

Ricardo José Sékula

**OS MEMES COMO EXERCÍCIO DE CONTRAPODER
A DISCURSOS POLÍTICO-MIDIÁTICOS:
UMA REFLEXÃO A PARTIR DOS DEBATES ELEITORAIS
DE 2014**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Mestre em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Cláudio Brasil Gonçalves

Coorientadora: Prof^a. Dr^a. Cárilda Emerin Jacinto Pereira

Florianópolis
2016

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Sékula, Ricardo José

Os memes como exercício de contrapoder a discursos político-midiáticos : Uma reflexão a partir dos debates eleitorais de 2014 / Ricardo José Sékula ; orientador, Antonio Claudio Brasil Gonçalves ; coorientadora, Cárilda Emerin Jacinto Pereira. - Florianópolis, SC, 2016.
238 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós Graduação em Jornalismo.

Inclui referências

1. Jornalismo. 2. Memes. 3. Discurso. 4. Paródia. 5. Contrapoder. I. Gonçalves, Antonio Claudio Brasil. II. Pereira, Cárilda Emerin Jacinto. III. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. IV. Título.

Ricardo José Sékula

**OS MEMES COMO EXERCÍCIO DE CONTRAPODER A
DISCURSOS POLÍTICO-MIDIÁTICOS - UMA REFLEXÃO A
PARTIR DOS DEBATES ELEITORAIS DE 2014**

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do Título de Mestre e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 12 de setembro de 2016.

Prof. Dr. Antonio Claudio Brasil Gonçalves (Orientador)

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Viktor Henrique Carneiro de Souza Chagas –
Universidade Federal Fluminense

Prof^ª. Dr^ª. Raquel Ritter Longhi –
Universidade Federal de Santa Catarina

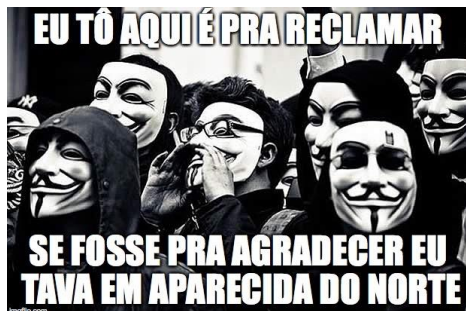
Prof. Dr. Rogério Christofolletti –
Universidade Federal de Santa Catarina

DEDICATÓRIA

Àquela cujo amor e cuidado fazem de mim uma pessoa melhor desde o momento em que se descobriu a minha espera. Aos poucos e bons, que tenho a alegria em carregar sempre comigo, do lado esquerdo do peito. E aquele a quem reafirmo diariamente meu amor, grato pela condição de dividir a vida em toda sua extensão.

AGRADECIMENTOS

Como diria o meme:



Mesmo assim, alguns agradecimentos se fazem necessários. A minha mãe, que agora sabe o que são memes e adora compartilhá-los. Ao Sávio, que soube respeitar todos os momentos e emoções envolvidos nesse processo, preenchendo meus dias com amor e melodia. Ao meu orientador, Antonio Brasil, por estimular minhas inquietações e alimentar meu espírito transgressor com suas provocações. A Cárilda, por todo carinho e suporte durante esse processo. Aos queridos amigos que, de alguma maneira, ajudaram na árdua tarefa de descascar estas batatas simbólicas, especialmente ao Douglas e a Francelise. Ao programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC, por acreditar junto comigo que os memes também são coisa séria. A todos os professores e colegas com quem tive o prazer de dialogar e tensionar conceitos. A CAPES, que permitiu minha dedicação exclusiva a esta pesquisa. E a todos que fazem dos memes uma pequena expressão de resistência a práticas e discursos políticos e midiáticos fundados sob os signos da injustiça ou da opressão, especialmente se forem contra o Temer, o Cunha e seu governo golpista.

No mais, é como diz o ditado: “Graças a Deus!”

*O mundo tem sede de que se crie.
O que aí está a apodrecer a vida,
quando muito, é estrume para o futuro.
O que aí está não pode durar
porque não é nada.*

(Ultimatum, Álvaro de Campos, 1917)

RESUMO

Durante o período eleitoral de 2014 no Brasil os memes tornaram-se uma forma usual e divertida de comentar os mais diversos acontecimentos das cenas política, midiática e jornalística. Servindo aos mais variados interesses, tornaram-se mecanismos de ataque e defesa, de disseminação de ideias e informações – falsas ou verdadeiras -, de críticas e de apoio a ações e personagens políticos. Nesse contexto, funcionaram tanto para a polarização do debate público como para subversão das mensagens. Sem ignorar a atuação dos memes no sentido de propagar ideias hegemônicas e estereótipos, esta pesquisa investiga sob que aspectos eles podem funcionar como um exercício de contrapoder a discursos político-midiáticos. Para tanto, tensiona desdobramentos expressivos do termo “meme” em suas co-relações com conceitos de poder e contrapoder, *frame* e paródia. Os memes sobre os debates eleitorais para Presidência da República de 2014 realizados pela *Rede Globo* e pelo *GI*, dos 1º e 2º turnos, constituem seu empírico, num total de 1.555 memes. Com base na da ideia de cena (MAINGUENEAU, 2008) e dos discursos políticos como jogo de máscaras (CHARAUDEAU, 2008), propõe-se a construção de uma cenografia memética dos debates, através da qual é possível observar os desvios de sentido propostos pelos memes em relação aos discursos que tomam por base. Para além da piada, observa-se que seus usos também perpassam pela ressignificação dos discursos, pela caracterização dos atores envolvidos no processo e pela exploração de novos ângulos da informação.

Palavras-chave: Memes. *Frame*. Paródia. Contrapoder. Discursos político-midiáticos. Debates eleitorais.

ABSTRACT

During the 2014 Brazil's electoral period memes have become a usual and fun way to comment on the various events of the political, media and journalism scenes. Serving various interests, they have become mechanisms of attack and defense, to disseminate ideas and information - true or false - criticism and support the actions and political figures. In this context, it worked for both the polarization of public debate as to subvert the messages. Without ignoring the role of memes in order to propagate hegemonic ideas and stereotypes, this research investigates in what ways they can work as an exercise of counterpower political and media discourse. For this, it analyzes significant developments of the term "meme" in their co-relationship with concepts of power and counterpower, frame and parody. Memes on electoral debates for the 2014 Republic Presidency held by *Rede Globo* and the *GI*, the first and second rounds, are its empirical, totaling 1,555 memes. Based on the idea of scene (MAINGUENEAU, 2008) and political discourses as masks game (CHARAUDEAU, 2008), it is proposed to build a memetic scenography of the debates, through which it is possible to see the sense of deviations proposed by memes in relation to speeches that are based. Beyond the joke, it is observed that their use also pervades the reframing of discourses, the characterization of the actors involved in the process and the holding of new angles of information.

Keywords: Memes. Frame. Parody. Counterpower. Political and media discourse. Election debates.

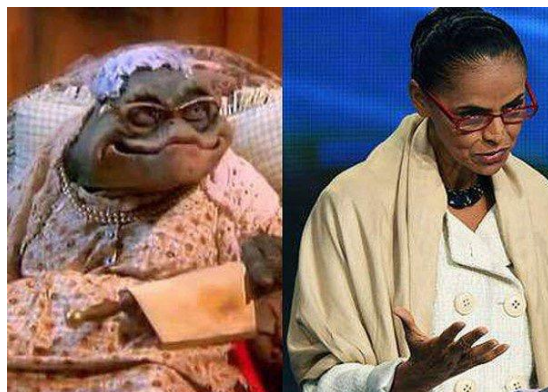
SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
CAPÍTULO 1. A PROBLEMÁTICA DO PODER NO ESPAÇO PÚBLICO MIDIÁTICO CONTEMPORRÂNEO	33
1.1 A DIMENSÃO DISCURSIVA DA TECNOLOGIA	45
1.2 NOVOS FLUXOS DE INFORMAÇÃO E REELABORAÇÃO DAS PRÁTICAS DISCURSIVAS	57
1.3 PROLONGAMENTOS CRIATIVOS DO ATO COMUNICATIVO.....	71
CAPÍTULO 2. MEME: DO FRAGMENTO MIDIÁTICO AO FRAME PARÓDICO DA REALIDADE.....	85
2.1 SENTIDOS COMPARTILHADOS E DISPUTA DE SENTIDOS NOS MEMES DA INTERNET	102
2.2 A INTERTEXTUALIDADE <i>KITSCH</i> DOS MEMES DA INTERNET	113
2.3 MEMES E O (RE) <i>FRAMING</i> PARÓDICO DA REALIDADE	124
2.4 HUMOR E CONTRAPODER NA CONSTANTE CARNAVALIZAÇÃO DAS REDES	137
CAPÍTULO 3. MEMES, POLÍTICA E CONTRAPODER	153
3.1 A NOVA CENOGRAFIA DOS DEBATES ELEITORAIS TELEVISIVOS .	164
3.2 A CENOGRAFIA MEMÉTICA DOS DEBATES.....	178
3.3 APROPRIAÇÃO E CONTRAPODER NOS MEMES SOBRE OS DEBATES	186
CONSIDERAÇÕES FINAIS	213
REFERÊNCIAS	226

INTRODUÇÃO

Vovó Zilda é uma dinossaura jurássica de 72 anos de idade, mãe de Fran Sauro e sogra de Dino Sauro. Anda de cadeira de rodas, é reclamona e tem como principal diversão dar bengaladas no genro. Maria Osmarina Silva de Vaz de Lima (a Marina Silva) é uma política nascida no Acre em 1958. Entre outros cargos públicos foi Ministra do Meio Ambiente do governo de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) de 2003 a 2008 e concorreu à Presidência da República em 2010, pelo PV, e 2014, pelo PSB. Descrito dessa forma, a personagem da famosa série televisiva dos anos 90 (*A família Dinossauro*) e a influente política brasileira nada têm em comum. Para muitos internautas, porém, as duas são bem parecidas, e durante as eleições presidenciais de 2014 ficaram a apenas um *frame* de distância (imagem 01).

IMAGEM 01: Meme de Marina Silva (PSB)



Fonte: Reprodução *Twitter*

Num primeiro momento Giovana, a menina que ficou famosa no *Youtube* depois de deixar o forquinho cair sobre sua cabeça enquanto dançava uma música do McLeozinho¹, não tem nenhuma relação com o

¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=U5P3raTyKKA>. Acesso em: 23/09/2015.

ex-governador mineiro e candidato a Presidência da República em 2014, Aécio Neves (PSDB). Mas quando, a partir de uma montagem visivelmente “tosca” a cena é congelada, a cabeça de Giovana substituída pela de Aécio e o forminho sobreposto com uma imagem de Luciana Genro (PSOL), temos uma narrativa que os interliga por seu enquadramento paródico. Sozinha, ou para quem não conhece o vídeo, a imagem talvez pouco represente. Mas quando associada à resposta de Luciana a um dos questionamentos de Aécio durante o debate eleitoral de 02/10/2014, na *Rede Globo*, temos a emissão de um juízo de valor, sugerindo que a candidata deixou seu oponente em maus lençóis (imagem 02).

IMAGEM 02: Meme de Aécio Neves (PSDB) e Luciana Genro (PSOL)



Fonte: Reprodução *Twitter*

E se a queda das Torres Gêmeas em 11 de setembro de 2001, o naufrágio do Titanic em 1912, o envenenamento da Branca de Neve, a morte de Odete Roitman (da novela *Vale Tudo*), as 45 (na verdade 16) separações da cantora Gretchen e a extinção dos dinossauros fossem todos acontecimentos interligados? E se a culpa de tudo isso fosse de um único partido político brasileiro, mais especificamente de seus dois representantes mais ilustres? Pois no mundo da internet isso não apenas é possível, como ganhou a capa (ou melhor, as capas) da principal revista semanal do país². A brincadeira foi uma reação do público à capa

² Disponível em: <http://desesperodaveja.tumblr.com/>. Acesso em: 23/09/2015.

de *Veja* de 29/10/2014 (ed.2397), lançada às vésperas da eleição e que acusava a candidata Dilma Rousseff (PT) e o ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva (PT) de estarem cientes do esquema do Petrolão. Aludindo a acontecimentos históricos e ficcionais, os internautas parodiaram a revista para desqualificar sua manchete e questionar sua índole (imagens 03 a 08).

IMAGENS 03 a 08: Memes capa da revista *Veja*, ed.2397



Fonte: www.odeseprodaveja.com.br

Os três exemplos acima ilustram uma forma expressiva que se tornou bastante popular em nossas trocas cotidianas: os memes da internet. Esses, especificamente, circularam durante o período eleitoral brasileiro, entre setembro e outubro de 2014. Tal fenômeno está diretamente associado aos processos de simplificação e democratização tecnológica, os quais têm gerado significativas mudanças nas dinâmicas comunicacionais contemporâneas. Uma delas diz respeito à incidência cada vez maior do debate público em micro esferas virtuais de

discussão. Trata-se de uma modificação de natureza política, pois demarca a possibilidade de se expressar midiaticamente sobre algo.

Outro aspecto é a grande incidência de produções colaborativas, remixagens e mutações das mensagens que passam a circular nesse contexto. O que demarca uma dimensão estética, referente ao como se diz o que se diz. Ambos estão intimamente ligados e estabelecem relações capazes de reorganizar fronteiras entre papéis tradicionalmente atribuídos em um dado sistema comunicacional. Na medida em que se desenvolvem capacidades técnicas e expressivas para se apropriar e ressignificar os discursos do outro, as próprias condições da vida em sociedade mudam.

Não se trata, em absoluto, de um deslumbramento gerado pelas potencialidades do mundo virtual – algo do qual poderia ser acusado Lévy (1998, 1999) –, mas de considerar este um espaço de interações capazes de reorganizar processos de mediação e comunicação entre os sujeitos. Um ambiente que, a cada dia, ganha novos habitantes e aponta para a necessidade de uma revisão dos modelos representativos tradicionais, tanto em sua esfera político-ideológica (relacionada às vozes presentes nos processos deliberativos), como técnico-comunicativa (das expressividades que tornam acessíveis tal problemática através das linguagens).

Enquanto lugar de trocas, o ciberespaço é percebido aqui tanto pelas possibilidades de democratização dos discursos, como pelos constantes tensionamentos gerados pelas disputas de poder que os envolvem. As inovações que surgem desses modelos não se encerram, portanto, nas tecnologias, mas como aponta Martín-Barbero (2006), na exploração das sensibilidades e das escritas viabilizadas por elas. Bolter e Grusin (2000) contribuem para esta questão ao evidenciarem a capacidade dos meios de remediar, apropriando-se de técnicas, formas e significados sociais de outras mídias, modificando-as. Essa remediação gera o que eles chamam *refashion*, uma lógica formal na qual uma mídia renova as formas das mídias anteriores.

Nesse sentido, a própria cibercultura pode ser considerada, em relação à ideia de discursos circulantes trabalhada por Charaudeau (2013), como uma possibilidade discursiva, uma vez que consiste na soma empírica de enunciados com grande capacidade de incidir sobre o entendimento social, cultural, político, etc. Em função disso, gera mensagens capazes de revelar como funciona internamente a cultura de determinados grupos, servindo para instituir poder, regular o cotidiano social e dramatizar os relatos.

Os memes aparecem assim como uma nova e complexa arena para a conversação sobre a política. Embora seus efeitos sobre os processos deliberativos ainda não sejam mensuráveis, é inegável sua participação na construção dos discursos político-midiáticos na atualidade. Atuam diretamente sobre o modo como classificamos e organizamos as experiências, atribuindo-lhes sentido através dos enquadramentos (*frames*) que aplicamos à realidade.

Sendo as informações que organizam as experiências sociais fragmentárias e conflituosas entre si, esses *frames* funcionam como “esquemas de interpretação” ou “quadros de sentido” que, em conjunto com a subjetividade dos indivíduos, permitem decifrar e compreender o mundo (GOFFMAN, 1986). Dinâmica que, segundo Meditsch (2010), faz parte de um processo dialético contínuo, onde o homem e seu mundo social atuam reciprocamente um sobre o outro. Na aplicação midiática do termo, podemos ainda entender os *frames* como “princípios organizativos socialmente compartilhados e persistentes no tempo, que operam simbolicamente para dotar de sentido o mundo social” (REESE, 2001, p. 11).

Ao mesmo tempo em que sugerem um todo que interfere nas produções humanas, os memes também delimitam um recorte, uma moldura sobre a qual se aplicam esses princípios de seleção e organização e que, ao se materializarem, voltam a fazer parte do todo. Como resultado de uma série de procedimentos, podem ser considerados um tipo particular de enquadramento, o qual condensa em sua estrutura elementos que permitem ler o contexto político, social e cultural no qual se apresentam. Além disso, quando propõem desvios paródicos capazes de gerar contraposições aos discursos elaborados pelas e através das mídias, ultrapassa o simples *status* de brincadeira. Ou melhor, através da brincadeira sugerem intervenções nas mensagens, podendo ampliar ou mesmo subverter as significações dos próprios acontecimentos a que se referem.

A estruturação de formas diferenciadas de retratar e incidir sobre a realidade social abre um precedente importante para que mais pontos de vista sejam explorados. Uma prática com potencial para questionar a legitimidade e a veracidade de determinadas representações dos acontecimentos que envolvem o mundo social. A ordem estabelecida dá lugar a uma constante negociação dos critérios que guiam e organizam as ações daqueles que participam do processo. O próprio papel do jornalismo enquanto mediador de realidades é posto à prova. Dentro dos novos espaços midiáticos, funções como as de proporcionar um fórum de discussão de ideias contrárias, ser os olhos e ouvidos dos cidadãos na

construção da cena política e agir como “cão de guarda” para perceber os abusos do poder, não só passam ser questionadas pelo público, como divididas com ele.

O sistema de distribuição entre vozes legítimas e ilegítimas dentro do debate público sempre foi uma forma de, através dos discursos, restringir a esfera deliberativa e garantir determinados exercícios de poder. O próprio jornalismo funda-se sobre esta lógica, justificando-se dentro das democracias recentes pela autorização que possui para colocar em comum determinadas leituras do real, sobre as quais se deposita certa fé de verdade. A ideia de uma opinião pública pautada em certa irracionalidade (LIPPMANN, 2008) também serviu durante muito tempo para reafirmar um sistema de legitimidades dadas a determinados grupos em “favor” das massas.

Porém, a capacidade de garantir aos cidadãos os elementos necessários para participarem dos processos midiáticos de discussão já não tem nos modelos tradicionais de produção e distribuição da informação seu único balizador. Num ambiente complexo como o ciberespaço, onde as instâncias de recepção tornam-se também instâncias de produção, novas vozes entram em disputa pela possibilidade de (re)significar o mundo. Mais do que retransmitir e armazenar conteúdos de outras mídias, os cidadãos com acesso a esse tipo de tecnologia podem agora relacioná-los, manipulá-los e reeditá-los, atribuindo-lhes novos valores e sentidos.

Isto permite o compartilhamento de um grande conjunto de formas simbólicas, estabelecendo um espaço do visível (MAIA, 2008) que torna imagens, ações e eventos socialmente aceitos. É nesse contexto que os memes se fortalecem e se popularizam. Ao proporem uma análise do cotidiano capaz de reunir elementos do imaginário social e midiático, gerando impactos nas percepções do público, ganham uma dimensão política, social e cultural delineada por sua construção paródica da realidade. Isso porque nas redes sociais da internet é comum a piada dar o tom do debate e, não raro, ser a primeira fonte de informação, seja ela falsa ou verdadeira.

A paródia, por sua vez, conforme destaca Sant’Anna (2007), cria desvios capazes de ressignificar os discursos, propondo a subversão dos sentidos expressos originalmente. Um jogo intra e/ou intertextual que perverte o sentido da mensagem primária, estabelecendo uma voz antagonica que questiona, critica e traz novo sentido a ela. É ao mesmo tempo uma “representação”, na medida em que dramatiza um determinado acontecimento, e uma “re-apresentação” daquilo que ficou escondido, implícito no discurso de origem. Em outras palavras, é uma

nova forma de ler determinado discurso, transformando a fala em um espaço de conflitos. Tal característica, quando aplicadas aos memes, demarca não apenas seus aspectos produtivos e reprodutivos, mas também seu caráter reflexivo, na medida em que permite a tomada ou a ampliação de consciência sobre situações específicas.

Geralmente associados a uma ideia de “cultura inútil” ou “besteira”, os memes que diariamente invadem as *timelines* de nossas redes sociais virtuais são muito mais do que isso. O olhar reticente comumente atribuído a eles remonta o antigo preconceito que não reconhece na cultura popular uma manifestação da própria cultura, colocando-a ainda sob o domínio do gosto e limitando seu potencial criativo e transformador. Uma disputa que se acreditava superada pela diluição das fronteiras entre as ideias de “alta cultura” e “baixa cultura”, condição tão cara à pós-modernidade (FEATHERSTONE, 1995). O tom de brincadeira e as técnicas extremamente simples de produção contribuem para a percepção dos memes como um tipo de diversão passageira. Dessa condição, contudo, é que surge sua principal potencialidade, que segundo Jenkins (2009) diz respeito a uma capacidade de ressonância cultural e de envolvimento de novos públicos e mercados na circulação de novos significados e valores.

Embora nem todo meme seja engraçado, esta é uma característica que contribui diretamente para sua propagação. O humor, que ao longo dos tempos tem sido percebido como uma forma marginal de denúncia e crítica, torna-se uma ferramenta eficaz na deflagração de problemas. O entendimento da comédia como um gênero menor remonta a própria origem do termo e sua distinção em relação à tragédia ocorre tanto por uma determinação político-social das hierarquias, como político-estética das configurações formais. Ao passo que na tragédia celebrava-se a fertilidade da natureza, na comédia os jovens saíam às ruas fantasiados e brincando com os habitantes da cidade, ao melhor estilo do carnaval. Sua determinação como gênero literário menor deve-se principalmente ao fato daquela contar histórias de deuses e heróis e de seu júri ser composto pelos nobres da época, ao passo desta falar de homens comuns e escolher seu júri entre pessoas da própria platéia.

Em sua análise sobre a estética literária da Idade Média, Bakhtin (1993) destaca que o riso e o cômico acompanhavam toda e qualquer cerimônia, configurando-se por seu caráter extra-oficial em relação ao Estado e à Igreja. A ritualística do carnaval, enquanto manifestação popular de celebração da vida, opunha-se à imutabilidade e perenidade das regras (hierarquias, valores, normas, tabus, etc.), fazendo emergir as perspectivas utópicas de universalidade, liberdade, igualdade e

abundância. Ao ignorar as distinções entre atores e expectadores, e mesmo a própria ideia de palco, o humor carnavalesco era uma expressão de resistência ao controle imposto pelos poderes estatais e religiosos da época. Por fazer alusões jocosas aos mortos, satirizar personalidades vivas e até mesmo os deuses, a comédia consolidou-se também como uma forma de liberdade de expressão, ligada diretamente às dinâmicas democráticas. A oposição ao sério, ao monológico e ao oficial era também uma forma de romper com o medo e a hostilidade dos poderes instaurados.

Os memes da internet, sob determinados aspectos, parecem retomar essa tradição. De modo bastante peculiar, funcionam como comentário/crítica dos acontecimentos cotidianos, políticos e midiáticos, contribuindo tanto para ampliar sua visibilidade como para questioná-los. Seu caráter polissêmico é capaz de revelar hábitos e dinâmicas culturais que determinam a forma como entendemos, nos relacionamos com e construímos a realidade social através das mídias. Por trás de sua linguagem aparentemente despreziosa e superficial, passam a atuar jogos de poder e contrapoder, incidindo diretamente na economia dos discursos nos termos em que nos coloca Foucault (1988, 2012). Um poder que se define por seu caráter relacional ante a multiplicidade de forças em conflito dentro de uma determinada sociedade. E um contrapoder, no sentido das resistências que se estabelecem dentro dessa própria rede, que lhe é coextensivo. Ambos tornando-se pontos móveis e transitórios que participam da totalidade da estrutura social, um articulando-se ao outro.

Termo cunhado por Dawkins (1979) para expressar a relação entre a forma de propagação dos genes e das ideias, os memes, no contexto da internet, deixam de ser uma unidade de reprodução para se tornarem um conjunto discursivo. Seu significado não se encontra intrínseco em peças isoladas, mas no contexto coletivo de suas (re)criações (SHIFMAN, 2014). De acordo com Tavernari (2013), devido a sua grande capacidade de propagação de enunciados, apresentam-se como sintomas de manifestações culturais. Exemplos significativos de reinterpretações que possibilitam a criação de novos modelos de produção dos sentidos. Para Knobel e Lankshear (2007), um eminente novo gênero midiático, o qual requer novas experiências de “letramento”.

Enquanto formas expressivas, os memes condensam em sua estrutura princípios que regem a cibercultura. A partir dos usos e apropriações das tecnologias digitais, estabelecem uma série de práticas pautadas na livre associação e (re)combinação de elementos e

informações (LEMOS, 2006). Dinâmicas que, associadas ao conceito de *digital trash*, permitem aproximar os memes da atitude *cyberpunk* numa espécie de “faça você mesmo” que se coloca em oposição a alguns preceitos da indústria cultural clássica (PRIMO, 2007). É em função disso que, mais do que uma prática de criação ordinária, os memes configuram-se como materializações de conceitos socialmente disponíveis, os quais, devido a suas dinâmicas de (re)produção, tornam-se perceptíveis quando (com)partilhados.

Configurando-se a partir de todo material disponível na internet, fazem uso de narrativas diversas, veiculadas inicialmente em outras mídias ou mesmo em produtos originários do ciberespaço. Atribuem ressignificações, reenquadramentos aos discursos primários dos quais se apropriam. É o que Bourriaud (2009, p.09) estabelece como o paradigma da pós-produção, que no âmbito da arte aparece como a exploração de novas formas a partir de objetos já disponíveis no mercado cultural, relativizando noções como as de originalidade e criação. Uma forma de se orientar no “caos cultural” que se intensifica no contexto digital, “como se o mundo dos produtos culturais e das obras de arte constituísse um estrato autônomo capaz de fornecer instrumentos de ligação entre os indivíduos”.

A recombinação de elementos para criação de produtos inéditos é uma estética que ganha força na cultura ocidental com as vanguardas artísticas do século XX. A reprodutibilidade técnica discutida por Benjamin (2010) já apontava para alteração da importância do original diante da possibilidade de reproduzi-lo tecnicamente, propondo uma nova e mais democrática expressão das sensibilidades coletivas. A defesa do caos e da imperfeição proposta pelo Dadaísmo com a intenção de questionar sistemas e códigos estabelecidos pelo mundo da arte, bem como a bricolagem típica da *Pop Art*, também aparecem como expoentes da dialética da remixagem. O deslocamento e a (re)combinação de imagens da cultura popular e industrial são utilizados para elaboração de outras narrativas, as quais criticam, a partir da paródia, a própria realidade na qual estão inseridas.

Nas mídias, iniciativas dessa natureza tornaram-se expressivas a partir de movimentos como o *culture jamming*, movimento associado às práticas de gerar interferências em produtos midiáticos e culturais através de união entre arte, mídia, paródia e atitude *outsider*. Uma prática que se configurou pela apropriação de técnicas e expressões do universo midiático com o objetivo de subvertê-los, ressignificá-los e até mesmo sabotá-los. Os *jammers*, espécie de midiativistas do passado, tinham o objetivo de gerar certa confusão nos sentidos culturais

(im)postos através da manipulação dos signos. Uma tática política bastante efetiva, especialmente quando consideramos a soberania exercida pelas imagens no período pós-moderno (DERY, 2010).

No ambiente virtual, os memes aparecem como manifestações popularizadas dessas práticas, ficando no entremeio de expressões historicamente legitimadas para apreender e significar o mundo a nossa volta, a exemplo da arte e do próprio jornalismo. Da primeira, carregam as técnicas expressivas que permitem livres associações sem o compromisso social de pôr em comum uma realidade. Do segundo, trazem o potencial informativo para divulgar e comentar acontecimentos, bem como para reforçar ou questionar estereótipos. No conjunto de suas expressões desdobram-se em atos narrativos, os quais segundo Motta (2013) não terminam com a produção de um determinado texto, prolongando-se criativamente a partir dele em atos de recepção.

O público, a partir de suas próprias produções, pode revelar perspectivas deixadas de lado por relatos oficiais e/ou hegemônicos. Isso estabelece novas implicações para o que Charaudeau (2013) define como a geração de saberes capazes de produzir efeitos de verdade nos receptores. Efeitos esses que, segundo as ideias de Foucault (1988, 2012), ao serem produzidos no interior dos próprios discursos - que por si só não são nem verdadeiros nem falsos -, tornam-se fundamentais para o exercício do poder, dos quais a verdade não está dissociada. Enquanto “um conjunto de procedimentos regulados para a produção, a lei, a repartição, a circulação e o funcionamento dos enunciados” (FOUCAULT, 2012, p.54), a verdade é sancionada pelos discursos a partir de instâncias e técnicas valorizadas para sua obtenção. Condição que a demarca como o resultado dos tensionamentos e jogos de poder/contrapoder que ocorrem no âmbito das trocas humanas.

Entender isso se torna fundamental para dinamizar o embate das ideias que caracteriza a discussão pública na atualidade, o qual tem nas mídias e, em especial no jornalismo, importantes espaços de manifestação. Sem ignorar o papel que os memes podem assumir na afirmação dos poderes hegemônicos, propagando estereótipos e preconceitos, questiona-se sob que aspectos eles também podem gerar interferências nos discursos político-midiáticos, funcionando como um exercício de contrapoder. Levantar tal problemática oferece importantes pistas para a compreensão das mutações que vêm ocorrendo na esfera pública midiática e de como modelos representativos vêm sendo questionados. Nossa hipótese é de que os memes funcionam como

exercício de contrapoder quando subvertem e/ou desqualificam os discursos que tomam por base.

Como pressuposto adota-se a perspectiva de que a apropriação paródica, com base em expressões da cultura popular e de técnicas e linguagens das artes e das mídias, conferem aos memes um grande potencial de visibilidade e compartilhamento, contribuindo significativamente para que estabeleçam o que podemos chamar de *movimentos de subversão midiática*. O objetivo central da pesquisa é problematizar aspectos que permitem aos memes gerar interferências nas mensagens, atuando como um contraponto a elas. Com base em nosso objeto empírico, composto por memes sobre os debates eleitorais televisivos para Presidência da República de 2014, define-se como objetivo específico a avaliação de modificações que os memes têm gerado na dinâmica e na produção discursiva desses eventos.

Sendo os debates um acontecimento de caráter jornalístico produzido pelas mídias (CHARAUDEAU, 2013), demarcam um momento em que as atenções estão voltadas para a disputa eleitoral e para si mesmos. O público, que tem neles uma forma de selecionar informações para construir sentidos sobre questões políticas, posições e interesses relacionados, envolve-se racional e emocionalmente com eles. O corpus da pesquisa, composto pelos memes sobre o último debate eleitoral do primeiro turno e o último do segundo turno, ambos realizados pela *Rede Globo* e pelo *G1*, totaliza 1.555 memes. Para melhor organizar esse empírico, facilitando sua consulta no decorrer deste estudo, ou mesmo sua utilização em outras pesquisas, foi criado o site <http://rikes86.wixsite.com/memesdebates2014>.

Metodologicamente a definição por um acontecimento específico possibilitou maior controle na captação do material a ser analisado, especialmente quando levamos em conta as dificuldades em delimitar conteúdos em um ambiente tão volátil como a internet, onde novas produções aparecem a cada instante. A busca aconteceu a partir do rastreamento da *#DebatenaGlobo* (pelo *Twitter*) nos dias dos debates: 02/10/2014 a 03/10/2014 e 24/10/2014 a 25/10/2014. Como forma complementar buscou-se pelo termo “memes debate globo primeiro/segundo turno” no *Google*, considerando-se para tanto as cem primeiras imagens da aba “imagens” e as primeiras cinco páginas da aba “*Web*”, especificamente com *links* para sites de informação que noticiaram os memes sobre os debates.

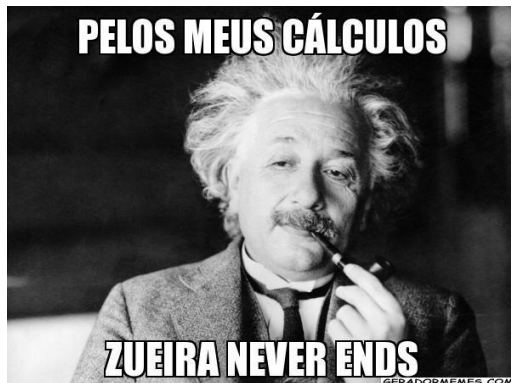
A pesquisa está dividida em três capítulos. O primeiro deles - *A problemática do poder no espaço público midiático contemporâneo* - propõe uma reflexão sobre como conceitos de poder e contrapoder

podem ser entendidos a partir do atual momento da comunicação e do jornalismo, permeado por novas experiências de mediação tecnológica e pela reelaboração de práticas expressivas. Problematiza como esse novo *status* midiático implica na crise de determinados modelos, ao mesmo tempo em que aponta para novas possibilidades de participação e inovação, constituindo um espaço público marcado pela alteridade dos debates. O segundo capítulo - *Memes: do fragmento midiático ao frame paródico da realidade* - estabelece aproximações entre os conceitos de meme e de *frame*, analisando sob a perspectiva da intertextualidade como ambos podem incidir sobre uma construção paródica da realidade. A partir de sua expressão em diferentes práticas e momentos históricos, avalia como a paródia, especialmente em seu enquadramento humorístico, pode funcionar como um exercício de subversão e contrapoder.

O terceiro capítulo - *Memes, política e contrapoder* - avalia como se dá a estruturação da cena político-midiática num momento onde o imaginário político passa a se estruturar num espaço onde a conversação ganha dimensões midiáticas, marcadas por práticas colaborativas de comunicação. Avalia como os memes, enquanto elementos que passam a fazer parte da dinâmica dos debates contribuem para sua exposição e ressignificação. Com base na da ideia de cena trabalhada por Maingueneau (2008) e dos discurso políticos como jogo de máscaras proposta por Charaudeau (2008), sugere-se a construção de uma cenografia memética dos debates, através da qual é possível observar os desvios de sentido propostos pelos memes em relação aos discursos que tomam por base.

De um modo bastante significativo o material analisado nos permite observar os memes como uma ferramenta popular para comentar, discutir e questionar acontecimentos, posturas e discursos, especialmente os de caráter político. A maneira como as cenas política e midiática vêm se (re)organizando oferece elementos para percebê-los como uma espécie de (*re*)*framing* paródico da realidade, indicando que, ao mesmo tempo em que são o resultado de um série de enquadramentos socialmente compartilhados, também possuem potencial para propagá-los ou contestá-los. Também nos permitem refletir sobre o papel dos debates e dos discursos políticos, midiáticos e jornalísticos. Ao evocarem o riso (no sentido bakhtiniano), transformam-se potencialmente em ferramentas de exposição dos poderes e dos artifícios que estruturam discursivamente suas práticas, deflagrando a necessidade de repensarmos nossos próprios sistemas representativos. Em suas

possibilidades subversivas, reafirmam a condição de que a “zueira” não pode acabar.³



³ Referência ao termo “*zueira never ends*”, utilizado na internet para dizer que a zoeira nunca tem fim.



CAPÍTULO 1. A PROBLEMÁTICA DO PODER NO ESPAÇO PÚBLICO MIDIÁTICO CONTEMPORRÂNEO

*Le journalisme est mort. Vive le journalisme!*⁴ Analogia à tradicional expressão *Le roi est mort. Vive le roi!*⁵, a qual era feita durante as sucessões monárquicas desde a Idade Média em diversos países, com a intenção de demarcar a transferência instantânea de poder do antigo monarca para seu herdeiro direto. Desse modo, evitava-se a ideia de um período sem a governança real no qual pudesse instalar-se a desordem e a anarquia. Sugerir que o jornalismo está morto para, em seguida, desejar-lhe vida longa, estabelece as bases para o paradoxo no qual o mesmo encontra-se mergulhado. Evoca tanto um sentido de crise (morte) como de inovação (vida longa). As implicações disso não se esgotam na substituição de modelos ou nos usos das técnicas e dos aparatos que oferecem novas possibilidades à práxis jornalística. Demarcam também o processo de redefinição das fronteiras do próprio campo e a necessidade de repensar seu papel perante a sociedade. A passagem de uma oração à outra não impõe um fim puro e simples. Antes, evidencia a interdependência entre os dois acontecimentos, num jogo de poder e contrapoder característico das trocas sociais.

A pausa dramática provocada pelo ponto final que divide a expressão original abre um precedente importante: um artifício semântico através do qual qualquer um poderia infiltrar-se para reivindicar ao trono do rei recém morto, colocando em cheque a sucessão monárquica. Para o jornalismo esse sujeito desdobra-se na figura coletiva do próprio público, e o poder em jogo é o da fala, o de incidir sobre a realidade a partir da produção de seus próprios relatos. É exatamente neste “ponto” em que nos encontramos. Diante dos paradigmas que nascem das novas possibilidades de participação, promovidas em grande parte pela simplificação e popularização das tecnologias. Momento no qual o jornalismo e as demais formas representativas que organizam as sociedades contemporâneas já não se sustentam pelas regras que criaram. Ponto de tensão entre a morte anunciada de um determinado modo de pensar, fazer e consumir jornalismo e as inovações necessárias para que o mesmo mantenha-se relevante para as dinâmicas democráticas. Uma paisagem incerta e conturbada que vai desenhando o novo espaço público midiático, no

⁴ O jornalismo está morto. Vida longa ao jornalismo.

⁵ O rei está morto. Vida longa ao rei!

qual se inscrevem novas formas de intervenção sobre a realidade e participação social, a exemplo dos memes da internet.

Se, conforme propõe Bakhtin (2010, p.42), “o signo reflete e refrata a realidade em transformação”, encontramos nos temas que se atualizam em um determinado tempo e espaço, e nas formas discursivas como são organizados e experimentados pelos atores que participam do processo, elementos para lançar nova luz a um antigo problema: o das relações de poder que se estabelecem *nos* e *a partir dos* espaços comunicacionais. Em seus estudos sobre a filosofia da linguagem o autor demonstra como os processos de interação verbal respondem diretamente às flutuações de uma dada atmosfera social. Aspecto que permite à psicologia do corpo social materializar-se na palavra, acumulando “mudanças e deslocamentos quase imperceptíveis que, mais tarde, encontram sua expressão nas produções ideológicas acabadas” (p.43). Uma condição que entendemos aqui não como restrita à palavra, mas eminente à toda e qualquer linguagem.

Os signos, em sua condição móvel e plurivalente, tornam-se um campo de disputas de poder capaz de expressar o próprio desenvolvimento das sociedades onde são produzidos e reproduzidos. Sobre eles incidem uma ampla variedade de discursos, os quais ganham pregnância na medida em que adquirem valor social, condição que nas sociedades contemporâneas está diretamente ligada à exposição midiática. Nos processos de interação que possibilitam, os signos atuam diretamente na produção de sentidos, tanto para o estabelecimento de consensos, quanto para a geração de atritos, ruídos que colocam em disputa diferentes olhares sobre a realidade. É em função disso que Bakhtin (2010) demarca o condicionamento do signo aos processos da organização social, sendo impossível separar sua base material das ideologias que dele se apropriam, ou da comunicação e suas formas da base material da qual emergem.

Tal perspectiva aponta para uma concepção do poder que ultrapassa, conforme propõe Foucault (1988, 2012), a imagem de um poder lei, poder código. Ou seja, o poder, embora possa aparecer nas formas terminais de suas expressões como o conjunto de instituições ou aparelhos que inferem sobre os sujeitos uma série de normas e direções, não é e nem está restrito a eles. Trata-se, antes, de um exercício que se dá nas co-relações entre os sujeitos e os mecanismos que elegem para atuar diante de uma condição de conflito. Aspecto que permite ao autor entender o poder enquanto potência, resultado de estratégias complexas que se desenvolvem no seio de uma determinada sociedade e a atravessam em toda sua extensão. Não existe, portanto, um poder único,

baseado em regras universais de conduta que possam ser aplicadas indistintamente para se obter determinados efeitos, mas um complexo de “micropoderes” cuja manifestação acontece de maneira variada e em diferentes pontos de uma rede social. Ao invés de um sistema de dominação exercido por um indivíduo, grupo ou instituição sobre os outros, o poder se caracteriza pela...

...multiplicidade de correlações de forças imanentes ao domínio onde se exercem e constitutivas de sua organização; o jogo que, através de lutas e afrontamentos incessantes as transforma, reforça, inverte; os apoios que tais correlações de força encontram umas nas outras, formando cadeias ou sistemas ou ao contrário, as defasagens e contradições que as isolam entre si; enfim, as estratégias em que se originam e cujo esboço geral ou cristalização institucional toma corpo nos aparelhos estatais, na formulação da lei, nas hegemonias sociais. (FOUCAULT, 1988, pp. 88-89)

O poder não está, portanto, no rei morto ou em seu sucessor, embora eles tenham a capacidade de ilustrá-lo na medida em que assumem uma condição socialmente aceita para seu exercício. Tampouco está na população, apesar dessa possuir uma relativa autonomia para propor transformações capilares capazes de gerar mudanças de modo independente. O poder está nas relações e jogos de força que permitem a manutenção ou a quebra de um determinado sistema simbólico, funcionando como uma rede de dispositivos que só existe enquanto prática, e da qual é impossível fugir. Ou como descreveria Foucault (1988, p.89), no “suporte móvel das correlações de força que, devido a sua desigualdade, induzem continuamente a estados de poder, mas sempre localizados e instáveis”. Com isso em mente o autor demarca o caráter onipresente do poder, uma vez que se produz constante e simultaneamente em toda e qualquer relação entre um ponto e outro. “O poder está em toda parte: não porque englobe tudo e sim porque provém de todos os lugares.” Trata-se de um “efeito de conjunto”, resultado de como essas forças se movem e se encadeiam na tentativa de fixarem-se como legítimas ou ilegítimas em uma determinada sociedade.

Sua operação supõe, conforme podemos concluir, a existência de um contrapoder, mas não como uma força única e de igual proporção

que atuaria no sentido de interrompê-lo, como se o poder pudesse ser barrado. O que existe é uma disputa propriamente simbólica que acontece na medida em que diferentes efeitos de verdade vão sendo produzidos no interior dos discursos, que em si não são nem verdadeiros e nem falsos (FOUCAULT, 2012). Uma vez que operam como “elementos ou blocos táticos no campo das correlações de força”, é possível observarmos “discursos diferentes e mesmo contraditórios dentro de uma mesma estratégia” ou, ao contrário, sua reiteração “sem mudar de forma entre estratégias opostas” (FOUCAULT, 1988, pp. 96-97). Não se trata, portanto, da alternância de um poder instituído para um contrapoder que lhe faz oposição pura e simplesmente, mas de atravessamentos de um poder em exercício que, através dos discursos, apropria-se da realidade para estabelecer sobre ela certas condições de verdade. Um jogo em andamento, onde as representações de poder só existem na medida em que articulam os discursos num sentido de torná-los socialmente aceitos e (com)partilhados.

É em função disso que Foucault (1988, p.67) atribui à economia dos discursos, mais do que a um sistema específico de representações, “as características fundamentais do que eles dizem”. Ou seja, são “sua tecnologia intrínseca, as necessidades de seu funcionamento, as táticas que instauram, os efeitos de poder que os sustentam e que veiculam”, os aspectos que permitem aos discursos gerar significados compartilhados ou romper com eles. Nas sociedades contemporâneas essa economia está diretamente ligada ao campo midiático, seja pelos discursos que fazem circular ou pelos enquadramentos a que submetem os acontecimentos e assuntos que optam por tratar. Embora não se configurem como um poder - ou contrapoder - as mídias...

...participam do jogo complexo do poder, mas somente na condição de lugar de saber e de mediação social indispensável à constituição de uma consciência cidadã, o que não é pouco. Criam mais curiosidade do que conhecimento e, com isso, constituem uma máquina maravilhosa de alimentar as conversas dos indivíduos que vivem em sociedade. Grandeza e miséria das mídias cujo discurso de informação se atribui a uma aparência de *doxa* que, na realidade, fica presa nas redes da *paradoxa*. (CHARAUDEAU, 2013, p.277)

O poder que se costuma chamar de “poder da mídia” está, na verdade, relacionado aos discursos que circulam nas mídias, tendo

relação direta com o caráter de visibilidade que lhes é dado e como são apresentados ao público sob um manto de “transparência”. Porém, conforme lembra Charaudeau (2013, p.276), as mídias não podem pretender a transparência, uma vez que o acontecimento é resultado de uma construção essencialmente discursiva e diretamente relacionada às significações que lhe são atribuídas posteriormente, no decorrer de seus desdobramentos, com força inclusive para ressignificar o que lhe precedeu. A produção de discursos sobre o acontecimento, portanto, torna-se mais importante do que o acontecimento em si, ou melhor, torna-se aquilo que entendemos como o próprio acontecimento. É na constante apropriação dos acontecimentos em seus desdobramentos discursivos e contradiscursivos que se estabelecem as verdadeiras disputas de poder e os movimentos de contrapoder que atuam na construção dos sentidos sobre a realidade.

