativas se materializam em novos formatos de discursos mediáticos presentes na sociedade interconectada em rede. Dentre eles, os memes ocupam lugar de destaque nas redes sociais, como evocação da memória coletiva

ou de um grupo de apropriação. Tais manifestações de discurso político são aqui analisadas como experiências estéticas, a partir das dinâmicas de produção e recepção de narrativas, numa relação dialógica e dialética entre o que em grego se denomina de *poiesis* e *aisthesis*. Com isso, os processos de interação e produção de sentidos se tornam estendidos no tempo e circulam na sociedade, que vive processo acelerado de mídiatização. Essa circulação se dá de maneira desintermediada, sem a chancela de veículos de mídia ou outras instituições e se estende de maneira acelerada e prolongada, aparentemente sem controle e sem mecanismos de apuração, produzindo tensões entre consensos e dissensos.

O propósito deste artigo é discutir essa problemática comunicacional e analisar uma amostra de memes, classificados como “de ação popular”, coletada no Twitter durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2018. Tal análise busca identificar e qualificar as disputas simbólicas ali presentes e a mobilização dos eleitores/militantes das candidaturas observadas. Para isso, tomamos os tensionamentos entre consenso e dissenso propostos por Jacques Rancière (1996) e buscamos propor uma visada que toma esse gênero de memes como dispositivos, ou arranjos disposicionais, como define José Luiz Braga (2012, 2018b), de relações que encerram um pluralismo agonístico, como propõe Chantal Mouffe (2013), e não somente um antagonismo polarizado amigo/inimigo. Recorremos, ainda, a Manuel Castells (2017, 2018) para problematizar as questões os processos contemporâneos de mobilização política, que têm nas redes sociais digitais lugar privilegiado de produção de sentido.

A mobilização política na sociedade interconectada

Em seu livro *Redes de Indignação e Esperança*, Castells (2017) apresenta uma consistente reflexão sobre os novos modos de se fazer política e traz, inclusive, considerações sobre os acontecimentos brasileiros no que ficou conhecido como *Jornadas de Junho de 2013*. Aquelas manifestações políticas tiveram sintonia com outras ocorridas no mundo, como a *Primavera Árabe* e o movimento *Occupy Wall St*. Essas manifestações políticas são fruto, segundo Castells (2017), da tensão entre “poder e contra-poder” e trazem um apelo sobretudo emocional em seu poder de mobilização. Elas se irrompem em grande medida partir da compreensão de que as instituições políticas não parecem funcionar para resolver problemas enfrentados na sociedade, mas apenas para a manutenção de seu poder. Têm eu quê de antipolítica, sugerem ser apolíticas. Através do engajamento em redes de ação e por conta das “oportunidades políticas” (TARROW, 2009) materializadas pelas funcionalidades

tecnológicas sobretudo dos *sites* de redes sociais, busca-se a mudança, não só por conta da indignação, mas pela esperança de que é possível encontrar novas maneiras de organizar o sistema.

Isso enquanto vivemos uma crise de legitimidade política, na qual os mecanismos da democracia liberal não parecem dar conta de superar alguns problemas de representação e conflitos entre instituições e os sujeitos se veem frustrados de que votar, se mobilizar valha a pena. O modelo de representação em diversos países se desconstrói na subjetividade das pessoas, restando, para alguns, apenas a resignação ou a adesão a projetos *antiestablishment* já que a mobilização tradicional não parece capaz de construir uma nova possibilidade de organização (CASTELLS, 2018).

Esses projetos têm como base fundamental as redes sociais. Na era do *smartphone* 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).

Isso se dá em um amálgama de demandas e sujeitos, que 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, p. 123), “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.”. 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 columnistas 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 midiaticizada 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.

Esses processos cristalizam a midiaticização política. As ações das pessoas que envolvem todos essas ações se tornou algo bastante valorizado na cultura participativa, sobretudo em um processo de midiaticização 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)¹. E isso, tem como grande impacto na política a facilitação de inserções criativas aos sujeitos, o que observamos através dos memes que se veem presentes não apenas como organismos ocasionais, mas como conjuntos de textos e imagens de tamanho descomunal, ocupando tanto a esfera pública quando privada da vida das pessoas.