Dos discursos que circulam nas mídias, três aparecem como centrais para a problemática do poder dentro das sociedades democráticas contemporâneas: o político, o jornalístico e o cidadão. Em relação ao primeiro, os discursos produzidos dentro da cena política encontram na instância midiática o espaço ideal para consolidar e propagar seus efeitos. Há tempos que a ideia da praça pública não apenas se organiza através das mídias, como também em função delas. Os discursos políticos, ao se apropriarem de maneira deliberada de técnicas e recursos midiáticos, passam a encenar um espetáculo que pretende reafirmar, através das imagens que compõem o imaginário social sobre o próprio campo. Uma certa condição de verdade que, segundo Foucault (2012, p.51), “não existe fora do poder ou sem o poder”. Para isso, procuram produzir determinados tipos de enunciado que sejam sancionados pela sociedade como legítimos.

Os discursos jornalísticos, por sua vez, teriam o papel de expor o jogo político, revelando as causas e consequências por trás dos bastidores do poder e funcionando como uma espécie de guardião dos interesses da população frente às tomadas de decisões políticas. Instância que atuaria na distinção entre quais enunciados são verídicos e quais são falsos, uma vez que seria simbolicamente detentor de técnicas e procedimentos “que são valorizados para obtenção da verdade” (FOUCAULT, 2012, p.52). O jornalismo, na mesma linha em que propõe Charaudeau (2013) em relação aos discursos das mídias, ao invés da manifestação de um discurso intimamente ligado ao poder e à manipulação, teria o papel de posicionar-se contrário a eles. O que se observa na prática, porém, é uma relação mais próxima e porosa do que seria, em muitos momentos, adequada aos processos democráticos. É

comum o jornalismo ser utilizado por interesses privados - ou mesmo utilizar-se deles para interferir na política - como mecanismo de manipulação da opinião pública, ideia à qual os discursos dos cidadãos são constantemente reduzidos ao serem tratados nas e pelas mídias.

Com frequência os discursos políticos e jornalísticos apropriam-se dos discursos dos cidadãos para guiar e/ou justificar ações e construir determinados sentidos de verdade. Uma dinâmica que transpõe a heterogeneidade destes - compostos por um grande entrecruzamento de conhecimentos, crenças e opiniões - para uma espécie de entidade mais ou menos homogênea e estável. Não se trata, contudo, de um processo de manipulação de forma unidirecional e sem resistências. Cada uma dessas esferas caracteriza-se como um campo de produção de discursos através do qual um conjunto de formações discursivas em concorrência vai se delimitando reciprocamente. Existe entre eles, portanto, uma relação de interdependência, sendo que cada um se define através das trocas que estabelece com os outros.

O que existe no jogo midiático, conforme Charaudeau (2013, p.125), é uma relação de ressonância que se regula entre as instâncias de produção e recepção, com cada um dos atores do processo se sintonizando “provisoriamente com o outro pelo viés de representações supostamente compartilhadas, as quais, levadas pelos discursos, circulam entre os membros de uma determinada comunidade cultural”. Condição relacional que demarca a complexidade com que as relações de poder se estabelecem nos processos comunicacionais.

Seria ingênuo acreditar que poderia haver uma relação sem ambiguidade entre a instância de informação e a instância política; além disso, seria presunçoso pensar que é fácil delimitar o que é a consciência cidadã; e, por fim, seria enganoso fazer crer que a instância midiática pode dominar a totalidade dos efeitos que saem da máquina de informar. (CHARAUDEAU, 2013, p.277)

Sob esse aspecto, a economia dos discursos da qual nos fala Foucault (1988), no âmbito do espaço público midiático, encontra-se intimamente ligada à ideia de discursos circulantes proposta por Charaudeau (2013, p.118): “Uma soma empírica de enunciados com visada definicional sobre o que são os seres, as ações, os acontecimentos, suas características, seus comportamentos e os julgamentos a eles ligados.” Enunciados que se desdobram em formas

discursivas expressas nos mais variados mecanismos de comunicação, cumprindo, de acordo com o autor, três funções centrais: a de *instituição de poder/contrapoder*, que atua nas relações entre discursos de autoridade - a exemplo do poder político - e aqueles que contestam a ordem imposta; a de *regulação do cotidiano social*, que se desenvolve nos discursos que normatizam as relações sociais e fundamentam suas avaliações éticas; e a de *dramatização*, relativa aos discursos que, por intermédio do imaginário social, relatam os problemas enfrentados pelo ser humano.

A internet, na medida em que se configura como um novo espaço para a produção dos discursos que circulam midiaticamente, adiciona também novas perspectivas às dinâmicas e relações de poder. Embora esteja sujeita a antigos mecanismos de exclusão, uma vez que nem toda sociedade tem acesso direto ao seu ferramental, destaca-se por seu caráter de potência, ao gerar uma nova economia dos discursos, especialmente aqueles produzidos pelos cidadãos. Rena (2009, p.09), em seus estudos sobre a passagem do biopoder relacionado à figura do autor tradicional para a da biopotência gerada pelo agenciador cibernético, destaca que “além das forças culturais que já conhecíamos, passamos a experimentar outras situações, tensionamentos e derivações na produção artística e cultural contemporânea.” Característica que, segundo o autor, está diretamente associada ao fato da experimentação cultural ter uma base cada vez mais tecnológica, o que “altera os processos de subjetivação, as formas de presença e a circulação de bens culturais”.

Em relação à produção da informação, os processos tornam-se mais abertos e fluídos, caracterizados especialmente pelo viés da coletividade e por certa flutuação da verdade. A maior participação do homem comum na expressão midiática de suas ideias confere às massas um protagonismo que ainda não havia sido experimentado, o que oferece novos elementos para a discussão do poder e do contrapoder. Ao analisar essa problemática sob a perspectiva dos movimentos sociais através das redes digitais de comunicação, Castells (2013, p.13) defende que “as relações de poder são constitutivas da sociedade porque os que detêm o poder constroem as instituições segundo seus valores e interesses.” O autor aponta duas formas através das quais esse poder é exercido: pela coerção ou pela “construção de significados na mente das pessoas”, sendo esta sua luta fundamental, uma vez que “a forma como as pessoas pensam determina o destino de instituições, normas e valores sobre os quais a sociedade é organizada”.

Castells (2013, p.13) reafirma o fato de que as relações de poder não acontecem de maneira estável e linear. Como “as sociedades são contraditórias e conflitivas”, a existência de um poder denota sempre um contrapoder, considerado pelo autor como “a capacidade de os atores sociais desafiar o poder embutido nas instituições da sociedade com o objetivo de reivindicar a representação de seus próprios valores e interesses”. Ou seja, se um grupo considerável de pessoas tiver opiniões contrárias em relação aos valores e às normas que foram institucionalizadas ao longo do tempo, o sistema vê-se obrigado a mudar, embora essa mudança não se concretize, necessariamente, dentro dos termos imaginados pelos agentes de mudança. As configurações desses espaços estão, portanto, diretamente ligadas às constantes e indissociáveis interações entre poder e contrapoder, uma agindo sobre a outra.

A partir de seus estudos sobre os regimes discursivos em torno da sexualidade, Foucault (1988) estabelece quatro regras que nos ajudam a compreender a dinâmica suscetível e mutável do poder a partir dos discursos. A *regra de imanência* estabelece que aquilo que o poder toma como alvo está ligado a certas exigências - econômicas, políticas, ideológicas, etc. - e só o faz “em função de técnicas de saber e procedimentos discursivos que os tornam suscetíveis a isso” (p.93). Ou seja, é através dos discursos sobre aquilo a que se dirige que o poder produz seus efeitos. A *regra das variações contínuas* entende o poder pelo “esquema de modificações que as correlações de força implicam através de seu próprio jogo” (p.94), não estando ele concentrado em uma pessoa, grupo ou instituição, mas nas relações estabelecidas entre eles.

A *regra do duplo condicionamento* baseia-se nos “encadeamentos sucessivos que transformam um jogo local em uma estratégia global” e vice-versa (p.95), demarcando a importância que as regras sociais e os condicionamentos subjetivos têm para o estabelecimento de uma condição de poder. E a *regra da polivalência tática dos discursos*, que determina as articulações que os discursos estabelecem entre poder e saber. Uma vez que o universo discursivo não se divide entre um determinado discurso e seu oposto, é através da multiplicidade de elementos discursivos que o poder desenvolve suas estratégias, com cada discurso articulado e implícito uns nos outros.

É preciso admitir um jogo complexo e instável em que o discurso pode ser ao mesmo tempo instrumento e efeito de poder, e também

obstáculo, escora, ponto de resistência e ponto de partida de uma estratégia oposta. O discurso veicula e produz poder, reforça-o, mas também o mina, expõe, debilita e permite barrá-lo. Da mesma forma, o silêncio e o segredo dão guarida ao poder, fixam suas interdições; mas, também afrouxam seus laços e dão margem a tolerâncias mais ou menos obscuras. (FOUCAULT, 1988, p.96)

Tomemos como exemplo a reação do público nas redes sociais à matéria da revista *Veja* sobre Marcela Temer, esposa do então vice-presidente Michel Temer (PMDB), intitulada “*Bela, recatada e ‘do lar’*”⁶, de abril de 2016. Poucas horas após a revista descrever Marcela a partir de qualidades como “ser discreta”, “falar pouco” e “usar saias na altura dos joelhos” os internautas iniciaram um movimento através da *#belarecatadaedolar*, que se apropriou da manchete de *Veja* para contrapor o discurso da revista. A pesquisadora em Filosofia Política Djamila Ribeiro (2016, *online*), em sua coluna para revista *Carta Capital*⁷, classificou o texto como uma tentativa de “enaltecer Marcela Temer como a mulher que todas deveriam ser, à sombra, nunca à frente”, argumentando tratar-se de uma imagem reducionista que revela o machismo e o conservadorismo da imprensa e da política nacionais. Uma imagem intimamente ligada à economia dos discursos que, ao longo do tempo, atuou diretamente na construção de um imaginário sobre as mulheres e os papéis sociais que estas deveriam desempenhar. Condição que nas mídias, nas relações que estabelecem com o público, aparece muitas vezes cristalizada em estereótipos.

Nos memes criados pelos internautas (imagens 09 a 13) porém, a verdade expressa no discurso de origem é questionada. Os termos “bela”, “recatada” e “do lar” foram apropriados pelo público e associados a uma grande variedade de imagens apresentando atitudes nada recatadas e/ou estéticas fora dos padrões de beleza ou modelos de comportamento sugeridos pela matéria. Mulheres bebendo, fumando, com decotes generosos, em poses sensuais ou apresentadas como lutadoras criaram um mosaico visual que lançou mão da paródia para ridicularizar e criticar o subtexto presente na matéria. Logo, o acervo

⁶ Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/bela-recatada-e-do-lar>. Acesso em: 20/04/2016.

⁷ Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/politica/bela-recatada-e-dolar-materia-da-veja-e-tao-1792>. Acesso em: 20/04/2016.

visual formado pela ação ultrapassou o universo feminino e a brincadeira estendeu-se também para imagens de homens, bichos, objetos e qualquer coisa que pudesse se contrapor ao sentido literal da legenda “bela, recatada e do lar”⁸. Na mensagem, criada e modificada coletivamente, é possível perceber premissas dos ideais feministas que, desde as primeiras décadas do século XX popularizou-se no Ocidente, tornando-se parte da economia dos discursos sobre gênero.

IMAGENS 09 a 13: Memes “*bela, recatada e do lar*”



Fontes: <http://belarecatadaedolar.tumblr.com>

Enquanto exercício de contrapoder, contudo, a ação não se encerrou como um discurso fechado em si mesmo, articulando-se em várias práticas de apropriação e ressignificação para atribuição de novos sentidos à mensagem. Apesar de propor um contradiscurso que se opõe e cria resistências àquele expresso pela revista, seus desdobramentos também deixaram transparecer efeitos de poder característicos de práticas discursivas hegemônicas. A participação dos homens na brincadeira, por exemplo, gerou uma discussão sobre até que ponto o público masculino teria o direito de se manifestar sobre uma luta que não seria sua. Ponto de tensão que revela o quão delicadas são as

⁸ Mais imagens podem ser acessadas em <http://belarecatadaedolar.tumblr.com>. Acesso em: 20/04/2016

questões de gênero no Brasil - especialmente quando estereótipos de feminilidade e masculinidade são postos à prova – e deflagra uma tentativa de estabelecer quem pode ou não falar sobre determinado assunto. A ideia de um protagonismo utilizado num sentido reativo, que busca delimitar *a priori* quem deve se calar diante de uma dada situação, gera um empoderamento que recria mecanismos de exclusão típicos de práticas instituídas. Algo que reafirma o caráter móvel do poder, tensionado entre discursos de resistência e sua assimilação por modelos estereotipados de representação.

Em “*From shopping to naked selfies: how ‘empowerment’ lost its meaning*”⁹, Freeman (2016, *online*) avalia como o sentido da palavra “empoderamento” associada ao feminismo se distanciou de sua conotação inicial na medida em que foi sendo apropriado pela publicidade, pela indústria do entretenimento e pelo próprio público. A colunista do *The Guardian* propõe uma cronologia que ilustra como o termo passou da “ideia de proporcionar autonomia e força para pessoas marginalizadas” para representar um feminismo mercantilizado, mais preocupado em permitir a uma mulher ganhar poder para o bem de si mesma do que para o bem do grupo. Dessa forma, conforme aponta Freeman, enquanto comprar sapatos caros ou postar fotos nuas no *Twitter* tornou-se uma escolha legítima e um direito sobre o próprio corpo, temas como masturbação feminina e aborto continuam sendo tabus. Ela conclui que o “empoderamento” não apenas se tornou sinônimo de um tipo de narcisismo auto-indulgente, mas também “um símbolo de como a política de identidade pode muito frequentemente se distrair com aqueles com vozes mais altas e esquecer aqueles que mais precisam dela” (traduções nossas).

Todos esses desdobramentos demarcam o quão complexas e instáveis podem ser as relações de poder e contrapoder, bem como a interdependência que as une enquanto causa e efeito dos discursos. Nos memes da internet esse jogo se dá a partir de uma dinâmica que evidencia o caráter aberto e relacional dos discursos, já que são produzidos coletivamente e de modo aparentemente informal, com cada nova versão adicionando outras possibilidades de significação e estimulando a criação de novas mensagens. Embora cada vez mais pesquisadores se preocupem em indicar a origem dos memes para efeitos de registro histórico, eles não pertencem de fato a ninguém, tampouco exigem habilidades exclusivas ou informações privilegiadas

⁹ Das compras aos auto-retratos nus: como o ‘empoderamento’ perdeu seu sentido (tradução nossa).

para serem elaborados.¹⁰ Dessa forma, enquanto dispositivos culturais portadores de discursos, deixam entrever as próprias regras do poder apontadas por Foucault (1988).

Dessas constantes (re)apropriações reorganiza-se o campo discursivo do qual os memes emergem. A simples declaração, explícita ou implícita, de que este ou aquele discurso *#nãomerepresentam*¹¹, já aponta para uma condição que estabelece oposições em relação às vozes que comumente se deixam ouvir no espaço público midiático. Ainda que, na analogia do rei morto, a efetividade de sua ação possa ser questionada enquanto força capaz de romper com o regime em questão, é inegável seu potencial em gerar resistências, ruídos no ponto que separa essa condição daquela que evoca vida longa ao novo soberano. Nos desdobramentos que se seguem, as relações de poder modificam-se na medida em que seus termos se reforçam ou se enfraquecem a partir de efeitos de resistência e contra-investimentos gerados nos e pelos discursos.

Nas relações com o jornalismo nos interessa entender como esses jogos de poder e contrapoder se estabelecem a partir do acúmulo e entrecruzamento dos discursos, seus interdiscursos. Nos subcapítulos que seguem propõe-se uma reflexão a partir desses aspectos em suas relações com a reconfiguração da esfera pública midiática. O primeiro - *1.1 A dimensão discursiva da tecnologia* - trata dos usos da tecnologia como resultado de conflitos que permeiam as relações e práticas sociais, políticas e econômicas. O segundo - *1.2 Novos fluxos de informação e reelaboração das práticas discursivas* - estabelece uma reflexão sobre a relação dos *media* com a esfera pública em um cenário de grandes modificações, especialmente nos papéis desempenhados pelos atores do processo comunicativo. Por fim, o terceiro - *1.3 Prolongamentos*

¹⁰ Embora o caráter de autoria possa se configurar como uma das características centrais do meme - a exemplo de Dilma Bolada, Chapolin Sincero e Félix Bicha Má - não há nenhuma regra previamente estipulada que impeça os internautas de se apropriarem desses memes e proporem novas mensagens a partir deles, imitando seus recursos estéticos e discursivos.

¹¹ De acordo com sua página no *Facebook* - disponível em https://www.facebook.com/NaoMeRepresenta/info?tab=page_info, acesso em: 20/04/2016 -, o movimento “não me representa” foi criado após o deputado Marco Feliciano (PSC) ser eleito presidente da Comissão de Direitos Humanos, em março de 2013, com o objetivo de questionar políticos que deveriam representar toda a população, sem exceções. Logo o termo foi apropriado pelos internautas para ilustrar situações em que não se sentem representados também em outras esferas, a exemplo do próprio jornalismo.

criativos do ato comunicativo - discute possibilidades expressivas - a exemplo dos memes - que emergem do atual contexto midiático em contraposição a modelos tradicionais de asserção sobre a realidade.

1.1 A DIMENSÃO DISCURSIVA DA TECNOLOGIA

O uso recorrente do prefixo “pós” imprime a nossa era a equivocada sensação de que as ideias de ordem, progresso, verdade, razão e objetividade – características atribuídas à modernidade – teriam se esgotado. Considerada por alguns teóricos como uma espécie de símbolo concreto que demarca a passagem definitiva da modernidade para pós-modernidade, a queda do muro de Berlim fortalece esse discurso, estendendo os desígnios do termo para outras esferas da vida em sociedade. A era industrial, com as significativas mudanças nos modos de produção e a importância cada vez maior atribuída aos bens simbólicos, logo adere a ele. Com a expansão das tecnologias de informação, a produção, a mídia e o jornalismo também se pretendem “pós”, impondo uma necessidade urgente da atualização de suas práticas e conceitos. O próprio capitalismo, frente à impossibilidade de atender as demandas e reivindicações que emergem no seio das sociedades contemporâneas, vê-se sob o risco de virar “pós” (HARVEY, 2015, *online*).

Por certo, toda essa discussão não passa de uma querela conceitual quando consideramos, assim como Latour (2009), a ambiguidade contida na própria ideia de modernidade: período em que a ordem, ao mesmo tempo em que é desejada, gera a hibridização das coisas e dos sujeitos. Condição que configura a pós-modernidade, conforme o autor, como um sintoma da contradição do modernismo, uma vez que ainda viveríamos sob a constituição moderna, porém sem acreditar nas garantias oferecidas por ela.

Embora desempenhe um papel-chave na estruturação e organização do pensamento Ocidental, o apreço pelas cronologias históricas não demarca, necessariamente, uma escala evolutiva das relações humanas e suas trocas sociais. Antes, deflagra o anseio em conferir certa estabilidade e organização a uma realidade caótica, orgânica e não-linear. De modo que essa classificação pode passar a ideia equivocada de que cada novo acontecimento ou invenção tecnológica se sobrepõem aos anteriores, apagando seus efeitos e características.

Porém, a epistemologia que perpassa pelas mais diversas áreas do conhecimento, do campo científico (MORIN, 2007) ao das produções artísticas (DIDI-HUBERMAN, 2013), do imaginário social (LEGROS et al., 2007) ao das narrativas históricas (RICOUER, 2010), já evidenciaram o fato de que vivemos em um contexto significativamente mais complexo. Deleuze e Guattari (2008) demarcam muito bem essa questão ao utilizarem a metáfora do espaço estriado e do espaço liso para demarcar aspectos que caracterizariam os pensamentos modernos e pós-modernos, respectivamente.¹² E apesar de sugerirem distinções conceituais entre os dois, deixam claro que ambos podem se interpenetrar, transformando-se mutuamente.

Autores como Eagleton (1998) e Bauman (2001), ao proporem seus conceitos sobre a pós-modernidade, ao mesmo tempo em que o fazem a partir de um comparativo inevitável entre os dois períodos, também o fazem demarcando a interdependência entre eles. Para Eagleton (1998, p.07), a “pós-modernidade é uma linha de pensamento que questiona noções clássicas de verdade, razão, identidade e objetividade (...)”. Bauman (2001, p.33), por sua vez, descreve a modernidade clássica em suas relações com a pós-modernidade - ou modernidade líquida - como “‘sólida’ (e não ‘fluida’, ‘líquida’ ou ‘liquefeita’); condensada (contra difusa ou ‘capilar’); e, finalmente, ‘sistêmica’ (por oposição a ‘em forma de rede’).” Em ambos os casos, mais do que uma ruptura entre períodos, existe a sugestão de uma coexistência, o que faz com que nosso próprio entendimento sobre o que foi a modernidade passe por perspectivas teóricas que lhe são posteriores, típicas da chamada pós-modernidade. Em outras palavras, a sucessão linear entre dois momentos no tempo é mais conceitual, para fins de estudo, do que prática, onde seus desdobramentos seguem se (re)produzindo. O novo rei ao qual se deseja vida longa precisa, inevitavelmente, lidar com os feitos e consequências dos governos de seus antecessores.

Em função disso, o uso do termo “pós” não assume aqui uma conotação de evolução, como se estabelecesse formas inaugurais de pensar e agir sobre uma realidade. Antes, representa “uma comodidade que indica que estamos problematizando um campo, a modernidade ou

¹² O tecido estriado, que os autores relacionam com a modernidade, apresenta tramas verticais e horizontais, sendo, portanto, bem demarcado e inerte, ao passo que o tecido liso (a pós-modernidade) não tem demarcações e é nômade, a exemplo do feltro, um papel feito de lã ou pelos de animais, criado através de um processo de fricção e pressão sobre as fibras, com um pouco de umidade.

no caso o próprio jornalismo, como regime discursivo” (BENTES, 2014, p.32). Aponta para a condição de algo em aberto, ainda desconfigurado devido a heterogeneidade e disparidade das experiências produzidas. Um tipo de alerta para o fato de que os modelos até então aplicados para compreender o mundo e a realidade já não dão conta de explicar seus acontecimentos. Tal disposição requer uma flexibilização do próprio pensamento, colocando em diálogo áreas distintas do conhecimento com o intuito de testar seus limites, criando aberturas que deixem entrever “os fragmentos ainda não ligados entre si” (MORIN, 2007, p.18).

De um modo geral, as técnicas e as tecnologias¹³ enquanto produções humanas são parte importante desse processo, estabelecendo uma espécie de “ponto de partida” para mudanças que ajudam a demarcar novas épocas e novos paradigmas conceituais. Featherstone (1995, p.20), ao tratar das novas formas de tecnologia e informação a partir das ideias de Baudrillard (1991) entende que elas “tornam-se fundamentais para a passagem de uma ordem social produtiva para uma reprodutiva, na qual as simulações e os modelos cada vez mais constituem o mundo, de modo a apagar a distinção entre realidade e aparência”.

Em suas reflexões sobre a fotografia, Benjamin (2012) também aponta para o potencial que a criação de um novo aparelho técnico tem para gerar mudanças em diferentes instâncias da vida social a partir de seu aspecto produtivo. Da mesma forma, ao observar essa dinâmica imposta por novas técnicas dentro do campo das artes, descreve que o caráter inaugural de uma linguagem artística é demarcado muito mais por sua potencialidade do que por seus efeitos imediatos. Adverte, portanto, que a total noção de sua importância só poderá ser sentida e atribuída posteriormente, a partir da observação de seus efeitos.

“Quando os inventores de um novo instrumento”, diz Arago, “o aplicam a observação da natureza, o que eles esperam da descoberta é sempre uma ninharia, se comparado às descobertas sucessivas,

¹³ Entende-se a técnica como um conjunto de regras que permite conduzir de maneira eficaz certa atividade, e a tecnologia como o conjunto dos conhecimentos e informações que possibilita sua utilização na produção de bens e serviços. Embora essas noções sejam às vezes utilizadas como similares, delimita-se a técnica como um modo de ação (o como fazer) e a tecnologia como um meio de teorizar as técnicas, constituindo procedimentos lógicos que permitem compreendê-las.

em cuja origem está o instrumento. Em linhas gerais, o discurso abrange o domínio da nova técnica, da Astrofísica à Filologia: ao lado da perspectiva de poder fotografar as estrelas, aparece a ideia de registrar um corpus de hieróglifos egípcios”. (BENJAMIN, 2012, p.99)

Uma das tarefas mais importantes da arte foi sempre a de gerar uma demanda cujo atendimento integral só poderia produzir-se mais tarde. A história de toda forma de arte conhece épocas críticas em que essa forma aspira efeitos que podem concretizar-se sem esforço num novo estágio técnico, isto é, numa nova forma de arte. (...) *o dadaísmo tentou produzir através da pintura (ou da literatura) os feitos que o público procura hoje no cinema.* (BENJAMIN, 2012, p.206, grifo original)

Isso nos permite entender as tecnologias e as técnicas de produção delas decorrentes como um campo atravessado por diferentes planos discursivos, os quais vão ressignificando seus usos e estabelecendo sua importância de acordo com o conhecimento acumulado e a partir de tensionamentos políticos, econômicos, culturais e sociais. Aspecto extremamente importante para o desenvolvimento das dinâmicas dos poderes em exercício. Serres (1996), no prefácio do livro *Elementos para uma história das ciências*, oferece argumentos que permitem compreender que os conceitos não são descobertos em cada época, mas sim, recriados pelo homem na medida em que estabelecem novos olhares sobre eles. Dessa maneira, a visão central que ocupa hoje a tecnologia na própria história da humanidade, deve-se em parte à centralidade desta nas dinâmicas atuais. Cada novo paradigma tecnológico incide conceitualmente sobre épocas anteriores, na tentativa de explicá-las sob uma “nova luz”, a qual se pretende mais próxima de uma ideia de verdade.

Segundo Cupani (2004, p.510), isso ocorre devido a uma “mediação técnica generalizada”, que reciprocamente à “mediação de determinados interesses sociais faz que as realizações tecnológicas sejam atualmente abstratas e descontextualizadas”. Dessa maneira, os objetos e procedimentos produzidos a partir de uma dada tecnologia “não parecem pertencer a nenhum mundo cultural em especial”. Antes de serem eventos históricos isolados cronologicamente no tempo, as

tecnologias se configuram como uma dimensão da vida-humana, mais especificamente aquela que caracteriza o ser humano como *homo faber*. Ainda de acordo com Cupani (2004, p.494) essa perspectiva compreende a técnica como a capacidade que o homem tem de “modificar deliberadamente materiais, objetos e eventos, chegando a produzir elementos novos, não existentes na natureza”. Isso faz com que a tecnologia, ao mesmo tempo em que é um saber fazer resultante do acúmulo de conhecimentos e condições de outras esferas da vida, seja ela própria capaz de modificá-las. Daí a confusão que se estabelece entre o que é de fato inaugural nela e aquilo que é uma ressignificação discursiva que se dá a partir dela.

O fazer (ou melhor, o saber fazer) difere de outras capacidades humanas como a de contemplar a realidade (literal ou mentalmente), agir (no sentido de adotar decisões responsáveis), experimentar sentimentos (que chegam a ser muito sofisticados, como o fascínio de uma obra de arte) e expressar-se (sobretudo, manifestar a própria identidade, as próprias idéias, os próprios anseios) mediante uma linguagem articulada, particularmente a enunciativa. Esse caráter da técnica deve ser levado em consideração ao entender a tecnologia como modo de vida, sobretudo na medida em que esse modo de vida afeta outros modos em que podem prevalecer aquelas outras capacidades humanas antes mencionadas. (CUPANI, 2004, p.494)

Essa visão é a base do pensamento de Feenberg (2002), que analisa a tecnologia como a manifestação de uma racionalidade política que só pode ser modificada culturalmente a partir de certos avanços democráticos. Para o autor, a técnica não é necessariamente neutra, uma vez que “encarna valores antidemocráticos provenientes da sua vinculação com o capitalismo e manifestos numa cultura de empresários, que enxerga o mundo em termos de controle, eficiência (medida pelo proveito alcançado) e recursos” (CUPANI, 2004, p.508). Isso confere à tecnologia um caráter não determinista, no qual seu desenvolvimento também é alterado por critérios sociais de progresso, podendo desdobrar-se em diferentes direções, de acordo com as hegemonias vigentes. Além disso, as instituições sociais passam por um processo de adaptação de maneira recíproca e ao mesmo tempo em que

o desenvolvimento tecnológico. Isso permite a Feenberg (*apud* CUPANI, 2004, p.510) afirmar que “o caráter social da tecnologia reside não na lógica do seu funcionamento interno, mas na relação dessa lógica com um contexto social”.

Tomemos como exemplo o conceito de rede, termo que nas últimas décadas foi fortemente vinculado à perspectiva tecnológica, especialmente pelas qualidades de instantaneidade e simultaneidade que se produziram com as redes de informação. A popularização das novas tecnologias permitiu uma aproximação das ideias de rede com as práticas cotidianas de comunicação, o que foi fundamental para criar a sensação de uma precedência daquelas em relação a estas. Conforme lembra Souza (2013, p.165), mesmo a “rede já tendo surgido ou sido vislumbrada há muito tempo como ideia, a maior valorização do conceito precisou esperar um momento histórico em que o tipo de realidade que o recobre se disseminasse até se tornar onipresente”. Essa perspectiva permitiu a Castells (1999, p. 497) trabalhar a ideia de uma sociedade em rede, assinalando que mesmo que a forma de “organização social em redes tenha existido em outros tempos e espaços, o novo paradigma tecnológico da informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda estrutura social”.

Contudo, faz-se necessária a adoção de uma perspectiva que considere as implicações discursivas e seus usos políticos sobre as ideias de rede. Dias (2005, p.12), ao problematizar o termo, entende que “a rede e a promessa de transformação da sociedade não constituem uma forma recente ou original de representar a realidade. Segundo Musso (2003), na verdade são uma forma reatualizada a cada inovação técnica.” A ideia de uma rede constitutiva da morfologia social contemporânea modificar de “maneira substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura” (CASTELLS, 1999, p.497) não pode, portanto, ser assumida de maneira ingênua ou irrestrita. O padrão organizacional flexível e dinâmico da estrutura em rede, a autonomia de seus membros, a horizontalidade de suas relações e a descentralização dos poderes nela atuantes não estão dissociados das dinâmicas políticas, econômicas, sociais e culturais que ajudaram a produzi-la. Isso demarca a necessidade de questionar a condição das redes técnicas como espaços democráticos por excelência, gerado por um suposto apagamento das hierarquias, o que acarretaria num esvaziamento do debate político necessário para o estabelecimento da própria democracia.

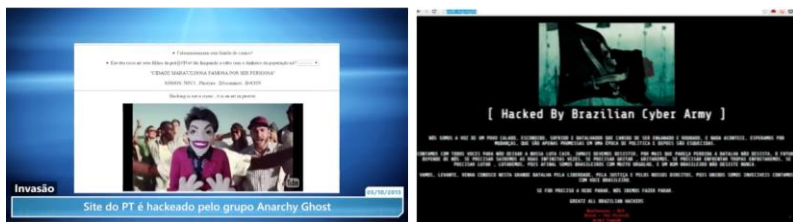
A rede, como qualquer outra invenção humana, é uma construção social. Indivíduos, grupos, instituições ou firmas desenvolvem estratégias de toda ordem (políticas, sociais, econômicas e territoriais) e se organizam em rede. A rede não constitui o sujeito da ação, mas expressa ou define a escala das ações sociais. As escalas não são dadas a priori, porque são construídas nos processos. Como os processos são conflituosos, as escalas são ao mesmo tempo objeto e arena de conflitos (SMITH, 1993; VAINER, 2001). (DIAS, 2005, p.23)

Embora a expansão das redes virtuais de comunicação e do ciberespaço estabeleça importantes elementos para mudanças de paradigmas que “transformam, efetivamente, as condições da vida em sociedade” (LÉVY, 1999, p.113), ela não é, por si só, capaz de subverter as regras que configuram o campo social. Os atores que participam dessas dinâmicas não estão alheios às influências diretas das demais esferas do campo social e, portanto, só são capazes de modificá-las na medida em que entram em conflito através delas, propondo resistências e movimentos de contrapoder. Em outras palavras, o comportamento dos seres-habitantes do ciberespaço é uma resposta aos estímulos do meio social a que estão submetidos. Mais do que serem totalmente definidas pelas potencialidades da ferramenta, conforme defende o autor, as transformações nesse ambiente se estabelecem nas relações conflituosas que nascem das tentativas de seu controle e nas lutas por expressar-se livremente a partir dele. Mesmo que o ciberespaço descrito por Lévy (1999, p.113) possa “colocar em contato um ponto qualquer com qualquer outro, seja qual for a carga semântica das entidades relacionadas”, os pontos a serem conectados não estão livres dos agenciamentos internos que determinam sua lógica de conexão. E estes, por sua vez, não são desconexos dos interesses políticos e econômicos que lhes são anteriores.

Trata-se, conforme coloca Freire (2006, p.56) “de enfatizar os fluxos, os movimentos de agenciamento e as mudanças por eles provocadas, pois, como diz Latour, ‘não há informação, apenas transformação’, e essa é a principal característica da rede.” Em sua teoria sobre os “filtros-bolhas”, por exemplo, Eli Parisier (2011) demonstra como os conteúdos da *web* passam por uma constante edição, onde vários filtros são aplicados por algoritmos de modo a direcionar buscas e tipos de informações a que temos acesso. Das postagens que

aparecem nas *timelines* de nossas redes sociais aos conteúdos personalizados de acordo com nossos interesses em sites de busca ou de empresas jornalísticas, os dados a que temos acesso estão submetidos a cada vez mais itens de leitura, que vão do tipo de navegador utilizado à localização geográfica. Além disso, o imenso volume de dados estruturados e não estruturados - o *Big Data* - possibilita o cruzamento de informações para identificação de cenários e comportamentos num tempo relativamente simples.

IMAGENS 14 e 15: Páginas *hackeadas* dos sites do PT e do PSDB



Fonte: *Print screen* dos sites em 15/10/2015

Na mesma medida, permite ações de subversão que interferem diretamente nos mecanismos políticos e econômicos, a exemplo do *hackeamento* e da difusão da pirataria. Exemplos nesse sentido disseminam-se pelo ciberespaço e atuam em diferentes níveis, do ataque ao patrimônio de grandes corporações a intervenções paródicas em sites políticos. Empresas como a *Saudi Arabian Oil* - maior exportadora de petróleo bruto do mundo - e a *Siemens AG* - maior empresa de engenharia da Europa - já sofreram invasões *hackers* e tiveram parte de seus sistemas destruídos ou alterados.¹⁴ Em 05 de outubro de 2015 o site oficial do Partido dos Trabalhadores (PT) foi *hackeado* pelo grupo *Anarchy Ghost* e teve sua página inicial alterada com mensagens anticorrupção e um vídeo musical chamado “Caraca, muleque! Na Dilma, que isso?”, paródia da música “Caraca, muleque!”, do cantor Thiaguinho (imagem 14).¹⁵ O grupo ainda publicou uma mensagem indicando que *hackear* “não é crime, mas uma forma de arte de

¹⁴ Notícia disponível em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/hackeamento-agora-e-tambem-materia-de-universidade>. Acesso em: 15/10/2015.

¹⁵ Notícia disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/ataque-hacker/87505-site-pt-hackeado-grupo-anarchy-gost.htm>. Acesso em: 15/10/2015.

protestos”. Dois dias depois, o *Brazilian Cyber Army* invadiu o site do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e alterou a capa também com mensagens anticorrupção (imagem 15).¹⁶

Hora (s.d., *online*) delimita o termo *hackeamento* a partir de distintos tipos de ação e efeito, os quais são sustentados por diferentes formas de produções discursivas.

No discurso ligado às tecnologias da informação, seu significado transita entre os territórios da invasão de sistemas com a finalidade de acesso, danificação e uso não autorizado de informações privadas, e do ativismo libertário em prol do compartilhamento de dados e do desenvolvimento baseado na colaboração. (...) Segundo o senso comum, o *hackeamento* abriga a ilegitimidade, a criminalidade e o terrorismo cibernético. Por sua vez, as regras éticas prescritas pelas comunidades de programadores de software servem como recurso de separação entre a atividade dos hackers e a dos chamados crackers. No primeiro caso, teríamos ações seladas pelos valores positivos da maestria tecnológica, da liberdade, do jogo e da partilha. No segundo, encontraríamos iniciativas destituídas de competência tecnológica, somente amparadas por truques mal-intencionados dedicados ao vandalismo e ao roubo (RAYMOND, 2003) (HORA, s.d. *online*).

Desses fluxos de controle e descontrole nasce um mundo de múltiplos enquadramentos e uma realidade cada vez mais multifacetada, volátil e não totalizável. Nesse contexto, as disputas de poder e contrapoder passam a operar sob lógicas e regras altamente mutáveis, o que intensifica seu caráter de instabilidade devido à velocidade com que apropriações e reapropriações são feitas para a atualização do próprio jogo. Tudo isso confere a esse ambiente seu caráter virtual, de potência ou faculdade, a ser construído na medida em que diferentes discursos vão ganhando forma, sendo significados e ressignificados através das linguagens, num processo contínuo. No centro dessas dinâmicas está toda problemática do poder enquanto produção simbólica e sua capacidade de afirmar ou negar mecanismos de representação e controle.

¹⁶ Notícia disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/ataque-hacker/87650-ataque-pt-site-psdb-hackeado.htm>. Acesso em: 15/10/2015.

As tecnologias, por sua vez, especialmente as midiáticas, contribuem para organização desses discursos dentro de espaços nos quais essas diferentes linguagens ganham forma.

Aspecto que, segundo Castells (2013, p.14), diz respeito a todo e qualquer processo de construção simbólica. “Eles (os processos) dependem amplamente das mensagens e estruturas criadas, formatadas e difundidas nas redes de comunicação multimídia”. Apesar de cada indivíduo atribuir significados próprios às informações que recebe, “esse processamento mental é condicionado pelo ambiente da comunicação” e, num âmbito maior, conforme demarcou Bakhtin (2010, pp. 110-111), pelo ambiente social no qual ele está inserido, o que evoca a natureza social da própria enunciação. Uma vez que “os contextos não estão simplesmente justapostos, como se fossem indiferentes uns aos outros, encontram-se numa situação de interação e de conflito tenso e ininterrupto”, o que nos permite dizer que, em diferentes graus de nitidez, toda enunciação contém sempre “a indicação de um acordo ou de um desacordo com alguma coisa”. Em função disso, a mudança do ambiente comunicacional, na medida em que interage com o espaço social, “afeta diretamente as normas de construção de significado e, portanto, a produção de relações de poder” (CASTELLS, 2013, p.15).

A organização da realidade social proposta pela mídia e os discursos que a questionam, estabelecem as bases para o sistema de vozes legítimas e ilegítimas dentro dos espaços públicos de discussão, até o ponto das próprias mídias se caracterizarem como discurso. Charaudeau (2013, p.15) aponta para importância dessa questão ao lembrar que “‘informação’ e ‘comunicação’ são noções que remetem a fenômenos sociais; as mídias são um suporte organizacional que se apossa dessas noções para integrá-las em suas diversas lógicas - econômica (...), tecnológica (...) e simbólica (...)”. Assim contribuem para a construção dos vínculos que irão delinear a vida em sociedade. No ciberespaço, as lógicas dessas relações estão sujeitas a novos paradigmas, porém, ainda se estabelecem a partir da mediação entre constantes conflitos e interesses. Lévy (1999), ao tratar do conceito de inteligência coletiva, afirma que,

Em um coletivo inteligente, a comunidade assume como objetivo a negociação permanente na ordem estabelecida, de sua linguagem, do papel de cada um, o discernimento e a definição de seus objetos, a reinterpretção de sua memória. Nada é fixo, o que não significa que se trate de desordem ou de

absoluto relativismo, pois os atos são coordenados e avaliados em tempo real, segundo um grande número de critérios constantemente reavaliados e contextualizados. (LÉVY, 1999, p.32)

O que o autor desconsidera, porém, é que a constância dessas negociações não se dá de maneira totalmente livre e autônoma, como se o ciberespaço fosse capaz de se auto-regular e anular conflitos e jogos de poder que emergem das instâncias representativas exteriores a ele. Santos (2000, p.275) lembra que “a economia contemporânea não funciona sem um sistema de normas, adequadas aos novos sistemas de objetos e aos novos sistemas de ações, e destinadas a provê-los de um funcionamento mais preciso”. Isso faz com que a fluidez das informações e das relações que ocorrem a partir das inovações técnicas só seja possível se, em conjunto com elas, estiverem operando também novas normas de ação, entre as quais se encontra paradoxalmente, segundo o autor, a própria desregulação. “Ao contrário do imaginário que a acompanha, a desregulação não suprime as normas. Na verdade, desregular significa multiplicar o número de normas”.

Lemos (2014) atenta ainda para o fato de que qualquer inteligência, em essência, é fruto de uma coletividade, mas para que passe de um estado de potência para realização precisa proporcionar e cultivar grupos de relação comprometidos com o desenvolvimento de bens comuns. Nesse sentido, a coletividade tanto pode assumir um caráter emancipador como conservador e retrógrado. “A internet é uma rede que ampliou de forma planetária as formas e qualidades de associações. Precisamos qualificá-las e valorizá-las, ou tudo pode desaguar apenas em estupidez coletiva” (LEMOS, 2014, p.29). O que está no cerne da questão, portanto, não é tecnologia em si, mas sua capacidade de ampliar campos discursivos a partir de sua máxima exploração dialógica. E diálogo, conforme lembra Bakhtin (2010), é conflito. Negri e Hardt (2001) contribuem para a questão ao analisarem que...

Não se vive mais em sociedades de cultura unificada ou hegemônica cuja reprodução social se faz através de processos culturais homogêneos, como supõe uma bolorenta hipótese antropológica. Vive-se na fábrica social onde as populações lançam mão dos mais diferentes processos culturais em conflito. Enquanto os

diversos processos culturais procuram reproduzir os meios e modos de vida capazes de ampará-los, as populações misturam diferentes partes destes diversos processos misturando-as e recombinao-as em busca de sua autonomia. (apud MALINI; ANTOUN, 2013, p.157)

As redes virtuais de comunicação, portanto, antes de representarem uma ruptura com os modelos hierárquicos que acompanham as sociedades, apresentam-se como um novo ambiente onde essas disputas passam a ser travadas. Não se trata, em absoluto, de remontarmos a luta de classes dentro de suas representações históricas tradicionais em uma versão 2.0. Trata-se de considerar que a estruturação das relações sociais são perpassadas por conflitos e disputas de poder, os quais se manifestam na contemporaneidade especialmente através dos discursos mediados. No âmbito das sociedades democráticas uma das ferramentas mais representativas para a estruturação dessa realidade tem sido o jornalismo, que alternando entre momentos de inovação e crise oferece elementos para criação de vínculos entre os atores sociais. É nesse ambiente das tensões geradas através das redes de informação que se desenvolve uma nova esfera midiática.

Se, conforme avalia Castells (2013, p.17), “o poder é exercido programando-se e alternando-se em redes”, o contrapoder, em sua tentativa deliberada de modificar essas relações, “é desempenhado reprogramando-se as redes em torno de outros interesses e valores, e/ou rompendo as alternâncias predominantes, ao mesmo tempo em que se alteram as redes de resistência e mudança social”. A internet, enquanto campo de circulação midiática, “ocupa assim um hiato entre um poder pós-moderno que sonega e uma sociedade que se libera dos antigos polos de emissão” (MALINI, ANTOUN, 2013, p.199). Resta saber até que ponto os atores envolvidos nas mudanças desses paradigmas têm a capacidade de se apropriar dos mecanismos de construção de poder para subvertê-los em mecanismos de contrapoder, atuando na geração direta de conflitos. Essa dinâmica vai determinar até que ponto é possível falar da escala sucessória dentro de um mesmo sistema de representações ou da possibilidade de ruptura com o próprio regime. Ou seja, se anunciar a morte do rei irá simplesmente abrir o precedente para disputa do trono, ou para sua destruição.