Essa sociedade, em vias de midiaticização 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 na configuração das disputas simbólicas de uma sociedade em rede.

Memos de ação popular coletados no Twitter

Uma das principais transformações observadas na relação comunicação e política é representada pela interação que toma lugar nas redes sociais digitais. Muito se comenta, para além dos campos da investigação acadêmica, das alterações de processos, trocas e disputas que os *sites* de redes sociais possibilitaram no que diz respeito a expressão e mobilização política. Já faz parte até mesmo do senso comum a noção de que as ferramentas de compartilhamento, formação de vínculos e trocas de informações, de *sites* que facilitam a geração de conteúdo pelas usuárias e usuários, geram impacto na maneira de acesso e propagação de assuntos, sobretudo os políticos visto que estes fundam-se grandemente em paixões e disputas de posicionamento facilitados por estruturas nas quais as nuances e as gradações são substituídas pelas polarizações dicotômicas.

No entanto, é preciso diferenciar algumas definições sobre as redes sociais. Primeiro, 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. Podem, assim, construir novas representações para as estruturas sociais, em um arranjo no qual as trocas sociais e simbólicas se complexificam: as redes sociais transportam-se para a internet.

Segundo Raquel Recuero (2009a, p. 24-25), uma rede social baseia-se em dois elementos: atores e conexões. Portanto, uma rede é uma forma de explicar padrões de um grupo social a partir da maneira que as pessoas nele envolvidas se articulam em conexões, ligando-se umas às outras não necessariamente por meio de uma estrutura digital. Logo, as redes sociais digitais não são as mídias digitais, uma vez que aquelas são representações na maioria das vezes individualizadas e personalizadas (RECUERO, 2009b) constituídas, por exemplo, por perfis, páginas no Facebook, Twitter e etc. As conexões que essas conformações estabelecem é o que, por sua vez, formam as redes. 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 discussões que nelas é possível passar facilmente adiante, dando voz às pessoas (RECUERO, 2009a).

Nesse espaço de constantes trocas, não só os fluxos, por si próprios, mudam, como também se instaura um novo ambiente com dinâmicas próprias e possibilidades de produção, circulação e consumo de informações, por meio da interação entre seres humanos e aparatos tecnológicos. Aparatos estes que muitas vezes são programados e passam a interagir entre eles, de maneira automática, como no caso dos chamados bots, capazes de espalhar *fake news* massivamente de maneira muito rápida. Contudo,

é necessário ter em mente que esse ambiente não se coloca 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 a esse ciberespaço que se estabelece *status* de ambiente social.

Dentre as diferentes redes sociais e sistemas de fluxos de informação presentes na Web, o Twitter é uma plataforma que merece nossa atenção por conta de suas características particulares. O Twitter é um *site* que suporta redes sociais, os chamados *sites* de redes sociais (SRS); ele não é uma rede social em si, pois não é um grupo social determinado, relaciona-se a um sistema no qual eles se estabelecem sendo capaz de suportar diversas delas. Ele se estabelece como um dos principais *sites* de redes sociais para discussão política porque, apesar de não ser o *site* que apresenta o maior número de usuárias e usuários no Brasil, 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 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.

Elegemos um meme?!

O trabalho relatado a seguir dá sentido empírico ao que discutimos até aqui. Trata-se de um recorte de uma pesquisa maior sobre trocas e mobilizações simbólicas que se dão a partir do Twitter, que recebeu o título “Elegemos um meme?!: Política e experiência estética nos memes de ação popular das Eleições 2018”². A amostra trazida para este artigo oferece uma ideia da pesquisa realizada e serve como ilustração para novas reflexões aqui formuladas.

No estudo mais amplo, o *corpus* da pesquisa empírica foi composto a partir de uma coleta manual de imagens através de algumas *hashtags* sobre Fernando Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL). As *hashtags* (#) escolhidas tiveram regular perenidade e não se relacionavam a acontecimentos momentâneos ligados ao noticiário do momento.² Também elencamos, conjuntamente às *tags*, o sobrenome dos candidatos, na hora de nossa busca.

A Busca Avançada do Twitter foi utilizada para coletar, manualmente, todas as imagens postadas com esses elementos durante os 21 dias entre o primeiro e o segundo turno. Foi possível arregimentar material formado por 21.320 do candidato Bolsonaro, e 20.327 de Haddad, totalizando um *corpus* de 41.647 imagens. Para este trabalho, levando em conta um nível de confiança de 95%, com margem de erro de 5% e distribuição da população de forma heterogênea (50%), recortamos uma amostra formada por 378 memes encontrados para Jair Bolsonaro e 378, para Fernando Haddad.

A análise, por sua vez, foi feita em duas etapas. Primeiro, foram utilizados os critérios taxonômicos desenvolvidos por Chagas *et al.* (2017) para a classificação do material coletado e a sistematização dos nossos dados. A base para essa taxonomia foi a concepção dos memes tendo-se em vista três tipos: os memes persuasivos, aqueles que funcionam como material de divulgação de ideias; memes de ação popular, os quais apresentam dinâmicas mais orgânicas, entendidas quando são observadas em relação ao contexto, já que se baseiam na ação das pessoas; e os memes de discussão públicas, os comentários despropositados e as piadas que utilizam a política como objeto de humor e ironia (CHAGAS *et al.*, 2017).

Depois disso, com o material organizado e classificado em um banco de dados, foram selecionados os memes de ação popular, para averiguar a construção de cenas de dissenso. Esse procedimento descritivo tem como base a visibilidade dos sujeitos, seus gestos e *performance* para se instituírem como enunciadores.

Para a seleção das imagens da segunda parte da análise da pesquisa realizada, definimos como critério aqueles memes de ação popular que representassem ações públicas realizadas em ambientes externos onde se identificasse claramente o posicionamento em favor de um candidato sem, contudo, que ele estivesse presente.

Os memes podem nos ajudar a enxergar, dessa forma, como se dá a interação entre os sujeitos inseridos nas redes sociais digitais, a instituições tradicionais da política e as novas maneiras de se expressar politicamente. Neste trabalho, nossa intenção é apresentar os pontos iniciais de um fenômeno que não só é capaz de mobilizar as pessoas criativamente, engajando-as em uma disputa simbólica não só político-partidária, bem como algo também capaz de oferecer-nos pistas na hora de

observar um acontecimento posteriormente à sua conclusão.

Os memes são pistas que demonstram uma maneira de ação da campanha permanente incentivada pela midiatização da sociedade. Antes, os atores políticos buscavam pela visibilidade junto à conquista de visões favoráveis de jornalistas que já, à época, mobilizava os agentes políticos e implementou um ambiente de campanha eleitoral permanente (GOMES, 2004; HJARVARD, 2014). 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 direto com seu representante, bem como oportunidades de expor suas ideias e reivindicar.

A midiatização da política vai, segundo Hjarvard (2014), 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, 2014, 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, 2014, p. 116), o que acontece especialmente na presença nos *sites* de redes sociais e com utilização dos memes. Mas esta é uma via de mão dupla, pois os as pessoas comuns, que antes poderiam não ter interesse por política, passam a atuar politicamente pois possuem abertura para tal.

Breve análise da amostra

Agora adentramos à análise da amostra que nos dá base para esta empreitada investigativa. Antes de mais nada, no Quadro 1 apresentamos as três categorias principais ilustradas a partir de memes presentes na amostra total de nossa pesquisa. Logo abaixo, pode-se ver na Tabela 1, na Tabela 2 e na Tabela 3 como esses memes se distribuem, respectivamente, nos recortes estipulados para cada um dos candidatos e a combinação entre eles.