1.2 NOVOS FLUXOS DE INFORMAÇÃO E REELABORAÇÃO DAS PRÁTICAS DISCURSIVAS

Ao longo de sua história recente, em especial a partir das últimas décadas do século XIX, o jornalismo vem travando uma série de lutas para se consolidar enquanto prática indispensável para o exercício da democracia. Ao reivindicar para si o papel de porta-voz dos cidadãos, atuando como um “cão de guarda” que protegeria os interesses destes e alertaria sobre os abusos que ocorrem nos bastidores do poder, acabou por ocupar um lugar de destaque na estruturação das sociedades modernas. Apesar de não haver uma obrigatoriedade da existência do jornalismo para constituição de uma democracia, ou deste não produzir necessariamente aquela, é reconhecida sua importância na busca pela consolidação dos interesses coletivos. Ferreira (2011) destaca que muitos dos textos-chave das teorias democráticas não fazem qualquer referência ao jornalismo. Lembra que na Grécia antiga, por exemplo, não existia imprensa, e que a mesma teve um papel secundário em grandes revoluções, como a americana e a francesa. Da mesma forma, aponta o papel central que o jornalismo desempenhou em regimes totalitários, como o Nazismo. Apesar disso, reconhece que nas sociedades contemporâneas, onde as mídias ocupam um lugar central nos processos de deliberação pública, é inegável a contribuição do jornalismo em favor das práticas democráticas.

Ao colocar em comum certo olhar sobre a realidade, organizando cotidianamente a multiplicidade de acontecimentos e de vozes presentes no mundo social, o jornalismo desponta como uma importante ferramenta de ação na constituição da opinião pública. As relações que se estabelecem no interior de suas práticas, contudo, antes de serem claras e estáveis, desenvolvem-se a partir de um grande número de conflitos e tensões. Se de um lado o jornalismo assume um papel fundamental na organização da esfera e do debate públicos que se estabelecem através dos *media*, de outro se aproxima tanto dos bastidores do poder que acaba sendo ele próprio tratado como um. Quando isso acontece, instaura-se a dúvida sobre o quanto suas intenções não estariam submetidas a interesses de outras ordens, especialmente políticos e econômicos. Assume assim um duplo papel: ao mesmo tempo em que precisa contestar os poderes que estão postos, torna-se uma importante ferramenta para a legitimação deles.

Outro aspecto constantemente questionado refere-se à capacidade do jornalismo em garantir uma “pluralidade de perspectivas razoavelmente adequada à avaliação de diferentes opiniões e visões do

“mundo, que envolvem cada problema” (FERREIRA, 2011, p.87). As formas tradicionais de produção e apresentação da notícia, seus limitadores temporais e econômicos, a reincidência das fontes de informação e a redução dos pontos de vista que envolvem uma história a apenas dois lados, são fatores que contribuem para a desconfiança da capacidade do jornalismo em dar conta da complexidade social que o cerca. De fato, conforme lembra Meditsch (2010) ao retomar os trabalhos de Berger e Luckmann (1966, 1995), o jornalismo apresenta-se apenas como um dos elementos - não o mais importante - que atuam na construção social da realidade.

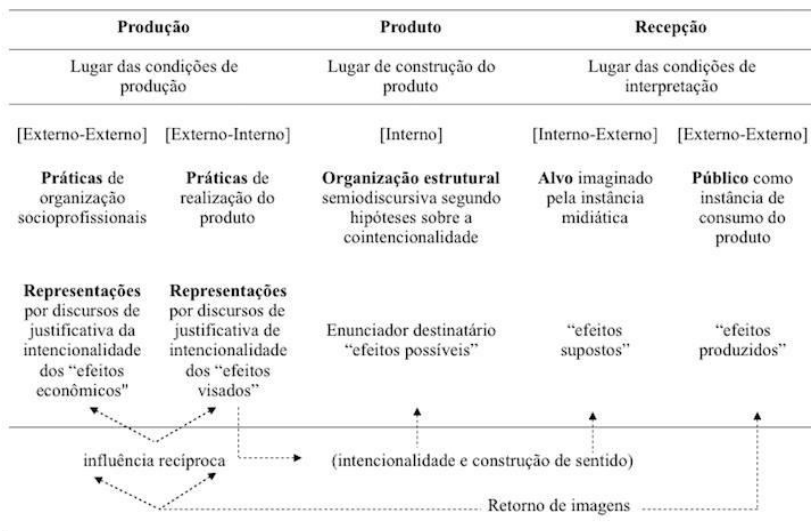
Desse modo, mesmo quando consideramos que os acontecimentos que chegam até nós através das mídias baseiam-se na construção de uma realidade discursiva específica, é preciso levar em conta todos os outros índices que os indivíduos dispõem em seu dia-a-dia para estruturarem o que entendem por realidade, a partir da reafirmação de suas próprias realidades subjetivas (BERGER, LUCKMANN, 1966 *apud*. MEDITSCH, 2010). Apesar dos meios informativos terem se tornado importantes espaços de produção da realidade, especialmente dentro das sociedades industriais, não se sobrepõem às experiências e práticas sociais cotidianas dos sujeitos. Com isso, não se pretende minimizar o papel que o jornalismo ocupa na (re)elaboração constante da cena social, econômica, política ou cultural, apenas relativizar sua atuação, a qual opera em conjunto com outros tipos de trocas e práticas discursivas.

No espaço público atual, marcado pela simplificação das tecnologias midiáticas e pela ampliação significativa de seus usos e acessos, essas dinâmicas complexificam-se significativamente. A partir de ferramentas cada vez mais intuitivas o público quebra com o fluxo comunicativo que o obrigava a ocupar um papel de receptor da informação para assumir virtualmente o lugar de produtor/emissor. É um passo além na participação pontual e controlada até então oferecida pelas possibilidades de interação dos meios um-todos, em especial quando consideramos seu potencial de inovação das linguagens e das narrativas para propagação dos discursos e ampliação dos processos dialógicos. Uma oportunidade para preencher a lacuna fomentada pelo jornalismo ao longo da sua história em relação aos processos de participação dos cidadãos na vida pública (FERREIRA, 2011).

Charaudeau (2013), ao analisar o funcionamento do ato de comunicação propõe três lugares a partir dos quais os sentidos são construídos (figura 01). O *lugar das condições de produção*, o *lugar das condições de recepção* e o *lugar das restrições de construção do*

produto. Mediante a esse novo cenário todas essas instâncias são modificadas. Na primeira esfera, tanto o espaço que compreende as condições sócio-econômicas (externo-externo) como semiológicas (externo-interno) são alteradas a partir da implementação tecnológica no campo informacional. Dos efeitos gerados pela reorganização dos mercados financeiros até a implementação de algoritmos capazes de escrever uma notícia, o campo jornalístico atravessa atualmente importantes mudanças em suas condições técnicas, materiais e metodológicas de produção. O relatório da *Tow Center for Digital Journalism*, da *Columbia Journalism School*, organizado por C.W. Anderson, Emely Bell e Clay Shirk (2012), embora esteja centrado na realidade e em exemplos que envolvem o mercado norte-americano, faz importantes apontamentos em relação ao futuro do jornalismo diante da nova economia e de novas formas de produção facilitadas pelas técnicas.¹⁷

FIGURA 01: Os três lugares de construção de sentido da máquina midiática



Fonte: CHARAUDEAU, 2012, p.23

¹⁷ O documento completo em: http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_5/files/assets/common/downloads/REVISTA_5.pdf. Acesso em: 10/11/2015.

O segundo lugar, o de recepção, também é diretamente afetado pelas possibilidades de aplicação e compartilhamento das tecnologias que se estabelece no campo das comunicações. Da mesma forma, Charaudeau (2013, p.26) divide esse ponto em dois espaços: o “interno-externo”, ou chamado destinatário ideal, imaginado pela instância midiática, e o “externo-externo”, ou real, caracterizado pelo público que compreende “as mensagens que lhe são dirigidas segundo suas próprias condições de interpretação”. As tecnologias aplicadas aos aparelhos de comunicação cotidianos, a exemplo do celular, e a popularização dos custos de acesso à internet, são fatores que modificaram significativamente esse contexto. A possibilidade de contestar informações e discursos através das redes técnicas de informação vem gerando a ampliação das práticas e dos conceitos que envolvem a ideia de um jornalismo mais participativo.

Como terceiro ponto o autor refere-se às restrições de construção do produto como “o lugar em que todo discurso se configura em texto, segundo certa organização semiodiscursiva feita de combinação de formas” (CHARAUDEAU, 2013, p.27), as quais vão do sistema verbal ao icônico, imagético, gráfico, etc. O sentido aqui está vinculado à maneira como essas formas irão se estruturar em linguagens que precisam ser reconhecidas pelo receptor para estabelecer a troca comunicativa. Nessa instância, o grande volume de informações provenientes das mais variadas mídias e sua conseqüente convergência para o ciberespaço, bem como a disponibilização de programas de edição, aplicativos, etc., têm ampliado os modos de produzir e significar a realidade. Mais do que a apropriação e replicação de determinados discursos o público tem contribuído para criação de uma série de novas narrativas.

O cenário que se estabelece a partir das correlações entre esses lugares modifica os fluxos de informação. Mais do que construir efeitos próprios de sentido, a instância da recepção pode agora materializá-los em novos discursos. Para isso, pode tanto apropriar-se das linguagens já existentes como criar novas, assumindo um lugar que antes pertencia quase que exclusivamente às empresas midiáticas e jornalísticas e seus profissionais. Isso cria, conforme indicam Jenkins et al. (2014) a possibilidade de cada usuário sair do anonimato social, uma condição que, embora restrita aos termos das plataformas e empresas a elas relacionadas, abre espaços para expressão de ideias, compartilhamento conteúdos ou simplesmente de participação em enquetes sobre os mais diversos temas.

Cada pessoa, hoje em dia, pode reivindicar o direito de ser filmada. (...) Durante séculos, houve uma separação rígida entre um pequeno número de escritores e um grande número de leitores. No fim do século passado, a situação começou a modificar-se. Com a ampliação gigantesca da imprensa, colocando à disposição dos leitores uma quantidade cada vez maior de órgãos políticos, religiosos, científicos, profissionais e regionais, um número crescente de leitores começou a escrever, a princípio esporadicamente. (BENJAMIN, 2012, p.199)

Na busca de criar fatos midiáticos continuamente, capturar nossa atenção e comprar nosso tempo, a televisão convoca o próprio espectador ou usuário a participar do processo de produção da informação. Ele é o consumidor-produtor que Walter Benjamin anteviu nos leitores que escreviam para os jornais, e que hoje recebem câmeras de vídeo para produzir imagens que vão entrar no telejornal, no programa de variedades, numa denúncia política ou no "álbum" eletrônico pessoal. As tecnologias doméstico-industriais transformam cada um de nós em unidades móveis de produção de imagens e informação que alimentam o sistema de comunicação. (BENTES, 2002, p.02)

Dos conflitos e negociações que nascem dessas novas relações comunicacionais e lugares de pertencimento dos públicos, constitui-se uma opinião pública tensionada entre o anseio de ser significativamente representativa, a ponto de exercer pressões efetivas dentro dos processos deliberativos, e suficientemente abrangente, dando voz aos diferentes grupos e minorias. De um lado, meios massivos como a TV conseguem colocar em comum determinadas representações da realidade social, porém, ao custo de muitas vezes estabelecerem discursos segregados e estereotipados. De outro, meios caracterizados pela ampliação dos processos participativos, como a internet, possibilitam uma multiplicidade tão grande de opiniões que correm o risco de fragmentar e dispersar processos, enfraquecendo-os. No centro dessa discussão está a questão levantada por Foucault (2012) sobre quem tem o direito e poder de fala, e sob que circunstâncias podem falar em nome de outros. Num sistema representativo isso se torna fundamental para estruturação

da opinião pública, usada muitas vezes como “moeda de troca” na tomada das decisões políticas.

Tendo em vista que vivemos num modelo de democracia deliberativa, onde o Estado assume a tutela do povo, representando-o em suas decisões, vale discutir quais as reais formas de participação popular para que se garanta, a partir do debate público, uma tomada de decisão (poder de decidir) coerente com os anseios e problemas do povo. Nesse sentido, o voto apresenta-se como uma forma bastante frágil de participação, embora seja ainda o momento no qual o povo tenha algum poder decisório. Cabe, portanto, a dinamização do diálogo em uma esfera pública capaz de gerar influências e pressões (dos quais as mídias e o jornalismo ainda são as principais ferramentas) desbravar um caminho que, se não nos leve, pelo menos nos aproxime de uma real democracia, pautada não apenas pelo vértice da maioria, mas que seja capaz de conferir igualdade de voz e direitos às minorias. (HANSEN et al., 2012, p.101)

Sob essa perspectiva, a eficácia da opinião pública em suas contribuições para o sistema democrático passa pela qualidade do próprio debate, bem como pelas tentativas de validá-la ou negá-la enquanto instrumento de ação. Uma das questões recorrentes nesse processo diz respeito às reais condições do uso da racionalidade como instrumento de análise e tomada de decisão, o que pressupõe, segundo Vieira e Silva (2013, p.156), “que as partes adotem uma predisposição para alterar a sua opinião e redefinir as suas preferências e interesses”. Para Lippmann (2008), isso não ocorre na prática, uma vez que o debate já estaria, antes mesmo de acontecer, delimitado pelas opiniões de seus participantes, que apenas reproduziriam pontos de vista previamente formatados por lembranças, ideias e imagens estereotipadas. Em função disso, para o autor, “a ação política deveria ser deixada a critério dos poucos bem-informados homens de ação”, uma vez que “a pessoa comum não consegue ter opinião de qualidade sobre assuntos políticos” (LIPPMANN, 2008, p.15).

Proposições como essa, pautadas na ideia da irracionalidade da opinião pública, serviram para reafirmar ao longo do tempo o sistema de

legitimidades conferido a grupos representativos em “favor” das massas, pouco contribuindo para ampliação do debate. Uma condição que se relaciona intimamente com a questão levantada por Foucault (2010, p.08) em *A ordem do discurso*, onde questiona sobre qual seria o real perigo “das pessoas falarem e de seus discursos proliferarem indefinidamente”. Partindo do pressuposto que “em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos”, o autor ressalta a existência de um direito privilegiado ou exclusivo do sujeito que pode falar, ocasionando procedimentos de exclusão. “Sabe-se bem que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa.” (p.09)

Em contrapartida, a visão de que a soma ou combinação das vontades, preferências e desejos individuais seriam suficientes para garantir a eficácia do debate na busca por um bem comum, também parece ser pouco efetiva para a consolidação de uma opinião pública com capacidade de pressionar seus poderes representativos. Uma impossibilidade decorrente da própria multiplicidade de interesses e da dispersão gerada pela pauta pública sugerida. Vieira e Silva (2013), a partir das ideias de Riker (1982), lembram que para os teóricos da representação social os mecanismos de agregação...

...não permitem chegar a *uma* opinião pública sobre *um* bem comum, ao que imediatamente acrescentam que, onde haja uma significativa diversidade de interesses ou preferências, esse bem comum, aceitável por todos, simplesmente não existe. (VIEIRA e SILVA, 2013, p.154, grifo original)

O aspecto central de qual ambos os pontos de vista parecem fugir é justamente a dimensão conflitiva existente em qualquer processo dialógico. No primeiro, o fato de relegar apenas a grupos específicos a ação deliberativa, coloca o processo em uma esfera que parece afastar-se das vivências e problemáticas cotidianas. O debate corre dois riscos: o de acontecer em torno de questões pautadas em interesses muito específicos dos próprios grupos e/ou de priorizar uma perspectiva puramente teórica, afastando-se das consequências práticas de tais questões para a vida dos indivíduos. No segundo, a intenção de “agradar a gregos e troianos” estabelece uma tentativa de burlar o inevitável

embate das ideias, podendo conferir a ilusão de que os conflitos encontrariam-se resolvidos ou de que não adiantaria lutar por eles. Essas possibilidades, ao que parece, conferem mais respaldo à criação de um “espetáculo deliberativo” - no sentido de espetáculo midiático trabalhado por Debord (1997) - do que para a valorização de processos efetivamente democráticos.

Para que isso aconteça de fato, Maia (2008, p.89) aponta como indispensáveis a articulação de três aspectos: “acesso de muitas e diversas vozes ao debate; reconhecimento dessas vozes como comparáveis qualitativamente e responsividade entre interlocutores com vozes opostas”, ou seja, “a consideração dos argumentos dos outros no próprio argumento”. Desses, pelo menos os dois primeiros estão na essência do papel social do jornalismo e dentro das possibilidades dos *media* em promovê-los. Já o terceiro, por depender de uma postura dos próprios indivíduos diante do debate, apareceria mais como resposta a articulações bem estruturadas dos dois aspectos anteriores ao longo do tempo. Embora não tenham um controle direto sobre a posição que os diferentes atores assumem diante do debate, os *media*, e em especial o jornalismo, podem estabelecer um ambiente propício para que, a partir da articulação dos discursos, os mesmos assumam uma atitude responsiva.

Além disso, é preciso ir além da troca pública de argumentos, estabelecendo um contra-fluxo comunicativo onde as participações extrapolem o controle discursivo de seus canais de origem. É essa necessidade que faz com que diferentes autores, conforme aponta Maia (2008, p.84), duvidem da “capacidade dos meios de comunicação de massa atuarem como uma plataforma para a deliberação pública”. Ao mesmo tempo, afirma a autora, “não há outro espaço para divulgação de informações que se iguale aos meios de comunicação, em termos de amplitude e repercussão”, especialmente pelo fato de ajudarem a definir quem irá se comunicar com as grandes audiências. A solução para esse impasse está no entendimento de que uma ação deliberativa em escala midiática não está restrita a um único meio, mas sim à multiplicidade das esferas de discussão, sejam elas massivas ou micro espaços onde grupos específicos possam atuar. A qualidade do debate será tão maior quanto à capacidade desses diálogos se entrecruzarem, levando em conta a adoção de uma atitude responsiva.

...a deliberação mediada é um processo difuso, que se constitui através de múltiplos veículos de comunicação, englobando os meios massivos

tradicionais, aqueles segmentados ou alternativos, e, ainda, a internet. Este é um processo distendido através do tempo, que articula diferentes arenas discursivas ou ambientes de conversação. (MAIA, 2008, p.89)

A esse respeito Lemos (2014) demarca uma distinção que denomina de mídias de função massiva e mídias de função pós-massiva. Nas primeiras, percebe a predominância das mídias com concessão do Estado, onde os fluxos de informação são controlados por mediadores profissionais que alimentam uma audiência. Nesse modelo, a sustentação do negócio se dá principalmente através de verbas publicitárias vindas de grandes empresas e grupos políticos. Segundo o autor, tratam-se de mídias de informação e são elas que estruturam a esfera e a opinião públicas modernas. Já as mídias de função pós-massiva aparecem a partir da ampliação de possibilidades de circulação das informações, especialmente a partir da globalização das redes telemáticas. Como principal característica destaca a emissão aberta e mais conversacional, o que estabelece um fluxo descentralizado de dados.

Apesar dessas diferenças estruturais, Lemos (2014, p.29) atenta que, embora as funções “remetam para uma diferença entre mídias analógicas e digitais, podemos encontrar função pós-massiva em fanzines e rádios-pirata, e função massiva em usos do *Facebook* ou do *Twitter* por empresas jornalísticas, por exemplo”. Além disso, é preciso considerar a facilidade com que, no universo da internet, praticamente todas as mídias e linguagens são colocadas em diálogo constante umas com as outras. “Com a Internet, não se trata mais de dispositivos de formação de opinião pública, de compartilhar julgamentos, mas da constituição de formas de percepção comum e de formas de organização e de expressão da inteligência comum.” (LAZZARATO, 2006, p. 183).

Esse ambiente estabelece uma articulação das informações cada vez mais multifacetada, com a possibilidade não só retransmitir e armazenar conteúdos de outras mídias, mas também de relacioná-las, manipulá-las e reeditá-las, estabelecendo novas experiências comunicativas. Bolter e Grusin (2000) contribuem para a questão, indicando que nenhuma mídia é uma mídia isolada da outra, sendo todo meio capaz de remediar, apropriando-se de técnicas, formas e significados sociais de outras mídias, renovando-as. Essa remediação, que segundo os autores se dá pelo duplo movimento de imediação e hipermediação, gera o que eles chamam *refashion*, uma lógica formal na

qual uma mídia atualiza as formas das mídias anteriores. Ao passo que o primeiro proporciona uma sensação de “apagamento” do meio, em uma experiência que se apresenta como “real”, no segundo evidencia-se a consciência de que o conteúdo está sendo mediado, devido principalmente ao seu caráter de multiplicidade. É essa relação que permite, por exemplo, termos a sensação de apagamento da mídia quando estamos diante do computador assistindo a um vídeo amador, ou o entendimento que estamos diante de um suporte midiático quando acessamos a página de um determinado canal de TV e temos acesso a seu conteúdo.

Benjamin (2012), ao tratar do advento do cinema em contraposição à pintura, avalia que a apresentação que aquele fazia da realidade mostrava-se muito mais significativa para o homem moderno do que esta. Isso “porque ela lhe oferece o que temos o direito de exigir da arte: um aspecto da realidade livre de qualquer manipulação pelos aparelhos, precisamente graças ao procedimento de penetrar, com os aparelhos, no âmago da realidade” (BENJAMIN, 2012, p.202). Assim, na medida em que são representadas ou realçadas pelas novas mídias, as anteriores recebem também novos propósitos, bem como novos tipos de acesso e uso. A televisão, que tão bem havia servido a McLuhan (1964) para ilustrar o conceito de aldeia global torna-se metaforicamente ultrapassada diante da internet, especialmente na medida em que se realça o caráter bidimensional de uma em relação ao unidirecional da outra.

IMAGENS 16 a 18: Memes que referenciam programas televisivos



Fonte: Reproduções do *Facebook*

Isso não significa, contudo, uma sobreposição das novas mídias em relação às anteriores, uma vez que suas influências acontecem mutuamente. Basta lembrarmos como programas televisivos pautam discussões que ocorrem em redes sociais como o *Facebook* e

microblogs como o *Twitter*, ou servem de base para criação de linguagens características da internet, como os memes (imagens 16 a 18). Da mesma forma, é possível perceber as influências estéticas que fenômenos como o amadorismo vêm exercendo sobre linguagens consagradas da televisão, como as notícias telejornalísticas. O que acontece, portanto, é que os novos processos de mediação ou remediação possibilitam a exploração de determinados tipos de linguagem ou de aspectos destas, podendo inclusive renová-las. Como resposta, ampliam também a capacidade de circulação dos discursos, tanto no sentido de reafirmá-los como no de negá-los, contribuindo diretamente para os exercícios de poder e contrapoder.

Bentes (2013, p.177-178), ao tratar das relações entre internet e outros formatos midiáticos, corrobora com essa perspectiva ao afirmar que “muito do que é produzido para a internet é uma combinatória de conceitos, processos, experiências oriundos de outros meios e campos existentes (jornal, cinema, vídeo, pintura, fotografia, livro, rádio, performance)”. A autora já havia trabalhado essa ideia anteriormente, ao refletir sobre como a convergência entre TV e internet estava por produzir a reconfiguração do próprio campo televisivo, indicando a capacidade dessa relação em refletir e prefigurar dinâmicas do campo cultural do qual emergem.

A televisão vem “monitorando” e promovendo mudanças sociais significativas. Reflete um certo “estado das coisas”, cria um senso comum público e se lança num visível esforço para antecipar futuros. Não é ilegítimo perguntar, olhando a TV brasileira pelo avesso, que tipo de cultura essa televisão reflete e prefigura. Estamos assistindo a uma reconfiguração do campo televisivo com a convergência entre TV e internet... (BENTES, 2002, p.01)

Caráter que atua diretamente sobre os discursos que circulam nos espaços midiáticos e permite entender a própria cibercultura como uma possibilidade discursiva. A soma empírica dos enunciados incide diretamente sobre os saberes sociais, culturais, políticos, etc. Em função disso, gera mensagens capazes de revelar como funciona internamente a cultura de um determinado grupo. Servem para instituir poderes, regular o cotidiano social e dramatizar os relatos, funções que “se entrecruzam de maneira permanente, construindo um espaço público que não pode ser considerado um lugar homogêneo, posto que atravessado por

movimentos e discursos de socialização e de publicização” (CHARAUDEAU, 2013, p.119). Tais ideias estão alinhadas com a perspectiva de Habermas (1989), que na revisão que faz de sua teoria aponta para o aspecto da permeabilidade entre as fronteiras culturais, principalmente no que tange a uma divisão entre alta cultura e cultura popular, e para ambivalência das práticas culturais e políticas. Tais aspectos atuam na construção de uma esfera pública plural e em movimento.

IMAGENS 19 a 22: Protestos contra a *Rede Globo*



Fontes: Reproduções do *Facebook*

Quando esses enunciados passam a incidir também sobre as próprias instituições midiáticas, fazendo circular discursos que deflagram ou criticam suas práticas, temos um novo elemento a ser considerado nas tensões que se estabelecem no espaço público e nas dinâmicas de poder. Se antes grandes empresas de comunicação tinham no orçamento publicitário o principal balizador de suas ações, hoje elas encontram em manifestações que se alastram nos canais das mídias digitais possíveis espaços de resistência. Conforme apontam Malini; Antoun (2013, p.153), ao retomarem as ideias de Rushkoff (1999), “cada vez mais ela (a mídia irradiada) vê seu lugar de mediadora social da opinião pública ser denunciado e rejeitado como coercitivo por partes significativas das grandes massas, que antes se deixavam de bom grado

representar”. Exemplo disso são os constantes ataques que a Rede Globo vem sofrendo em relação a sua postura em coberturas jornalísticas de cunho político. De faixas e gritos de ordem em protestos nas ruas (imagem 19) a campanhas denunciativas na internet (imagem 20), de intervenções no espaço público (imagem 21) a memes parodiando seus programas (imagem 22), esses discursos ganham nas redes a possibilidade de se replicarem e ampliarem seu alcance, funcionando como um exercício de resistência aos discursos apresentados pela emissora.

Nesse ambiente altamente complexo, permeado pela possibilidade do entrecruzamento e ressignificação constante dos discursos, valores como a verdade e a objetividade assumem um caráter transitório, fazendo-se necessária uma discussão constante de seus papéis e abrangências. Lasch (1995, p.44 tradução nossa) vai além e é taxativo ao afirmar que “o que a democracia requer é o debate público, não informação”, ou melhor dizendo, necessita sim de informações, mas de um tipo de informações que possa “ser gerado no âmbito de um debate popular vigoroso”. O papel do jornalismo estaria, nesse sentido, em proporcionar esse tipo de informação, permitindo aos cidadãos avaliarem alternativas para os problemas públicos e promoverem discussões políticas.

Bentes (2014), ao analisar o papel que a informação assume dentro das novas esferas de discussão, a exemplo da internet, avalia como esta modifica preceitos clássicos do jornalismo, especialmente aqueles que o sustentam enquanto prática de poder. A autora percebe que a organização da realidade pautada apenas na dureza dos fatos e disposta em uma linguagem jornalística, vai dando lugar a uma perspectiva mais expressiva e inventiva, com maior potencial transformador.

Não se trata de se “informar” no sentido jornalístico, mas efetivamente experimentar uma prática dialógica, em que a conversação entre muitos cria pensamento. É uma experiência que altera ontologicamente o jornalismo pensado como prática de poder, que se esconde sob o manto do informar, “reportar”, reproduzir. Estamos vendo um deslocamento da comunicação para sua função expressiva e de invenção, nessa conversação de muitos com muitos. Não que essas funções clássicas desapareçam. Mas do que nos serve estar “informados” se não temos autonomia

ou meios para criar conhecimentos derivados, para fazer da informação potência de transformação dos desejos e das crenças? (BENTES, 2014, p.32)

Diante deste questionamento, reelaboram-se as práticas discursivas e as relações de poder a elas associadas. Do apagamento entre os limites do verbo, das imagens, dos sons, dos desenhos, etc., que no âmbito da produção midiática tornam-se compatíveis entre si, surge a figura coletiva do espectador-produtor. Uma figura cuja “experiência ganha a dimensão real de escolhas, produção, interação com outros produtores e suportes” (RENA, 2009, p.61), e que mais do que estabelecer uma condição de autoria ou ter ao seu alcance produtos intelectuais dos quais poderia se considerar proprietário, preocupa-se em “participar potencialmente do todo”. Dinâmica esta que faz crescer a adesão “à cópia não autorizada, ao software livre, ao código aberto, à colaboração artística, à criação coletiva, etc.” (p.95). Poderíamos considerar este um empoderamento do público, ainda que não em seu caráter deliberativo, diante de dispositivos de poder encarnados por diferentes instâncias representativas? Uma forma de, através de ações de contrapoder e da reelaboração de práticas discursivas criar ruídos na comunicação e questionar normas e regras?

Para refletir sobre isso, é preciso lembrar que, conforme aponta Salaverría (2014, p.12), “está mudando todo o processo de apropriação da informação por parte da sociedade contemporânea”, e isso aponta para ascensão de um poder dos contra-fluxos comunicativos. O público, de acordo com Bentes (2014, p.33) a partir das ideias Lazzarato (2006) e Tarde (2007), já não pode ser considerado uma “massa amorfa e nem um conjunto de diferentes grupos ou classes (de pertencimento exclusivo e único)”. Na reconfiguração das relações sociais que se expressam nas mídias, “o público se compõe de indivíduos que podem pertencer ‘simultaneamente a diferentes públicos’, caracterizando um multi-pertencimento.” Dentro das práticas comunicativas contemporâneas, esse público, essa multidão, teria no âmbito das novas possibilidades midiáticas, através da inovação das linguagens e narrativas, uma forma privilegiada de demonstrar sua potência de ação discursiva. Talvez, até mesmo a força suficiente para se interpor e questionar a realeza antes que se deseje “vida longa” ao novo rei.

1.3 PROLONGAMENTOS CRIATIVOS DO ATO COMUNICATIVO

Toda narrativa se configura em um ato comunicacional capaz de criar conexões entre diferentes interlocutores. Um processo dinâmico no qual a mensagem não termina com a produção de um determinado texto, prolongando-se criativamente a partir dele, em atos de recepção (MOTTA, 2013). Trata-se de uma troca comunicativa mais do que uma obra fechada. Essa possibilidade, de acordo com Motta (2013, p.11), compreende o enunciado “como um elo entre dois interlocutores que se envolvem em uma construção narrativa”, o que a torna menos linguística e mais cultural, antropológica. Isso não exclui, contudo, a linguagem, já que é através dela que, segundo o autor, o homem se constitui cognitivamente como sujeito. Mesmo sem termos acesso ao momento da interlocução, ou nos debruçarmos sobre o processo de elaboração de uma dada narrativa, é possível perceber “as marcas da enunciação presentes no texto, e na correlação discursiva entre os sujeitos interlocutores”.

Ricoeur (2010) destaca o papel da narrativa de configurar aquilo que é uma simples sucessão ou dar forma ao que é disforme, o que aponta para importância da organização do relato e de como isso é capaz de incidir sobre seus significados possíveis. O autor divide o processo de elaboração narrativa em três “mimeses”: a *pré-figuração*, onde os acontecimentos estão em estado de relativa autonomia, dentro de seus próprios ordenamentos e são percebidos pelos sujeitos a partir da experiência destes de pré-estruturar suas experiências; a *configuração*, a qual envolve um ato de enunciação do sujeito que estabelece relações sistêmicas que ordenam esses acontecimentos a partir das linguagens e dentro de um dado discurso; e a *re-figuração*, que está ligada à atividade interpretativa do receptor, o qual reconstrói a significação a partir de sua própria experiência intelectual e afetiva.

A narrativa, sob essa perspectiva, é sempre uma ressignificação que se dá a partir de apropriações discursivas de uma dada realidade e através da qual apreendemos e representamos o mundo a nossa volta. Embora o contato com o mundo natural seja legítimo e constante, é através dos relatos sobre ele que o homem se constitui enquanto ser social. Dessa forma, mesmo que não esgotem a complexidade do processo comunicativo, as narrativas, uma vez que se configuram como expressividades das elaborações subjetivas dos sujeitos a partir da experiência com o mundo objetivo, oferecem pistas fundamentais para entendermos a realidade social constituída.

O jornalismo, através dos relatos que oferece, estabelece uma forma singular de representação do mundo e seus acontecimentos, a qual ao longo do tempo se consolidou como uma narrativa da realidade e da verdade. Algo que se deu através de uma série de manipulações dos códigos e das linguagens em prol de uma estética que, em seu diálogo com os atores sociais, ganhou legitimidade. Charaudeau (2013, p.48) percebe essa importância da forma ao destacar que “no discurso da informação, entretanto, não se trata da verdade em si, mas da verdade ligada à maneira de reportar os fatos”. Uma verossimilhança que aparece nas narrativas jornalísticas através de certas características e regras para ressaltar aspectos como objetividade, isenção e factualidade. Prática que, segundo Benjamin (2012), uniformizou a pluralidade das experiências a partir de certo olhar e forma de narrar a tal ponto de ocasionar a morte da narrativa na modernidade.

Embora o filósofo alemão não estivesse falando do desaparecimento da narrativa em si mesma, mas de um sufocamento imposto a ela pela pasteurização dos relatos, atenta para o fato das experiências perderem seu valor na medida em que abandonam seu aspecto coletivo. “É como se estivéssemos privados de uma faculdade que nos parecia segura e inalienável: a faculdade de intercambiar experiências.” (BENJAMIN, 2012, p. 198). Condição que parece ensaiar um sobressalto frente às novas tecnologias de comunicação, especialmente na medida em que passam do sentido unidirecional para o bidirecional e oferecem ferramentas que permitem combinar e manipular as linguagens. Paradoxalmente, ao mesmo tempo em que a internet nos coloca em uma posição de isolamento frente aos suportes, abre a possibilidade de compartilharmos experiências midiaticamente, restabelecendo o valor da narrativa enquanto manifestação interpretativa. Teria, conforme propõe Hora (2009, *online*), a reprodutibilidade técnica de Benjamin sido suplantada pela reprogramabilidade tecnológica?

As narrativas que surgem desse contexto são convergentes e transmidiáticas (JENKINS, 2009), marcadas pelo viés da coletividade e pela possibilidade constante de reinterpretações. Não estão dispostas em uma única plataforma ou linguagem, nem se esgotam em si mesmas. Estabelecem seu sentido pela junção de fragmentos organizados de maneira múltipla e não linear, o que reforça seu caráter dialógico e polifônico. A construção de seus sentidos pode se dar de diferentes formas e a união dos fragmentos em novas correlações tem potencial para questionar e apresentar outras verdades, reconfigurando a condição do que venha a ser verossimilhante. Um ato de montagem que se

aproxima da experiência proposta pelo próprio Benjamin (1987) em *Rua de mão única*, onde o sujeito que vaga pela cidade a descreve e a (re)cria aleatoriamente. Na analogia da internet com a rua (MALINI; ANTOUN, 2013), o ser habitante do ciberespaço, quando na condição de flâneur virtual¹⁸ - uma espécie de “pintor da vida pós-moderna” -, assume a possibilidade de criar suas próprias narrativas sobre esse espaço.

Assim, a narrativa noticiosa, que sempre esteve atrelada àqueles que detinham a capacidade de irradiar informação (a imprensa), hoje está em todos os lugares virtuais, que se comportam cada vez mais como mídias de multidão (multimídias), ou seja, mídias cujas produções se dão de forma articulada e cooperativa, cujo produto final é exibido de forma pública e livre, para públicos específicos, que ao mesmo tempo são mídias para outros públicos. A natureza das multimídias é de portar uma linguagem desencarnada da mediação da mídia irradiada, desorganizando o modo tradicional da notícia, ao mesmo tempo em que elas organizam uma linguagem cooperativa, dialógica, múltipla e comum. Esta linguagem vai criar uma onda integrada, revelando as perspectivas independentes de opinião. (MALINI; ANTOUN, 2013, p.184)

Isso permite, conforme aponta Bentes (2014, p.32), que uma multidão heterogênea produza instantaneamente e desloque “os intermediários clássicos: a corporação jornalística, o jornalista profissional, as agências de notícias”. Condição que “põe em xeque a ‘reserva de mercado’ que existia para os formadores de opinião corporativos. Aponta para outros modelos e campos, expandidos”. De coletivos midiáticos que buscam produzir narrativas independentes a blogs individuais e sites de humor, são inúmeros os exemplos de que os conceitos clássicos já não dão conta de todas as experiências emergentes. O próprio jornalismo enquanto campo discursivo passa a ser publicamente discutido. Verdades historicamente consolidadas

¹⁸ Na definição de Baudelaire (2001), flâneur é aquele que anda pela cidade a fim de experimentá-la. Termo que se desdobrou em utilizações teóricas nas mais diversas áreas, na tentativa de explicar os fenômenos urbanos e a própria modernidade. Benjamin (1987) assumiu essa condição ao observar os aspectos sociais e estéticos da cidade a partir de longas caminhadas pelas ruas de Paris.

fragilizam-se a partir de questionamentos diretos, contraposição de informações, alterações dos formatos e das linguagens e da paródia. Tudo isso se traduz em uma série de narrativas que, em diferentes níveis, alteram os modos de produzir e consumir informação.

Nesse contexto, termos como midialivrismo e midiativismo ganham grande importância discursiva, caracterizando-se como métodos alternativos aos das grandes corporações jornalísticas de tratar os acontecimentos. Da busca por criar livres expressões a partir da inovação nas linguagens à intenção de mobilizar populações em prol de causas específicas, reposicionam as conexões existentes entre o mundo analógico e o digital, tornando ainda mais fortes os embates entre a mídia tradicional e as iniciativas alternativas. Essa disputa pelas construções narrativas conecta as redes e a rua em busca de uma atitude cidadã, mais participação e mobilização social, permeando-as com influências dos movimentos da contracultura, das lutas antidisciplinares dos anos 60 e 70, do ativismo *hacker*, etc. Em função disso, aproximam-se de manifestações de comunicação alternativa de outros contextos históricos, como a mídia comunitária, popular e radical. A esse respeito, Malini e Antoun (2013) apontam para algumas diferenças entre o que chamam de midialivrismo de massa e midialivrismo ciberativista.

O midialivrismo de massa reúne experiências de movimentos sociais organizados que produzem mídias comunitárias e populares, de dentro do paradigma da radiodifusão, se afirmando como práticas da sociedade civil alternativas e antagonistas em relação ao modo de se fazer comunicação dos conglomerados empresariais transnacionais e nacionais de mídia (que controlam a opinião pública desde o nível local até o internacional). Já o midialivrismo ciberativista reúne experiências singulares de construção de dispositivos digitais, tecnologias e processos compartilhados de comunicação, a partir de um processo de colaboração social em rede e de tecnologias informáticas, cujo principal resultado é a produção de um mundo sem intermediários da cultura, baseada na produção livre e incessante do comum, sem quaisquer níveis de hierarquia que reproduza exclusivamente a dinâmica de comunicação um-todos. (MALINI; ANTOUN, 2013, p.21)

Para além dessas particularidades, porém, há de se cuidar com os deslumbramentos em torno da questão, uma vez que ambas as expressões condensam em suas práticas aspectos ou aspirações uma da outra. O midiativismo cibernético não é uma ideia tão nova como poderiam pretender alguns entusiastas tecnológicos. Tampouco ocupa um lugar de caráter evolutivo em relação ao midiativismo de massa. Quando isso ocorre, muitas vezes o é em decorrência de um tratamento discursivo que busca atribuir valor de representação a determinadas práticas. Ou seja, a ideia de novidade também desponta como um potente atrativo nas disputas e jogos de poder/contrapoder. O que temos, de fato, são expressões que buscam estabelecer alternativas à comunicação realizada por grandes conglomerados de mídia e que, devido ao contexto no qual atuam, assumem limitações e potências em função disso. Para explorar o que a prática midiativista tem a oferecer dentro do espaço cibernético, portanto, é preciso substituir, conforme aponta Rocha (s.d., *online*), o deslumbramento pelo encantamento, passando de um estado momentâneo de excitação midiática para a exploração de ações integradas aos processos culturais.

IMAGENS 23 e 24: Capas da *Time* - *Person of the year* 2010 e 2011



Fonte: <http://content.time.com>

Observemos as imagens 23 e 24. Conceitualmente, a simbologia atribuída a essas duas figuras não poderia ser mais contrastante. Porém, num contexto de mudanças e diluição de fronteiras gerada pelos novos fluxos comunicacionais, encontram-se intimamente conectadas. A dicotomia entre o empresário da maior empresa de comunicação do

mundo (imagem 23) e do anônimo que busca formas alternativas para expressar-se (imagem 24), seja através das mídias ou nas ruas, também levanta questões sobre até que ponto o midialivrismo/midiativismo trata-se efetivamente de uma contracorrente, resultado de ideologias vindas de movimentos da contracultura, e até que ponto é uma manifestação dos processos de convergência que acontece no âmbito das próprias instituições. Costa (2013, *online*), entende esta condição mais como “um genuíno exercício de liberdade de informação e expressão, aquele que é produzido por muitos, por quem quiser, e publicizado no ‘não-lugar’ das redes”, uma espécie de campo aberto sem limites definidos por interesses de uma empresa de comunicação específica.

Sobre as possibilidades narrativas que emergem desse novo ambiente, articulado entre a internet e a rua, incidem os mais variados discursos. As coberturas das manifestações de 2013 no Brasil são exemplos bem representativos da disputa discursiva que se estabeleceu entre as grandes corporações jornalísticas, impedidas em muitos momentos pelos manifestantes de acompanhar os movimentos, e os “ninjas”, atuando no “olho do furacão”, pelo direito de narrar àquela história. O que estava em questão, para além do teor dos próprios protestos, eram os modelos de reportar a realidade, e com isso, a credibilidade depositada no jornalismo corporativo para ilustrá-la. Um conflito sobre o “poder dizer” que encontrou no contradizer das narrativas clássicas um “como dizer” capaz de chamar a atenção do público.

A cobertura feita ao vivo pelos “ninjas” em diferentes partes do país, em formato *streaming*¹⁹ em vídeos sem edição aparente, reacendeu a discussão sobre o discurso das mídias nos recortes que imprimem a realidade. Em contrapartida, o grande volume de vídeos amadores distribuídos na rede, além de servirem de material para os grupos de mídia tradicionais, possibilitou aos internautas suas próprias reedições e mixagens, produzindo novos materiais e redistribuindo-os através das redes. Bentes (2014, p.33) analisa esse processo a partir da figura do pós-telespectador, o qual “faz parte do ao vivo de forma distinta da audiência televisiva tradicional, apontando para uma televisão reversa”. Segundo a autora, as formas para que isso aconteça são as mais variadas, do *chat* de comentários a outra câmera, que traz novas imagens

¹⁹ Trata-se do fluxo de mídia, forma de distribuição de dados onde as informações não podem ser armazenadas pelo usuário, permitindo que o mesmo reproduza o conteúdo preservando os direitos de autor, uma vez que não permite o *download* do material.

e se coloca em diálogo com as imagens iniciais. Toda essa dinâmica “se constitui como parte de uma intensa demanda por sentido e montagem que ativa o ‘expectador’ tornado inter-ator”.

No ciberespaço, caracterizado como esse novo espaço público onde os processos de comunicação são cada vez mais pautados pelas redes sociais e marcados por produções colaborativas, remixagens e mutações, o papel do jornalismo corporativo enquanto mediador de realidades é constantemente posto à prova. Em função disso, Bentes (2014, p.32) entende que não é o jornalismo, em seus preceitos clássicos, que vai se tornar o modelo das trocas nas redes. “O modelo da comunicação pós-mídia de massas é a conversação e/ou a memética”. Fechine (2014) analisa essa cultura participativa como o emprego de novas práticas e usos das mídias vinculadas principalmente ao compartilhamento, publicação recomendação, comentários, remix e reoperação de conteúdos digitais. De acordo com a autora o termo “cultura participativa” foi utilizado primeiramente por Jenkins (1992) para referir-se a produção cultural e interações estabelecidas entre grupos de fãs reunidos em comunidades em rede e formas similares de consumo midiático nos meios digitais. Posteriormente passou a ser empregado no tratamento das formas de produção e distribuição de conteúdos colaborativos de outras comunidades de interesse.

No contexto específico da transmídiação, Jenkins (2008) destaca como esse ambiente de convergência propicia, por um lado, a fluidez com que o conteúdo midiático passa por diferentes plataformas e, por outro, a capacidade do público de empregar redes sociais para se conectar de maneiras novas, moldando ativamente a circulação desse conteúdo e desenvolvendo habilidades tanto para filtrar quanto para se envolver amplamente com os produtos espalhados nas distintas mídias. Para Jenkins (2008), os consumidores são agentes criativos fundamentais na constituição do universo ficcional transmídia, pois são eles que, ao atenderem o convite para estabelecerem essas conexões, definem não apenas os usos das mídias, mas também aquilo que efetivamente circula entre elas. (FECHINE, 2014, p.06)

Isso transforma o discurso, conforme aponta Dahlet (2005, p.56) a partir das ideias de Bakhtin, em “uma construção híbrida, (in)acabada por vozes concorrentes e sentidos em conflito. O sujeito modifica seus discursos em função das intervenções de outros discursos, reais ou imaginados”. Por vezes, as narrativas criadas nesse ambiente, seja por profissionais que dominam as linguagens das quais se apropriam ou pelo público em geral, tecem uma crítica não apenas aos discursos proferidos através dos meios de comunicação, mas ao próprio discurso das mídias e do jornalismo. Com métodos e ferramentas cada vez mais simples para expor suas ideias, os internautas passam, a partir das narrativas que produzem, a questionar a legitimidade e a veracidade da apresentação que o jornalismo faz sobre determinados acontecimentos. O jornalismo, de cão de guarda da sociedade, passa potencialmente a ser “guardado” por ela. (SÉKULA, 2015)

IMAGENS 25 e 26: Jornal *online Sensacionalista*



Fonte: *Print screen site www.sensacionalista.uol.com.br*

Um dos exemplos mais emblemáticos dos últimos anos é o site *Sensacionalista*²⁰, que se utiliza do humor e une informação e entretenimento para parodiar acontecimentos, configurando-se como um tipo de jornalismo de ficção elaborado a partir de falsas notícias (imagens 25 e 26). Mesmo não tendo o factual e o verídico como balizadores o site, criado pelo humorista Nelito Fernandes, faz constantes alusões a fatos políticos, econômicos e sociais. Além disso, leva em consideração regras e preceitos da linguagem jornalística tradicional para apresentar seu conteúdo. Notícias curtas e diretas, títulos que sintetizam o aspecto mais relevante do acontecimento e geram curiosidade no leitor, declarações de fontes e comprovações documentais fazem parte da narrativa do *Sensacionalista*. Da mistura

²⁰ www.sensacionalista.uol.com.br

entre realidade e humor se estabelece a crítica. Uma tática que não se inaugura com a internet, mas que ganha novas nuances com ela. Das peças carnavalescas da Idade Média, que parodiavam reis, nobres e membros do poder religioso, aos pasquins nacionais que circulavam durante o período da ditadura, o humor aparece como um recurso capaz de subverter discursos. O que se demarca aqui, como principal ponto de virada é a abrangência e a constância com que esses recursos passam a ser apropriados e utilizados pelo público em geral a partir das novas redes de informação.

Exemplo ainda mais popular das narrativas que ganham representatividade no ciberespaço, os memes se caracterizam por sua linguagem amadora e modo de produção extremamente simples. É possível criar seu próprio meme em apenas três passos: 1) Acessar um dos sites geradores de memes (imagens 27 e 28); 2) escolher uma das fotos já disponíveis no acervo do site ou subir a imagem desejada de seu computador; 3) inserir o texto superior e/ou inferior nos campos indicados no site e clicar em gerar. Embora os memes não estejam restritos a essa estrutura, conforme veremos no próximo capítulo - 2 *Memes: do fragmento midiático ao frame paródico da realidade* -, foi através dela que ganharam popularidade.

IMAGENS 27 e 28: Sites Gerador de memes e Meme generator



Fonte: www.geradormemes.com e <https://imgflip.com/memegenerator>

Enquanto formas expressivas capazes de comunicar, os memes configuram-se em mensagens alusivas de acontecimentos ou situações sociais, passando a fazer parte do contexto discursivo que lhes deu origem. No conjunto que estabelecem entre si (os vários memes sobre um mesmo assunto) e com os textos que lhes servem de ponto de partida, compõem uma narrativa convergente e transmidiática, complexa e múltipla em seus significados. Não se limitam, portanto, em citar o acontecimento do qual estão tratando, podendo estabelecer também uma

crítica ou comentário sobre ele. Para se constituírem enquanto mensagem fazem uso de diferentes expressões artísticas e midiáticas de grande representatividade na cultura popular. Notícias, telenovelas, desenhos animados, filmes, fatos históricos e até mesmo outros memes aparecem como recursos para parodiar acontecimentos e subverter discursos. Sua aproximação com o campo jornalístico está no fato de tecerem um comentário sobre o cotidiano, funcionarem na publicização de assuntos que compõe o debate dentro das novas esferas de discussão e também por seu caráter factual.

As imagens 29, 30 e 31 ilustram a capacidade dos memes em referenciar acontecimentos através da paródia, tecendo um comentário e/ou uma crítica sobre os mesmos. O primeiro exemplo (imagem 29) faz alusão à votação da redução da maioria penal de 18 para 16 anos, aprovada na Câmara dos Deputados Federal em segundo turno, após manobra regimental do então presidente da Câmara Eduardo Cunha (PMDB), que colocou a PEC novamente em votação depois de projeto semelhante ter sido rejeitado um dia antes. O segundo meme (imagem 30) faz uma brincadeira com a histórica goleada da Alemanha sobre o Brasil na Copa do Mundo de 2014, ao passo que o terceiro (imagem 31) refere-se a dois fatos: a greve dos bancários, em outubro de 2015, e o aumento no valor dos combustíveis, que teve dois reajustes em 2015. Enquanto mecanismo de humor, os memes funcionam também isoladamente. Porém, é na relação que estabelecem com os fatos que referenciam e nos desdobramentos em novos memes que exercem seu potencial mais abrangente, tornando o debate mais complexo na medida em que propõem desvios de sentido aos relatos e discursos iniciais.

IMAGENS 29 a 31: Memes da internet



Fonte: Reproduções do Facebook

As imagens 32 e 33, por exemplo, tecem críticas diretas ao jornalismo, especialmente no que tange à cobertura dos assuntos propostos pela chamada mídia tradicional. O primeiro (imagem 32) refere-se à omissão do *Jornal Nacional* sobre o processo de sonegação fiscal referente ao período de 2005 a 2008 envolvendo a *Rede Globo*. O mesmo veio à tona em 2013, através de um grupo de blogueiros e canais alternativos, como o *Centro de Estudos de Mídia Alternativa Barão de Itararé* e o *Mega Cidade*. Arquivado em outubro de 2014 o caso, que não foi destaque na grande mídia, condenava a emissora em uma autuação em torno de R\$ 700 milhões. Na internet, principalmente através de sites como o *Facebook*, o caso ganhou espaço através de memes que evidenciavam a omissão do assunto pelos telejornais da emissora. No exemplo é feito um comparativo com outros escândalos que, mesmo representando valores menores, foram destaque. O silenciamento do telejornal aparece na brincadeira com a falta de tempo para abordar o assunto devido sua própria estrutura, que finaliza com o clássico “boa noite” do apresentador William Bonner quando o assunto em questão vem à tona. (BRASIL, SÉKULA; 2015).

IMAGENS 32 e 33: Memes que fazem críticas diretas ao jornalismo



Fonte: www.facebook.com/bastidoresdamidia e www.memegen.com

O segundo meme (imagem 33) ironiza a excessiva importância dada pela imprensa a um único assunto - o jogador Neymar - questionando sua real contribuição ou impacto para sociedade. Ambas as paródias encontram sustentação em ideias de estudos clássicos do jornalismo, como o do *Gatekeeper* e do *Agenda Setting*, onde determinados assuntos são escolhidos em detrimento de outros para

fazer parte das discussões da esfera pública. Os filtros subjetivos/objetivos aos quais estão submetidos os jornalistas em seus sistemas de formação/produção, e os interesses editoriais que dialogam com outras esferas da sociedade, são limitadores dos discursos jornalísticos (BRASIL, SÉKULA; 2015). Ao discutí-los, ainda que de maneira indireta, o público demonstra compreender seus efeitos práticos na construção de uma determinada realidade social. Ao transformar o assunto em suas próprias narrativas, contribui para uma complexificação do debate.

Essa nova ecologia midiática, antes de eliminar a figura do jornalista, lhe impõe um deslocamento dentro do próprio campo. Em seu relatório sobre o jornalismo pós-industrial Anderson, Bell e Shirky (2013), ao analisarem a atuação das mídias sociais nos novos contextos de comunicação, destacam seu valor jornalístico por uma relação que vai desde o indivíduo que possui uma informação importante até a coletividade. Os autores avaliam que em muitos acontecimentos recentes a primeira descrição é feita por cidadãos conectados, e que alguns casos, como desastres naturais, acidentes, etc., essa é uma prática já instituída. O que não anula, contudo, o trabalho do jornalista. Não se trata, portanto, de uma substituição, mas de uma mudança para outro ponto dentro da cadeia editorial. O jornalista “já não produz observações iniciais, mas exerce uma função cuja ênfase é verificar, interpretar e dar sentido à enxurrada de textos, áudios, fotos e vídeos produzidos pelo público” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 43).

Nesse cenário de produções narrativas convergentes, colaborativas e remixadas, as novas formas de participação ficam tencionadas entre a possibilidade da democratização dos sentidos oferecida pelas inovações tecnológicas e sua assimilação pelas lógicas do mercado. A experiência estética politizada proposta pelas vanguardas artísticas e pelos movimentos contraculturais do passado ramificam-se até os dias de hoje, mas enfrentam a resistência direta dos modelos tradicionais de comunicação, sustentados por grandes corporações midiáticas. Na metáfora do rei morto, o ponto de tensão surge nos desdobramentos discursivos que se seguem a sua morte, nas disputas pela significação do acontecimento enquanto tentativa de direcionar ou controlar seus desdobramentos. Até que ponto as narrativas que emergem desse contexto, a exemplo dos memes, podem ampliar as vozes dentro dos novos espaços de debate, caracterizando-se como um exercício de contrapoder, e como isso afeta o jornalismo em seu compromisso com as sociedades democráticas, é o que discutiremos nos capítulos a seguir.



CAPÍTULO 2. MEME: DO FRAGMENTO MIDIÁTICO AO FRAME PARÓDICO DA REALIDADE

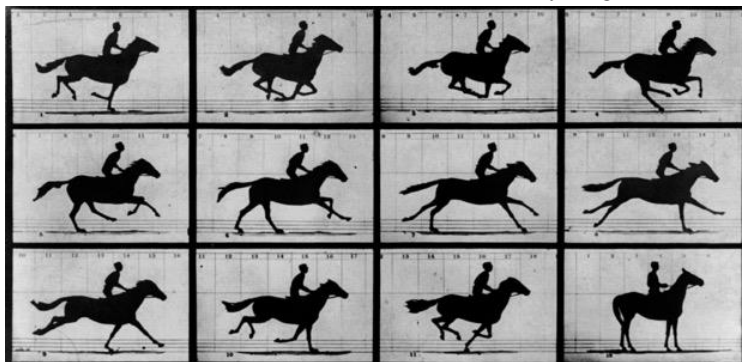
Quando Mary Shelley, no início do século XIX, publicou seu romance de terror gótico onde o estudante de ciências naturais Victor Frankenstein dava vida a um monstro em seu laboratório, muitos dos medos de uma época vieram à tona. As mudanças impostas pela Revolução Industrial e a ascensão dos estados laicos colocavam à prova o poder da Igreja e a onipotência de Deus. Sob tal perspectiva, conforme indica Tavares (2015, *online*), a monstruosidade da criação de Frankenstein estava muito mais na ausência de sua alma - já que não havia sido criado por um ser divino - do que pela ausência de beleza em seu corpo retalhado, fragmentado. Mais de um século depois, em 1955, Walter Benjamin levantava uma discussão bastante similar ao tratar dos paradigmas estéticos e políticos que a técnica infringia aos processos de produção simbólica.

Em seu clássico ensaio *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* o autor apresentava os elementos para as novas formas de expressão das sensibilidades coletivas. Uma perspectiva que resultava na perda da aura da obra de arte enquanto figura singular que carregava as inscrições de um tempo e de um espaço. Assim como Shelley, que questionou o direito de Deus sobre o homem, Benjamin colocou à prova a soberania das artes em relação ao uso e o gozo das coisas (MARTÍN-BARBERO, 1997). De certa forma, o que ambos propunham, cada um a seu modo e de acordo com as implicações de seus tempos históricos, era uma reorganização das ideias ligadas ao poder a partir das possibilidades do “saber fazer” e do “poder fazer”.

De acordo com Tavares (2015, *online*) é o que acontece nos dias de hoje no debate que se estabelece sobre a propriedade industrial e a pirataria, por exemplo. Sobre quem tem o direito de fabricação de um determinado produto. “O monstro de Frankenstein é o precursor do uísque fabricado na banheira durante a Lei Seca, do livro impresso e vendido sem a autorização da editora (...), da bolsa Vuitton comprada na Rua da Carioca”. No campo do jornalismo essa questão resulta no questionamento sobre quem tem o direito e/ou a qualificação para estruturar a realidade, sobre como a simplificação das tecnologias da informação abre precedentes para a multiplicação indistinta das vozes e sobre como tudo isso relativiza o próprio conceito de verdade. Desse contexto emerge toda a problemática do *frame* e do meme enquanto formas de percepção e organização do mundo social. Os memes da

internet, como produções que se apropriam dos mais variados fragmentos da realidade para se configurar enquanto mensagem, aparecem tanto como resultado de um modo de ver o mundo, como geradores de outros enquadramentos possíveis. Nesse cenário, o público assume o lugar de um doutor Frankenstein pós-moderno, sempre pronto para fazer incisões e implantes na realidade.

IMAGEM 34: *Horse in Motion*, de Eadweard Muybridge, 1886.



Fonte: *Wikimedia Commons*

Em sua terminologia técnica *frame* é cada um dos quadros de um produto audiovisual. A imagem estática que organizada em sequência a uma certa velocidade nos dá a ilusão do movimento (imagem 34). Trata-se, portanto, de uma parte, de um fragmento que, graças a nossa capacidade de conclusão, forma um todo coerente na medida em que se relaciona com o conteúdo de nossas experiências anteriores. É o que nos permite ver o conjunto da criação de Victor Frankenstein, seu homem-monstro, e não apenas suas partes cirurgicamente implantadas. Balázs (1945), ao tratar da experiência do cinema, atribui essa sensação de unidade a uma participação direta do espectador, que precisa contribuir associando ideias, numa síntese de consciência e imaginação. Uma tarefa para a qual “o público do cinema teve, em primeiro lugar, que ser educado” (in XAVIER, 1983, p.87). O autor utiliza-se ainda da analogia que Bergson faz sobre a melodia para ilustrar o funcionamento do filme e a relação de interdependência entre um frame e outro.

Uma melodia, disse Bergson, é composta de notas isoladas que se sucedem umas às outras, em sequência, i.e., no tempo. Entretanto, uma melodia não possui dimensão no tempo na medida em que

a primeira nota só se torna um elemento da melodia porque ela se refere à próxima e porque se coloca numa relação definida a todas as outras notas, incluindo a última. É por esta razão que, embora possa não ser tocada durante algum tempo, a última nota já está presente na primeira como um elemento criador da melodia. E a última nota completa a melodia somente porque ouvimos a primeira nota junto com ela. (in XAVIER, 1983, p.94)

McCloud (2005), em sua análise sobre as histórias em quadrinhos, também oferece elementos para o entendimento do frame em suas relações com a maneira como organizamos o mundo e seus acontecimentos através das narrativas que criamos. Interessa aqui especialmente o conceito de “sarjeta” trabalhado pelo autor. O termo é utilizado para delimitar o espaço em branco que se instala entre um quadro e outro nesse tipo de narrativa (imagem 35). Cada quadro fragmenta o tempo e o espaço, conferindo “um ritmo recortado de momentos dissociados” que necessita que o público o preencha, imaginando o que acontece nesse entremeio para constituir uma realidade contínua e unificada. “É aqui, no limbo da sarjeta, que a imaginação humana capta duas imagens distintas e as transformam em uma única ideia.” (McCloud, 2005, p.66).

IMAGEM 35: Uma morte na sarjeta



Fonte: Desvendando os quadrinhos, Scott McCloud, 2005

Esses exemplos, antes de serem experiências isoladas ou características exclusivas de determinadas linguagens, demarcam a relação que estabelecemos com a própria realidade. “Nós percebemos o mundo como um todo, através da experiência dos nossos sentidos. No entanto, nossos sentidos podem revelar um mundo fragmentado e incompleto. (...) Nossa percepção de ‘realidade’ é um ato de fé baseado em meros fragmentos”. (McCLOUD, 2005, p.62). Cotidianamente, é comum tirarmos conclusões, completando mentalmente o que está incompleto com base em nossas experiências anteriores. Muitas delas acontecem automaticamente e quase sem esforço. Outras porém, especialmente quando nos referimos aos processos de produção de narrativas a partir das mais diversas técnicas e linguagens, são invenções criadas deliberadamente para provocar sensações e/ou ressaltar discursos.

Guardadas as proporções, é possível estabelecer uma aproximação dessa dinâmica com a estruturação das narrativas jornalísticas, as quais assumiram, ao longo da história, um discurso de apresentação da realidade a partir de um compromisso com a veracidade dos acontecimentos. Ao tomarmos a notícia como o produto final de uma série de apropriações da realidade, reorganizadas em um texto a fim de relatar um acontecimento, podemos percebê-la como um enquadramento do mesmo²¹. São fatos destituídos de sua ordenação natural, reorganizados dentro de novas sequências e associações de ideias, apresentados em linguagem própria (a jornalística) para estruturar aquilo que entendemos por realidade, e na qual depositamos certa fé na verdade. Assim como nos quadrinhos, as notícias também deixam lacunas, sarjetas que serão completadas pelo público a partir de informações prévias e/ou imagens e ideias que compõem seu imaginário social.

Durand (2007) define o imaginário como sendo o conjunto das imagens e das relações de imagens que constituem o capital pensado do ser humano, um conceito que, por essência, é bastante amplo, e remonta

²¹ Para fins ilustrativos, procura-se generalizar aqui o conceito de notícia, percebendo-o como todo e qualquer produto materializado de uma série de preceitos e práticas jornalísticas específicos, independente das linguagens e dos suportes que lhe dão forma e dos discursos que carregam. Da mesma forma, também o texto é percebido não apenas a partir de sua expressão verbal escrita, mas como toda e qualquer expressividade capaz de desencadear processos de comunicação e gerar significações.

as próprias origens do homem. Pensar nessa bagagem imagética que dá base ao pensamento nos coloca num lugar de fronteira, com o imaginário podendo ser entendido como o “trajeto no qual a representação do objeto se deixa assimilar e modelar pelos imperativos pulsionais do sujeito, e no qual as representações subjetivas se explicam pelas acomodações anteriores do sujeito ao meio objetivo” (DURAND, 2007, p.30). Considerando que as imagens têm uma história, Legros (2007, p.36) situa o conceito de imaginário em suas relações com a ideologia, a qual entende como “o resultado socialmente aceito, na escala de um grupo humano, das idéias interiorizadas por cada um de seus membros para que uma visão de um mundo assegure a estabilidade e comande os projetos.”

Num sentido ampliado, portanto, o fragmento, seja de um produto audiovisual, de uma música, de uma história em quadrinhos, de um acontecimento ou mesmo de uma realidade, nunca é uma unidade em si mesma. Caracteriza-se, sobretudo, como um recorte que resulta dos eventos e das dinâmicas que lhe produziram, constituindo-se enquanto mensagem a partir das correlações que estabelece com outros fragmentos, sejam eles concretos ou simbólicos. É uma resposta a uma série de escolhas e ordenações objetivas e subjetivas, conscientes e inconscientes e que, na mesma medida em que são resultado de contextos sociais, políticos, econômicos e culturais, tem o potencial de atribuir-lhes novos sentidos. Ao que se apresenta toda problemática do *framing* em um mundo cada vez mais (re)mediado e demarcado pela produção de bens imateriais.

Trabalhado inicialmente pelo sociólogo Erving Goffman, em seu livro “*Frame analysis: an essay on the organization of experience*”, em 1974, o conceito de frame procura entender como as pessoas fazem para organizar suas experiências e assimilar ou dar significados para suas práticas cotidianas. Diante da impossibilidade de elaborar novos sistemas de classificação para cada prática social, Goffman (1986) propõe a ideia de “quadros” como um tipo de esquemas interpretativos que auxiliam as pessoas nessa tarefa. Dessa maneira, a compreensão de um evento em particular requer, num primeiro momento, isolar quadros de referência para, em seguida, analisar a vulnerabilidade dos mesmos. O autor afirma que a sociedade ocidental faz distinções entre os eventos a partir da observação de regras que estabelecem relações com um ou mais quadros, dividindo-os em “estruturas primárias” e “secundárias”.

A “estrutura primária” possibilita ao indivíduo “dar significado àquilo que de outra forma seria um aspecto insignificante de uma cena” (Goffman, 1986, p.21 tradução nossa) e pode assumir um caráter natural

ou social. Oferece aos indivíduos as bases para se conectarem aos eventos, permitindo, porém, mais do que uma interpretação original. Em relação a ela, os enquadramentos de significado são “secundários” e podem separar-se “transformações” (ficção, imitação, modelização, etc.) e “fabricação” (onde diferenças entre o que enquadramento para os participantes operam deliberadamente). Sendo os enquadramentos construções simbólicas e interpretativas que se referem a crenças socialmente partilhadas, os mesmos podem variar, transformando-se em realidades múltiplas. Assim, da mesma forma que mudanças na vida social passam a exigir nos “quadros” de interpretação, a realidade social também pode modificar-se na medida em que novos enquadramentos passam a ser produzidos.

No interior do sistema midiático, em especial do jornalístico, que se empenha na construção de narrativas sobre múltiplos aspectos do cotidiano, os *frames* operam em diferentes níveis: da produção da mensagem, do texto, dos receptores e, de forma mais ampla, da própria cultura. Desde Tuchman (1978), que em seus estudos etnográficos propôs uma análise sobre relação entre as práticas de enquadramento e o processo de produção das notícias, diferentes teóricos vêm se empenhando na compreensão de como os meios de comunicação constroem imagens sobre o “real” e de como o público se utiliza delas para lidar com suas vidas diárias. Uma dinâmica instável sobre a qual incidem também diferentes disputas e jogos de poder pela significação dos acontecimentos a partir de diferentes ângulos de percepção.

Sob a perspectiva da linguagem, Reese (2001) trabalha com a ideia de *framing* como o resultado aparente de uma série de procedimentos permeados por princípios e dinâmicas culturais que são, de alguma forma, comungados entre os diferentes atores sociais e agentes do processo comunicativo. “*Frames* são princípios organizativos compartilhados socialmente e persistentes no tempo, que operam simbolicamente para dotar de sentido o mundo social.” (REESE, 2001, p.11 tradução nossa). Ao mesmo tempo em que sugerem um todo que interfere nas produções humanas, uma forma de compreender e agir sobre o mundo, delimitam um recorte, uma moldura sobre a qual se aplicam tais princípios de seleção e organização e que, ao se materializarem, voltam a fazer parte desse mundo social.

Maia (2008, p.100), a partir das ideias de Entman (1993), descreve o *framing* como um determinado enquadramento da realidade, destacando que “enquadrar é selecionar uma realidade percebida e torná-la mais saliente num texto, de modo a produzir uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma apreciação moral

e/ou uma recomendação”. Esse processo de seleção se materializa a partir das linguagens e está, de certa forma, submetido aos seus mecanismos técnicos de exploração das sensibilidades. Ou seja, os recursos que o próprio meio permite explorar (sonoros, visuais, textuais, etc.). Ao mesmo tempo, são decorrentes de escolhas que lhe são anteriores e de apropriações e interpretações que lhe são posteriores.

No jornalismo, as formas de apresentação dos relatos visam reforçar a sensação de veracidade em relação ao que é dito. Uma forma de enquadrar o mundo e a realidade que se constituiu ao longo do tempo a partir de suas relações diretas com fatores econômicos, políticos, culturais, ideológicos, etc. Dos limites temporais na apuração de uma notícia aos valores contidos na profissão ou na linha editorial dos veículos, dos constrangimentos que sofrem os jornalistas ao modo como o público participa das dinâmicas comunicacionais, todos são elementos que interferem nos processos de organização da realidade social proposta pelo jornalismo. Estes, na medida em que se repetem, estabelecem *framings* que passam a incidir sobre os próprios contextos que os geraram. Em função disso, num cenário onde os enquadramentos sobre o cotidiano deixam de ser produzidos midiaticamente apenas pelos jornalistas, alteram-se também as possibilidades interpretativas da realidade social e dos eventos que a compõe.

A possibilidade de o público ter maior participação no que diz respeito à divulgação de suas opiniões e ideias através das mídias aponta para uma ampliação na produção de novos *frames*, uma vez que aquilo que é socialmente compartilhado aumenta consideravelmente. Ao considerar que, conforme destaca Maia (2008, p.101), “os textos da mídia são resultados de princípios que estruturam cognitiva e culturalmente os sentidos, em articulação com as próprias relações sociais”, demarca-se o caráter multifacetado do *frame*. Dentro de uma perspectiva que visa a democratização dos sentidos, pode-se dizer que a “dinâmica dos enquadramentos será melhor concebida se assumirmos a pluralidade de posição e valores e, conseqüentemente, a tensão entre as interpretações colocadas em movimento pelos indivíduos e pelos grupos numa dada situação”.

A experiência midiática torna-se fundamental na medida em que institui vínculos e manifesta como os indivíduos, em sua condição de seres coletivos, regulam os sentidos sociais (CHARAUDEAU, 2013), porém, está ela própria submetida aos *framings* de outros processos de socialização. Meditsch (2010), em consonância com as ideias de Berguer e Luckmann (1995), atenta para o fato do homem e seu mundo social atuarem constantemente um sobre o outro através de processos de

exteriorização, objetivação e interiorização, os quais acontecem a partir de diferentes instâncias. A primeira delas refere-se ao conhecimento pré-existente do mundo, ou seja, aquilo que é socialmente aceito e compartilhado como verdadeiro e legítimo. A segunda diz respeito ao ingresso dos indivíduos nos papéis institucionais definidos pela sociedade, a exemplo dos lugares que assumem dentro de espaços como a família, a escola, a religião e o trabalho. As mídias e o jornalismo aparecem numa terceira instância, como um campo finito de significações, mas através da qual é possível reafirmar e/ou contestar os processos anteriores.

As instituições foram criadas para aliviar o indivíduo da necessidade de reinventar o mundo a cada dia e ter de se orientar dentro dele. As instituições criam programas para execução da interação social e para a realização de currículos de vida. Elas fornecem padrões comprovados segundo os quais a pessoa pode orientar seu comportamento. (...) As estruturas da sociedade tornam-se estruturas da consciência. (BERGER; LUCKMANN, 1995, *apud*. MEDITSCH, 2010, p.30)

Existe, portanto, uma influência mútua nos sentidos gerados por essas instâncias através dos *framings* que produzem, podendo umas incidir sobre as outras num jogo de poder e contrapoder que visa atribuir ao mundo social sua organização. Tensões são constantemente geradas. Estas, por sua vez, se desenvolvem entre a possibilidade de romper com princípios impostos e sua assimilação por eles. Ao longo dos tempos, a arte tornou-se um grande exemplo desse processo. Se, por um lado, assume uma função que ultrapassa o ato de comunicação, atuando como agente transformador de ideias e paradigmas, é também uma forma que permite propagá-los e normatizá-los. Taylor (2005), por exemplo, em *Arte, inimiga do povo*, denuncia a arte como um jogo de cena através do qual as classes dominantes vendem seu estilo de vida. Uma apropriação do termo pela nobreza, e posteriormente pela burguesia, para atribuir aos seus valores o *status* de verdade e propagá-los entre as demais esferas da sociedade, fazendo valer suas próprias formas de ver o mundo.

Da mesma forma o jornalismo, que dentro dos papéis que lhe foram socialmente atribuídos (e auto-atribuídos) se coloca numa condição contrária aos poderes políticos e à manipulação, torna-se ele

próprio um meio de divulgação de discursos ligados ao poder e à manipulação da opinião pública (CHARAUDEAU, 2013). O que opera dentro desses processos são os modos de organizar as coisas que caracterizam o *framing* como o resultado de escolhas que perpassam pelos diferentes filtros que compõem as dinâmicas da vida social e pelas interações que se estabelecem entre os sujeitos do processo comunicativo. Múltiplos enquadramentos que se organizam e reorganizam nas e através das linguagens, nas relações que estabelecem com todos os envolvidos no processo e com o próprio contexto do qual são resultado.

Ao analisar o conceito de acontecimento, por exemplo, Vogel (2010) chama a atenção para o fato de como a arte e o jornalismo, cada um ao seu modo, atuam nos processos de construção dos acontecimentos, demarcando-os como séries particularizadas de procedimentos culturais que pretendem apreender os eventos. Ao fazê-lo, conferem-lhes nova materialidade, “a do registro ou do texto, seja ele visual, sonoro, verbal. Esse é um movimento decerto comum a todo agente cultural na realização do mundo (no sentido mesmo de dar-se conta e instituir culturalmente o real)” (VOGEL, 2010, p.65). Eis aqui o paradigma que permite ao *frame* estar localizado tanto no comunicador, como no texto, no receptor ou na cultura (ENTMAN, 1993; REESE, 2001), podendo ainda uma instância agir sobre a outra num movimento infinito de possíveis ressignificações.

Os procedimentos culturais organizam os fatos e peculiaridades de um acontecimento enquanto algo discernível e ao qual se pode atribuir sentido, ponto de ordem no fluxo instável dos haveres e estares. Nesse feito, estabilizam o acontecimento dentro dos preceitos que regem, a cada época, cada procedimento como particular. Estabilizados, os acontecimentos podem ser (e são) infinitamente reconfigurados em novas sequências de sentido. É um trabalho de montagem que arte e jornalismo realizam, porém, cada qual regido pelos preceitos nitidamente próprios de cada campo. (VOGEL, 2010, p.66)

Entman (1993) refere-se ao *framing* como um paradigma fraturado, que assim como o próprio campo da comunicação torna-se atrativo por sua natureza interdisciplinar. Quando visto como a

ação recíproca de práticas de mídia, cultura, audiências e produtores, os defensores da abordagem de *framing* são contra compartimentar indevidamente componentes de comunicação (remetente, conteúdo, audiência). Como qualquer formulação teórica, nós preferimos considerar quais aspectos do mundo social são melhor explicados com ele, e quais são obscurecidos. (REESE, 2001, p.07 tradução nossa)

Ao mostrarem “como a matriz de elementos significantes está ligada a interpretações da audiência”, Pan e Kosicki (1993), reconhecem que “o texto por si só não determina o significado, mas interage com a memória da audiência” (REESE, 2001, p.08 tradução nossa). De acordo com Meditsch (2013, p.18), essa qualidade dinâmica dos *frames* é resultado de sua capacidade “de projetar conhecimento futuro na medida em que condicionam a percepção de novas experiências”. Enquanto estruturas de significado elaboradas a partir de “um conjunto de conceitos e relações entre esses conceitos”, os *frames* também estabelecem “regras para o processamento de novos conteúdos”. Isso os coloca tanto em uma condição de captar a realidade de maneira estereotipada, nos termos em que coloca Lippmann (2008), como em romper com essa lógica, permitindo “ver” antes de “definir”. Maia (2008, p.100) destaca, inclusive, a importância dos estudos sobre enquadramento em relação aos de agendamento, em especial “quando se trata de conhecer melhor a disputa entre atores sociais para interferir na produção de bens simbólicos da mídia, definir e configurar questões públicas, formular estratégias de apresentação e ganhar ‘ressonância’ cultural”.

Dentro das produções que acontecem nos novos espaços de discussão, os memes apresentam-se como uma forma particular de organizar e comentar os acontecimentos do mundo social e midiático, bem como de relacioná-los entre si. Assim, ao materializarem discursos a partir das linguagens, estruturando-os em narrativas específicas, tornam-se importantes pistas dos conflitos entre os atores sociais e das co-relações espaço-temporais que os constituem enquanto sujeitos. Um elo objetivado que permite exteriorizar algo que, na medida em que se repete, interioriza conceitos. Perceber o meme a partir dessa perspectiva possibilita refletir sobre os princípios a que estão submetidos, apontando tanto para o aspecto de suas dinâmicas e técnicas produtivas, como para o fato de funcionarem eles próprios como um comentário, uma

interpretação dos acontecimentos, em especial aqueles que estão previamente organizados pelos discursos das mídias.

No contexto do ciberespaço três aspectos interferem diretamente nos processos organizativos que passam a ser socialmente compartilhados. O primeiro deles diz respeito ao apagamento das fronteiras entre os atores de um processo comunicativo, ou seja, um receptor pode tornar-se um novo emissor de mensagens. O segundo diz respeito ao acúmulo de material disponível devido ao processo convergência midiático e suporte de diferentes linguagens possibilitado pela internet. Por fim, o terceiro refere-se ao ferramental técnico disponível que permite a manipulação e alteração dos conteúdos num processo constante. Enquanto formas expressivas, os memes condensam em sua estrutura princípios que regem a cibercultura, como a remixagem. A partir dos usos e apropriações das tecnologias digitais, estabelecem uma série de práticas pautadas na livre associação e (re)combinação de elementos, colagens e *cut-ups* de informações (LEMOS, 2006). Configuram-se a partir de todo material disponível, fazendo uso de narrativas diversas, veiculadas inicialmente em outras mídias ou mesmo de produtos originários do ciberespaço. Atribuem ressignificações, reenquadramentos aos discursos primários dos quais se apropriam, chegando em muitos momentos a subvertê-los.

Trata-se de um fenômeno típico da era da pós-produção, um termo técnico utilizado no âmbito das linguagens audiovisuais como o cinema, a televisão e o vídeo para designar “o conjunto de tratamentos dados a um material registrado” (BOURRIAUD, 2009, p.07). Tais tratamentos envolvem a montagem, o acréscimo de outras fontes visuais ou sonoras, legendas, vozes *off*, efeitos especiais, etc. “Como conjunto de atividades ligadas ao mundo dos serviços e da reciclagem, a pós-produção faz parte do setor terciário em oposição ao setor industrial e agrícola, que lida com a produção das matérias-primas”. No campo artístico, conforme aponta o autor, essa é uma prática que vem sendo utilizada por um número cada vez maior de artistas desde o começo dos anos 90. Trata-se de uma dinâmica de apropriação, interpretação, reprodução, reexposição e utilização de produtos culturais disponíveis ou obras realizadas por terceiros diretamente ligadas a multiplicação da oferta cultural e indiretamente ligadas à consideração de expressões artísticas até então desprezadas.

A configuração de novas narrativas, no sentido trabalhado por Ricoeur (2010), se dá agora a partir de outras narrativas previamente configuradas e colocadas à disposição do público para serem livremente re-configuradas. Isso se dá especialmente pela passagem do valor de

culto para o valor de exposição da imagem. De acordo com Benjamin (2010), a emancipação das obras de arte e a invenção da fotografia e do cinema demarcam a passagem da produção artística que colocava as imagens a serviço da magia para sua propagação em larga escala. Segundo o autor, o que importava inicialmente nas imagens era que elas existissem, não que fossem vistas. Seu caráter de reprodutibilidade, potencializado pela técnica, reorganizou a experiência humana e liberou a imagem de sua existência única, ligada a um tempo e um espaço, e de seu caráter de autenticidade, originalidade.

Podemos dizer que a técnica de reprodução retira do domínio da tradição o objeto reproduzido. Na medida em que ela multiplica a reprodução, substitui a existência única da obra por uma existência massiva. E, na medida em que essa técnica permite à reprodução vir ao encontro do espectador, em todas as situações, ela atualiza o objeto reproduzido. Esses dois processos resultam num violento abalo da tradição, um abalo da tradição que constitui o reverso da crise e renovação atuais da humanidade. Eles se relacionam intimamente com os movimentos de massa, em nossos dias. (BENJAMIN, 2010, p.183)

Desta condição Benjamin estabelece os argumentos para instituir a destruição da aura, demarcando a superação do caráter único das coisas pela possibilidade de aproximá-los do público. Agora, além de ter acesso às imagens e reproduzi-las, cada ser habitante do ciberespaço pode também transformá-las, aproveitando-se dos conteúdos disponíveis para criação de novas mensagens e novos sentidos. Um movimento que ganhou força com as vanguardas artísticas do século XX e se popularizou com a possibilidade de uma organização midiática em rede. As noções de produção e consumo, criação e cópia são novamente tencionadas. Não se trata mais de produzir formas a partir de materiais brutos, mas de, conforme aponta Bourriaud (2009, p.08), “de trabalhar com objetos atuais em circulação no mercado cultural, isto é, que já possuem uma forma dada por outrem”.

Hora (2009, *online*), contribui para a questão ao lembrar que, nas criações que acontecem em meio as mídias digitais, a arte não apenas assume um caráter reprodutível, mas também reprogramável, uma vez que ganha a capacidade de recombinar sua forma a cada nova interação

que estabelece. “Em lugar de registros originais multiplicados pela cópia, temos uma multiplicidade que se manifesta de modo incerto em singularidades circunstanciais.” Estaríamos assistindo a uma revitalização do conceito de aura, que de elemento perdido no processo da reprodutibilidade técnica passaria a uma espécie de manifestação constantemente mutável em uma realidade cada vez mais remediada? Ou apenas a um jogo de recombinações das imagens técnicas imposta pela velocidade com elas se reproduzem? Para além das implicações teóricas, os artistas da pós-produção descritos por Bourriaud (2009, p. 49) não só inventam novos usos para as obras, mas “trabalham um novo recorte das narrativas históricas e ideológicas, inserindo seus elementos em enredos alternativos”.

Na medida em que essa possibilidade se expande, a produção desses enredos deixa de ser feita apenas por artistas. A democratização dos meios e a popularização das ferramentas torna qualquer um apto para combinar e remixar os elementos previamente disponíveis na produção de novas mensagens. Os memes da internet ganham destaque nesse cenário devido à simplicidade de sua produção e alto grau de propagação. Enquanto linguagem, caracterizam-se por confluências técnicas e estéticas das artes e das mídias, tendo no ato de comentar o cotidiano também uma aproximação com o jornalismo. Permitem a exposição de uma experiência particular que se dá a partir de uma experiência estética compartilhada, especialmente através dos produtos culturais organizados midiaticamente. É uma linguagem convergente, que ganha força justamente por apropriar-se das produções e dos discursos que circulam em diferentes meios de comunicação e estão acessíveis na internet.

As imagens de 31 a 38, referentes aos protestos de junho de 2013 no Brasil, ilustram como os memes se utilizam do acervo imagético de diferentes formas expressivas, de filmes a grafites, de quadrinhos a imagens de celebridades, para se estruturarem enquanto mensagem. Uma linguagem que se (re)organiza através da mixagem com outras linguagens previamente remediadas, seja por seu puro valor visual, seja pela relação que estabelecem com conteúdos e/ou discursos aos quais estão originalmente relacionados. Propõem reenquadramentos, ou melhor dizendo, uma sobreposição de enquadramentos que traz ao fato comentado/citado uma ampliação de sentidos, marcando a atualização dos discursos. Uma característica que, conforme ressalta Maia (2008, p.101), faz parte dos textos da mídia, que não se reduzem a posicionamentos “pró” ou “contra”, desdobrando-se em vários subenquadramentos. “Num mesmo enquadramento geralmente há

margem para posições variadas, o que permite certo grau de controvérsia entre aqueles que compartilham de um mesmo quadro interpretativo.”

IMAGENS 31 a 38: Memes sobre os protestos de junho de 2013



Fonte: Reproduções Facebook

As imagens 31 a 35 referem-se diretamente ao aumento da passagem do transporte público paulistano de R\$3,00 para R\$3,20, acontecimento que ficou conhecido como o estopim da série de manifestações que se espalharam pelo país. A frase “não é só pelos 20 centavos”, que se tornou lema dos protestos após o comentarista Arnaldo Jabor tratá-los como uma briga por “vinténs” sem propósito, passou a representar uma série de insatisfações populares. O grande número de reivindicações e a falta de objetivos específicos que se somaram à causa do Movimento Passe Livre (MPL), serviu inclusive para questionar a legitimidade das manifestações. Nas articulações que

se estabeleceram entre as redes e as ruas, especialmente no volume de informações geradas por indivíduos e grupos independentes, evidenciou-se a capacidade de mobilização popular e seu consequente potencial para gerar visibilidade a questionamentos sobre as políticas públicas. Na mesma medida, os desdobramentos discursivos que se seguiram às manifestações demonstraram como processos de apropriação, manipulação e ressignificação da informação são uma constante na nova esfera pública midiática.

Analizados sob esta ótica os memes apresentam-se como mais um elemento a ser considerado nessa discussão. A imagem 31, por exemplo, traz a cantora pop norte-americana Beyoncé vestindo uma camiseta estampada com uma variação para o inglês da frase “não é só por 20 centavos”. O meme aproveita-se da popularidade da artista para apoiar e dar legitimidade à causa. A ideia de que até Beyoncé sabia que a causa dos protestos era maior do que o aumento das tarifas de ônibus gera um *frame* que converge com a voz das ruas. A qualidade técnica da manipulação - que gera dúvidas quanto a veracidade da imagem -, em conjunto com memes de outras celebridades propagando a mesma mensagem - a exemplo de Britney Spears, Maradona, Mark Zuckerberg -, reforçam esse efeito. Outros memes, por sua vez, imprimem à frase um tom irônico, sugerindo um enquadramento que entende o problema a partir do quanto isso pode representar para população em seu dia-a-dia (imagem 32) ou a longo prazo (imagem 33), ou ainda estabelecendo comparativos com a qualidade do serviço oferecido em relação ao valor pago (imagem 34).

A imagem 35 também funciona nesse sentido, porém acrescenta outros enquadramentos ao acontecimento. O policial, que virou meme ao ser flagrado jogando spray de pimenta em um cinegrafista, é reapresentado ao público deslocado de sua função inicial. Ao invés de intimidar os manifestantes, torna-se um. A manipulação do *frame* vai além e o coloca na condição de “vândalo”, de pichador. Nesse sentido, vale lembrar que policiais e agentes da Agência Brasileira de Inteligência (ABIN) foram acusados de atuarem infiltrados, cometendo atos de vandalismo²². Há, portanto, dois subtextos em jogo: o das táticas de protesto adotadas e o da truculência policial, que teve efeito direto nas manifestações através de sua visibilidade nas mídias. Tais aspectos relacionam-se com as imagens 36, 37 e 38, que fazem alusão às

²² Sobre isso consultar: http://thelede.blogs.nytimes.com/2013/07/24/video-of-clashes-in-brazil-appears-to-show-police-infiltrators-among-the-protesters/?_r=4&. Acesso em: 15/10/2015.

detenções feitas pela Polícia Militar de manifestantes que portavam vinagre. Comumente usado para diminuir o ardor nos olhos e na garganta provocado por bombas de gás lacrimogênio, o produto tornou-se símbolo da crítica à ação policial.

A imagem 36 apropria-se de um grafite do artista de rua inglês Banksy, que por sua vez apropria-se da imagem de Dorothy, personagem de *O mágico de Oz*, para criticar ações da polícia em seu país. A imagem 37 é a manipulação do cartaz de *V de Vingança*, filme adaptado de uma história em quadrinhos dos anos 80 com temática anarquista cuja máscara do personagem principal foi utilizada em diferentes protestos no Brasil e no mundo²³. O último meme (imagem 38) sugere a legalização do vinagre. A expressão “legalize já” remete à música do grupo *Planet Hemp*, cuja bandeira era a descriminalização da maconha. O que está em jogo nesses enquadramentos, além da ironia ao acontecimento em si, é a própria noção de crime e de vandalismo, num sentido de desqualificar a ação policial e reafirmar a legitimidade dos protestos.

O deslocamento espaço-temporal das imagens, reorganizadas midiaticamente em novas mensagens através dos processos de montagem, constitui-se como um dos principais elementos que compõem o *framing* na atualidade. Os processos de apropriação e ressignificação que marcaram movimentos artísticos e culturais no passado desdobram-se em aplicações cada vez mais populares através dos memes da internet. Nesse processo, a aura passa de seu caráter único e imutável para dinâmica e transitória, livre da tutela da própria obra. Os novos paradigmas gerados pela democratização midiática reacende a discussão sobre o papel das linguagens e do próprio jornalismo na instituição e/ou subversão dos sentidos. Nos memes da internet, onde *frames* diversos interagem e disputam entre si pela possibilidade de ressignificar o mundo social, enquadramentos se fortalecem e se diluem na medida em que novos atores passam a fazer parte da dinâmica comunicacional. “No processo de competição entre enquadramentos, deve-se considerar que os frames sempre podem ganhar ou perder valor organizatório, ser adotados ou abandonados, respectivamente.” (MAIA, 2008, p.120). Uma disputa que se dá a partir das potências do próprio *framing*: a potência de catalizar princípios que organizam cada época/contexto, a potência de romper com eles e a

²³ Sobre isso consultar: <http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2013/06/1299052-v-de-vinganca-mascara-usada-em-protestos-foi-criada-em-quadrinhos-dos-anos-1980.shtml>. Acesso em: 15/10/2015.

potência de se materializar enquanto forma expressiva socialmente aceita.