Meme persuasivo	Meme de ação popular	Meme de discussão pública
		

Quadro 1 - Tipologia de memes aplicados à amostra dos dois candidatos

Fonte: O autor com base em Chagas (2016).

Tipo	Quantidade	%
Memes persuasivos	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%

Tabela 1 - Distribuição tipos de memes nos indicadores de Bolsonaro

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Tipo	Quantidade	%
Memes persuasivos	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%

Tabela 2 - Distribuição tipos de memes nos indicadores de Haddad

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Tipo	Quantidade	%
Memés persuasivos	165	21,8%
Memés de ação popular	312	41,3%
Memés de discussão pública	129	17,1%
Dúvida ou ambiguidade	150	19,8%
Total	756	100%

Tabela 3 - Distribuição tipos de memés no total da amostra
Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

No caso dos memés de ação popular, os mais presentes no total da amostra combinada (N = 312, 41,3%), vemos uma divisão mais parecida entre as subcategorias para os dois candidatos.

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 memés nos quais as pessoas demonstram sua posição, paramentados com algum item de campanha do candidato ou partido, ou mesmo por portar 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. 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 que seu opositor (26,9% e 22,1%, respectivamente). A diferença principal entre ambos se nota sobretudo nos memés de ações auto-organizadas, com os indicadores de Haddad (N = 23, 11,1%) a representar mais que o dobro que os de Bolsonaro (N = 10, 9,6%).

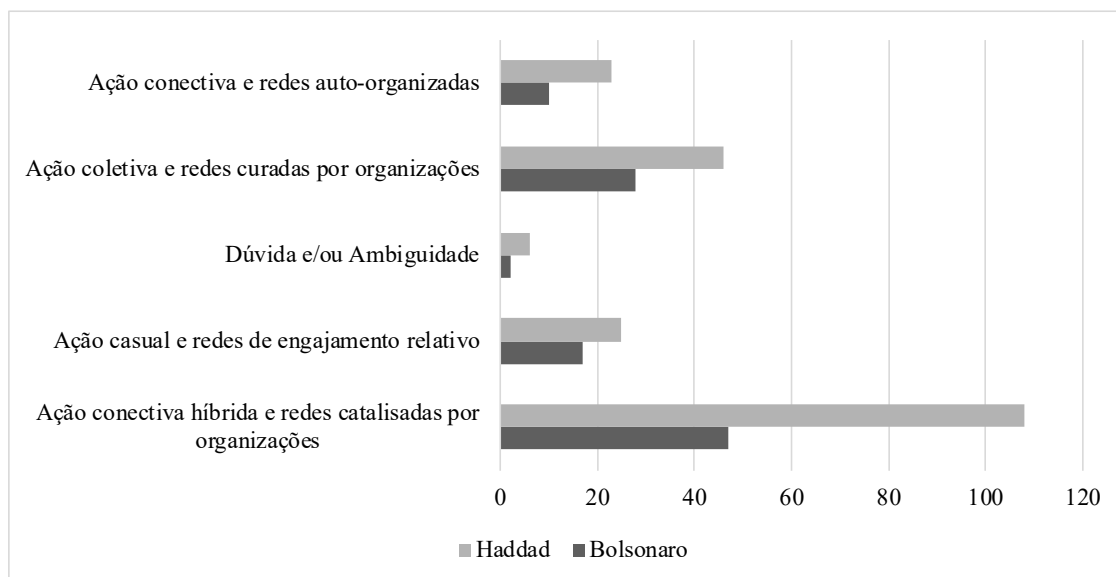


Gráfico 1 - Distribuição das subcategorias dos memes de ação popular

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Os memes de ação popular enquadram os indivíduos na sua expressão para além do voto. É um imbricamento midiático de projetar-se no acontecimento interligando ações individuais ou coletivas em um todo que ganha ainda maior proporção na rede. Quando tomamos Rancière (1996, 2012), essa irrupção, o conflito entre a ordem policial, que determina como devem viver as pessoas, e a busca de um novo lugar de constituição do comum, é onde acontece, verdadeiramente, a política.