Se “a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo tempo que seu modo de existência” (BENJAMIN, 2010, p.183), temos no *frame* um mecanismo que atua como elo fundamental dessa engrenagem e co-evolui com ela. Do processo de industrialização que impôs a fragmentação do trabalho nas esteiras das fábricas no século XVIII à reorganização das ideias de tempo e espaço que emergiram com as tecnologias e seus usos, novos paradigmas estéticos e políticos passaram a organizar a vida em sociedade. Embora o ócio criativo proposto por De Masi (2000) não tenha resultado em uma sociedade pós-industrial livre dos procedimentos do trabalho fabril, a simplificação das ferramentas de comunicação abriu precedentes para propagação de novas formas de perceber e se relacionar com a realidade. No laboratório das virtualidades contemporâneas, todos assumem o papel do Dr. Victor Frankenstein, podendo juntar os fragmentos de uma realidade remediada para dar vida a suas próprias criações.

Para embasar esse ponto da discussão, que tem como objetivo ampliar a percepção dos memes enquanto práticas discursivas de grande apelo dentro do contexto da remediação, serão trabalhados quatro sub-capítulos. O primeiro - *2.1 Memes: dos sentidos compartilhados à disputa de sentidos* - busca uma definição para o conceito de meme que vai de sua compreensão como unidade cultural compartilhada ao conjunto expressivo-discursivo que se popularizou nas montagens da internet. O segundo - *2.2 A intertextualidade kitsch dos memes da internet* - avalia o caráter intertextual dos memes em suas relações com as estéticas do *trash* e do *kitsch* e como isso afeta a economia dos discursos que circulam nas redes. O terceiro - *2.3 Memes e o (re)framing paródico da realidade* - analisa sob que aspectos os desvios discursivos presentes nos memes da internet contribuem para um reenquadramento paródico da realidade midiaticamente construída. Por fim, o quarto - *2.4 Humor e (contra) poder na constante carnavalesação das redes* - demarca sob que aspectos o humor e a paródia desdobra-se em expressões contradiscursivas para gerar resistências a determinadas representações de poder. Com isso, situa-se os memes enquanto importantes mecanismos nas trocas discursivas que se estabelecem dentro dos novos espaços midiáticos.

2.1 SENTIDOS COMPARTILHADOS E DISPUTA DE SENTIDOS NOS MEMES DA INTERNET

Meme vem do grego *mimema* e significa “algo que pode ser imitado”. O termo foi utilizado por Richard Dawkins (1976) em seu livro *O gene egoísta*, que o escolheu devido à sua semelhança fonética com a palavra “gene”. Descrito pelo autor como pequenas unidades informativas responsáveis pela replicação de comportamentos como forma de difusão cultural, os memes se caracterizariam por sua capacidade de multiplicação de cérebro em cérebro, ou entre espaços de armazenamento da informação. Na analogia biológica, estariam para a memória assim como os genes para a genética, funcionando como mecanismos de evolução cultural capazes de se autoprogamar. A moda, a língua, as religiões, as melodias, os ditos populares, os valores morais e estéticos e a própria tecnologia são exemplos de memes: ideias que podem ser facilmente apreendidas e transmitidas de maneira autônoma. Nessa perspectiva, Dawkins defende que não apenas a genética, mas também a transmissão cultural é importante para evolução das espécies e, no caso da espécie humana, para uma continuidade inteligente²⁴.

Em *The meme machine*, Blackmore (1999) reitera esse pensamento ao demarcar que o estudo da memética está diretamente vinculado à difusão de informações enquanto forma de aprendizado social, sendo importante analisar que tipo de ideia sobrevive ou desaparece a partir das dinâmicas estabelecidas. Algo que só acontece numa perspectiva conjunta, com grupos de pessoas participando dessa cadeia de informações através da qual as ideias e os comportamentos se reproduzem. A autora defende que diferentes memes estariam em constante disputa, competindo entre si, mas apenas aqueles adequados ao seu contexto sociocultural teriam a capacidade de se espalhar. Dawkins (1976) também observou que alguns memes tendiam a ser replicados em conjunto, num processo de coadaptação que chamou de “complexos de memes coadaptados”, termo que mais tarde ficou conhecido como “memeplexes”²⁵.

²⁴ Vale ressaltar que a troca de experiências culturais não é um privilégio da espécie humana, embora seja nela, conforme aponta Dawkins (1976), que os efeitos da evolução cultural sejam melhores observados.

²⁵ O termo *memeplexes* foi utilizado por Hans-Cees Speel (1996) em *Memetics: on a conceptual framework for cultural evolution*. Em seus estudos, Shifman (2014, p.10 tradução nossa) cita a democracia como um exemplo de *memeplex*, o qual abrange vários *submemeplexes*, “como os direitos humanos e as eleições

De acordo com Shifman (2014), desde seu início a memética esteve inscrita em duas grandes controvérsias: as analogias biológicas e o que a autora chama de “*who's the boss*”²⁶. Na primeira delas, observa-se uma forte tendência em associar os memes aos genes e aos vírus, evocando metáforas relativas ao contágio biológico e alastramento de doenças para determinar seu mecanismo de funcionamento. A comparação recorrente com a evolução genética busca por equivalentes culturais para conceitos biológicos. A autora chama a atenção para os cuidados em relação a essa comparação, demarcando não apenas as diferenças entre genes e memes, mas principalmente o reducionismo ao qual a ideia de cultura estaria exposta, numa simplificação demasiada da complexidade dos comportamentos humanos. Dessa forma, Shifman entende que não é necessário recorrer à biologia para estudar os memes, uma vez que ideias como replicação, adaptação e aptidão para determinados ambientes são conceitos que podem ser analisados pela perspectiva sociocultural sem perdas para a pesquisa.

A segunda controvérsia refere-se ao papel do agenciamento humano no processo de difusão de memes. Blackmore (1999), por exemplo, defende a ideia de que as pessoas são meros vetores através dos quais os memes operam para conseguirem se espalhar. Shifman (2014) contesta essa perspectiva, argumentando que o enfraquecimento do agenciamento humano não é inerente ao meme, mas à qualidade de sua interpretação. Baseando-se nas ideias de Rosaria Conte (2000), a autora afirma que é preciso “tratar as pessoas não como vetores da transmissão cultural, mas como atores por trás do processo” (SHIFMAN, 2014, p.12 tradução nossa). A disseminação dos memes estaria, portanto, pautada em agentes intencionais e com poder de decisão, sendo aspectos como as normas sociais, as percepções e as preferências pessoais muito importantes para o processo.

As duas autoras também divergem sobre o que caracteriza um meme. Ao passo que Blackmore (1999) entende que qualquer unidade de informação possível de ser copiada por imitação pode ser chamada de meme, Shifman (2014, p.39 tradução nossa) propõe, resgatando ideias trabalhadas por Dawkins (1976), uma perspectiva que complexifica esse conceito, baseando-se em dois princípios fundamentais. O primeiro deles trata essas “unidades difusas como a incorporação de várias dimensões meméticas, ou seja, vários aspectos que as pessoas podem

livres regulares, que podem ainda ser discriminados aos seus respectivos memes”.

²⁶ Quem é o chefe.

imitar”. O segundo entende “os memes não como unidades individuais que se propagam bem, mas como grupos de unidades de conteúdos com características em comum”. Essa visão é fundamental para compreendermos os memes enquanto mecanismos discursivos na atualidade, atuando dentro de lógicas culturais e estéticas de compartilhamento e participação. Na analogia com Shelley (1818), cada parte utilizada pelo Dr. Victor Frankenstein em sua criação funciona como uma unidade que se articula às demais com o intuito de imitar a própria vida. Ao seu monstro, porém, não basta reunir os fragmentos que caracterizam o ser humano, é necessário estabelecer também a *mimesis* daquilo que o define enquanto ser cultural, social e político.

Memes são, portanto, a um só tempo, o conjunto de ideias complexas socialmente partilhadas e as formas expressivas que as tornam tangíveis. Imagens, textos, rituais, músicas e melodias, lendas e ditos populares, etc., apresentam-se como dimensões meméticas materializadas, servindo de veículo para diferentes unidades informativas, as quais em seu conjunto constituem uma espécie de argamassa cultural que serve de base para o estabelecimento de comportamentos, modas, regras, normas, etc. Em outros termos, memes são “pedaços de informação cultural que passam de pessoa para pessoa, mas gradualmente passam para a escala de um fenômeno social compartilhado. Embora se espalhem em uma base micro, seu impacto é nas ações macro dos grupos sociais” (SHIFMAN, 2014, p.18 tradução nossa). Em um ambiente que tem na produção simbólica a base para sua construção, não seria equivocado supor, portanto, que é através das dinâmicas e dos jogos de poder e contrapoder que se estabelecem através da produção de discursos que os memes se originam, se propagam, se tencionam ou mesmo se apagam num processo contínuo.

No âmbito da cultura digital os estudos sobre os memes ganham novos desdobramentos. Em 1976 nem Dawkins poderia ter imaginado que a internet se tornaria um espaço tão privilegiado para observação e transformação dos fenômenos meméticos. Das três propriedades que o autor destaca para o sucesso dos memes - longevidade, fecundidade e fidelidade da cópia - todos são, de acordo com Shifman (2014), incorporados pela internet. A longevidade é possível porque a informação pode ser armazenada indefinidamente em numerosos arquivos. A fecundidade, ou número de cópias feitas em uma unidade de tempo, deve-se principalmente à rápida difusão de qualquer mensagem, sendo que um conteúdo pode atingir níveis massivos dentro de poucas horas, propagando-se gradualmente dos indivíduos para sociedade. A

fidelidade da cópia, por sua vez, deve-se ao fato da digitalização permitir que a informação seja transferida sem perda.

Tais características servem de base para o desenvolvimento de uma “cultura da conexão”, a qual segundo Jenkins et al. (2014) estabelecem novas tensões entre empresas, produtores, fãs e usuários acerca do compartilhamento e espalhabilidade dos conteúdos. Situado pelos autores entre a figura do “usuário pirata” e do divulgador de produção midiática de massa, o público da internet experimenta certo empoderamento na medida em que adquire, através da apropriação das ferramentas disponíveis neste espaço, a possibilidade de desafiar certas políticas corporativas. Dessa maneira, também exercem um papel relevante nos processos de divulgação e de conteúdos.

Há, contudo, um aspecto fundamental do processo que ultrapassa a metáfora da viralização. Trata-se do processo de mutação que sofrem os memes ao serem (re)apropriados pelo público e utilizados para atualização de discursos. Segundo Shifman (2014), uma rápida olhada nos ambientes digitais revela que as pessoas optam por criar suas próprias versões de memes na internet, e em volumes surpreendentes. Tal aspecto reafirma seu caráter dinâmico e o situa dentro dos sistemas de saber/poder dos mecanismos replicadores de discursos, apontando para uma distinção fundamental entre as ideias de viral e de meme. Embora muitos memes tornem-se virais, assim como muitos virais acabem por dar origem a memes, existem diferenças a serem consideradas para fins de estudo.

Um ponto em comum, por exemplo, é o caráter de espalhamento, compartilhamento de ambos. Porém, uma diferença central é que o viral se configura como uma ideia que é reproduzida em larga escala pelo público, mas sem impor alterações, desvios à mensagem original. Os memes, por sua vez, se caracterizam não como unidades isoladas de sentido, mas como conjuntos semânticos que atuam em grupo. Nesse sentido, ultrapassam a origem inicial do termo. Mais do que unidades de reprodução análogas aos genes, eles propõem modificações de sentidos na medida em que vão sendo (re)apropriados e (res)significados pelo público. Seu sentido, portanto, não é intrínseco, mas relacional. De um modo resumido, podemos entender os virais como algo que se espalha rapidamente, ao passo que os memes vão ganhando novas versões e significados na medida em que circulam.

Estas versões, de acordo com Shifman (2014, p.20 tradução nossa), são estabelecidas principalmente por dois mecanismos: a mimese e o remix. Ao passo que a mimese envolve a prática de “recriação de um texto específico por outra pessoa e/ou por outros

significados”, o remix envolve tecnologias de manipulação em uma prática que se tornou popular na atualidade devido à grande propagação de aplicativos de fácil utilização que permitem as pessoas baixarem e reeditarem conteúdos. Ainda sobre o processo de mimese, a autora aponta três dimensões culturais que as pessoas podem potencialmente imitar: conteúdo, forma e posição. Estas dimensões estão alinhadas com o que Knobel e Lankshean (2007) determinam como sistemas dos memes da internet.

A primeira delas abrange o texto a partir das ideias apresentadas pelo meme em um determinado sistema referencial/ideológico e diz respeito ao seu significado, o que ele está dizendo. A segunda corresponde à forma, à materialização da mensagem em uma determinada expressão que pode ser acessada através dos sentidos²⁷. Já a terceira dimensão está relacionada com “a informação que os memes transmitem sobre sua própria comunicação” e demarca “as maneiras com que cada remetente se posiciona em relação ao texto, seus códigos linguísticos, seus destinatários e outros oradores em potencial” (SHIFMAN, 2014, p.40 tradução nossa). Assim, ao recriar um texto, cada pessoa opta por imitar uma posição já contida no discurso original e que julga atraente ou adotar uma nova orientação²⁸. Esta última dimensão proposta pela autora se interliga com o que Knobel e Lankshean (2007) apontam como sistema contextual ou interpessoal, o qual leva em conta as relações sociais presentes no meme, correspondendo à sua relação com as pessoas, com o contexto onde ele é replicável e com o que se assume como verdadeiro neste. A posição associa-se ainda ao sistema ideológico, o qual engloba um conjunto de valores, crenças, posicionamentos, etc., demarcando certa visão de mundo demonstrada através dos memes da internet.

A partir dessas dimensões Shifman (2014, p. 41 tradução nossa) entende os memes da internet como “(a) um grupo de itens digitais que compartilham características comuns de conteúdo, forma e/ou posição,

²⁷ Embora Knobel e Lankshen (2007) não estipulem um sistema específico para essa dimensão, o situam dentro do que chamam de sistema referencial ou ideológico, preocupando-se em responder como se transmite determinada mensagem através dos memes.

²⁸ Shifman (2014, pp.40-41) compreende a posição através de três aspectos: (1) As estruturas de participação, que delimitam quem é chamado para participar dos processos e como, a partir das ideias de Susan Phillips; (2) *Keying*, o tom e o estilo da comunicação, a partir de Erving Goffman, e (3) Funções comunicativas: a) comunicação referencial, b) emotiva, c) conotativa, d) fática, e) metalinguística e f) poética, a partir de Roman Jakobson.

os quais (b) são criados com consciência umas das outras, e (c) circulam, imitam e/ou transformam-se na internet através de muitos usuários”. A essa definição acrescenta-se a ideia dos memes como conjuntos intertextuais com potencial para colocar em diálogo diferentes discursos na medida em que se propagam e se modificam. Para tanto, resgatam-se dois conceitos trabalhados por Bakhtin (2010): o de *dialogismo*, enquanto princípio dialógico que constitui toda linguagem e todo discurso, e o de *polifonia*, como um texto onde o dialogismo deixa-se ver. Dessa forma, conforme propõe Tavernari (2013, p.01), é possível identificar nas estruturas e nas dinâmicas comunicacionais que os memes estabelecem, elementos que “permitem a segmentação de crenças e viabilizam processos de construção de campos discursivos marcados por uma coerência discursiva e estética”. Um aspecto que é “movimentado por retroalimentações recíprocas entre as diversas linguagens viabilizadas pelas novas tecnologias”.

Com isso em mente, destaca-se o papel central que ocupa a intertextualidade como característica que define os memes enquanto linguagem e enquanto discurso. Uma intertextualidade presente no próprio campo midiático no qual é produzido e que, enquanto expressão, é a resposta massiva de movimentos estéticos e políticos que encontraram no avanço e na popularização tecnológicos o ambiente ideal de propagação. De acordo com Tavernari (2013, p.02), os “novos modelos de produção de visualidades e verbalidades” que se estabelecem a partir dos dispositivos midiáticos digitais, colocam “o fenômeno dos memes e sua replicação no centro da problemática das ressignificações históricas de configurações discursivas, entre elas o dispositivo do cinema, da televisão e mesmo do vídeo”. Uma dinâmica que acontece na ordem das apropriações que perpassa a própria história da relação entre os meios, “ao longo dos movimentos de recombinações, apropriações e remediações”. A reafirmação das ideias de Bolter e Grusin (2000) de que nenhuma mídia é uma mídia isolada da outra.

A intertextualidade explícita é uma característica dos memes, cujo potencial de replicação e contaminação se dá justamente em função da exploração da variedade de campos semânticos que podem ser retomados a cada novo enunciado memético. Cada apropriação parodística, metafórica que replica as estratégias figurativas do meme em questão e ressignifica seu enunciado verbal acrescenta um novo valor semântico à narrativa. Destacado o caráter essencialmente

dialogico de todo enunciado do discurso, a heterogeneidade no discurso é a forma mais comum de alteridade. (TAVERNARI, 2013, p.10)

Nesse sentido, o caráter intertextual dos memes se relaciona com as três dimensões propostas por Shifman (2014) e reitera o conceito que lhe é dado pela autora. Primeiramente, eles apresentam-se como resultado do entrecruzamento de uma série de informações e de referências que dialogam entre si para conferir um determinado sentido à mensagem, o que se relaciona com seu conteúdo. De acordo com Bakhtin (1997, p.314), nossos enunciados são sempre carregados de palavras dos outros, as quais se caracterizam, em diferentes níveis, pela alteridade ou assimilação com que a empregamos. “As palavras dos outros introduzem sua própria expressividade, seu tom valorativo, que assimilamos, reestruturamos e modificamos.” Na internet essa característica é facilitada pela ampla capacidade de armazenamento de conteúdos das mais variadas mídias. Filmes, músicas, novelas, notícias, livros, fotografias, quadrinhos, etc., estão disponíveis para que o público acesse seus conteúdos e os relacione entre si. Isso se converte em uma grande capacidade referencial dos memes, que podem tecer comentários sobre acontecimentos atuais e cotidianos através do estabelecimento de relações com acontecimentos ou conteúdos do passado.

A apropriação de diferentes linguagens que, através da manipulação estética de seus elementos expressivos, reintegram-se em uma nova, está diretamente ligada às formas que os memes assumem para sensibilizar o público. É o que Longhi (2014), ao trabalhar a ideia de narrativas intermediáticas, aponta como um processo de fusão conceitual, o qual se caracteriza pela organicidade das relações existentes entre diferentes formas estéticas a partir das novas possibilidades de manejo das linguagens. Uma interrelação entre variadas formas e seus significados expressivos, reunidos em novas unidades particulares de representação.²⁹ Nos memes da internet esse tratamento intermídia de recursos expressivos torna-se fundamental para sua própria constituição enquanto linguagem. A fusão entre textos, imagens estáticas e em movimento, elementos gráficos, sons, etc., coloca em relação recursos encontrados originalmente em produções

²⁹ Embora a autora trate desse conceito referindo-se à infografia *online*, é possível estabelecermos correlações conceituais entre esta ideia e os memes na medida em que também os entendemos como materializações perceptuais de processos intermediáticos.

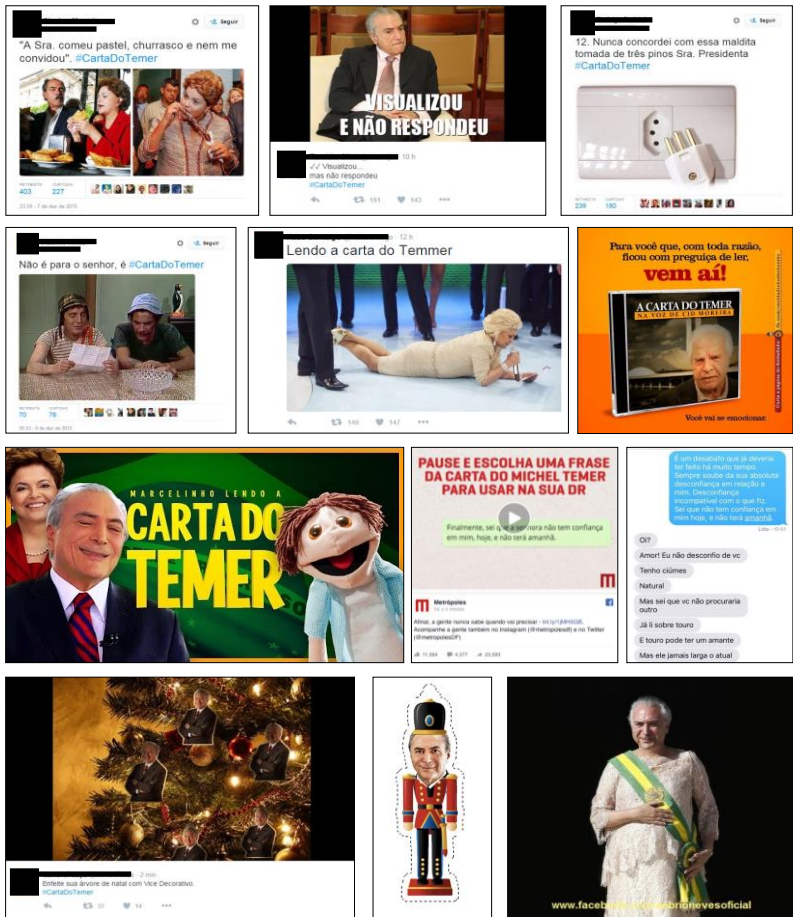
distintas, reorganizando-as em novas mensagens. Uma característica encontrada em movimentos da vanguarda artística, como o Dadaísmo, o Surrealismo e a *Pop Art*, em práticas como a *bricolagem* e o *pastiche*, e em vertentes estéticas como o *kitsch*.

Por fim, a dimensão que Shifman (2014) chama de “posição”, relaciona-se com o conceito de intertextualidade na medida que os memes se inscrevem em uma cadeia comunicativa marcada pelas constantes trocas entre o indivíduo e a sociedade. De acordo com Brait (2005, p.94), ao retomar o conceito de dialogismo em Bakhtin, o processo dialógico apresenta duas dimensões. Na primeira delas, as relações se estabelecem entre “os diferentes discursos que configuram uma comunidade, uma cultura, uma sociedade”. Na segunda, “acontecem diretamente entre o eu e o outro nos processos discursivos instaurados historicamente pelos sujeitos, que, por sua vez, se instauram e são instaurados por esses discursos”. Existe assim um conjunto de enquadramentos, que por sua vez se constitui a partir de um acúmulo de textos/discursos, que interagem entre si no sentido de reafirmar e/ou negar as posições em jogo. Ao significarmos o mundo, o fazemos a partir do acervo social e cultural no qual estamos inseridos, estes, por sua vez, estão carregados de sentidos ideológicos em constante disputa. Uma dinâmica que tem sua base expressiva na intertextualidade e reafirma, conforme propõe Bakhtin (1978, *apud*. BRAIT, 2005, p.93), que “a criação ideológica não existe em nós, mas entre nós”.

Para fins de ilustração, tomemos como exemplo os memes que surgiram logo após o vazamento da carta do então vice-presidente Michel Temer (PMDB) para presidente Dilma Rousseff (PT), em dezembro de 2015 (imagens 44 a 55)³⁰. Neles é possível observar como a intertextualidade aparece manifesta a partir das três dimensões propostas por Shifman (2014) - conteúdo, forma e posição. No primeiro aspecto, os memes fazem referências a diferentes elementos da cultura popular e midiática para atribuir ao acontecimento em questão um sentido de deboche. As citações de imagens jornalísticas, programas e personalidades da televisão, práticas cotidianas de comunicação, figuras políticas e campanhas publicitárias propõem um diálogo entre esses acontecimentos e conteúdos midiáticos com o evento em questão, propondo uma ressignificação de seu sentido original.

³⁰ Para ler a íntegra da carta de Temer consultar: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2015/12/leia-integra-da-carta-enviada-pelo-vice-michel-temer-dilma.html>. Acesso em: 05/02/2016.

IMAGENS 44 a 55: Memes da carta de Michel Temer (PMDB) para Dilma Rousseff (PT)



Fontes: Reproduções *Twitter*, *Youtube* e *Facebook*

As fotos flagrantes da presidente Dilma se alimentando (imagem 44); os *frames* de programas televisivos como Chaves (imagem 47) e Hebe Camargo (imagem 48), a publicidade para o lançamento do CD com mensagens bíblicas narradas por Cid Moreira (imagem 49); a menção a acontecimentos diversos, como a substituição do modelo das tomadas brasileiras (imagem 46) e a posse da presidente em seu segundo mandato, em 2015 (imagem 55); a referência a dinâmicas presentes em formas de comunicação contemporâneas, como o *WhatsApp* (imagens

45, 51 e 52); todos esses são exemplos de como aquilo que é expresso nos memes se estabelece a partir da intertextualidade de seus conteúdos. A indexação de referências diversas serve tanto para ilustrar como para comentar o acontecimento, carregando-o com os sentidos que estão presentes nas imagens exploradas.

Assim, na medida em que evocam algum tipo de relação entre dois ou mais eventos/conteúdos, a intertextualidade dos memes serve de suporte também para o cruzamento de diferentes discursos, demarcando seu caráter interdiscursivo. O acesso a esse jogo, porém, requer o contato prévio com todos os eventos/conteúdos citados, caso contrário, o humor perde sua extensão paródica e torna-se apenas situacional. A imagem de Michel Temer como adereço decorativo para árvore natalina (imagens 53 e 54), por exemplo, só tem valor paródico quando temos conhecimento do teor de sua carta, na qual ele alega ter sido “um vice decorativo” durante o primeiro mandato, de 2010-2014, além da proximidade do Natal na ocasião do vazamento da carta.

No que tange à forma, os recursos utilizados variam entre simples associações imagem/texto (imagens 44 a 48), sobreposições e colagens de imagens ou manipulações visuais mais elaboradas (imagens 49, 53, 54 e 55), gravação de áudio com a releitura da carta do vice-presidente (imagem 50), criação de jogo no qual o internauta pode parar o vídeo em um dos trechos da carta para usá-lo da próxima vez que for discutir a relação (imagem 51) e o uso de ferramentas como o *WhatsApp* para difundir partes aleatórias do conteúdo original e registrar reações inusitadas (imagem 52). Todos esses exemplos expõem o caráter intertextual do meme enquanto expressão midiática. A união de diferentes formatos e recursos facilitada pelas novas tecnologias torna-se uma mensagem em si mesma, resgatando a ideia do próprio meio como mensagem (McLUHAN, 2001). O meme torna-se uma linguagem que se caracteriza pela comunhão entre diferentes linguagens.

Em relação ao posicionamento adotado pelos memes que surgiram a partir da carta de Temer, é possível destacar o viés paródico/humorístico com que reenquadram o acontecimento original no sentido de desqualificá-lo. Embora as intencionalidades não possam ser totalmente recuperadas, uma vez que são compreendidas a partir de contextos já modificados e intermediados, é possível coletar pistas, vestígios expressos nos discursos e, principalmente, nos interdiscursos, que permitem atestar seu funcionamento no sentido de perverter o teor da mensagem original. Ao recriarem o texto propondo itens mirabolantes a serem acrescentados à carta (imagens 44 e 46), releituras dela em tom cômico (imagem 50) ou como se fosse uma briga de casal

(imagens 51 e 52), transpondo partes de seu conteúdo para imagens em sentido literal (imagens 53 e 54) ou demonstrando possíveis intencionalidades por trás da ação (imagem 55), os memes reapresentam o vice-presidente como “Mimimichel Temer”, uma espécie de criança mimada e oportunista.

Temos assim, a partir dos conteúdos relacionados, em conjunto com o contexto do qual emergem e se replicam, a exposição do próprio jogo de poder que se estabelece no campo do político e sua consequente desqualificação pelo humor. De símbolo de uma eminente ruptura entre o governo, a carta de Temer torna-se a piada nacional que serve de alimento para um momento já marcado pela polarização bipartidária e exacerbação dos ânimos entre grupos pró e contra o governo. Nessa perspectiva, a dimensão de posição proposta por Shifman (2014), em sua condição intertextual, aparece nos memes sobre a carta de Temer em dois sentidos: na sobreposição de enquadramentos resultantes das dinâmicas sócio-culturais, políticas e históricas que se apresentam, e na materialização do jogo interdiscursivo que coloca em disputa diferentes posicionamentos. Algo que resgata a premissa de Foucault (1988, 2012) de uma resistência como a coextensão contemporânea ao próprio poder.

De uma maneira mais ampla, a reação do público à carta de Temer demarca uma forma de comunicação que se tornou recorrente na comunicação da internet, transformando-se inclusive, conforme afirma Ushanova (2012, *apud.* JESUS, 2013), em uma ferramenta capaz de gerar impacto nas consciências de massa, tanto pela manipulação das opiniões como pela criação de estereótipos. O *frame* cômico proposto pelos memes já é algo esperado enquanto reação às notícias e aos acontecimentos políticos, os tornando um eminente novo gênero midiático, o qual requer uma nova experiência de “letramento” (KNOBEL e LANKSHEAR, 2007). Paradoxalmente, é justamente desta popularização e grande capacidade de espalhamento que os memes, enquanto mecanismos de comunicação, correm o risco de reduzir seu caráter crítico e polissêmico para uma consequente banalização da própria linguagem. Aspecto que, conforme lembra Sant’Anna (2007), é o risco que corre toda paródia ao passar de efeito técnico para artifício de fácil utilização.

2.2 A INTERTEXTUALIDADE *KITSCH* DOS MEMES DA INTERNET

Das características presentes nos memes da internet, destacam-se três que são facilmente observáveis e que reforçam o papel da intertextualidade em sua organização enquanto linguagem. A primeira delas está diretamente ligada ao conceito de *digital trash*, fenômeno típico da cibercultura que se refere às práticas de produção, reprodução, compartilhamento e consumo de textos, imagens, músicas e vídeos de estética intencionalmente tosca. Trata-se daquilo que Fontanella (2009) chama de “intertextualidade *trash*”, e que buscaremos transpor, em seguida, para ideia de uma “intertextualidade *Kitsch*”. As outras duas relacionam-se com o “como” esse primeiro aspecto se materializa nos memes, tendo na imagem seu recurso central e no enquadramento humorístico seu apelo mais popular. Embora não se caracterizem como regras - já que existem memes sem imagens e que optam por um tom sério no tratamento da mensagem³¹ - são esses dois aspectos que permitem uma maior abrangência e ampliam seu potencial de replicação.

Em relação ao primeiro ponto, os memes aparecem como produtos midiáticos que condensam características centrais das práticas do *digital trash*, a começar pelo gosto que demonstram pelo grotesco e pelo bizarro. Outros aspectos importantes para compreensão dos

³¹ Criada em novembro de 2015 em ocasião do *Dia Internacional da Não Violência Contra as Mulheres*, a campanha *#MeuAmigoSecreto* é um exemplo de meme que não se utiliza nem de imagens, nem do humor para se estruturar enquanto mensagem. A *hashtag*, que foi criada de maneira espontânea no *Twitter* e depois viralizou na internet através do *Facebook*, consistia em denunciar o machismo através de pequenas histórias do cotidiano. Em uma clara referência à brincadeira de final de ano, os internautas relatavam casos de preconceito e violência contra as mulheres, sempre iniciando a frase com “O *#meuamigosecreto*...” e complementando com algum tipo de atitude machista, como por exemplo: “...diz que trai porque a carne é fraca, coisa de homem. Mas não aceita ser traído em hipótese alguma.”; “...acha que apenas a mulher é responsável pelo método contraceptivo e aí dela se pedir uma camisinha.” De acordo com a Central de Atendimento à Mulher o meme, associado a outras iniciativas, como o *#PrimeiroAssédio*, aumentou em 40% em relação à 2014 as denúncias de violência contra a mulher através do 180. Informação disponível em: <https://catracalivre.com.br/geral/cidadania/indicacao/denuncias-de-violencia-contra-a-mulher-aumentam-apos-campanhas-feministas/>. Acesso em: 02/03/2016.

processos sociais e repertórios colocados em jogo nessa cultura, de acordo com Fontanella (2009), são: a postura ativa que o público assume em relação aos meios de comunicação, o tensionamento dos padrões da qualidade midiática, a apropriação de conteúdos da cultura comum e o reconhecimento de valores compartilhados. Embora não possa ser classificado como uma categoria com limites ou formas estáveis, o *digital trash* é uma expressão estética bastante comum em ambientes comunicacionais sob a influência das novas tecnologias.

O *digital trash* possui uma textualidade específica, identificável pela valorização irônica daquilo que desafia determinadas hierarquias de qualidade técnica e estética culturalmente estabelecidas, o que é feito através da celebração do “lixo cultural” e do excesso audiovisual produzido tanto nos meios de comunicação de massa tradicionais como no caldo cultural que se desenvolve no ciberespaço. (FONTANELLA, 2009, p.03)

Mais do que abarcar produtos culturais inferiores, porém, apresenta-se como uma cultura antiga, composta por um conjunto de práticas criativas realizadas por pessoas comuns sem aspiração artística ou preocupação técnica ou estética. Primo (2007) esforça-se em diferenciá-lo do conceito de *trash* enquanto mero produto midiático de baixa qualidade. Segundo o autor essa é uma perspectiva muitas vezes moralista imposta pelos próprios meios de comunicação de massa, que tratam como *trash* produtos tecnicamente inferiores ou fora dos padrões e que seriam produzidos por amadores. Dessa forma, conferem aos produtores certa autoridade cultural pela competência qualitativa, sem levar em conta, porém, que a própria indústria cultural é constantemente criticada por produzir grandes quantidades de “lixo midiático”, apoiando-se na justificativa de atender demandas da audiência. O que Primo (2007) evidencia, conforme aponta Fontanella (2009, p.04), é a tensão que o termo “estabelece com as hierarquias estéticas da cultura de massa como elemento de formação de um gênero próprio das mídias digitais”.

Uma postura que já podia ser observada nos movimentos das vanguardas artísticas como o Dadaísmo e a *Pop Art*, correntes pautadas em uma atitude irreverente e iconoclasta com disposição para ampliar as fronteiras das esferas da arte. Ao tirarem da cultura de massa grande parte de sua inspiração, geraram questionamentos a respeito de suas

intenções. Até que ponto se tratavam de expressões artísticas capazes de registrar os padrões e comportamentos de seu tempo, tecendo-lhes uma espécie de crítica social? Até que ponto se configuravam numa forma de contribuir ativamente para o desenvolvimento da sociedade de consumo? Para além dessa questão McCarthy (2002, p.14) destaca que com o desenvolvimento da *Pop Art* “nos Estados Unidos, ficou claro que uma disposição de olhar para a cultura visual dos meios de comunicação de massa e do ambiente comercial e aprender como ela constituía uma tendência significativa na arte ocidental”. Livingstone (1991, *apud.* McCARTHY, 2002, p.10) também é taxativo ao dizer que ninguém deveria se preocupar “se seus estímulos vêm de fontes inartísticas ou de mau gosto e não de Bach”, desde que o intuito fosse produzir trabalho.

Lemos (2007), por sua vez, trabalha o conceito de *digital trash* a partir da cultura *ciberpunk* e de uma ética do “faça você mesmo” com forte influência contracultural, onde os recursos disponíveis são transformados em ferramentas de criatividade que passam da funcionalidade racional para seus usos subversivos. Delimitando a ideia de lixo em sua relação com o excesso produzido pela apropriação das tecnologias de comunicação, o autor analisa o conceito sob a ótica da democratização do acesso aos meios de produção e de uma conseqüente formação estética que questiona o contexto de dominação da comunicação e a valorização do especialista. Práticas inspiradas na atitude *punk* dos anos 70 presente no lançamento de bandas desconhecidas através de selos independentes de discos, na proliferação da imprensa alternativa na forma de fanzines e na alteração do estilo através de rasgos e cortes nas roupas. Dessa maneira, conforme aponta Fontanella (2009, p.08), “através do *digital trash* a banalidade do consumo passivo de mídias de entretenimento é desmontada e remontada em outra experiência que incorpora o envolvimento singular de cada sujeito com um texto”.

Considerando então o termo “intertextualidade *trash*” como uma intertextualidade que se dá a partir do acúmulo de conteúdos midiáticos de forte apelo popular, produzidos e disponíveis em ambiente virtual, propomos agora o exercício de transpô-lo para ideia de uma “intertextualidade *Kitsch*”. Em primeiro lugar porque, sendo o *Kitsch* um sistema estético típico das comunicações de massa e relacionado à negação do autêntico - “um estilo marcado pela ausência de estilo” (MOLES, 1971, p.10) -, é possível considerar que em seu conceito já está contemplada a ideia do “*trash*”. Em segundo porque, na relação que estabelece entre o original e o banal, caracteriza-se pelo acúmulo de

objetos, algo que no ciberespaço aparece como um acúmulo de informações, conteúdos, imagens, textos, discursos, etc. Ao mesmo tempo em que aparece como o resultado de uma “cultura-mosaico”, o *Kitsch* também ajuda a construí-la. Segundo Moles (1971, p.21), trata-se de um fenômeno baseado “em uma civilização consumidora que produz para consumir e cria para produzir, em um ciclo cultural onde a noção fundamental é a de aceleração”. Perspectiva que, no âmbito das comunicações, aparece no próprio volume de informações em circulação.

A partir das ideias de Eco (1988), que define o *Kitsch* como uma construção que se dá em meio à afirmação de uma cultura fácil e de um público que consome uma imitação acreditando ser sua representação original, Miguel (2011, *online*) propõe uma compreensão do *Kitsch* político. O autor destaca que o discurso político expresso através dos meios de comunicação de massa se utiliza de uma “cultura de signos de distinção” para marcar “diferenças em relação às formas expressivas correntes na mídia”, conferindo “à audiência a impressão de assistir à ‘alta política’, associada à ‘disputa de ideias’ e à discussão aprofundada”. Uma estratégia que gera no cidadão comum tanto uma sensação de elevação como de exclusão, como se esta fosse uma esfera além de sua participação ou compreensão. Diante disso deflagra-se a ambiguidade de um discurso que busca manter a política “como uma atividade para poucos, embora se democratize; e que se mantém como atividade elevada, séria, embora seus atores estejam competindo pela atenção pública num ambiente dominado pelo entretenimento”.

O termo intertextualidade *Kitsch*, portanto, parece adequado na medida em que se refere à produção material e simbólica de uma sociedade que transformou o “lixo” em uma estética aplicável aos usos e ao consumo de seus produtos culturais, midiáticos, artísticos e também políticos. Uma espécie de espetacularização do natural e do autêntico, nos termos em que coloca Debord (1997), porém com uma subversão do sentido daquilo que venha a ser “bom”. Se o *Kitsch* é, conforme aponta Moles (1971, p.28), “a aceitação social do prazer pela comunhão secreta com o ‘mau gosto’ repousante e moderado” (MOLES, 1971, p.28), temos na intertextualidade presente nos memes da internet um exemplo bastante atual de seus desdobramentos. Uma estrutura onde a aparência e a qualidade técnica reduzem sua valorização em prol do que Recuero (2007) delimita como capital social relacional. Um capital composto por bens materiais e simbólicos que nascem das trocas que se estabelecem entre os indivíduos de uma determinada rede e que existem enquanto

recurso coletivo, mas com a possibilidade de serem acessados individualmente.

No ciberespaço esse capital está diretamente associado à disponibilidade de materiais - independente de seu caráter profissional ou amador - provenientes de outras esferas da produção humana, especialmente as midiáticas. Qualquer um com acesso à rede pode fazer uso desse material coletivamente disposto para propor novas criações, as quais passam também a fazer parte desse capital, demarcado por seu caráter de excesso e constante atualização. Uma vez que o *kitsch* também se funda sobre esses princípios, seus critérios de agrupamento de objetos propostos por Moles (1971) podem ser utilizados aqui para demarcar características das trocas feitas em rede, as quais se expressam nos memes a partir da intertextualidade que lhe é característica.

O primeiro deles - *critério de empilhamento sem pena* - refere-se ao fato de um conjunto *kitsch* ser “constituído por objetos diversificados empilhados em um volume de espaço com superfície restrita” (MOLES, 1971, p.60). Nos memes isso se dá tanto através de recursos formais - imagens, textos, sons, etc. - como de conteúdos e enquadramentos que reconfiguram-se a partir da possibilidade quase infinita de relacionarem-se entre si. O segundo - *critério de heterogeneidade* - que define que “os objetos agrupados não têm relação direta com os outros” (p.60), aparece nos memes através da diversidade de referências da cultura popular e midiática que servem de base para que possam comentar ou contrapor acontecimentos. O terceiro - *critério de antifuncionalidade* - propõe a “distinção entre a série funcional e o agrupamento espontâneo, de caráter sedimentar” (p.60), aspecto que nos memes aparece tanto pelas características do espaço onde é gerado - na internet o percurso da informação não se dá de maneira linear -, como na estética que une seus elementos expressivos sem a preocupação de uma ordenação funcional ou formalmente bela. O último - *critério de autenticidade kitsch* - demarca o *kitsch* não como “produto de uma intenção deliberada”, mas como resultado de uma acumulação triunfante, fundada sobre a “coerência do sedimento ou da pilha” (p.61). Esse critério relaciona-se com memes na medida em que os entendemos como um conjunto de itens coletivamente produzidos e que atuam diretamente na reconfiguração dos discursos e propõem novos desdobramentos de sentido³².

³² Sobre esse critério vale destacar o projeto *#MuseudeMemes*, da Universidade Federal Fluminense (UFF) que reúne alunos de graduação em Estudos de Mídia/UFF, pós-graduação em Comunicação/UERJ, e professores do

Moles (1971) apresenta ainda cinco princípios do *kitsch* que podem ser relacionados com o tipo de intertextualidade presente nos memes da internet e com o capital social produzido por eles:

(1) *Princípio de inadequação*: refere-se ao desvio que existe em qualquer aspecto ou objeto, “um desvio permanente em relação a seu objeto nominal, desvio em relação à função que se supõe deverá cumprir” (p.70). Nos memes podemos pensar esse princípio a partir dos desvios que expressam em relação aos seus discursos de origem - característica central da paródia e da apropriação -, ou mesmo a ressignificação que propõem ao sistema referencial do qual se utilizam, reorganizando-os em novas mensagens e novos contextos.

(2) *Princípio da acumulação*: trata de “povoar o vazio com um exagero de meios”, gerando uma reação de superação e de submersão que nos obriga “à percepção global de um sistema” (p.71). Esse princípio faz sentido especialmente quando pensamos nos memes como um acúmulo de referências e citações, resultado do próprio acúmulo de materiais culturais midiáticos disponíveis na internet. Além disso, os memes também se acumulam enquanto imagens que passam a fazer parte do imaginário social contemporâneo.

(3) *Princípio da percepção sinestética*: refere-se à apropriação do “máximo de canais sensoriais simultaneamente ou de maneira justaposta”, onde “a multiplicidade de canais interferindo sem regras nem medida com os sistemas nervosos centrais de integração, aparece como um fim em si mesmo” (p.74). Na intertextualidade memética esse princípio está diretamente vinculado à possibilidade de integração entre as diferentes linguagens - imagem, texto, som - e recursos possibilitados pelo avanço tecnológico.

(4) *Princípio do meio termo*: situa o objeto *kitsch* no “meio caminho do novo, opondo-se à vanguarda, e permanecendo, essencialmente uma arte de massa, (...) aceitável para a massa e proposta a ela como um sistema” (p.75) Tal princípio é observável nos memes a partir de sua linguagem popular predominante e de seu apelo visual que flerta constantemente com a banalização, coletando em elementos da cultura popular de fácil assimilação e reconhecimento e

Departamento de Estudos Culturais e Mídia/UFF e outras instituições. A iniciativa tem, entre outros, o objetivo de constituir “um acervo de referência para pesquisadores interessados na investigação sobre o universo dos memes, do humor e das práticas de construção de identidades e representações em comunidades virtuais”. Disponível em: www.museudememes.com.br, acesso em 11/05/2016.

em produtos midiáticos de massa, especialmente os televisivos, material para sua estruturação enquanto mensagem.

(5) *Princípio do conforto*: baseia-se numa tendência à fácil aceitação e ao conforto na inadequação, algo que segundo Moles (1971, p.32) está relacionado à diluição da “originalidade em medida suficiente para que seja aceita por todos”. Trata-se de um princípio intimamente ligado ao anterior, porém, mais fortemente relacionado aos atores envolvidos no processo de comunicação. Nos memes, a utilização de recursos e referências precisa fazer parte de um imaginário socialmente compartilhado entre emissores e receptores, tanto para acessar seu aspecto de reprodutibilidade como para permitir a geração de novos desvios de significado.

IMAGENS 56 a 59: Memes protesto atrizes “em luto pelo Brasil”



Fonte: Reproduções *Facebook*

IMAGENS 60 a 63: Memes “Já acabou, Jéssica?”



Fonte: Reproduções *Facebook*

No capital social gerado por esses critérios e princípios, a imagem aparece como um suporte privilegiado nas mediações que estabelece. Em seu estudo sobre a reflexividade social dos memes da internet, Jesus (2013) destaca o papel central que a imagem ocupa na cibercultura, especialmente quando deixa de representar uma perspectiva de si mesma para o exterior e adquire um caráter altamente manipulável. Dessa forma, uma mesma imagem pode desdobrar-se em diferentes discursos, tanto na medida em que se deixa manipular, assumindo sentidos diversos - memes do protesto das atrizes da *Globo* “em luto pelo Brasil”³³ (imagens 56 a 59) -, como para reafirmar uma mesma ideia transposta para situações distintas - memes “Já acabou, Jéssica?”³⁴ (imagens 60 a 63). No primeiro exemplo os memes desdobram-se em releituras marcadas principalmente por seu valor imagético, com manipulações que relacionam a imagem original a outras imagens/eventos. No segundo, os memes reafirmam uma espécie de discurso de “força” contido no original. Após levar uma surra de Jéssica, a adolescente da imagem levanta-se e desdenha de sua agressora, sugerindo que a agressão não foi suficiente para derrotá-la.

Para Kalinoski (2008) a imagem digital na cibercultura cumpre um papel profundo diante do imaginário social. Martins, Pires e Oliveira (2007) encaram as imagens como um modo específico de ver, ou seja, uma produção do olhar (...) uma imagem, e o seu significado, pode ser alterado via manipulação, tornando a imagem em algo altamente manipulável. Esta manipulação pode ser feita através de efeitos, cortes, escalas, ou adição de texto à imagem que altera a sua história e formas no olhar de quem a interpreta (Kennedy e Chang, 2008). (JESUS, 2013, p. 17)

O espetáculo midiático, que conforme Debord (1997, p.14) “não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”, atua aqui no sentido de criar e recriar representações do mundo e da realidade. Ao contrário do que propõe o autor, - e conforme já bem demonstraram os Estudos Culturais -, porém,

³³ Ver notícia em: www.bemparana.com.br/noticia/278136/atrizes-da-globo-de-luto-pelo-brasil-apos-decisao-do-stf. Acesso em: 12/03/2016.

³⁴ Vídeo original disponível em: www.youtube.com/watch?v=ul4YzIqa4Sc. Acesso em: 12/03/2016.

o público não opera de forma puramente alienada e passiva dentro dessa relação. Apesar do fascínio exercido pelas imagens, as pessoas não apenas as recebem, mas interagem com elas, relacionando-as entre si e atribuindo-lhes significados a partir do contexto em que estão inseridas. Nos memes esse consumo das imagens midiáticas resulta na criação de novas imagens, reorganizadas em linguagem própria. O espetáculo torna-se assim um projeto dinâmico, em mutação, alternando entre momentos de assimilação, apropriação, manipulação e ressignificação das imagens para o estabelecimento de mensagens que podem operar tanto na reafirmação como na ruptura dos discursos.

Isso reforça o caráter dialógico das imagens, que nos memes da internet se traduz em uma construção polifônica, onde esse princípio deixa-se notar a partir da explicitação do próprio jogo intertextual que se apresenta. Se em muitos textos a pluridiscursividade que caracteriza os discursos não se deixa ver diretamente, nos memes esse “tecido de muitas vozes” materializa-se a partir de técnicas de representação que se revelam ao público através de seus efeitos do deslocamento. A partir da manipulação, edição e colagem, diferentes conteúdos, textos e imagens são evocados como parte do jogo memético para deflagrar aspectos de uma realidade que se assume enquanto representação. Dinâmica que, conforme destaca Barros (*in* BRAIT, 2005, p.30) em sua análise sobre as contribuições de Bakhtin às teorias do discurso, demarca “a comunicação como um sistema reversível e interacional” e “a interação como a realidade fundamental de qualquer linguagem”. No ciberespaço isso nos permite pensar, conforme aponta Bentes (2013), em um novo ecossistema das imagens e, por consequência, de mediações sociais que se estabelecem a partir delas.

Nessa cultura combinante e *remix*, podemos pensar em ecossistemas de imagens em rede e/ou na rede. Imagens das centenas de fragmentos de filmes da história do cinema de todos os tempos, da publicidade, da televisão, dos arquivos pessoais e das corporações, da história da arte, captadas com celulares e dispositivos digitais. Imagens e arquivos banais, descartáveis e ao mesmo tempo portadores de uma “comunicação”, de uma potência secreta e misteriosa de expressão. Imagens que pelos procedimentos atuais de busca, *hackeamento*, *tracking*, apropriação, *remix*, cartografia, georreferenciamento etc. podem, constituir uma comunicação interativa entre

dísparos, associando imagens de procedência, de tempos, de gêneros, e de grandeza diferentes. Estamos diante de uma dimensão nova de potencialização das imagens? Novo ecossistema no qual as imagens convocadas formam um conjunto singular que reconfigura a própria história das imagens? Fluxo intempestivo que gera novas relações, associações, analogias, metáforas? Podemos ver apenas “imagens banais e descartáveis”, mas também uma operação extraordinária, que libera uma nova energia, um campo de forças poderoso, a possibilidade de uma “fissão” que produz a liberação da energia de ligação entre essas imagens. (BENTES, 2013, p.188-189)

Nos memes, esse processo também resulta numa justaposição anômala das imagens, com a exploração intencional do tosco a partir de práticas características do *digital trash* e da estética *kitsch*. Aspecto que, em seu caráter midiático, ganha potência para deflagrar o próprio espetáculo, embora possa ser, na mesma medida, absorvido por ele. Mesmo tendo exemplos de memes cujas sobreposições de imagens apresentam níveis de manipulação de alta qualidade e quase imperceptíveis, é a composição evidente e até mesmo grosseira de elementos, numa espécie de contraponto irônico da própria realidade, que os caracteriza enquanto linguagem. Nesse sentido, há uma aproximação explícita com o grotesco e com o baixo corporal trabalhados por Bakhtin (1993) enquanto caráter popular e carnavalesco que se opunham ao culto e ao mundo oficial durante a Idade.

Em seus estudos sobre memes e política, Chagas et al. (2016) destacam, a partir das ideias de Knobel e Lankshear (2007), que o humor facilita a difusão de determinados conteúdos devido ao sentimento positivo que inspira no público, tornando-se um recurso bastante significativo na construção de identidades coletivas e experiências de letramento midiático, contribuindo para criar e consolidar uma rede de sentidos compartilhados. Nos exemplos anteriores (imagens 56 a 63) fica evidente a tentativa de parodiar acontecimentos distintos, utilizando-se do humor como ferramenta para gerar comoção. Ao evocarem o riso, através da manipulação das imagens originais, os memes debocham do protesto das atrizes, que se dizem “em luto pelo Brasil”, ou dos inimigos daqueles que tiveram sua

imagem sobreposta à da adolescente que foi agredida e levantou-se como se nada tivesse acontecido, desafiando sua adversária (a Jéssica).

Nesse sentido, o caráter coletivo do humor torna-se fundamental para o alastramento das ideias a partir dos memes na internet. Conforme aponta Silveira (2010, p.26), a partir das ideias de Bergson (1980), o humor não é “um sentimento solitário”, mas um efeito que se desenvolve no contato com “outras pessoas, outras inteligências, pois o riso é um ato para ser compartilhado, em grupo”. Ato este que oculta, segundo o autor, uma espécie de acordo com outros que carregam a mesma intenção, gerando um efeito que “deve corresponder a certas exigências da vida em comum e ter uma significação social”. Nos memes esse acordo é expresso de maneira bastante concreta, a partir da rapidez com que novas versões vão sendo criadas, seja para reafirmar um discurso previamente expresso, seja para contrapô-lo, acionando outros atores do processo comunicacional.

Em seus estudos Shifman (2014) também identifica o humor como um aspecto fundamental, tanto de conteúdos virais como meméticos. A partir das ideias de Jonah Berger e Katherine Milkman (2012), a autora destaca seis características principais que influenciam na viralização de conteúdos: positividade (e humor); emoção de “grande excitação”; participação, prestígio, posicionamento e embalagem. Destes ressalta que, além da positividade, o despertar emoções de “grande excitação” e a embalagem também se relacionam diretamente ao humor. Na análise que faz sobre os *memetic videos*, ela aponta ainda os aspectos que caracterizam um conteúdo memético nesse tipo de material: pessoas comuns, simplicidade, repetição, masculinidade falha (*frame* cômico), humor e conteúdo lunático, dos quais os três últimos estão diretamente ligados ao humor, ao passo que os outros três, com grande frequência, também se tornam memes por apostarem em um enquadramento cômico.

Enquanto recursos estruturais dos discursos que circulam na rede, a imagem manipulada e o humor popular se articulam para gerar novas mensagens, inserindo novas imagens ao imaginário social do qual se alimentam. Imagens essas que vão se empilhando de maneira espontânea e não-linear, numa intertextualidade que é reflexo do acúmulo de produtos midiáticos dispostos em rede e da sobreposição de discursos e enquadramentos gerados pela apropriação e manipulação das linguagens. A estética do fragmento, que no monstro de Victor Frankenstein traduzia-se no horror ao próprio corpo fragmentado, nos memes da internet aparece como potência criativa, capaz de reorganizar o próprio espetáculo midiático a partir do jogo que deixa transparecer.

Dinâmica através da qual *frames* aparentemente distintos se unem para estabelecer novos vínculos entre os discursos e novas formas de mediação através das imagens. O *Kitsch*, ao mesmo tempo em que atua como um “mecanismo de dominação que contribui para fechar o campo político à intrusão dos leigos” (MIGUEL, 2011, *online*), ganha aqui a possibilidade de gerar participação. Um movimento que se dá pela apropriação que as massas fazem de “repertórios já consagrados, simplificados e pasteurizados” para seu próprio consumo, impondo-lhes ressignificações.

2.3 MEMES E O (RE)FRAMING PARÓDICO DA REALIDADE

“As mídias não transmitem o que ocorre na realidade social, elas impõem o que constroem do espaço público”. É assim que Charaudeau (2013, p.19) resume a ação da mídia sobre a realidade, lembrando que no cerne do processo informativo está a problemática da linguagem, a qual “não é transparente ao mundo”. Até mesmo a imagem que, segundo o autor, durante muito tempo se acreditou ser a maneira mais transparente para refletir o mundo, é envolta de uma opacidade própria “através da qual constrói uma visão”. Dessa maneira, a percepção que se cria do espaço público é sempre fragmentada, adequada a determinados objetivos e interesses. Ainda de acordo com Charaudeau (p.20), isso acontece a partir das três esferas que compõem as sociedades democráticas: a política, a civil e a midiática, sendo que “os atores de cada uma delas constroem para si sua própria visão do espaço público, como uma representação que tomaria o lugar da realidade”.

Sendo as mídias um espaço através do qual os atores participam em diferentes níveis dos processos de construção de sentido sobre essa realidade, faz-se necessário, conforme propõe Martín-Barbero (2013), a passagem de seu entendimento como “meio”, para seu caráter de “mediação”. Isso permite compreender a mensagem num sentido mais amplo, resultado de diferentes discursos de representação presentes tanto nos lugares de produção como nos de recepção da informação. Aspecto que em Charaudeau (2013) é demarcado pela ideia de “imaginários sócio-discursivos” materializados em linguagens *através dos e nos* quais as esferas sociais atuam. A realidade torna-se, assim, o resultado de significações possíveis, decorrente de um jogo de aparências construído nesses espaços. No jornalismo esse jogo se estabelece a partir da premissa - e de um compromisso subentendido no contrato de comunicação que estabelece - de revelar o próprio jogo.

Caráter que resulta numa aparência que se expressa através da seriedade, da objetividade, da denúncia, da explicação dos fatos e da busca pela verdade para produzir certa sensação de transparência.

Os dados do contrato de comunicação midiática constituem o quadro de restrições no qual se desdobra a encenação do discurso de informação. Sob a batuta da dupla finalidade de credibilidade e de captação, as restrições relativas à posição das instâncias de comunicação e à captura do acontecimento dão instruções e impõem um modo de organização do discurso e um ordenamento temático. O sujeito informante (jornalista e instância midiática) está, pois, situado entre essas restrições, de um lado, e seu projeto pessoal de descrição e explicação dos acontecimentos, de outro. Ele fica, ao mesmo tempo, preso e livre da encenação de seu discurso, como um diretor se acha ao mesmo tempo livre e preso na montagem de uma peça de teatro. (CHARAUDEAU, 2013, p.129)

Nos memes da internet os modos de organização discursiva operam em outra vertente, já que suas condicionantes são superadas na medida em que a credibilidade deixa de ser uma finalidade em si mesma e os processos de captação da informação ocorrem de forma não sistemática. Além disso, o próprio sujeito informante deixa de ser obrigatoriamente o jornalista ou a instância midiática para tornar-se a figura anônima do internauta, o que impõe também outra condição ética. A paródia é convidada a fazer parte de um jogo que busca revelar aspectos escondidos por trás das cenas que toma como referência. Apresenta-se uma verdade que não estava objetivamente expressa, num reenquadramento da informação através de seu contraponto. Com isso, os memes inserem no espaço público de discussões novos posicionamentos e possibilidades discursivas. E o fazem a partir da apropriação de técnicas e recursos de linguagem próprios do jogo midiático que lhes deu origem. A opinião pública, que conforme Lippmann (2008) funciona através de imagens da realidade, passa a operar também pela valorização de seu *framing* paródico. Estas “imagens, como estereótipos que intencionam simplificar a apreensão da realidade em si, acabam por distorcê-la, complexificando sua

compreensão, e acrescentando novas nuances ao caldo cultural de representações” (CHAGAS et al., 2016, no prelo).

Dessa maneira a paródia, conforme apontam autores como Bakhtin (1993), Hutcheon (1985) e Sant’Anna (2007), mais do que um recurso, torna-se um gênero de caráter interdiscursivo, dialógico e paradoxal. Isso estende seu alcance para além das fronteiras literárias, situando-a em esferas culturais, sociais e ideológicas, compreendendo-a não apenas como um problema linguístico, mas das linguagens de um modo geral. Para fins de estudo, propomos entender a paródia a partir de duas dimensões: a) a *linguístico-discursiva*, aspecto da linguagem que diz respeito aos desvios de sentido que provoca em relação aos discursos de origem, os quais referencia, e b) a *político-estética*, que a percebe e busca entender seus efeitos no âmbito das dinâmicas e trocas culturais, sociais e políticas em um dado ambiente. Em ambos os casos resgata-se o sentido da intertextualidade como ponto central para sua compreensão.

a) A dimensão linguístico-discursiva da paródia

Com o pressuposto de entender o caráter ideológico contido na linguagem, Sant’Anna (2007), em *Paródia, paráfrase & cia.*, realiza o estudo da paródia a partir de suas relações com a paráfrase e os desdobramentos destas para os conceitos de estilização e apropriação. Segundo o autor, é imprescindível que se faça esse comparativo para uma melhor compreensão do termo. Ao passo que a paráfrase caracterizaria-se por uma relação mais íntima com a imitação e a cópia, numa espécie de continuidade ou repetição de um texto, a paródia seria melhor definida por gerar algum tipo de ruptura ou invenção capaz de dotar o texto de novos sentidos, chegando mesmo a subvertê-lo. “O dicionário de literatura de Brewer, por exemplo, nos dá uma definição curta e funcional: ‘paródia significa uma ode que perverte o sentido de outra ode (grego: *para-ode*)’”. Sendo a ode um poema para ser cantado, “o termo grego paródia implicava a ideia de uma canção que era cantada ao lado de outra, como uma espécie de contracanto” (SANT’ANNA, 2007, p.12).

Na medida em que avança em relação ao sentido original, a paródia permite uma espécie de evolução do discurso ou mesmo da linguagem, estabelecendo novos padrões de relação entre as unidades, ao contrário da paráfrase, que apoia-se em relações de semelhança a partir de paradigmas já estabelecidos no texto. Contudo, conforme aponta Sant’Anna (2007), ambas se relacionam a partir do efeito de intertextualidade, tendo a estilização como ponto de contato. Ao passo

que a paráfrase seria uma espécie de “discurso em repouso”, a paródia seria “o discurso em progresso”. A estilização apareceria, nesse caso, como uma movimentação desse discurso, o que equivaleria a entendê-la como um meio, uma técnica para se chegar a um resultado, um efeito que poderia se desdobrar tanto na paráfrase como na paródia. O autor cita duas passagens - uma de Tynianov (1919) e outra de Bakhtin (1928) - para estabelecer os paralelos entre a paródia e a estilização:

a) Tynianov: “a estilização está próxima da paródia. Uma e outra vivem de uma vida dupla: além da obra há um segundo plano estilizado ou parodiado. Mas, na paródia, os dois planos devem ser necessariamente discordantes, deslocados (...) mas, quando há a estilização, não há mais discordância, e, sim, ao contrário, concordância dos dois planos: o do estilizando e o do estilizado, que aparece através deste. Finalmente, da estilização à paródia não há mais que um passo; quando a estilização tem uma motivação cômica ou é fortemente marcada, se converte em paródia”. b) Bakhtin: “com a paródia é diferente. Aqui também, como na estilização, o autor emprega a fala de um outro; mas, em oposição à estilização, se introduz naquela outra fala uma intenção que se opõe diretamente à original. A segunda voz, depois de se ter alojado na outra fala, entra em antagonismo com a voz original que a recebeu, forçando-a a servir a fins diretamente opostos. A fala transforma-se num campo de batalha para interações contrárias. Assim, a fusão de vozes, que é possível na estilização (...) não é possível na paródia; as vozes na paródia não são apenas distintas e emitidas de uma para outra, mas se colocam, de igual modo, antagonicamente (...)”. (SANT’ANNA, 2007, pp.13-14)

Ou seja, a primeira condensa e reforça, a segunda desloca e deforma, adquirindo um caráter contestador. “Do lado da ideologia dominante, a paráfrase é uma continuidade. Do lado da contra-ideologia, a paródia é uma descontinuidade”. (SANT’ANNA, 2007, p.28). A paródia busca, portanto, evidenciar a fala reprimida de um “outro”, não apenas no sentido de “alguém”, mas enquanto a “voz social ou individual recalçada e que é preciso desentranhar para que se conheça o

outro lado da verdade”. Diferente da paráfrase, que se identifica com a voz em questão, a paródia é uma voz que “denuncia a duplicidade, a ambiguidade e a contradição”, propondo “uma disputa aberta de sentido, uma luta, um choque de interpretação” (pp. 29-30). Nos memes esse aspecto se converte num jogo dinâmico onde outras versões e verdades vão sendo desentranhadas pelos atores que fazem parte do processo.

Do ponto de vista das representações, na medida em que dramatiza um determinado acontecimento ou texto, a paródia pode ser entendida como a *re-apresentação* de algo inicialmente escondido, implícito no texto original. É uma nova forma de ler determinado discurso, liberando-o de determinadas convenções. “Tal perspectiva denota que, apesar de não estar expresso de forma direta, o sentido da paródia já existe enquanto potencial silenciado, apto a ser revelado mediante a re-combinação de elementos”. (SÉKULA, 2015 *in*: CHRISTOFOLETTI, 2015, p.189). Uma revelação que se materializa no texto - e na linguagem, de um modo em geral -, através da intertextualidade, na medida em que consegue colocar em jogo as vozes divergentes em um discurso. Algo que acontece de maneira ainda mais extrema na apropriação, onde o autor faz uso do texto alheio com intuito de tirar-lhe a voz original e impor-lhe a sua própria.

A apropriação entra nos estudos literários a partir das experiências das artes plásticas, especialmente do Dadaísmo e da *Pop Art*, e pode ser entendida como uma espécie de colagem que reúne em sua expressão uma série de materiais presentes no cotidiano - a exemplo dos *ready-mades* de Marcel Duchamp (imagem 64) -, e a manipulação de imagens artísticas (imagem 65) e/ou típicas da sociedade industrial - a exemplo de obras de artistas como Richard Hamilton (imagem 66) e Andy Warhol (imagem 67). A base da apropriação está, portanto, num deslocamento que gera um desvio e re-apresenta o objeto, seja ele em sua própria condição material ou a partir de sua representação em algum outro código. Diferente da paráfrase, onde aquele que se apropria de um determinado texto ou discurso o faz reiterando seu sentido, a apropriação pretende gerar uma interferência, propondo algo diferente ou além de seus sentidos iniciais. E para além da paródia, desvincula o “texto-objeto de seus sujeitos anteriores, sujeitando-o a uma nova leitura” (SANT’ANNA, 2007, p.46).

IMAGENS 64 a 67: *A fonte*, Marcel Duchamp (1917); *L.H.O.O.Q.*, Marcel Duchamp (1919); *O que exatamente torna os lares de hoje tão diferentes, tão atraentes?*, Richard Hamilton (1956); *Díptico de Marilyn*, Andy Warhol (1962)



Fontes: *Wikipédia.org*

A principal diferença entre esses quatro recursos, portanto, está nos tipos de desvios discursivos que propõem em relação ao texto de origem. Ao passo que a paráfrase pode ser compreendida como uma espécie de *pró-estilo*, a paródia aparece como um *contra-estilo*. Neste caso, a estilização e a apropriação poderiam ser entendidas, respectivamente, como desvios extremos desses recursos. Com isso em vista, Sant'Anna (2007, p.48) propõe um modelo de análise que une os quatro termos a partir da divisão em dois conjuntos: o das similaridades, que englobaria a paráfrase e a estilização, e o das diferenças, abrangendo a paródia e a apropriação. Numa escala gradativa, a paráfrase seria “o grau mínimo de alteração do texto, e a estilização, seu desvio tolerável”. A paródia, por sua vez, se configuraria como uma “inversão do significado, que tem em seu exemplo máximo a apropriação”.

Nos memes da internet é possível identificar esses desvios em diferentes níveis, principalmente a partir das relações estabelecidas com a imagem. Nesse sentido, é comum que um mesmo meme seja resultado de mais de um desvio, dependendo para isso, da posição na qual o colocamos em relação ao discurso de origem. Nos memes sobre a “carta de Temer” (imagens 44 a 55) ou das “atrizes em luto pelo Brasil” (imagens 56 a 59), por exemplo, quando consideramos a carta do vice-presidente ou a foto onde as atrizes pousam vestidas de preto, temos em seus desdobramentos paródias que ressignificam o discurso original. Porém, se considerarmos essa relação a partir das imagens utilizadas nessas montagens - *frames* de programas de televisão, fotos jornalísticas, de celebridades ou personalidades políticas, imagens aleatórias da internet, etc. -, teremos uma apropriação. Nesse caso, cabe geralmente ao texto ou ao diálogo que se estabelece entre duas ou mais imagens, delimitar o sentido que configura o meme como uma paródia ou apropriação.

IMAGENS 68 a 70: Memes “Chapolin sincero”



Fonte: Página www.facebook.com/chapolinsincero

Se pensarmos na mensagem em nível de produção e recepção, podemos dizer que, sempre que o meme não estiver vinculado diretamente a uma mensagem/acometimento específico, ou a referência ao discurso original se perder, temos uma apropriação. Os memes do “Chapolin sincero” (68 a 70 imagens), por exemplo, apropriam-se da imagem do super-herói mexicano para tecer comentários sobre o cotidiano ou dar conselhos ao público, não se estruturando sobre o desvio de um discurso de origem. O que o caracteriza enquanto meme é replicação de uma mesma imagem para construção de mensagens diversas. Há ainda memes que se configuram como paráfrase ou estilização. Nesse caso, sua caracterização está relacionada ao uso de

recursos estilísticos para gerar algum tipo de impacto e espalhamento da mensagem, e não uma tentativa de subverter determinado discurso.

b) A dimensão estético-política da paródia

Uma vez demarcados os aspectos linguístico-discursivos da paródia, partiremos agora para uma reflexão sobre seus desdobramentos estéticos e políticos. Enquanto uma forma de re-apresentar um texto, um objeto ou mesmo uma situação, atribuindo-lhes um enquadramento que lhe é oposto, a paródia se estabelece também como um campo de disputas simbólicas, sob o qual atravessam os mais diversos discursos e podem se estabelecer diferentes jogos de poder e contrapoder. Dessa maneira, torna-se um mecanismo que ajuda a estruturar “o espírito” de uma época. Se não determina “o que” será partilhado pelos atores do processo, tem grande potencial para tensionar o “como” isso vai ser percebido por eles. Sua funcionalidade é ambivalente, podendo carregar consigo tanto posturas conservadoras como revolucionárias.

Hutcheon (1985), que compreende a paródia a partir do projeto intelectual que vê no pós-moderno uma força criativa, compreende que seu conceito exige sempre uma interpretação contextual e situacional. A autora a desvincula da obrigatoriedade do cômico e do riso, indicando que, na mesma medida em que nem toda referência a um texto anterior converte-se obrigatoriamente em uma paródia, esta não precisa ser ridicularizadora para caracterizar-se enquanto tal. Em última instância, o que determina o tom da paródia é sua condição relacional com o texto de origem, podendo operar em dois níveis: no da obra a ser parodiada e no do código da obra que utiliza a paródia. Dessa forma, na paródia existem sempre dois textos em jogo: o citado e seu contraponto irônico.

Durante a Idade Média, por exemplo, esse jogo esteve diretamente ligado com o sentido de carnavalização trabalhado por Bakhtin (1993). Mais do que atribuir novo sentido a um texto, a paródia servia de contraste para a própria realidade sombria e opressora na qual mergulhava a população. Sua expressão a partir do carnaval oferecia ao povo a catarse de que necessitava para seguir em frente. Tratava-se de um tempo e de um espaço onde a ridicularização dos poderes não só era permitida, mas também festejada. Reis, príncipes, bispos, padres e até santos e deuses podiam ser desdenhados, demarcando a soberania do povo sobre os poderes, da festa sobre o martírio, da orgia sobre o pecado. A paródia está aqui diretamente ligada ao popular e ao riso pela oposição que faz ao caráter oficial e sério dos poderes da época. “Relegado para fora de todas as esferas oficiais da ideologia e de todas

as formas oficiais, rigorosas, da vida e do comércio humano”, o riso na Idade Média vinculava-se à paródia como forma de subverter o conteúdo consagrado da ideologia da época (BAKHTIN, 1993, p.63).

Os efeitos estéticos e políticos da paródia alteram-se na medida em que o realismo renascentista avança e gera um empobrecimento dos ritos carnavalescos populares, impondo um modo de existência preestabelecido e fragmentário, tipicamente burguês. A vida festiva sofre as influências da estetização do cotidiano, relativa à vida privada, fazendo os privilégios da praça pública reduzirem cada vez mais. O riso vai perdendo seu caráter universal para dirigir-se de maneira negativa contra fenômenos isolados da vida social ou pessoas específicas. A paródia passa a apoiar-se em uma dualidade isolada, ganhando ares cínicos. Essa perspectiva altera-se no século XX, quando os movimentos de vanguarda artística propõem a subversão das convenções da forma e abordagens criativas da tradição a partir da recontextualização dos modelos e alteração dos sentidos. Um movimento intimamente ligado ao desenvolvimento da técnica e a consequente possibilidade de reprodutibilidade da obra de arte, conforme demarca Benjamin (2012).

De acordo com Sant’Anna (2007, p.07), a partir de vertentes mais radicais, como o Futurismo (1909) e o Dadaísmo (1916), observa-se de maneira mais evidente o uso da paródia como um “efeito sintomático de algo que acontece na arte do nosso tempo”. Desenvolvendo-se dentro de um processo que Hutcheon (1985) chama de “transcontextualização irônica”, ela ganha identidade estrutural e hermenêutica próprias, o que reforça seu entendimento enquanto gênero, e não apenas enquanto recurso. Carregada de diferentes níveis de ironia a paródia pode, conforme destaca a autora, funcionar tanto como uma crítica séria como uma zombaria, expondo formas tão variadas que vão da admiração respeitosa ao simples desejo de ridicularização. Seus desdobramentos, principalmente a partir das artes plásticas, denota a centralidade que a imagem assume nas sociedades pós-modernas, reafirmando a paródia como um problema das linguagens de um modo geral.

Assim, o deslocamento do objeto ordinário selecionado pelo artista para sua reapresentação em um espaço típico das artes (imagem 64); a apropriação de obras artísticas seguidas de sua alteração (imagem 65); o *pastiche* feito através do recorte, da colagem e da montagem de imagens e referências diversas reunidas em um artefato que mescla estilos (imagem 66); e a replicação técnica da imagem a partir da exploração e evidência da cópia em detrimento do original (imagem 67); foram práticas que passaram a fazer parte dessa nova sensibilidade estética. Com a intenção de serem populares e transitórias, correntes

artísticas desse período não apenas questionaram conceitos clássicos da arte como serviram para tensionar fronteiras entre esta e as práticas de produção em massa, especialmente as midiáticas. A apropriação de produtos e formas expressivas típicos da cultura popular seguida de seus usos pelas esferas artísticas ajudaram a articular uma nova consciência do ambiente ao seu redor, transformando a paródia em uma forma de autoreflexividade do nosso tempo (HUTCHEON, 1985).

Todas essas possibilidades, somadas ao intenso processo de midiaticização da nossa era, amplificou e renovou os usos da paródia e da apropriação para além do campo das artes, transpondo-o para práticas contemporâneas de comunicação, consumo e protesto. Sant'Anna (2007) cita, por exemplo, o movimento *hippie*, enquanto expressão da contracultura dos anos 60, como uma das práticas que possibilitou a revisão de uma série de problemáticas da sociedade norte-americana. Sob a perspectiva da moda o autor avalia que, ao apropriarem-se das roupas de seus avós, misturando-as a estilos típicos de outras culturas, como a indígena, a hindu e a negra, os *hippies* propuseram um deslocamento dos signos culturais para assumir uma atitude paródica que visava criticar o governo, a guerra e a sociedade de consumo. Porém, na medida em que passou a produzir industrialmente os artefatos antes artesanais, o movimento foi automatizado. Da mesma forma que os movimentos artísticos do século XX, que passaram da democratização dos sentidos de arte a partir da aproximação com a cultura de massa para uma expressão que exigia de seu público um alto grau de conhecimento da história da arte, também a estética *hippie* foi apropriada pela moda.

Outra esfera onde podemos observar os efeitos estéticos e políticos da paródia é a dos movimentos de protesto que têm na apropriação e ressignificação de produtos midiáticos sua base de expressão. O *culture jamming*, movimento inspirado na *prank art*³⁵ e bastante expressivo nos anos 80/90, por exemplo, une táticas de ativismo à arte de rua (graffiti, pichação, etc.) numa espécie de

³⁵ De acordo com Assis (2006) o *prank art*, que tem suas raízes na cultura *hippie* e floresceu nos Estados Unidos durante as décadas de 70/80, é um movimento que assumiu um caráter político e mistura imaginação, poesia e uma grande carga de ironia e/ou crítica social. Os *prank artists* (uma variação dos *pranksters* - aqueles que pregam peças) preocupavam-se em criar obras sinestéticas, excitantes, que evocassem a liberdade de expressão e desafiassem as autoridades.

“guerrilha semiológica”³⁶. De origem inglesa, a gíria *jamming* é comumente associada às práticas de interferência em transmissões de rádio através de ruídos ou sobreposição de outras transmissões. De acordo com Assis (2006, p.27), “vem do verbo ‘to jam’, que é utilizado com diversos significados, como entupir, perturbar e confundir”, o que permitiria traduzir o termo em algo como: “causar confusão da cultura”. Em seus estudos sobre ações de grupos ativistas na atualidade, intitulado *Táticas lúdico-midiáticas no ativismo político contemporâneo*, o autor propõe o uso do termo “bagunça criativa”, reforçando o caráter lúdico e dinâmico deste tipo de manifestação. Ao trocar “cultural” por “criativa” ele tem a intenção de situar a prática para além dos signos e significados compartilhados, compreendendo-os em táticas que visam “construir novos significados a partir da combinação de referentes estabelecidos – a base de toda criatividade” (p.02).

Ao resgatar as ideias de Dery (1993) e Klein (2002), Assis (2004) delimita os *jammers* como um grupo que mistura arte, mídia, paródia e atitude *outsider* para realizar uma espécie de sabotagem midiática, gerando interferências nas mensagens de origem com intuito de subverter, através da confusão, seu sentido. “...na apropriação (indevida) de elementos do universo midiático, incluindo a reorganização de suas mensagens e conseqüente sabotagem de seus propósitos.” (ASSIS, 2004, p.03). Os exemplos são os mais variados possíveis, como a paródia ou interferência direta de peças publicitárias com objetivo de deturpar seu sentido, redesenho de logotipos corporativos, alteração de textos em revistas em quadrinho, criação e divulgação de notícias falsas e até mesmo a intervenção direta em bens

³⁶ Termo utilizado por Eco (1968) para demarcar a ideia de uma guerra que aconteceria através das imagens, com a deturpação dos signos e significados, instigando o público a controlar as mensagens e seus desdobramentos de sentido. Essa idéia está presente no manifesto publicado por Mark Dery (1993) - *Culture Jamming: Hacking, Slashing and Sniping in the Empire of Signs* - no qual declara: “Parte terroristas-artistas, parte críticos do vernacular, os *culture jammers*, como as “guerrilha semiológicas” de Eco, introduzem o ruído no sinal quando ele passa do transmissor para o receptor, encorajando interpretações involuntárias e idiossincráticas. Introduzindo-se nos intrusos, eles envolvem anúncios, reportagens e outros artefatos midiáticos com sentidos subversivos; simultaneamente, revelam seu código, tornando sua sedução impotente. Os *jammers* oferecem evidência irrefutável de que a direita não tem direito sobre a guerra promovida com encantos e simulações.” (in ASSIS, 2006, p.28)

de consumo³⁷. A paródia ganha aqui uma dimensão estética vinculada aos ideais da contracultura, uma forma política de crítica e de protesto a partir da manipulação de elementos capazes de gerar estranhamento.

Na internet, a manipulação de todos esses elementos torna-se ainda mais acessível, tanto pelo seu acervo midiático bastante expressivo, como pela facilidade técnica com que é possível manipulá-lo. Ao fazerem uso desses recursos para se constituir enquanto linguagem, os memes convertem-se em práticas midiáticas carregadas de estratégias intertextuais, que de acordo com Tavernari (2013), desdobram-se em diferentes formas de subjetividade e matrizes enunciativas. Seja para comentar o cotidiano, tecer críticas a acontecimentos ou pessoas, gerar persuasão ou pelo simples exercício criativo, os memes unem os fragmentos aparentemente distintos de realidades midiaticamente produzidas e os reorganizam. A reedição, redublagem ou inserção de legendas que não correspondem à tradução original em vídeos da internet, a manipulação a partir da união de linguagens ou a simples adição de texto a uma imagem acionam o potencial memético que permite o reenquadramento de acontecimentos cotidianos e midiáticos.

Em “*House of Cunha*” (imagens 71 e 72), por exemplo, temos um vídeo que se apropria de trechos da série “*House of Cards*” - a qual apresenta os bastidores da política norte-americana - e insere “falsas legendas”, substituindo a mensagem original por uma série de acontecimentos do contexto político brasileiro. Na paródia, o congressista estadunidense Francis Underwood - interpretado por Kevin Space - torna-se Eduardo Cunha (PMDB), então presidente da Câmara de Deputados do Brasil. O vídeo, criado por Matheus Castilho, denuncia de maneira bastante didática as relações de poder e trocas de favor dentro da esfera política nacional durante o período em que foi lançado, em agosto de 2015. Ao deslocar para o contexto da série os acontecimentos políticos nacionais, “*House of Cunha*” deflagra uma realidade que não se deixa alcançar totalmente pelo jogo da encenação midiática e jornalística convencionais. Isso porque traz em sua narrativa

³⁷ Assis (2004) cita ações como a do grupo ativista *Barbie Liberation Organization*, que consistia em intersectar e trocar os chips de voz entre bonecos *Comandos em Ação* e bonecas *Barbie*, devolvendo-os posteriormente às lojas como forma de questionar a identidade de gênero estereotipada pelos brinquedos. Assim, ao comprarem *Barbies* as meninas ouviam frases como “a vingança é minha” e os meninos se deparavam com soldados de plástico que diziam “vamos planejar nosso lindo casamento”.

perspectivas que ultrapassam a objetividade e a explicação dos fatos, buscando explorar intenções por trás das representações feitas *pelos* e *sobre* os envolvidos nesses espaços. Ao re-apresentar um texto a partir de seu contraponto irônico, o meme faz emergir seu subtexto, um outro texto que embora contido no discurso original, não se deixava expressar totalmente através dele. E “em sua aparente futilidade, eis que a burla nos redime, nos eleva e desempenha sua crítica social em forma de comédia” (SANTOS, 2016, *online*).

IMAGENS 71 e 72: Frames de *House of Cunha*



Fonte: Print screen <https://www.youtube.com/watch?v=k3Jlc3Vno5w>

Considerando que, “por meio de instâncias, práticas e delimitações o discurso é legitimado e pode, assim, adquirir pregnância conforme o conjunto de sujeitos falantes e os lugares institucionais em que esses discursos circulam” (TAVERNARI, 2013, p.07), o enquadramento paródico proposto pelos memes torna-se uma leitura do real cada vez mais comum no ciberespaço. O uso recorrente do humor como válvula de escape, conforme aponta Santos (2016, *online*), faz “supor que viramos a curva do que nos horroriza para nos deleitarmos no território do riso, do sorriso ou simplesmente da gargalhada”. Ao reorganizarmos os fragmentos de um mundo midiaticizado, criamos a paródia do monstro. Uma tática que, para além da catarse que nos ajuda a lidar com a realidade, funciona também como um exercício de crítica através do qual é possível revelar, ou produzir, uma outra verdade. Um (*re*)framing paródico da própria realidade.

2.4 HUMOR E CONTRAPODER NA CONSTANTE CARNAVALIZAÇÃO DAS REDES

A paródia está intimamente ligada à história do humor e da comédia. Embora não seja o caso de fazermos um resgate cronológico do assunto, cabem algumas reflexões sobre suas implicações e usos culturais e sociais, estabelecendo sua co-relação com a ideia de poder/contrapoder. Assim como a tragédia, a comédia tem sua origem nas festas em homenagem ao deus Dionísio. Diferente daquela, porém, que celebrava a fertilidade da natureza, nesta os jovens saíam às ruas fantasiados, brincando com os habitantes da cidade, ao melhor estilo do carnaval. O fato de ser considerado um gênero menor está diretamente ligado ao sistema de divisão de classes. Ao passo que a tragédia contava histórias de deuses e heróis e de seu público ser composto pelos nobres da época, a comédia falava de homens comuns e escolhia seu júri entre pessoas da própria platéia, aproximando-se do espaço das representações populares. Esse sistema de distribuição entre vozes legítimas e ilegítimas dentro do debate público sempre foi uma forma de, através dos discursos, instituir determinados exercícios de poder. (SÉKULA, in CHRISTOFOLETTI, 2015)

Por fazer alusões jocosas aos mortos, satirizar personalidades políticas e religiosas e até mesmo os deuses, a comédia consolidou-se também como uma forma de liberdade de expressão, ligada diretamente às dinâmicas democráticas. Em sua análise sobre a estética literária da Idade Média, Bakhtin (1993) destaca como a presença do humor e do grotesco nas manifestações populares da época - especialmente o carnaval - tornaram-se também uma forma de resistência popular e espécie de crítica política e social. A carnavalização do mundo permitia a suspensão das diferenças entre os grandes e os pequenos, numa espécie de fuga momentânea de tudo que era oficial para instituir uma espécie de celebração das utopias. Em sua comparação com a tragédia, podemos dizer que o humor, este humor integrador e primitivo de que trata o autor, pode ser visto como uma expressão que se opõe, ou pelo menos resiste, aos controles do Estado e da religião de sua época. Se, por um lado, as festas oficiais buscavam reafirmar hierarquias, valores e normas, a ritualística do carnaval estabelecia, através do cômico e do grotesco, uma liberação, e porque não dizer uma libertação, desse controle.

A riquíssima cultura popular do riso na Idade Média viveu e desenvolveu-se fora da esfera oficial da ideologia e da literatura elevada. E foi graças a essa existência extra-oficial que a cultura do riso se distinguiu por seu radicalismo e sua liberdade excepcionais, por sua implacável lucidez. Ao proibir que o riso tivesse acesso a qualquer domínio oficial da vida e das ideias, a Idade Média lhe conferiu em compensação privilégios excepcionais de licença e impunidade fora desses limites: na praça pública, durante as festas, na literatura recreativa. (BAKHTIN, 1993, p.62)

Tal perspectiva reitera o caráter coletivo do riso que, em sua relação com o realismo grotesco enquanto sistema de imagens da cultura cômica popular, transforma-se numa espécie de patrimônio do povo, das massas. Na Idade Média, conforme destaca Bakhtin (1993, p.79), o riso expressava-se através de uma “sensação social e universal”, com o homem comum misturando-se à multidão, colocando seu corpo em “contato com os das pessoas de todas as idades e condições”. Isso conferia ao povo o potencial de crescimento e renovação diante das adversidades e das condições que lhe eram impostas. Através da paródia, que re-apresentava sob o viés humorístico e cômico as práticas de controle e as mazelas sociais, adquiria-se o direito de zombar dos poderes instituídos, tecendo-lhes uma crítica. Um exercício que não era permitido em outras esferas ou momentos da vida pública, nos quais a voz do povo não se fazia ouvir, seja em seus apelos religiosos, seja em seus apelos políticos. Dessa maneira, o riso compartilhado da festa popular englobava “um elemento de vitória não somente sobre o terror que inspiram os horrores do além, as coisas sagradas e a morte, mas também sobre o temor inspirado por todas as formas de poder” (p.80).

O riso torna-se assim, na medida em que parodia e brinca com a realidade, “um ponto de vista particular e universal sobre o mundo” (BAKHTIN, 1993, p.57), ganhando o aval para acessar e exprimir certas verdades sobre ele. Verdades que, embora diferentes, poderiam ser consideradas tão (ou mais) importantes do que aquelas expressas por seu viés tradicional, sério. É esse potencial do humor que faz com que a paródia, dentro da perspectiva discursiva que coloca em jogo dois ou mais textos, torne-se um campo de disputas de poder. Tanto do poder *do* exercício - aquele que parodia, de alguma maneira, exerce o direito de criticar, desconstruir o discurso original -, como do poder *em* exercício -

aquele (ou aquilo) que é parodiado ressignifica-se, ganhando novas dimensões e sentidos. Trata-se de um (contra)poder que se expressa a partir de um *fazer saber* algo que encontrava-se implícito, escondido no discurso de origem, revelando uma verdade escondida em suas próprias relações constitutivas. Talvez por isso tenha sido despendido sobre o humor e a comédia grandes esforços para sua desqualificação e seu controle, atribuindo-lhes uma condição de discurso menor ou restrito apenas à sua função psicológica de aliviador de tensões.

É nessa tentativa de conter o caráter social do riso que, a partir do século XVII, os discursos que o produzem passam a debruçar-se sobre fenômenos restritos e específicos, geralmente de caráter negativo. “O que é essencial e importante não pode ser cômico; a história e os homens que a encarnam (reis, chefes de exército, heróis) não podem ser cômicos.” (BAKHTIN, 1993, p.57). Viés que tira do riso a possibilidade de exprimir uma verdade primordial sobre o mundo ou sobre o homem. O riso torna-se “ou um divertimento ligeiro, ou uma espécie de castigo útil que a sociedade usa para os seres inferiores e corrompidos” (p.58). Da mesma forma a imagem grotesca, na medida em que o corpo individual é discursivamente dissociado do corpo popular que o produziu, entra em choque com a estética do belo moldada na era Moderna, afastando-se de seu caráter cômico e paródico para evocar sentidos de horror e monstruosidade³⁸. Uma condição que passa a ser questionada pelas vanguardas artísticas na exaltação do feio enquanto forma de contradiscurso ao próprio campo das artes³⁹. Esse processo propõe uma democratização e popularização das formas e das técnicas, as quais ganham, com o avanço tecnológico, uma dimensão expressiva

³⁸ Eco (2004, 2007), em *História da beleza* e *História da feiúra*, percorre os desdobramentos estéticos que atuam na instituição dos cânones que guiam cada época, analisando como as produções discursivas sobre as ideias em torno do belo e do feio configuram-se também em eficazes mecanismos de poder e contrapoder.