E é nessa dinâmica que identificamos uma abertura ao diferente na maior parte das imagens, não um fechamento ou construção de uma contraposição amigo/inimigo, mas um nós/eles baseado em visões de mundo distintas, numa agonística que permite “viradas de voto”, por exemplo. Por certo constatamos que existe acirramento, sobretudo entre os apoiadores de Bolsonaro que ao defenderem a ordem e a determinação consensual (policial) das vivências incorrem na construção de inimigos. Assim, o que se vê é a busca pelo consenso por sujeitos que já estariam em vantagem na contagem dos corpos, sujeitos que se veem ameaçados por outras maneiras de inscrição e partilha do comum.

O mundo argumentativo dos memes dos apoiadores de Haddad por sua vez evidencia 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 ser e dizer. No entanto, esse processo de desidentificação não se traduz em uma escuta, o que pode ser representado pela vitória do outro candidato.

Isso tudo nos leva à indagação: Afinal, o que trazem de novo os memes de ação

popular quando falamos do processo eleitoral?

A partir do que foi trabalhado anteriormente, observamos uma experiência estética que tem as palavras abertas a serem usadas por qualquer um, livre de fórmulas de enunciação rígidas, o que margeia certa igualdade sensória bem como libertação. Por essa razão, vemos nesta situação, uma partilha estética do sensível 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 (2009, p.15):

[...] 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.

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 mediatização 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), ao menos 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”⁵, 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 em que as divisões se dão, tendo-se em mente que o cerne de todo sistema são essas ligações construídas a partir da experiência. A experiência da mobilização política, dessa forma, nos leva a considerar que os arranjos meméticos possibilitam uma gramática que assegura uma experiência estética e poética menos determinada a regras e mais aberta a reinscrições constantes, a despeito dos afetos e das mobilizações exaltadas que pode implicar, também.

Algumas conclusões

Esses resultados e desdobramentos nos levam a concluir que os arranjos posicionais permitidos pelos memes de ação popular ensejam a conformação de cenas dissensuais e a construção de mobilizações plurais de um agonismo que possibilita interações tentativas próprias da sociedade midiaticizada. Essa militância, presente nas narrativas dos memes, parece fragilizar o discurso político, em processos de mitificação de indivíduos e de esvaziamento do debate eleitoral. As disputas simbólicas são levadas aos espaços das redes sociais e alimentadas em grande parte por sistemas robotizados de disparo de mensagens direcionadas a segmentos específicos da sociedade.

A midiaticização da política não só transforma as organizações e suas estruturas como também altera as maneiras de os indivíduos construírem suas relações. E é nessas novas maneiras de visibilidade que os memes funcionam como um léxico por meio do qual as pessoas circulam suas falas e as falas de outros, então compartilhadas.

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 e de interpretação que se circulam na sociedade de maneira “diferida e difusa”. Como exploramos, mesmo que os apoiadores e sujeitos que se inscreveram nos memes do candidato de extrema-direita Jair Bolsonaro demonstrem a busca por uma ordem coercitiva e positivadora dos órgãos de violência do Estado, eles constroem certo dissenso ao irem para as ruas e exigirem reconhecimento por sua capacidade de falar. No entanto, utilizando-se de índices, vemos isso em relação aos memes dos apoiadores de Fernando Haddad, pois eles testam essa igualdade de fala porque expressam em grande medida que os grupos aos quais parte deles pertence não possuem essa capacidade reconhecida, podendo se

passar por mais dissensual a partilha do sensível e a construção de mundos possíveis que tentam empreender.

Assim, o que buscamos fazer foi explorar essa dimensão dos memes 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 potencialidade de retratar conteúdos e produzir 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 novas formas de expressar suas subjetividades.