³⁹ Em *História da Feiúra*, Eco (2007) resgata o sentido de movimentos vanguardistas que exaltam o triunfo feio em uma estética a ser exaltada e buscada como forma de romper com o passado e fazer nascer o novo, chocando e escandalizando o público burguês. Textos como *Manifesto futurista* (MARINETTI, 1909), *O orgulho do feio* (MARINETTI, 1912), *Educação futurista para o feio* (PALAZZSCH, 1914), *Nojo dadaísta* (TZARA, 1918), *Deformar o passado* (DALÍ, sem data) e *Estética do refugio* (WARHOL, 1975), por exemplo, demarcam o papel contestador do feio frente aos discursos de ordem que se apresentam em cada época.

que ultrapassa sua esfera de origem, desdobrando-se em inúmeros efeitos midiáticos de produção de sentido.

Na metáfora da praça pública virtual, vemos crescer uma espécie de carnavalização em rede. O caráter social do riso parece ser aqui resgatado através de uma construção coletiva que desdobra a realidade em uma sucessão de paródias, imprimindo-lhe uma constante ressignificação. No ciberespaço, o *trash* e o tosco exaltam a beleza de um mundo inacabado, onde a forma é o resultado de interações contínuas que convertem os fragmentos em um corpo constantemente atualizado. Nesse sentido, vale lembrar que em Bakhtin (1993, p.277), “o corpo grotesco é um corpo em movimento. Ele jamais está pronto nem acabado: está sempre em estado de construção, de criação, e ele mesmo constrói outro corpo...”. Um corpo que, de acordo com as ideias de Schlegel (*apud* BAKHTIN, 1993, p.36) é uma “mescla fantástica dos elementos heterogêneos da realidade, a destruição da ordem e do regime habituais do mundo, a livre excentricidade das imagens e a ‘alternância do entusiasmo e da ironia’”. Duas perspectivas que podem ser facilmente associadas aos memes da internet, tanto nas articulações imagéticas que aparecem em sua forma expressiva - sobreposição tosca de imagens, desarmonia visual na relação texto-imagem, etc. -, como nas alterações de sentido que se estabelecem a partir de seus desdobramentos discursivos - os memes operam em conjunto.

IMAGENS 73 a 76: Quatro imagens grotescas: *Mulher grotesca* - Quentin Metsys (1525-1530); versão cinematográfica de *Frankenstein*, - James Whale (1931); fotomontagem *Dançarina Russa* - Hanna Hoch (1928); fotomontagem *Hitler about to eat the French Cockrel* - John Heartfield



Fontes: *Wikipedia.org*

No pensamento moderno, conforme avalia Victor-Hugo (1976, *apud* BAKHTIN, 1993, p.38), o grotesco “está em toda parte: por um lado, cria o disforme e o horrível; por outro, o cômico e o bufo”. As

imagens 73 a 76 ilustram essa condição da imagem grotesca de suscitar tanto o riso como o medo, sendo fundamental para suas significações os contextos dos quais emergem. Assim, se durante a Idade Média e a liberação renascentista o grotesco possui uma íntima relação com a originalidade e a ridicularização dos poderes (imagem 73), a partir do século XIX ela ganha um tom sombrio, que expressa os medos de uma época marcada pelo avanço das ciências (imagem 74). Caráter que se estende para o início do século XX, com o desenvolvimento das tecnologias da imagem e o advento da guerra (imagens 75 e 76). Embora não exista uma sucessão necessariamente cronológica e linear nesse sentido, é possível supormos que seus desdobramentos se dão a partir da alternância das ideias e das produções discursivas que ocorrem nos - e em função dos - jogos de poder e contrapoder para o estabelecimento de sentidos de verdade sobre a realidade.

Nos discursos jornalísticos o humor e o grotesco sempre foram relegados a alguns poucos espaços específicos, geralmente associados aos gêneros opinativos. Assim como nas demais esferas representativas, a economia dos discursos produzidos possui um tratamento sério, oficial. Em função disso, além desses recursos despontarem como uma forma de crítica social, política ou mesmo midiática, tornam-se também uma forma de burlar o falso manto da neutralidade e revelar ou sugerir uma verdade contida por trás ou além dos fatos. A caricatura e a charge são bons exemplos de como a distorção da forma serve de artifício para questionar relações de poder e ridicularizar aqueles que assumem sua forma representativa momentânea, especialmente no campo político⁴⁰. No livro *A batalha de papel: a charge como arma na guerra contra o Paraguai*, Silveira (2015) analisa o papel da arte cômica, em especial da caricatura, na construção do imaginário social brasileiro sobre seu suposto inimigo, atribuindo a ela a função de descortinar o presente de uma época. Assim como o discurso jornalístico tradicional, seu contraponto humorístico propõe uma asserção sobre a realidade, refletindo e ajudando a construir o “sistema de ideias-imagens de

⁴⁰ De acordo com Silveira (2015, pp. 24-25), podemos entender a caricatura como uma “representação da fisionomia humana com características grotescas, cômicas ou humorísticas”, e a charge como uma “crítica humorística de um fato ou acontecimento específico da atualidade”. Apesar dessa distinção, o autor demarca que em seu sentido mais genérico, ambos podem ser utilizados “indistintamente para designar o humor visual apresentado pelo jornalismo atual”.

representação coletiva de cada sociedade” (CASTORIADIS, 1975, *apud*. SILVEIRA, 2015, p.52).

Ao passo que o discurso jornalístico tradicional apresenta os acontecimentos a partir de um pressuposto de veracidade e pretendendo certa objetividade em seu tratamento, seu contraponto humorístico os parodia, ironiza e/ou ridiculariza, explorando aspectos que ultrapassam seu caráter expresso para expor uma condição de verossimilhança. Ambos, contudo, na ânsia de capturar o real, o deformam. O primeiro, de maneira velada, porém condicionada aos próprios processos de captação e organização da realidade a que está submetido. O segundo, de forma deliberada e escrachada, tendo na exploração das formas um mecanismo para ressignificar a realidade. E justamente por isso o potencial revelador do humor ultrapassa, muitas vezes, o caráter oficial do discurso jornalístico tradicional, desafiando a ordem estabelecida. Na mesma medida porém, conforme destaca Silveira (2015, p.53), pode servir para reafirmar normas e regras, ou ainda como instrumento de popularização de ideias e personagens reais. “Muitos políticos já se aproveitaram disso. No Brasil, duas figuras públicas aumentaram seu prestígio através da caricatura: D. Pedro II e o presidente Getúlio Vargas.”

Em seu artigo sobre contrapoder e realização do desejo através da piada e do humor, Birman (2010) relata a preocupação de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) que, no período em que foi Presidente da República (1995-2002), destacou em um de seus discursos a preocupação que tinha ao abrir o jornal *O Globo* e averiguar se não havia se tornando alvo de galhofa ou ridicularização do cartunista/chargista Chico Caruso. Segundo o autor, esse exemplo demonstra o papel estratégico que o humor ocupa nas sociedades contemporâneas, onde um ato qualquer do Presidente poderia virar motivo de chacota, destituindo-o de sua imagem de soberano ligada ao poder e confrontando-o com sua condição real. O humor produz assim um duplo efeito: ao mesmo tempo em que afasta a figura que é ironizada de sua condição de poder, o faz a partir da aproximação de sua condição de homem comum. Desta forma, “o que o humorista coloca em cena, no seu desenho sempre marcado pela ironia, é a redução de uma figura do poder à condição de simples mortal” (BIRMAN, 2010, p.177). Ou seja, diante do riso todos se tornam humanos, demasiadamente humanos⁴¹.

⁴¹ Em referência à obra *Humano, demasiado humano: um livro para espíritos livres* (NIETZSCHE, 2000).

É dessa revelação que nasce o alívio do cidadão comum e o medo de seus soberanos (no caso de sistemas monárquicos) ou representantes (no caso de sistemas democráticos). A lembrança dessa condição de igualdade que deflagra o poder enquanto jogo, reafirmando seu caráter dialógico e relacional. Ao serem lembrados de que o poder não está com eles, mas num complexo sistema de trocas e representações, aqueles que o encarnam devido sua condição socialmente aceita, o fazem sempre sob o risco constante de serem desmascarados. Como na fábula do rei nu, podem ser expostos ao ridículo quando o jogo não for jogado também pelos outros atores do processo. Assim, se nas esferas onde o poder é exercido o humor e a piada aparecem como signos de grosseria e má educação, nos espaços sociais onde seus efeitos são sentidos, eles revelam sua potência em gerar resistências e contrapoder. É por isso que, conforme lembra Birman (2010), o humor tornou-se ao longo dos tempos uma prática discursiva recorrente contra as hierarquias instituídas e àqueles que estão em posição de poder.

De qualquer forma, no campo do imaginário do cidadão comum toda e qualquer posição de poder coloca sempre em destaque aquele que desempenha e ocupa momentaneamente a função em causa. Isso porque o cidadão separa quem o exerce do campo comum da cidadania. Tudo se passa como se o dito cidadão esquecesse que uma posição política de poder, numa sociedade democrática, é sempre uma delegação de poder. Em conjunção com isso, pode-se dizer ainda que quem ocupa a posição de poder se esquece também de sua condição de igualdade com os demais, passando assim a acreditar que seja possuidor de algo a mais de que os demais cidadãos não seriam detentores. Portanto, seria essa crença compartilhada, no registro da ilusão, o que cai literalmente por terra pelo exercício do humor. (BIRMAN, 2010, p.178)

Com efeito, a piada política sempre fez parte dos círculos íntimos de interação. Aplicada aos discursos jornalísticos - ou em outras esferas do campo midiático, a exemplo dos memes - ela ganha um caráter público que amplia seus efeitos. É em função disso que, em regimes totalitários onde o culto hierárquico do poder é celebrado, as práticas públicas do humor são combatidas e proibidas pelo poder político,

estando sujeitas à censura ou tendo que atuar na clandestinidade. No Brasil, por exemplo, durante o período da Ditadura Militar (1964-1985), a censura à imprensa desdobrou-se também numa censura sistemática às manifestações humorísticas nas páginas de jornais e revistas, programas de rádio e televisão e até mesmo aos palcos de teatro e telas de cinema. Publicações essencialmente ligadas ao humor, como o jornal “*O Pasquim*”, foram regularmente censuradas pelos militares, que não suportavam “a exibição pública de suas entranhas pela fina ironia presente nas partituras humorísticas” (BIRMAN, 2010, p.182).

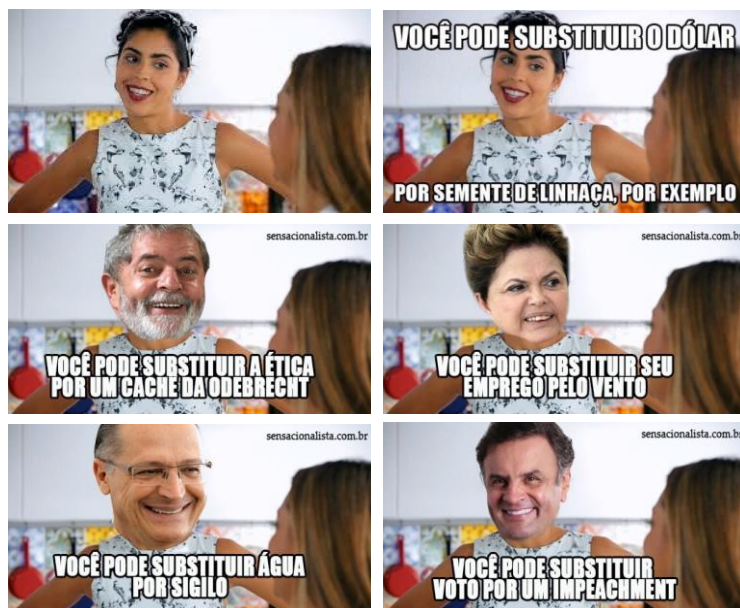
Os pasquins inclusive, cuja definição no dicionário é descrita como jornal ou panfleto satírico/difamador, ocupam um papel importante no desenvolvimento de uma imprensa crítica no país. Já na primeira metade do século XIX, em resposta às restrições impostas pelo império à liberdade de imprensa, os pasquins passaram a se utilizar da vertente cômica para criticar e denunciar o governo da época, recorrendo à calúnia e ao insulto como formas de protesto. Tratam-se de publicações extremamente simples e fugazes, geralmente a serviço de grupos políticos e que sobreviviam graças ao entusiasmo e ao dinheiro de seus líderes. Apesar de seus interesses políticos, conforme lembra Silveira (2015) a partir das ideias de Sodré (1999), conseguem ultrapassar os simples ataques aos adversários e estabelecer algumas críticas de costume, preparando terreno para instalação da caricatura no país.

Silveira (2015), a partir das ideias de Bergson (1980) e Beluzzo (1992), chama a atenção para o caráter vivo da arte cômica em sua total integração com o contexto do qual emerge. Aspecto que, embora não caracterize o real, estabelece uma relação direta com ele. De Bergson, o autor destaca o questionamento sobre como a fantasia cômica, na medida em que evoca visões socialmente aceitas e compreendidas, é capaz de nos informar sobre a imaginação social, coletiva e popular. Em seguida, destaca as ideias de Belluzzo sobre o papel do caricaturista para reafirmar a indissociabilidade do fazer humorístico dos desígnios de seu próprio tempo. Assim, embora a linguagem preexista e persista ao tempo e às particularidades de cada situação, é no seio do corpo social que estabelece a extensão de seus efeitos. Num “sentido geral, a linguagem é sempre uma forma de relação social e de relação com a existência real, mesmo quando, servindo-se de mediações, pareça disso se distanciar” (BELLUZZO, 1992, *apud.* SILVEIRA, 2015, p.26).

É essa condição que nos permite estabelecer aproximações entre a caricatura, a charge e os memes da internet, especialmente quando pensamos nos usos que fazem do humor visual para tecer uma crítica

aos acontecimentos ou para ridicularizar figuras e ideias associadas ao poder. Tomemos como exemplo os memes relacionados à culinária e apresentadora do programa *Bela Cozinha* (GNT), Bela Gil, que propõe uma dieta baseada em uma alimentação consciente e saudável. Nas redes sociais Bela ficou conhecida principalmente pelas sugestões de substituição de produtos industrializados por alimentos naturais e orgânicos, o que a elevou ao status de “musa natureba”, inclusive com a criação do movimento *BelaGismo*. Logo os internautas se apropriaram de sua imagem (imagem 77) para propor substituições absurdas relacionadas a assuntos diversos, como a alta do Dólar (imagem 78). Inspirado nisso o site *Sensacionalista* criou memes que tinham a função de comentar acontecimentos da cena política brasileira em 2015 (imagens 79 a 82). Neles, é possível notar tanto a evocação ao grotesco, na inserção tosca da cabeça de personalidades políticas à imagem original da apresentadora, como de crítica, na inserção dos textos que sugerem substituições a partir de acontecimentos políticos relacionados a cada personagem.

IMAGENS 77 a 82: *Frame* do programa *Bela Cozinha* (GNT), com Bela Gil, e seus memes



Fontes: Reproduções *Facebook* e www.sensacionalista.com.br

Com efeito, temos uma aproximação bastante evidente do que podemos identificar como uma linguagem memética e as características encontradas na caricatura e na charge. Embora sejam aplicadas técnicas distintas, que nos memes são o resultado da manipulação digital a partir de imagens pré-existentes ao invés de uma criação inédita e original como seria pressuposto na caricatura e/ou na charge, seus efeitos humorísticos apresentam-se bastante similares. Caráter que se reforça quando pensamos nos desdobramentos da relação texto/imagem, os quais se configuram numa crítica a ações de seus personagens através da paródia. Belluzzo (1992), ao analisar os efeitos do texto na caricatura, empresta-nos uma definição que poderia facilmente ser aplicada aos memes da internet:

Ora o texto nomeia e situa simplesmente, enquanto a imagem faz um julgamento moral; ora o texto oferece ao narrador a possibilidade de (des)qualificar o que mostra pela imagem; ora o texto é um prolongamento da expressão do retratado, sua fala. A fala do retratado torna-se mais um elemento de sua expressão e pode ajudar a acentuar características de seu caráter, como seus pensamentos, impossíveis de serem explicitados pela forma visual. As legendas também ampliam os recursos de disjunção, que são característicos da técnica da caricatura. Não só ampliam as disjunções entre o retrato e ele mesmo, entre o que ele mostra e o que ele fala. Elas ampliam as relações entre personagens pelos diálogos e aliam à caricatura os recursos do dito espirituoso, do chiste, do gracejo verbal em múltiplas combinações com a imagem. (BELLUZZO, 1992, *apud*. SILVEIRA, 2015, p.40)

A principal diferença entre essas linguagens está, portanto, no modo de produção, com a transposição de uma expressão de caráter autoral - fechada na figura do humorista/caricaturista/chargista - para uma operação que se dá de maneira conjunta - aberta na figura anônima e coletiva do internauta. Seu alto potencial de viralização e a não exigência de habilidades exclusivas ou de informações privilegiadas para sua elaboração, estimulam mais pessoas a participarem do processo, criando suas próprias paródias. Uma dinâmica que, conforme

aponta Rena (2009, p.91), ultrapassa os discursos recorrentes e facilmente assimiláveis dos meios *um-todos*, estabelecendo instâncias discursivas mais difusas e ecléticas, as quais permitem uma produção com maior potencial de reconfiguração das subjetividades. “O computador pessoal, ao oferecer a possibilidade de realocar e editar o dado digital, principalmente através dos comandos ‘copiar’ (CTRL+C) e ‘colar’ (CTRL+V), tirou dos especialistas e colocou na mão do homem comum, das multidões, a potência inventiva.”

Nas imagens acima temos um exemplo desse processo, com uma caricatura que manipula e exagera determinados traços físicos e expressivos da política Marina Silva (PSB) para aproximá-la visualmente do personagem do filme *E.T., o extra-terrestre*, de Steven Spielberg (imagem 83), seguida de dois memes que propõem a mesma comparação a partir da disposição sequencial de imagens disponíveis na internet (imagens 84 e 85). Ao passo que a caricatura deforma para evidenciar algo que até então não se notava (por parte do público) ou não se assumia (por parte de quem foi parodiado), os memes realizam esse processo através de uma sugestão que, por associação, se completa na mente do público. Em ambos os casos, porém, o efeito é o mesmo: a ridicularização da figura pública de Marina Silva. Uma ação que ganha no constante processo de carnavalização das redes, ecos vindos de múltiplas vozes e atravessados pelos mais variados discursos.

IMAGENS 83 a 85: Caricatura e memes comparando Marina Silva ao personagem do filme *ET, o extraterrestre*, de Steven Spielberg (1982)



Fontes: <http://humorseis.blogspot.com.br/2010/12/marina-silva.html> e reprodução *Twitter*

Em seus estudos sobre memes e participação política Shifman (2014, p.119), destaca que na atualidade a “política - tanto em seu sentido mais amplo, como a construção social do poder e em sentido estrito como um sistema de governo - está profundamente entrelaçada

com a construção e consumo de memes de internet”. Ao analisar o caráter persuasivo dos memes durante as eleições presidenciais de 2008 nos Estados Unidos e a ação política e discursiva dos memes do movimento *Occupy Wall Street*, a autora avalia que os memes políticos, independente de assumirem um viés humorístico ou sério, “participam de um debate sobre como o mundo deve ser e a melhor maneira de chegar lá” (p.120). Isso demarca uma ampliação nas formas de participação política para além do voto ou da atuação em organizações específicas, indo da postagem de comentários em blogs ou redes sociais a elaboração de piadas sobre políticos. Temos assim uma esfera supostamente igualitária na qual diferentes expressões de poder e contrapoder entram em jogo para disputar sentidos propriamente simbólicos, agindo na reorganização do campo social a partir do campo midiático.

Shifman (2014) sugere três formas de participação política através dos memes: *persuasão ou defesa política* - a grande utilização de memes nas recentes campanhas eleitorais demonstram sua capacidade persuasiva -; *ação de base* - os memes criam *links* entre o pessoal e o político, fortalecendo ações coordenadas dos cidadãos na medida em que compartilham enquadramentos que requerem variação -; *expressão e discussão pública* - é uma forma acessível, barata e divertida para expressar opiniões, constituindo espaços de expressões polivocais onde múltiplas opiniões e identidades são negociadas e discursos direcionados.⁴² Assim, segundo a autora, em sociedades ou espaços não democráticos “os memes da internet podem conter um significado de subversão democrática” (p.123), uma vez que servem de contradiscurso aos discursos produzidos oficialmente pelas instâncias de poder. Já em ambientes democraticamente constituídos, tornam possível a entrada de novas vozes e formas de pressão no processo político. Os memes sobre os debates eleitorais para a Presidência da República de 2014 - que constituem o objeto empírico dessa pesquisa - são exemplos significativos desse papel desempenhado pelos memes, conforme será demonstrado no próximo capítulo.

Na medida em que revelam o caráter relativo e limitado de qualquer poder, o humor e o grotesco, em suas íntimas relações com riso, atuam no sentido de desconstruir visões unilaterais do mundo. Em função disso, conforme aponta Bakhtin (1993, p.43), liberam a

⁴² Em seus estudos Chagas et al (2016) também partem dessas formas de participação para propor uma matriz taxonômica que auxilie na objetivação de estudos na área.

imaginação e o pensamento para a criação de novas possibilidades discursivas. “Daí que uma certa ‘carnavalização’ da consciência precede e prepara sempre as grandes transformações, mesmo no domínio científico.” Na era da pós-produção e da remixologia, os memes da internet ganham força não apenas por seu vetor humorístico, mas também enquanto expressões capazes de operar na construção de novos sentidos para realidade. O público, tal qual o Dr. Victor Frankenstein, ao se apropriar do material disponível para realização de suas próprias criações, propõe também uma ampliação do debate público. O riso midiaticamente compartilhado para questionar o poder em suas formas institucionais e representativas torna-se um contradiscurso a ser utilizado para o exercício do contrapoder.

Ao fazerem uso de elementos e expressões da cultura popular e midiática para falar de política, os indivíduos têm a possibilidade de tornar esta mais acessível (SHIFMAN, 2014), reafirmando a ideia de Martín-Barbero (2013) em seus estudos sobre comunicação, cultura e hegemonia, de que nem toda absorção de bens tipicamente hegemônicos por aquilo que é considerado culturalmente inferior se caracteriza como uma submissão. Da mesma forma que a simples recusa destes não gera, necessariamente, ações de resistência. Uma condição ou outra está intimamente ligada aos termos em que se dão os processos de apropriação dos dispositivos simbólicos e a ressignificação de seus sentidos, dinâmica que, por sua vez, é o resultado das tensões geradas nos e pelos próprios campos discursivos. Há de se pensar, portanto, o quanto do popular reprimido pode ser ativado pelo massivo para gerar o questionamento de seus campos representativos. Ou seja, sob que aspectos esse conjunto de atores, espaços e conflitos pode, através da ocupação dos espaços midiáticos e da apropriação de suas formas expressivas, exercer algum tipo de contrapoder, trazendo à tona a multiplicidade e a alteridade cultural que os constitui.



CAPÍTULO 3. MEMES, POLÍTICA E CONTRAPODER

No pulsar da praça pública contemporânea não apenas o rei está nu. Também os mecanismos que servem para sustentar relações de poder são expostos em suas artimanhas. Na analogia ao célebre conto de Hans Christian Andersen (1837), o jornalismo encontra-se despido do manto da verdade que durante tanto tempo serviu-lhe de roupagem. Condição que, ao questionar suas práticas e seus discursos, cria a potência para reorganizar os papéis até então designados pelo contrato sócio-comunicacional. Como um guardião dos interesses populares, o jornalista pretende-se sempre a corajosa criança que brada no meio de todos que o rei não veste roupa alguma, deixando-o desnudo em sua própria vaidade. Nas relações que estabelece com o poder, contudo, vê-se em muitos momentos assumindo o lugar dos vigaristas que, fazendo-se passar por tecelões, fingem costurar uma roupa que só os sábios poderiam ver. Jogo simbólico através do qual tenta justificar sua existência e relevância, procurando incorrer sobre a realidade as verdades produzidas por seus próprios discursos.

É a multidão, porém, que ao vencer o medo de ser descoberta em sua pressuposta ignorância e finalmente admitir que o rei está nu, deflagra não apenas a farsa articulada nos bastidores da corte, mas também os delicados fios que costuram as relações de poder. Apesar da vergonhosa constatação, segue o rei mais impassível que nunca em sua procissão, na esperança de que o acordo social que tão bem funcionou até então siga garantindo seu status de soberano. Esquece-se, contudo, que a visão de seu corpo nu não mais pode ser apagada da memória do público. O jornalismo, ao ter seus discursos contrapostos, questionados, vê-se aos poucos em condição similar à do rei. No burburinho que cresce das novas esferas midiáticas de discussão, é deflagrado em sua condição mais essencial: as roupas que tece não dão - e por certo nunca deram - conta de vestir toda a complexidade da realidade social que ajuda a produzir. E ao se danificar a fé na verdade, contesta-se também qualquer representação de poder que nela possa se inscrever.

No cerne dessa questão está toda produção simbólica que nasce da reconfiguração das práticas comunicativas. De acordo com Castells (2007, p.246), é impossível pensarmos na ascensão de uma política rebelde separada dos novos espaços midiáticos. Para o autor, considerando que “qualquer intervenção política no espaço público exige presença no espaço da mídia”, e que “o espaço da mídia é amplamente moldado por empresas e governos que estabelecem os

parâmetros políticos em termos do sistema político formal, ainda que em sua pluralidade”, as novas formas de mobilização passam, necessariamente, pelo que ele chama de “auto-comunicação de massa”. Isso não quer dizer que esses espaços estejam livres da influência ou mesmo de intervenções mais diretas dos meios de comunicação *mainstream*. Ou ainda que não procurem, de alguma forma, influenciar a opinião pública em seu sentido mais amplo, ultrapassando a esfera de seus grupos de contato mais imediatos. O que existe, antes de um determinismo tecnológico que coloca um meio em sobreposição ao outro, é a possibilidade de novas formas de exploração dos discursos na medida em que as apropriações de técnicas e recursos vão se disseminando com maior facilidade. Apropriações essas que permitem gerar rupturas com o poder em suas diferentes formas representativas ao mesmo tempo em que podem ser por elas absorvidas.

Nesse sentido, embora ganhem novas dimensões e nuances com as redes digitais de comunicação, os usos das mídias como forma de protesto e geração de efeitos de verdade é uma prática anterior a elas. Em “*Os manuais da mídia no ativismo político contemporâneo*”, por exemplo, Assis (2005) analisa as visões sobre mídia encontradas em vários documentos produzidos por grupos de ação de ativismo político contrários ao modelo capitalista de produção, os quais envolvem, além da internet, práticas de apropriação para televisão, *outdoor*, rádio, etc., e a partir de diferentes linguagens, como a jornalística e a publicitária. Os chamados *media manuals*⁴³ têm o objetivo central de orientar ações ativistas para que ganhem visibilidade nas mídias e possam gerar algum tipo de conscientização e/ou transformação social. Para isso, os manuais apresentam uma série de considerações operacionais, formais e ideológicas, que abrangem desde informações de como as mídias se estruturam até dicas de como se apropriar das linguagens utilizadas por elas. Segundo o autor esses manuais representam mudanças nas táticas que marcam “o ativismo contemporâneo como um movimento – ou ‘movimento de movimentos’, como preferem alguns – novo, reformado, diferente do que se viu no protesto político ao longo do século XX” (p.02).

Com a internet, na medida em que a apropriação das linguagens se torna mais intuitiva e recorrente, passando a fazer parte da própria estética das redes, ocorre a popularização dessas práticas entre seus usuários. De acordo com Di Felice (2013, p.01) presenciamos um momento marcado pela transposição de um “imaginário político

⁴³ Manuais de mídia.

baseado em uma esfera pública na qual a participação dos cidadãos era apenas opinativa, para formas de deliberação coletiva e práticas de decisão colaborativas que se articulam autonomamente nas redes”. Condição intimamente vinculada às lógicas de ação política digital contemporânea, que conforme identifica Shifman (2014, p.128 tradução nossa) a partir dos apontamentos de Bennett e Segerberg (2012), estruturam-se a partir da “velha lógica da ação coletiva, associada com altos níveis de recursos organizacionais e formação de grupos identitários”, e da lógica de ação conectiva, que “está baseada em compartilhamento de conteúdo personalizado através das redes”. No primeiro caso, é possível observar que a internet tem tornado mais fácil o engajamento em ações coletivas, sem contudo alterá-las em um sentido fundamental. No segundo, os laços conectivos, que antes sofriam forte influência de organizações formais sobre os indivíduos, passam a ser organizados “em larga escala por redes sociais fluídas”.

Em seus estudos sobre memes da internet, especialmente no que tange a sua expressão como ferramenta de ação política, a autora demarca usos e consequências para essas práticas de acordo com as lógicas dos novos ambientes de comunicação em relação ao próprio ambiente político no qual se inscrevem. Tratam-se de dinâmicas situadas entre a atualização de velhos modelos e a possibilidade de romper com eles. Se, por um lado, a produção discursiva que nasce das trocas digitais possibilita a ampliação de vozes e novos modelos de protagonismo, por outro, também funciona como suporte para manutenção de estruturas de poder, reafirmando discursos historicamente construídos. Assim, na medida em que são apropriadas por diferentes grupos e interesses, as linguagens e ferramentas servem também a diferentes fins e, embora demarquem novas formas de organização e alcance, nem sempre se configuram como quebras de paradigmas.

Shifman (2014) avalia que, num sentido fundamental, não há novidades em sua encarnação digital, uma vez que “sempre reproduziram importante função como locais para expressar opiniões e subverter a ordem estabelecida” (p.149 tradução nossa). Porém, a dimensão midiática que passa a fazer parte de sua condição expressiva lhe confere novos papéis dentro do processo deliberativo, especialmente no que tange à inserção de múltiplas vozes que compõem o processo deliberativo.

...enquanto nos memes políticos pré-era digital eram em sua maioria parte das vidas privadas de

peças comuns que foram classificadas contra quem está no poder, na era digital estas expressões tornaram-se parte da esfera pública: uma exibição performativa de opiniões que se destina a ser ouvida em toda parte. (...) ao incorporar uma variedade de vozes e opiniões contrastantes, os memes da internet assumem uma nova função no processo deliberativo, provendo um espaço polivocal entre campos opostos. Nesse sentido, eles diferem das piadas políticas, muitas vezes contadas em encontro íntimos com o mesmo espírito. (SHIFMAN, 2014, pp.149-150 tradução nossa)

Em relação ao discurso político, a autora observa que os memes produzidos a partir deles geralmente tomam como base uma foto memética que relaciona atores políticos a controvérsias. Os “internautas usam os memes para articular uma resposta crítica coletiva para o que eles percebem como uma habilidosa manipulação por um político” (SHIFMAN, 2014, p.141 tradução nossa). Ao fazerem isso, estão sinalizando que, de alguma forma, encontram-se “conscientes da construção artificial das imagens e que eles podem criar imagens competitivas (e um pouco menos lisonjeiras) eles mesmos” (p.143). Se pensarmos o discurso político como um jogo de máscaras (CHARAUDEAU, 2008), podemos argumentar que se trata de uma maneira de destruí-las ou de recriá-las. Sendo a máscara um “símbolo de identificação, a ponto de nela se confundirem o ser e o parecer, a pessoa e o personagem” (p.08), os memes estão aptos a atuar tanto no sentido de revelar o ser/a pessoa como no de reforçar o parecer/o personagem. Um jogo que se estabelece na relação entre o sujeito que enuncia e o que interpreta, sendo que este último assume um papel que vai além da simples recepção, influenciando o ato de linguagem em toda sua extensão. Trata-se, nos termos que nos coloca Maingueneau (1998), da figura do *co-enunciador*, ou seja, aquele cujo próprio enunciador procura se colocar no lugar de modo a influenciar as reações.

Em função disso, no campo político, conforme destaca Charaudeau (2008, p.09), a palavra - e acrescentamos aqui a imagem - deve ser considerada também por aquilo que não diz - ou por aquilo que tenta esconder. “Jamais deve ser tomada ao pé da letra, numa transparência ingênua, mas como resultado de uma estratégia cujo enunciador nem sempre é soberano.” A linguagem está inscrita em uma prática social intimamente ligada às relações de poder que nela se

instauram, com os atores que participam do processo agindo de acordo com a imagem que tem um do outro. As máscaras tornam-se, assim, uma espécie de “ser presente”, não necessariamente falsas ou enganosas, mas o “ser” que se apresenta na verdade da troca de uma determinada situação. Para o autor é preciso considerar ainda que é a situação de comunicação que torna o discurso político, e não seu conteúdo em si, ao que distingue três lugares de fabricação com características e linguagens particulares: o *lugar de elaboração dos sistemas de pensamento*, o *lugar do ato comunicativo* e o *lugar onde é produzido o comentário* (vide figura 01, p.59).

As possibilidades que surgem com os novos lugares onde o discurso político é comunicado e comentado, a exemplo da internet, representam também novas formas de atuação e participação que podem, na medida em que ampliam e questionam os discursos em circulação, interferir em seu próprio sistema de pensamento. Uma vez que o público, enquanto instância de consumo, torna-se ele próprio um lugar de construção de novos produtos midiáticos, aumentam as chances dos discursos políticos serem expostos em suas incoerências e questionados quanto à legitimidade daquilo que representam, num exercício simbólico de contrapoder. Ao mesmo tempo, ao se ampliar a compreensão sobre os “efeitos produzidos” e o fluxo de “retorno das imagens”, essa produção também serve de base para reorganização das instâncias de produção e elaboração de pensamento, facilitando sua apropriação pelos próprios discursos políticos como forma de atualizar seus mecanismos de significação e gerar determinados efeitos de poder.

As particularidades de um regime que se pretende tanto democrático como representativo fazem com que, segundo aponta Miguel (2011), o *Kitsch* seja empregado ao discurso político como forma de garantir sua eficácia. Isso acontece porque nesses modelos a soberania pertence nominalmente ao povo, porém, não é exercido por ele, mas por um grupo reduzido de representantes escolhidos por meio do processo eleitoral. “Uma vez autorizado, o representante não possui qualquer compromisso formal de respeitar as vontades de seus constituintes. Apenas sabe que, se quiser renovar seu mandato, precisará do apoio dos eleitores na próxima disputa.” Os que pretendem ocupar um lugar de liderança precisam, ao mesmo tempo, se assemelhar e se distinguir daqueles que pretendem representar. Em função disso, na política, é comum que a voz popular se estruture enquanto a ilustração de uma determinada posição, a qual se fortalece ou se fragiliza na medida em que seus representantes a expressam em conformidade ou em contrariedade com as expectativas de suas bases. “E, como o

discurso também constitui o mundo, ao expressá-las, ele também vai construindo as demandas que representa.” (MIGUEL, 2011, *online*).

Desse modo, as resistências que geram enfrentamentos ao poder tornam-se coextensivas a ele. “Para resistir, é preciso que a resistência seja como o poder. Tão inventiva, tão móvel, tão produtiva quanto ele. Que, como ele, venha de ‘baixo’ e se distribua estrategicamente.” (FOUCAULT, 2012, p.360). Apesar de ainda não deixarem totalmente claras suas influências nos processos políticos, as práticas que emergem dos novos espaços midiáticos de discussão permitem que sua produção discursiva aconteça a partir de maneiras novas e criativas. Inocêncio (2014, p.347), ao analisar tais efeitos durante o processo eleitoral para Presidência da República de 2014 observa que essas novas formas de participação política resultam em um tipo de “memetização do discurso político”. Segundo a autora este efeito é ocasionado pela “ampliação da percepção do que constitui esse tipo de debate, frente a exemplos como comentários e enquetes sobre o contexto sociopolítico no período eleitoral, além de postagens e piadas que referenciam candidatos presidenciais”. Decorre daí a estruturação de uma cena enunciativa híbrida e multifacetada.

Segundo Maingueneau (2008) esta é uma noção que permite entrecruzar efeitos de sentido, sejam eles internos ou externos ao discurso, e leva em consideração o tipo de discurso que os opera, as implicações nos sujeitos nele inscritos, aquilo que se mostra ou não no momento da enunciação e a relação que esses elementos estabelecem para se sustentar mutuamente. O autor compreende, a partir do conceito de cena enunciativa, uma construção tripartida em *cena englobante*, *cena genérica* e *cenografia*. A primeira está relacionada ao tipo de discurso e relaciona-se ao tempo e ao espaço, situando-nos sobre como interpretar o discurso. A segunda corresponde ao gênero do discurso e está ligada a certa instituição discursiva, ao contrato a ele associado. Essas duas cenas definem o “quadro cênico do texto”, ou seja, o espaço estável no qual o enunciado ganha sentido. Por fim, a cenografia é a cena com a qual o co-enunciador se confronta, o contexto no qual o discurso vai se constituindo tendo em vista as pressuposições que faz para elaboração de sua estratégia de adesão. Para tanto, se apóia na memória coletiva para legitimar um enunciado e ser por ele legitimada.

A ideia de cenografia aqui, embora guarde elementos representativos de suas aplicações teatrais e cinematográficas, ultrapassa o sentido de projeção e/ou construção de cenários. Refere-se antes à totalidade dos elementos em quadro, ao processo de encenação e ao posicionamento de uma cena, aproximando-a mais daquilo que nessas

expressões entendemos por *mise-en-scène*. Na medida em que ultrapassa o ato da enunciação e abrange os efeitos que este desperta no co-enunciador, ganha também uma dimensão que a aproxima do conceito de *frame* trabalhado por Goffman (1986), funcionando como um esquema interpretativo que auxilia no processo de significação dos acontecimentos. Este, por sua vez, não está livre do caráter contextual através do qual o público entra em contato com a cena, nem da dimensão subjetiva que permite a ele ressignificar a realidade.

No caso da cena enunciativa dos debates para Presidência da República de 2014 podemos considerar o discurso político-midiático como a cena englobante, o gênero debate eleitoral televisivo enquanto cena genérica e o decorrer de cada debate, bem como as reações do público, como parte de sua cenografia. Os memes que surgiram como resposta a eles, além de se tornarem parte dessa cenografia - seja como uma manifestação direta dos co-enunciadores do discurso, seja como uma estratégia discursiva utilizada por seus próprios enunciadores -, passam a compor uma segunda cena enunciativa. Nela, o discurso popular-midiático torna-se a cena englobante, os memes enquanto um *frame* que organiza a realidade dentro de determinados preceitos sua cena genérica e o conjunto dos enunciados que produzem sobre os debates, bem como as reações a eles (curtidas, comentários, compartilhamentos, etc.), sua cenografia. O discurso político, que precisou se adaptar aos ambientes gerados pelos meios de comunicação de massa, também precisa agora considerar os memes enquanto recurso discursivo da contemporaneidade.

Os jogos de poder e contrapoder que se estruturam a partir desse contexto estão diretamente associados à possibilidade de confirmar enunciados expressos, produzindo sobre eles um efeito de verdade, ou de negá-los, revelando aspectos contraditórios de sua própria encenação. Em relação aos lugares de produção dos discursos políticos (ou da construção dos sentidos pela mídia), trata-se de, a partir do *lugar onde é produzido o comentário* (ou *das condições de interpretação*), indicar o quão coerente ou incoerente é aquilo que é dito/mostrado no *lugar do ato comunicativo* (ou *de construção do produto*) em relação às práticas que se estabelecem no *lugar de elaboração dos sistemas de pensamento* (ou *das condições de produção*). Em termos simplificados, trata-se de trazer para “a frente do palco” (*frontstage*) aquilo que acontece em seus “bastidores” (*backstage*), como uma forma de questionar o discurso político e o poder representado por ele.

Descrito pelo sociólogo Erving Goffman nos anos 1950, “*frontstage*” é o principal local no qual atividades de gerenciamento de impressão são realizadas. Tais atividades são realizadas na frente de uma audiência, com objetivo de projetar uma imagem desejada tal como “eu sou um político dedicado e forte, que casa com seus princípios”. Em contraste, “*backstage*” é uma área mais privada, onde intimidade, familiaridade e autenticidade governam. Longe dos olhos do público, este é também o lugar onde as técnicas de gerenciamento de impressão são praticadas. (SHIFMAN, 2014, p.140)

Em tese, nas sociedades que se organizam sob o preceito democrático, as mídias e, em especial, o jornalismo, teriam o papel de apontar incoerências naquilo que é dito/mostrado no “*frontstage*” e de revelar segredos e comportamentos que ficam escondidos no “*backstage*” dos processos políticos. Na prática, porém, especialmente quando olhamos mais atentamente para os lugares de produção da informação - o próprio *backstage* midiático - fica evidente que essa premissa não dá conta da complexidade de relações que atuam na produção dos discursos políticos e midiáticos, ou de um discurso político-midiático. Nesse sentido Goffman (1986) atenta para as potencialidades da “fabricação de enquadramentos” diante da possibilidade que os indivíduos têm de, ao se depararem com uma determinada situação onde os quadros acionados não dão conta de uma explicação adequada da cena construída, propor novos ângulos para sua compreensão.

Segundo o autor, isso é possível pelo fato dos quadros de referência se apresentarem em camadas sobrepostas, passíveis de serem selecionadas e reorganizadas entre si ou postas em relação com outras. Na dimensão estrutural da vida cotidiana, essa dinâmica é observável naquilo que o autor chama de “brincadeiras benignas”, onde pessoas comuns se fazem passar por vigaristas com intenção jocosa ou o inverso, onde vigaristas se fazem passar por pessoas comuns para obter alguma vantagem. Nos dois casos temos a manipulação deliberada da situação, o que complexifica a própria noção de quadro. Nos memes sobre os debates eleitorais essa sobreposição de quadros ganha uma dimensão midiática que passa a explorar enquadramentos que conferem novas dimensões à cena enunciativa de origem, ou seja, os próprio debates. Quando exploram um enquadramento diferente daquele que

lhes deu origem, passam a funcionar como um tipo de “contra *frame*”, contribuindo para construção de uma narrativa alternativa, cuja ressonância pode trazer mais paridade aos relatos (ENTMAN, 2003).

Porto (2003), a partir das ideias de Bennet (1981), argumenta que, num ambiente onde existe informação em abundância proveniente de fontes independentes o público passa a ser exposto a simbolizações alternativas dos acontecimentos, o que lhes permite pensar de forma mais complexa e original sobre eles. Ou seja, quando a informação “está relativamente disponível na esfera pública, a luta política se centra no processo pelo qual a informação é interpretada ou simbolizada” (p.92), o que possibilita uma construção da realidade política mais rica e consistente. Segundo o autor uma exposição dos cidadãos a enquadramentos interpretativos diversos também permite que eles pensem sobre a situação política de maneira mais ampla, mesmo quando não estão totalmente bem informados. Nos memes da internet toda essa possibilidade está expressa no conjunto de relações explícitas e implícitas que permite reenquadrar a cena política através de múltiplos quadros da cena pop. Assim, o personagem de um filme de Steven Spielberg, o enredo de uma telenovela mexicana, a letra de uma música de Lady Gaga ou o bordão de um desenho dos anos 90 servem de base para questionar candidatos e acontecimentos políticos.

Shifman (2014, p.138) percebe duas consequências distintas nesta dinâmica. Por um lado, “essa forte confiança em imagens da cultura pop em memes políticos pode, sobre alguns pontos, levar a um processo de ‘despolitização’, no qual aspectos políticos e críticos dos memes da internet estão dimensionados a favor da pura diversão”. Por outro, sua utilização pode despertar no público maior interesse em participar mais ativamente de processos políticos. Inocêncio (2014, p.362), a partir das observações feitas por Milner (2012), também destaca que “através de combinações intertextuais e interdiscursivas de referências da cultura pop, agregadas ao conteúdo político, os memes permitem uma participação diversificada no diálogo público por meio de piadas, críticas, ironias, etc.”. Para os autores, essa capacidade dos memes de unir cultura pop, mídia e política acaba por conectar “processos, identidade e política, constituindo um grande valor para a participação cultural mediada e democratizando os processos de discussão política através das redes, em formas alternativas de participação e argumentação”.

De um modo lúdico e divertido os memes aproveitam-se do fato da cultura pop fazer parte da vida e da produção cultural cotidianas para tratar de política, reavaliando os discursos produzidos neste campo.

Além de seu valor de entretenimento, tornam-se um “modo de discussão e expressão pública de questões sociais, que podem direcionar os interagentes a processos de engajamento cívico e conscientização política, criando um modo simples, barato e agradável para expressar as suas opiniões sociais” (INOCÊNCIO, 2014, p.362). Como resposta direta é possível observar um grande fluxo de produções meméticas em todos os últimos grandes acontecimentos políticos nacionais. Inocêncio (2014, p.358) atribui isso à “efervescente insatisfação em torno dos processos sociopolíticos, sedimentada nos cidadãos brasileiros há várias gerações”, que encontram nos “novos espaços para o debate coletivo em rede” o ambiente ideal para renovação do pensamento crítico social e ampliação da capacidade de reflexões sobre temas de interesse público.