Por outro lado, há que se reconhecer que os memes também esvaziam o debate político, que se torna superficial. E quando consideramos que expressiva parte de sua circulação se dá de maneira artificial, impulsionada por robôs, é preciso perguntar até que ponto eles produzem, de fato, o debate político. Observando o processo de despolitização do debate político nas eleições de 2018 e na implantação do governo Bolsonaro, somos obrigados a indagar se a política, em sua configuração democrática, não foi deixada de lado. Quando as propostas e programas políticos deixam a cena e a disputa eleitoral se vê limitada a denúncias e acusações, louvações e manifestações de devoção, a ignorância impera. O ódio passa a ser o mote das publicações, que circulam pelas redes sociais e grupos de interesse, e passa a orientar o voto e a busca do poder.

Como nos lembra Rancière (2014, p. 112), “esquecida toda a política, a palavra democracia torna-se então o eufemismo que designa um sistema de dominação...”. Com isso, adverte Rancière (2014, p. 113), o que se tem é “a ruína da civilização e da humanidade”.

Notas

[1] “[...] a new vernacular that permeates many spheres of digital and nondigital expression.”

[2] A referida pesquisa contou com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) – Brasil – Código de Financiamento 001. A dissertação de mestrado dela resultante foi desenvolvida, em 2019, pelo segundo autor, sob orientação do primeiro autor do presente artigo.

[3] Exemplo: #AgoraÉBolsonaro, #AgoraÉHaddad, #Bolsonaro17, #Haddad13, #EleSim, #EleNão etc.

[4] <https://twitter.com/search-advanced?lang=pt>.

[5] “There is no essential common reality that establishes the existence of politics”.

Referências

- BRAGA, J. L. **A sociedade enfrenta sua mídia**. São Paulo: Paulus, 2006.
- BRAGA, J. L. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. Â.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (org.). **Mediação e Mdiatização**. Salvador: Edufba, 2012, p. 31–52.
- BRAGA, J. L. Instituições & Mdiatização – um olhar comunicacional. In: FERREIRA, Jairo; ROSA, Ana Paula da et al. (orgs.). **Entre o que se diz e o que se pensa – onde está a mdiatização?** Santa Maria: FACOS-UFSM, 2018a. p. 291–311.
- BRAGA, J. L. Interagindo com Foucault: os arranjos disposicionais e a comunicação. **Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**, v. 6, n. 12, p. 81–91, 2018b. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/18081>>.
- CASTELLS, M. **A galáxia da internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2011.
- CASTELLS, M. **Redes de Indignação e Esperança: Movimentos sociais na era da Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2017.
- CASTELLS, M. **Ruptura – A crise da democracia liberal**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2018.
- CHAGAS, V. “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>
- CHAGAS, V. *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. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/63892>>.
- HJARVARD, S. **A mdiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.
- GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- GOMES, W. **A democracia no mundo digital: História, problemas e temas**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2018.

- LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MARQUES, Â. C. S.; PRADO, M. A. M. **Diálogos e dissidências**: M. Foucault e J. Rancière. Curitiba: Appris Editora, 2018.
- MOUFFE, C. **Agonistics**: Thinking the World Politically. Londres: Verso, 2013.
- RANCIÈRE, J. **O desentendimento**: política e filosofia. São Paulo: Editora 34, 1996.
- RANCIÈRE, J. **A partilha do sensível**. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2009.
- RANCIÈRE, J. **O espectador emancipado**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.
- RANCIÈRE, J. **O ódio à democracia**. São Paulo: Editora 34Boitempo, 2014.
- RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009a.
- RECUERO, R. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. In: SOSTER, D. DE A.; FIRMINO, F. (org.). **Metamorfozes jornalísticas 2**: a reconfiguração da forma. [s.l.] unisc, 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 de doutorado – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014.
- SANTOS JUNIOR, M. A. **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.
- SHIFMAN, L. **Memes in digital culture**. Cambridge: MIT Press, 2014.
- SILVEIRA, S. A. **Democracia e os códigos invisíveis**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo: 2019. E-book.
- TARROW, S. **O Poder em Movimento**: Movimentos sociais e confronto político. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.