A democracia do Brasil está passando de sua dimensão pública televisiva, eleitoral e representativa, para a dimensão digital-conectiva. O país está experimentando um orgasmo democrático. As redes digitais criaram outros tipos de fluxo comunicativo, descentralizado, espontâneo e coletivo, que permite o acesso às informações e a participação de todos na construção de significados. A lógica virtual é plural, se alimenta do presente e não possui ideologia, além de viver o presente ato impulsivo (DI FELICE, 2013a, p.01). Observando essa emergente participação em rede, os memes são um fenômeno de intervenção social passiva (MILNER, 2012), que parecem atuar mais como facilitadores, em um lento processo de conscientização cívica. (INOCÊNCIO, 2014, p.358)

As atuais democracias, por exemplo, apesar de proporem uma política de participação e interação, têm suas esferas públicas permeadas por descontentamentos, o que leva à descrença em suas instituições, como o sistema eleitoral e o ideal de representação. Nesse sentido, podemos citar o vácuo existente entre os eleitores e seus candidatos eleitos, que é marcado pelo diálogo raso ou inexistente, a crescente preocupação dos representantes políticos com interesses privados, em detrimento do interesse público e a apatia

política. (CÂMARA, 2013 *apud* INOCÊNCIO, 2014, p.360)

Sob tal perspectiva é possível perceber os memes como uma expressão capaz de atuar diretamente sobre a reelaboração dos enquadramentos e dos discursos. Como uma expressão coletiva, resgatam elementos importantes do imaginário social, seja reforçando ou recriando seus sentidos. Na medida em que reenquadram uma dada situação, revelando nuances ainda não exploradas de acontecimentos diversos, especialmente daqueles cuja construção se dá com base em relações evidentes de poder, como no caso do discurso político, podem atuar como um exercício de contrapoder. Numa sociedade onde os indivíduos são supostamente marcados pela igualdade de direitos, tornam-se uma modalidade discursiva através da qual essa igualdade pode ser evocada. Em função disso o poder político, estritamente falando, torna-se um alvo privilegiado da piada e/ou da crítica contida nos memes, especialmente na medida em que passa a ser exposto em suas incoerências ou ridicularizado em suas práticas.

Apesar de observar que a divisão entre *front* e *backstage* raramente é expressa em fotos meméticas, Shifman (2014, p.140) identifica nos memes novas formas de explorar a cena política a partir da relação que se estabelece entre seus diferentes aspectos organizativos. “O que encontramos em vez disso é um tipo diferente de mistura entre as duas esferas: uma cuidadosa e articulada estratégia de exposição dos bastidores políticos, apresentada no ‘*frontstage*’”. Não se trata, portanto, conforme diria Foucault (2012, p.360), de opor uma substância de resistência a uma de poder, mas de perceber que “a partir do momento em que há uma relação de poder, há uma possibilidade de resistência”. Para o autor, em determinadas condições e a partir de uma estratégia precisa, podemos sempre modificar as relações geradas pelo poder. Sob tal perspectiva podemos estender aos memes a condição que é característica de toda e qualquer linguagem, que na medida em que é apropriada para ser inscrita nas dinâmicas relacionais dos jogos de poder, pode ser manipulada tanto no sentido de propagar ou de barrar seus efeitos.

Nos memes sobre os debates eleitorais para Presidência da República de 2014 essa relação de forças acontece a partir da manipulação dos discursos produzidos durante o acontecimento, mas também em referência aos discursos que estruturam o próprio campo político-midiático. Sob que aspectos funcionam como um exercício de contrapoder, capazes de revelar a nudez do rei enquanto um sistema de

representação, é o que passamos a discutir. No subcapítulo 3.1 - *A nova cenografia dos debates eleitorais televisivos* - descrevemos como esses novos espaços de produção dos discursos interferem nas produções de sentido que estruturam a cena política. No 3.2 - *A cenografia memética dos debates* - detalhamos os caminhos metodológicos que permitiram, através do *corpus* analisado, uma reflexão sobre os memes como um exercício de contrapoder. Por fim, no item 3.3 - *Apropriação e (contra)poder nos memes sobre os debates* - avaliamos como os discursos expressos neles serviram para caracterizar os atores do processo, estruturar a cena e construir um enredo marcado pela disputa de poder.

3.1 A NOVA CENOGRAFIA DOS DEBATES ELEITORAIS TELEVISIVOS

Os debates remontam à tradição política e às práticas democráticas gregas como mecanismo de persuasão e convencimento em lugar da força e da violência para o exercício do poder. Sua aparição na televisão aconteceu em 1960, durante a campanha presidencial entre Richard Nixon e John Kennedy, nos Estados Unidos. No Brasil, a primeira tentativa para realização de um debate televisivo aconteceu no mesmo ano, entre os candidatos à presidência Marechal Henrique Lott (PSD/PTB) e Jânio Quadros (UDN), que se recusou a participar. Durante o Regime Militar, de 1964 a 1985, sem eleições diretas para presidência, apenas três debates foram transmitidos pela televisão⁴⁴. Essa prática volta acontecer em função da redemocratização e retomada do voto popular para presidente, durante as eleições de 1989. Neste ano foram realizados seis debates durante o primeiro turno, com a participação de dez candidatos, e dois no segundo turno, entre Fernando Collor de Mello (PRN) - que não havia participado de nenhum debate anterior - e Luís Inácio Lula da Silva (PT).

De 1989 a 2002 os debates presidenciais na televisão ficaram reduzidos a apenas três edições, em 1994, os quais assumiram um

⁴⁴ O primeiro em 1974 para o cargo de senador do Rio Grande do Sul, entre Nestor Jost (Arena) e Paulo Brossard (MDB). O segundo e o terceiro em 1982 para o governo de São Paulo, respectivamente entre Franco Montoro (PMDB) e Reynaldo Barros (PDS), e Franco Montoro (PMDB), Jânio Quadros (PTB), Luís Inácio Lula da Silva (PT) Reynaldo Barros (PDS) e Rogê Ferreira (PDT).

caráter mais técnico, para fins de esclarecimentos jornalísticos⁴⁵. De acordo com Rubim (2004), isso aconteceu principalmente pela negativa de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) em participar dos debates e pela convivência da grande mídia. Weber e Abreu (2010) destacam ainda que, com a antiga exigência do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) de incluir todos os candidatos nos debates, ou de escolhê-los por sorteio, as emissoras não se mobilizaram devido ao fato dos mesmos não atenderem às suas expectativas comerciais.⁴⁶ “O investimento da televisão nestes eventos obedece à lógica do mercado e da audiência presumida, ou seja, nem todos os perfis se encaixam e isonomia televisiva não existe.” (p.148) A partir de 2002 os debates passam a integrar a agenda da mídia de forma mais recorrente. Entre este ano e 2010 foram realizados, ao todo, 21 debates televisivos para Presidência da República, sendo quatro em 2002, sete em 2006 e dez em 2010.

Em 2014 aconteceram cinco debates durante o primeiro turno e quatro debates durante o segundo turno. Para o presente estudo optou-se pela análise dos memes do último debate do primeiro turno e dos memes do último debate do segundo turno, ambos organizados pela *Rede Globo* e pelo *GI* (tabela 01). A opção pauta-se pela maior proximidade desses debates com as datas das eleições - 05/10/2014 (primeiro turno) e

⁴⁵ Dois transmitidos pela *TV Manchete* e um transmitido pela *TV Bandeirantes*. Em matéria no jornal *O Globo*, de 13 de junho de 1994, diretor da Central Globo de Jornalismo na época, Alberico de Souza Cruz justificou o fato da emissora não ter organizado debates devido às restrições impostas pelo STE, que determinava a presença de todos os candidatos. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/eleicoes-presidenciais-1994/porque-nao-houve-debate.htm>, acesso em 20/03/2016. Nas eleições de 1998, além dessa condição, a decisão de não realizar um debate “acabou sendo antecipada por Fernando Henrique. Ele recusou-se a participar dos debates ou a fazer acordos. O então presidente alegava que o país enfrentava uma grave crise econômica, que absorvia todas as suas atenções”. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/eleicoes-presidenciais-1998/eleicoes-presidenciais-1998-porque-nao-houve-debate.htm>. Acesso em: 20/03/2016.

⁴⁶ Atualmente, de acordo com o Artigo 46 da Lei Eleitoral n.9504/97, em redação dada pela Lei n.13.165, de 2015, a transmissão de debates por emissoras de rádio ou televisão deve assegurar a participação de candidatos dos partidos com representação superior a nove Deputados, sendo facultativo o convite aos demais. Além disso, não se configuram mais como propaganda eleitoral antecipada, desde que observados alguns critérios como: pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos, entre outros.

26/10/2014 (segundo turno) - e também por apresentarem os maiores índices de audiência entre os debates realizados⁴⁷. No que tange à estrutura, de acordo com Weber (2010), que classifica os debates como convencionais, coloquiais ou interativos, subdividindo-os em 11 modelos diferentes, o último debate do primeiro turno enquadra-se na dinâmica de um “debate interativo simples”, ao passo que o último do segundo turno é um “debate interativo complexo”. No primeiro caso, o formato permite deslocamentos e interação entre candidatos e mediadores e a presença da platéia é opcional, porém, sem a possibilidade de manifestação. No segundo, além de maior liberdade de deslocamento e das interações entre candidatos e mediador, os participantes também interagem com o público, seja através de perguntas enviadas por mídias diversas e lidas pelo mediador, seja por questionamentos feitos presencialmente, pela platéia (imagens 86 a 88).

TABELA 01: Debates presidenciais de 2014, *Rede Globo/G1*

TURNO	DATA	PARTICIPANTES	MEDIADOR
Primeiro	02/10	Aécio Neves (PSDB), Dilma Rousseff (PT), Eduardo Jorge (PV), Levy Fidelix (PRTB), Luciana Genro (PSOL), Marina Silva (PSB), Pastor Everaldo (PSC)	William Bonner
Segundo	24/10	Aécio Neves (PSDB), Dilma Rousseff (PT)	William Bonner

Fonte: O autor, a partir dos debates da *Redeglobo/G1*

IMAGENS 86 a 88: *Frames estrutura Rede Globo/G1*



Fonte: www.g1.com

⁴⁷ Durante o último debate do primeiro turno a emissora marcou 20.9 pontos de audiência. No segundo turno a média foi de 30 pontos. A segunda maior audiência dos debates foi da Rede Record, que no primeiro turno tem média de 8.6 pontos e no segundo de 12 pontos com pico de 16 pontos. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1538143-audiencia-dos-debates-aumenta-no-segundo-turno.shtml>. Acesso em: 20/04/2016.

O debate eleitoral televisivo é entendido aqui como um embate de curta duração, parte de um processo mais amplo e complexo caracterizado pela campanha político-eleitoral, a qual envolve uma série de técnicas de marketing e comunicação, como comícios, manifestações de rua, intervenções nos meios de comunicação, etc. Sua força, segundo Machado (2011), está no fato de proporcionar um momento de autenticidade onde os candidatos se confrontam em tempo real e em igualdade de condições, ou, conforme aponta Weber (2010), a individualidade destes pode se sobrepor à própria campanha. Segundo esta autora isso gera benefícios para “a dimensão pública da comunicação”, uma vez que permite também que o “receptor-eleitor seja testemunha e haja repercussão e outros debates para além da tela. É o momento em que a dramaturgia explícita na campanha e no marketing eleitoral pretende ser ressignificada para ser compreendida como um momento próximo à verdade” (p.144). Efeito intimamente ligado às características da própria mídia televisiva.

...a televisão está para os debates políticos como o voto para as democracias (...) a centralidade da comunicação midiática e o poder da televisão como espaço público de visibilidade privilegiada para qualquer tipo de debate, formação de imagem pública, circulação e provocação de afetos, padronização de acontecimentos e opiniões, produção de cultura, produção e simulação do real, circulação e promoção do consumo, indicação de um tempo específico, constituição de padrões estéticos e linguagens, redução e ampliação de fatos em fragmentos, hibridações e bricolagens. (WEBER, 2010, pp. 144-145).

Na análise que faz sobre os debates eleitorais televisivos para presidência do Brasil, no período de 1989 a 2010, Machado (2011) avalia potencialidades e limitações do gênero. Se, por um lado, a televisão aparece como um espaço privilegiado para a realização do debate político-eleitoral de forma abrangente, gerando a sensação de uma comunicação direta com o eleitor, por outro ela está sujeita às limitações que incidem diretamente sobre a qualidade da discussão. Oferecendo ao público acesso a simulações e versões parciais da ação política, o debate fica tencionado entre a informação e a persuasão, entre a postura ética e a capacidade de representação dos atores que dele participam. Na ilusão de participação criada pela eficácia visual da

televisão, “os candidatos se oferecem próximos à verdade numa arena construída pelo espaço, tempo e linguagem televisivas” (p.04). Tal dinâmica coloca em evidência as capacidades dos atores envolvidos e as limitações de seus projetos e ideologias.

...o ritual desta cerimônia político-midiática, se diferencia de todas as demais devido à encenação estratégica e à linguagem próprias do campo político, construídos com potencial para repercutir nos meios de comunicação massiva, na campanha eleitoral e provocar o receptor-eleitor. Ao candidato, submetido às regras do fórum televisivo, é conferida a responsabilidade de mostrar sua capacidade de derrotar o adversário pelo embate discursivo e de se fazer reconhecer como diferente do outro, devido a sua capacidade a ser testemunhada pela platéia. (WEBER, 2010, p. 146)

De acordo com Charaudeau (2013) o debate é um gênero que, por ser organizado e gerenciado pela própria instância midiática, deve ser entendido como um acontecimento provocado. No caso dos debates políticos os participantes são necessariamente conhecidos do público, embora também possam ser convidadas pessoas desconhecidas, a exemplo dos eleitores indecisos no último debate presidencial do segundo turno para as eleições de 2014, transmitido pela *Rede Globo*. A definição de quem participa dos debates, embora deva seguir algumas premissas estipuladas pelo Supremo Tribunal Eleitoral (TSE)⁴⁸, está intimamente ligada à representatividade dos candidatos junto ao público eleitor/telespectador. Em suas dinâmicas os debates buscam demarcar, senão um antagonismo completo em relação aos seus participantes, pelo menos uma variedade de opiniões/ideologias diferentes. Aspecto que é reforçado pelo próprio caráter conflito do discurso político, o qual tem no embate das ideias e na desconstrução da figura do outro algumas de suas características mais marcantes. Algo que ficará demarcado também em muitos dos memes sobre os debates.

O debate político televisionado envolve, além dos efeitos gerados sobre os interlocutores diretos - os participantes do debate -, efeitos que

⁴⁸ Conforme Art.46 da lei n.9.504, de 30 de setembro de 1997, disponível em: <http://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral/lei-das-eleicoes/lei-das-eleicoes-lei-nb0-9.504-de-30-de-setembro-de-1997>. Acesso em: 20/03/2016.

serão produzidos sobre os telespectadores, cujas reações, embora não possam ser percebidas diretamente, podem ser imaginadas pelos candidatos. De acordo com Charaudeau (2013), isso os obriga a assumirem “determinados papéis linguageiros”, respondendo às questões do mediador - ou de outros atores envolvidos - e reagindo aos acontecimentos do debate de modo a encenar um perfil que seja consonante com as expectativas do público tem sobre eles ou que reforce sua oposição em relação aos adversários, sempre no sentido de desqualificá-los. Um discurso que, no caso da televisão, também se estrutura através da imagem, pela apropriação de técnicas e recursos característicos do próprio meio. Por isso, o que dizem - e mostram - os participantes de um debate durante o embate não deve ser “considerado como aquilo que eles pensam, mas como o efeito que produz sobre os outros. A opinião, aqui, não é julgada por seu conteúdo, mas pelo valor relacional de dissenso ou de consenso” (p.219).

O debate funciona assim, como uma espécie de “armadilha planejada com antecedência”, cujas regras são negociadas pela empresa midiática e pelos políticos e seus assessores. De um lado, busca-se estabelecer um ambiente propício para a discussão pública de ideias, fundamental para o exercício democrático, de outro, as condições favoráveis para reafirmar ideias que permeiam o imaginário do público. Em ambos os casos, como ponto de união entre o interesse jornalístico e o político, está a busca e o respeito pelas regras da criação do espetáculo midiático. Em função disso o autor entende que o debate eleitoral televisivo estaria mais voltado para criação de uma cena polêmica e dramatizante capaz de gerar uma espécie de catarse social do que gerar um conhecimento profundo dos temas trabalhados. “O debate - particularmente o debate televisionado - é mais uma máquina de fabricar espetáculo do que de informar o cidadão.” (CHARAUDEAU, 2013, p.221)

Ao analisar a figura do mediador, por exemplo, o autor o compara a de um “animador” que precisa gerir a palavra, fazer perguntas, tentar atenuar intervenções mais agressivas e/ou provocar reações. Contudo, acaba preso às próprias regras do debate, com as exigências de seu papel opondo-se ao de uma representação de questionamentos que ajudariam os cidadãos a compreender de maneira mais profunda e eficaz os fenômenos sociais para, assim, exercerem o direito ao voto de maneira mais plena e consciente. Gaspari (2010, p.02) argumenta que “as redes de televisão esforçam-se para preservar a neutralidade do formato e do cenário, mas ficam amarradas às condições negociadas com a direção das campanhas dos candidatos”, o que

endurece o debate e restringe o papel do moderador ao de cronômetro. Nesse sentido, o jornalista avalia que as regras estabelecidas pelo debate servem mais à estética televisiva do que à natureza conflitiva do evento, contribuindo para a decadência desse modelo. Como alternativa, destaca o que há de útil na dinâmica norte-americana com possibilidade de aplicação no Brasil, como a realização dos debates em auditórios das universidades, organização por entidades bipartidárias e transmissão livre, por quem quiser.

Outro aspecto que deve ser levado em consideração para o entendimento da construção da cenografia dos debates televisivos na atualidade é sua repercussão e possibilidade de interatividade a partir de outras esferas midiáticas, especialmente a internet. Apesar da televisão ainda exercer maior influência na decisão do eleitor, principalmente por sua abrangência, existe uma forte tendência de integração entre os diferentes tipos de mídia, tanto no sentido de conteúdos televisivos irem para internet, como o debate que acontece nas redes digitais serem absorvidos pelos meios tradicionais de comunicação. As reações do público, que no passado ficavam restritas aos percentuais das pesquisas de opinião ou às rodas particulares de conversa onde o debate era comentado, ganham agora uma nova dimensão midiática. Nas eleições presidenciais de 2014 essas reações se tornaram bastante significativas, especialmente durante os debates eleitorais televisivos, que foram acompanhados simultaneamente pela televisão e pelas internet (imagens 89 e 90).

IMAGENS 89 e 90: Tuítes debate na *Rede Globo*



Fonte: Reproduções *Twitter*

A participação via redes sociais, a exemplo do *Facebook*, e microblogs como o *Twitter*, possibilitou a expressão de opiniões, críticas e comentários de maneira instantânea e em diferentes níveis, seja por

parte das equipes de marketing dos candidatos, grupos militantes, jornalistas ou do público em geral. No *Facebook* o número de interações registrado durante as eleições brasileiras de 2014 foi recorde mundial, ultrapassando os números alcançados pela Índia, neste mesmo ano. Já no primeiro turno, no período entre 05 de julho e 05 de outubro, o número de comentários, curtidas e compartilhamentos foi de 346 milhões, realizados por mais de 44 milhões de pessoas, o que representa 49,2% do total de 89 milhões de usuários da plataforma (tabela 02).

Durante o segundo turno, de 06 de outubro a 26 de outubro, foram mais 328,4 milhões de interações.⁴⁹ No *Twitter* os compartilhamentos sobre as eleições foram de 39,85 milhões de tuítes entre 06 de julho a 26 de outubro (tabela 02). A presidenta reeleita Dilma Rousseff (PT) e o candidato Aécio Neves (PSDB) tiveram uma média de 10 mil menções diárias no *microblog*, com picos de 1 milhão de tuítes durante os debates.⁵⁰ De acordo com o diretor de Jornalismo e Política do *Twitter*, Leonardo Stamillo, os gráficos demonstram que os assuntos que mais repercutiram na rede têm relação com temas discutidos nos debates (BEZERRA, 2014, *online*).

TABELA 02: Interações *Facebook* e *Twitter* durante as eleições de 2014

CANAL	USUÁRIOS ano base 2014	INTERAÇÕES 1º turno	INTERAÇÕES 2º turno	INTERAÇÕES Total
Facebook	89 milhões	346 milhões	328,4 milhões	674,4 milhões
Twitter	Não divulgado	Não divulgado	Não divulgado	39,85 milhões

Fonte: O autor, a partir de dados divulgados pelo *Facebook* e *Twitter*

Nos próprios debates da *Rede Globo*, através do site *G1* - um dos organizadores do evento - era possível acompanhar as reações no *Twitter* minuto a minuto, com infográficos que permitiam observar: o total de menções por candidato (imagem 91), os assuntos mais discutidos - por bloco e de maneira geral; os momentos de maior participação dos internautas - o chamado *TwitÔmetro* - e os assuntos

⁴⁹ Dados disponíveis em: <http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/10/eleicoes-brasileiras-foram-mais-comentadas-da-historia-do-facebook.html>. Acesso em: 20/03/2016.

⁵⁰ Dados disponíveis em: <http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/10/eleicoes-brasileiras-geraram-quase-40-milhoes-de-tuites-diz-twitter.html>. Acesso em: 20/03/2016.

mais comentados por região do país. Durante o último debate do primeiro turno e o último do segundo turno, por exemplo, foram registrados 1.686.528 e 1.233.176 tuítes, respectivamente (tabela 03). Isso reforça o caráter convergente das novas mídias e a importância que as mesmas passam a ter na discussão pública contemporânea. Dias (*in* BEZERRA, 2014, *online*) compara as redes sociais a *Ágora da Grécia antiga*. Segundo ele, “nunca houve tanta interação e tanta gente falando de política como nessa eleição. O que é muito bom. É uma tendência que cada eleição tenha mais gente dentro dessa rede de comunicação”

IMAGEM 91: Temperatura no *Twitter* - último debate do primeiro turno, *Rede Globo/G1*



Fonte: www.g1.com.br

TABELA 03: Relação de *tweets* por debate na *Rede Globo*

DEBATE GLOBO	DURAÇÃO (sem contabilizar os intervalos comerciais)	BLOCOS	TOTA DE TUÍTES	TUÍTES POR MINUTO
1o TURNO	2h e 14min	4	1.686.528	157
2o TURNO	1h e 37min	4	1.233.176	115

Fonte: O autor, a partir de dados disponíveis pelo *G1*

Embora nem o *Facebook* nem o *Twitter* disponibilizem dados em relação às eleições presidenciais de 2010, é possível estabelecer diferenças significativas em relação ao uso dessas ferramentas nas eleições de 2014, especialmente no que tange às possibilidades e usos da linguagem. Bachin (*in* BEZERRA, 2014, *online*) destaca que a principal mudança está no tom das mensagens geradas, marcando uma interação mais direta entre os candidatos à Presidência e os eleitores através das redes sociais. De acordo com a pesquisadora, mesmo que não sejam os candidatos a gerarem/postarem as mensagens em seus canais online, existe uma personalização destas, o que possibilita uma aproximação maior do que em 2010, quando essas mensagens estavam, em sua maioria, veiculadas aos seus “staffs” de campanha. Essas interações variam de respostas a perguntas e comentários dos internautas até a publicação de vídeos enviados por eleitores nas páginas da campanha, passando pelo uso de *hashtags* inusitadas para engajar o público no *Twitter*, a exemplo da ação feita pela equipe de Marina Silva (PSB), *#CoqueTaNaModa*⁵¹, criada após o visual da candidata se tornar motivo de chacota nas redes sociais.

Essa possibilidade de interação rápida e personalizada faz com que as campanhas prestem mais atenção neste tipo de comunicação. No desenvolvimento da narrativa das eleições, onde os debates aparecem como um dos discursos que compõe a cena política momentânea, diferentes estratégias articulam-se entre si, colocando em disputa posicionamentos e ideologias. De acordo com Dias (*in* BEZERRA, 2014, *online*) “as campanhas trabalham sobre assuntos que possam ser veiculados pelos militantes. Antigamente o militante ia de porta em porta falar sobre o candidato. Agora eles ficam em casa, postando.” Para ele, essa militância eletrônica é realizada especialmente por pessoas diretamente envolvidas no processo político, e não pelo total do eleitorado, o que requer cuidado ao se pensar como se dá a participação do grande público nesse processo.

Já Bachini (*in* BEZERRA, 2014, *online*) entende que o principal fenômeno observado nas eleições de 2014 é a militância espontânea, principalmente em função do clima de indignação existente, o qual “incita as pessoas a se manifestarem, se posicionarem. Existe uma militância contratada, mas também existe a espontânea, que é influenciada, mas é capaz de influenciar”. Para a pesquisadora, como as

⁵¹ Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/eleicoes/coque-de-marina-e-aposta-para-movimentar-redes-sociais,c84f68d154728410VgnVCM10000098cceb0aRCRD.html>. Acesso em: 20/03/2016.

redes sociais trabalham sob a lógica das relações fora da internet - uma espécie de metáfora dos próprios agrupamentos sociais - o engajamento digital, na medida em que mistura o ambiente virtual com o real, torna-se bastante eficaz na influência dos eleitores, especialmente os mais jovens. Ao analisar o uso das redes sociais durante as eleições presidenciais nos Estados Unidos em 2008, entre os candidatos Barack Obama e John McCain, Recuero (2009) chama a atenção para o papel que a internet teve nesse processo.

Utilizando vídeos, blogs e sites de redes sociais, pela primeira vez, o mundo acompanhou de perto a campanha presidencial entre os candidatos Barack Obama e John McCain e os efeitos da internet nela. Através do *Twitter*, por exemplo, era possível acompanhar o que os usuários comentavam da campanha. O vídeo *mashup* “Yes, we can” (lançado em fevereiro) criado por William do *Black Eyed Peas*, híbrido de um discurso proferido pelo então candidato Barack Obama durante as primárias de New Hampshire, acompanhado por uma canção e diversas personalidades, rapidamente tornou-se um *hit* no *YouTube*. Ao mesmo tempo, durante essa campanha, protagonizou-se um dos maiores índices de comparecimento de todos os tempos nas eleições americanas. (RECUERO, 2009, p. 16)

Shifman (2014) também observa esse processo através da utilização dos memes e dos virais. A autora cita a pesquisa desenvolvida por Ridout e colegas (2010), a qual analisa vídeos relacionados às eleições nos EUA de 2008 disponíveis no *YouTube* e com mais de 1.000 visualizações. A partir dos 3.880 cliques eleitorais coletados, demonstrou-se que a maioria deles havia sido postado por atores tradicionais do processo político, como políticos, marqueteiros e militantes. Porém, em relação ao número de visualizações por clipe, foi possível identificar um forte viés de atores não tradicionais. Enquanto anúncios típicos patrocinados pelos partidos tinham cerca de 55 mil visualizações e aqueles patrocinados pelos candidatos atingiam pouco mais de 60 mil, anúncios projetados pelos cidadãos em geral chegavam a uma média de 807 mil visualizações e anúncios criados por outras entidades - empresas de mídia, organizações noticiosas, blogueiros e

pequenos grupos de produção de vídeo - atingiram marcas próximas a 2,5 milhões de visualizações. Isso demonstra que o poder de influência, ao menos na internet, tem se tornado cada vez maior entre os atores não tradicionais da cena política.

Outro ponto observado pela pesquisa e que corrobora com essa perspectiva diz respeito ao formato e linguagem desses materiais. Dos vídeos “mais virais”, por exemplo, apenas um quinto havia sido produzido por ativistas. Além disso, nenhum deles seguia a linguagem ou formato típicos de vídeos de campanha. Muitos deles tratavam-se de reedições a partir de materiais com potencial memético já disponíveis na rede, como a dança de Barack Obama no programa *The Ellen DeGeneres Show*⁵². Shifman (2014, p.125) destaca que neste caso é importante observar que muitos desses virais “não foram produzidos ‘por um cidadão solitário, armado apenas com uma câmera e uma causa’”, mas por grupos de interesse e outros atores não-tradicionais, bancados por recursos financeiros e sociais. O que existe é, mesmo em casos de materiais feitos com grandes recursos, a adoção de uma estética propositalmente não profissional, aproximando-se das produções feitas por amadores com grande apelo popular na internet.

No Brasil, durante as eleições para Presidência da República de 2014 a linguagem memética foi amplamente utilizada para repercutir os mais variados discursos. As imagens 92 e 93 são exemplos de como a estética característica dos memes, repleta de apropriações e referências a produtos midiáticos, foi utilizada tanto pelas equipes de campanha dos candidatos como por suas militâncias, das organizadas às espontâneas. Na imagem 92, por exemplo, temos um material produzido pela equipe da campanha de Dilma Rousseff (PT) que faz alusão ao programa da *Rede Globo*, *A grande família*, para denunciar o nepotismo político na família de seu principal adversário, Aécio Neves (PSDB). Na imagem 93, um meme cuja origem não é identificável, faz uso do personagem Capitão Nascimento, do filme *Tropa de Elite*, para expressar apoio ao candidato Aécio Neves (PSDB). Nesse contexto, os próprios debates eleitorais televisivos servem de matéria-prima para os candidatos e suas equipes repercutirem temas e posicionamentos com objetivo de mobilizar a opinião pública.

⁵² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IUcgH1lbNxl>, acesso em 23/03/2016.

IMAGENS 92 e 93: Memes da campanha eleitoral de 2014



Fonte: Reproduções *Facebook*

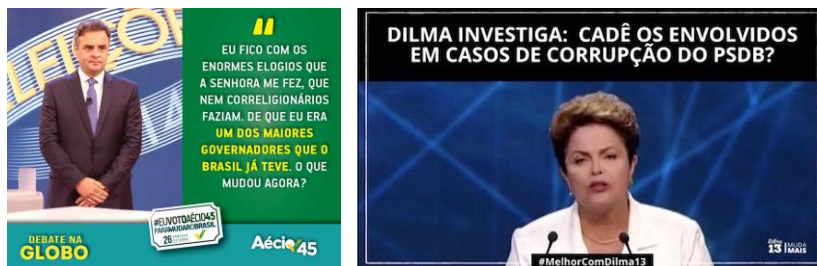
Polêmica desde as eleições de 1989, quando a edição do debate para Presidência da República entre Fernando Collor de Melo (PRN) e Luís Inácio Lula da Silva (PT) foi ao ar no *Jornal Nacional*, da *Rede Globo*⁵³, a edição de debates ganha novas nuances na atualidade. Não apenas os profissionais de marketing, jornalistas e editores profissionais ocupam-se de reeditar o material original, como o próprio público ganha a possibilidade de criar suas versões do acontecimento quase que simultaneamente. Versões essas que podem variar da simples apropriação de trechos dos debates para serem veiculados em canais como o *YouTube*⁵⁴, até reedições mais elaboradas, com mixagens e

⁵³ Grande parte dos autores que se dedicou a estudar esse acontecimento é unânime em confirmar sua influência, em maior ou menor grau, para o resultado final das eleições de 1989. Conti (1999, pp.264-278) relata que, após a edição exibida pelo *Jornal Hoje* no dia seguinte ao debate, na qual Fernando Collor de Melo (PRN) teve um tempo de 3'11" e Luís Inácio Lula da Silva (PT) de 2'49", o presidente do PRN, Daniel Coutinho, foi pessoalmente se queixar com Roberto Marinho, presidente da *Rede Globo*. Como resposta, uma nova edição foi feita para o *Jornal Nacional*, na qual Collor teve 3'34" e Lula 2'22", contrariando a regra do próprio debate, que tempos proporcionalmente iguais para os candidatos.

⁵⁴ A exemplo do vídeo "Eduardo Jorge - Melhores momentos debate Band 2014", disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=jkXIS7qUv-0>. Acesso em: 20/03/2016.

inserção de novos elementos ao material de origem⁵⁵. Ou mesmo reconfigurar-se em novas linguagens, a exemplo dos memes da internet. Dependendo de seu uso, essa é uma prática que serve para influenciar eleitores que, não tendo acompanhado o debate inteiro, estabelecem contato com pequenos momentos que reafirmam aspectos positivos do enunciador - que pretende apresentar-se como forte e vitorioso no debate - ou negativos de seu(s) adversário(s) - ao qual busca-se atribuir a derrota ou algum tipo de fragilidade. As imagens 94 e 95 são exemplos dessas apropriações feitas pelas equipes de campanha dos candidatos Aécio Neves (PSDB) e Dilma Rousseff (PT).

IMAGENS 94 e 95: Posts de Aécio Neves (PSDB) e Dilma Rousseff (PT) que repercutem trechos dos debates da *Rede Globo/G1* e da *Rede Bandeirantes*, no primeiro turno das eleições de 2014



Fonte: Reproduções *Facebook*

O debate torna-se assim um corpo apto a ser constantemente apropriado e (re)editado, ganhando inúmeras versões sob as quais incidem diferentes enquadramentos e possibilidades discursivas. O marketing político, que já fazia uso desse recurso em outras esferas midiáticas, como nas propagandas eleitorais de seus candidatos na televisão, durante o horário eleitoral gratuito, passa a repercuti-lo também na internet, fazendo uso de técnicas e recursos característicos de linguagens que vêm se popularizando nas redes, a exemplo dos memes. O público, por sua vez, também ganha a possibilidade de fazer suas próprias “edições” dos debates, comentando, criticando ou repercutindo falas, temas e acontecimentos que fizeram parte de sua cenografia. Sob que aspectos essa participação possibilitou, através dos memes, a

⁵⁵ A exemplo do vídeo “Levy Fidelix (Scatman)”, que paródia a resposta do candidato sobre casais do mesmo sexo constituírem uma família, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5Lr-3oK8DoI>. Acesso em: 20/03/2016.

exploração de novos enquadramentos e contrapontos discursivos ao evento ou mesmo a aspectos da cena política, é o que passamos a discutir agora.

3.2 A CENOGRAFIA MEMÉTICA DOS DEBATES

As eleições de 2014 ficaram conhecidas como as “eleições da zueira”. Não apenas as redes sociais foram inundadas com um grande volume de memes, como a chamada mídia tradicional também os repercutiu como parte integrante de seu conteúdo. Após cada debate, por exemplo, era comum sites de jornais e portais de notícias veicularem matérias como: “*Confira os melhores memes do debate*”, propondo uma espécie de curadoria com o que julgavam ser os memes mais importantes sobre o assunto. Embora não seja possível delimitar com precisão a quantidade de memes gerados - especialmente quando consideramos seu caráter mutável - ou o número de interações estimuladas por eles - cada meme, ao ser compartilhado, pode gerar novos *likes* e comentários - basta uma rápida olhada na linha do tempo do *Facebook* ou uma busca por palavras-chave no *Twitter* para percebermos que se trata de uma expressão cada vez mais presente nas interações em rede.

Desempenharam assim um papel central na construção da cena político-eleitoral, resultado da interação entre os canais tradicionais de comunicação e os novos espaços de discussão pública. Diante desse cenário, a opção por analisar os memes sobre os debates televisivos deuse por dois grandes motivos. O primeiro refere-se à representatividade desse evento para o próprio processo democrático, especialmente quando consideramos que o embate público de ideias entre os candidatos produz sentidos que podem influenciar diretamente na tomada de decisão da população. Além disso, conforme já demonstrado no subcapítulo anterior, sua realização através da televisão permite maior visibilidade dos sujeitos politicamente atuantes e de suas proposições.

O segundo diz respeito às escolhas metodológicas frente aos objetivos da pesquisa. Tendo em mente as dificuldades em delimitar o empírico em um ambiente tão volátil como o ciberespaço, onde o quadro de conteúdos altera-se constantemente, a opção por um acontecimento específico permite maior controle do material a ser analisado. Os debates televisivos, enquanto acontecimentos produzidos, apresentaram-se como momentos em que as atenções estavam voltadas

para corrida eleitoral e, portanto, com maiores chances de serem acompanhados e comentados pelo público em geral. Além disso, ofereceram um material que permitia verificar diretamente os possíveis desvios de sentido em relação a um discurso específico. Como a maioria dos memes produzidos nesse momento faz referência aos próprios debates, é viável avaliar se e sob que aspectos eles desdobram-se em um contradiscurso capaz de gerar novas perspectivas dos acontecimentos. É importante destacar que o empírico do trabalho não são os debates em si, mas os memes que surgiram por ocasião deles. Os debates tornam-se material de análise em seu aspecto relacional, na medida em que permitem verificar e confrontar discursos encontrados nos memes.

O *corpus* da pesquisa foi delimitado pelos memes sobre o último debate eleitoral do primeiro turno e o último do segundo turno, ambos organizados pela *Rede Globo* e pelo *G1*, num total de 1.555 memes. A coleta do material aconteceu através do sistema de busca do microblog *Twitter* a partir do termo *#DebatenaGlobo*, tendo como delimitação de período as datas de 02 e 03/10/2014 – correspondente ao último debate do primeiro turno – e de 22 e 23/10/2014 – correspondente ao último debate do segundo turno. Como forma complementar buscou-se pelo termo “*memes debate globo*” no site de buscas *Google*, considerando para tanto as cem primeiras imagens da aba “imagens” e os primeiros dez links da página “todos”, com *links* para sites que noticiaram os memes sobre os debates⁵⁶. Nos casos de repetição, para evitar duplicidade de material, apenas um dos meme foi mantido.

O grande volume do corpus foi fundamental para que se trabalhasse na construção de uma *cenografia memética dos debates*. Quando consideramos a natureza interdiscursiva dos memes, compreendo-os como grupos de itens digitais que compartilham determinadas características (SHIFMAN, 2014), reforçamos a importância de analisá-los em sua ação conjunta, e não enquanto itens ou mensagens isoladas. Dessa forma, os memes apresentados neste e no próximo capítulo possuem uma função ilustrativa, de exemplificar aspectos observados na totalidade do objeto empírico em relação ao objetivo central da pesquisa. As aferições que seguem não esgotam, portanto, as possibilidades de análise e entrecruzamentos de dados aqui propostos. Ao contrário, tendem a se multiplicar na medida em que novos recortes são propostos ao material coletado. Para melhor servir aos interesses desta pesquisa, bem como de servir de base para outros

⁵⁶ Os *links* consultados estão especificados ao final das referências bibliográficas, na subseção *Referências memes debates Rede Globo/G1*.

estudos, os 1.555 memes coletados foram disponibilizados no site <http://rikes86.wixsite.com/memesdebates2014>.

Por entendermos que as dimensões técnicas ou puramente formais pouco contribuiriam para a identificação dos aspectos que podem configurar os memes como um exercício de contrapoder, não foram feitas distinções quanto ao tamanho, resolução ou qualidade dos memes. Interessa-nos antes, o caráter relacional de suas produções discursivas inscritas no contexto estudado. Corroborando com Chagas et al. (2016, no prelo), propõe-se uma flexibilização epistemológica do que venha a ser um meme. A partir dos estudos que vêm desenvolvendo sobre os memes dos debates eleitorais de 2014⁵⁷, os autores ressaltam a necessidade de uma ampliação do conceito de meme para que este comporte a forma fluída com que os conteúdos circulam na internet e nas redes sociais. Em análises prévias, feitas a partir dos memes do primeiro debate eleitoral de 2014, organizado pela *Rede Bandeirantes*, os autores observam uma baixa incidência de características dos formatos consagrados. A esse não compartilhamento aparente de elementos típicos da subcultura dos memes da internet, atribuem a hipótese “de um fluxo de produção próprio do internauta casual”, cujas manifestações feitas durante os debates estão mais preocupadas em servir de suporte para exposição de opiniões do que se aprofundar em características específicas da linguagem. Assim, mesmo quando o conteúdo não se inscreve em formatos usuais de memes – como *image macro*, *exploitable* e *look-a-like* (imagens 96 a 98) –, consideram-se aqui as relações texto-imagem, imagem-imagem e/ou apenas imagem (imagens 99 a 101) expressas nas mensagens que, em sua ação conjunta, apresentam potencial memético.

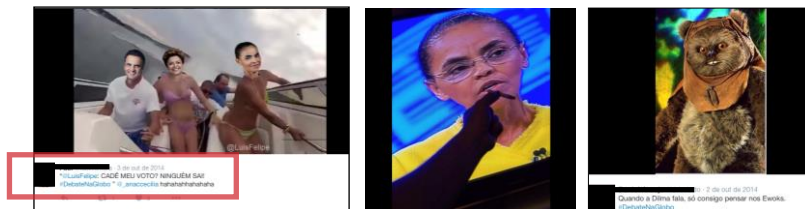
IMAGENS 96 a 98: Image macro, exploitable e look-alike



Fonte: Reproduções *Twitter*

⁵⁷ Através do Grupo de Estudos de Mídias da Universidade Federal Fluminense, do qual o *#museudememes* é um dos projetos integrantes.

IMAGENS 99 a 101: Mensagens com efeitos de sentido memético



Fonte: Reproduções *Twitter*

Para auxiliar na organização do material coletado os memes foram distribuídos em esferas de análise (figura 02), as quais em seu conjunto e nas relações que estabelecem entre si oferecem elementos para construção de uma *cenografia memética dos debates* – com base na ideia de cenografia trabalhada por Maingueneau (2008). A primeira esfera diz respeito à *caracterização dos atores* (CA) presentes nos debates, a qual se desdobra em nível pessoal (memes sobre características físicas, estilo, vida íntima, etc.) e político-ideológico (memes que tratam de ideologias partidárias, posicionamentos políticos, etc.). A segunda demarca o nível de *estruturação da cena* (EC) e abrange os memes sobre as condições previamente definidas para que os debates aconteçam, como formato e regras, e elementos alusivos ao tempo e ao espaço da cena, como cenário, iluminação, disposição dos atores, etc. A terceira concentra-se na *construção do enredo* (CE) e explora os memes sobre acontecimentos e assuntos dos debates, intrigas geradas, falas e ações dos envolvidos, etc. Também se encontram aqui os memes que se relacionam a esses elementos não a partir do que aconteceu no evento de origem, mas de sugestões aleatórias feitas por seus criadores para contar a história dos debates.

Estas esferas, por sua vez, dialogam entre si através de zonas de intersecção, gerando sobreposições de quadros que concentram em seu conteúdo aspectos alusivos a duas ou mais esferas. Dessa maneira, temos memes cuja *caracterização dos atores* a partir da *estruturação da cena* (CA+EC) ou pela *construção do enredo* (CA+CE). Há também casos em que a *estruturação da cena* se estabelece em conjunto com a *construção do enredo* (EC+CE), e outros onde essas duas esferas agregam ainda a *caracterização dos atores* (CA+EC+CE). Os memes cujo conteúdo não se relaciona de maneira clara a essas esferas ou áreas de intersecção foram identificados como *não aplicáveis* (NA). Vale destacar que a distribuição dos memes nessas esferas de análise não tem a intenção de impor uma classificação com vistas a sua

utilização indistinta em outros estudos da área. Ela é utilizada aqui como um recurso metodológico cujo objetivo é organizar os enunciados para melhor compreensão de sua dimensão discursiva enquanto uma atividade dos sujeitos inscritos num determinado contexto sócio-histórico, conforme aponta Foucault (1997).

FIGURA 02: Cenografia memética dos debates- esferas de análise



Fonte: O autor

A partir dessa divisão, para nos auxiliar na verificação dos enquadramentos paródicos propostos pelos memes em relação ao texto de origem – os debates –, buscou-se por desvios discursivos expressos nas mensagens. Essa observação foi feita tendo em vista o modelo de análise proposto por Sant'Anna (2009), o qual está dividido em dois conjuntos: o das similaridades - que abrange a *paráfrase* e a *estilização* – e o das diferenças – composto pela *paródia* e pela *apropriação*. Esta averiguação permitiu observar como os memes posicionaram-se, respectivamente, como um *pró-estilo* ou como um *contra-estilo*, auxiliando na análise dos aspectos que podem configurá-los como um

contradiscurso. Temos assim: a) memes que reproduzem falas e/ou acontecimentos dos debates a partir de um desvio mínimo, funcionando como *paráfrase* (imagem102); b) memes nos quais esses desvios agem de maneira mais evidente na forma de explorar a mensagem, porém ainda mantendo o sentido inicial de seu conteúdo, configurando-se como *estilização* (imagem 103); c) memes que re-apresentam texto-objeto em questão, agregando-lhe um novo sentido através da *paródia* (imagem 104); e d) memes que situam o texto-objeto em uma nova esfera, seja explorando elementos dos debates em situações externas a eles ou trazendo para dentro deles expressões diversas, configurando-se como *apropriação* (imagem 105).

IMAGENS 102 a 105: Exemplos de *paráfrase*, *estilização*, *paródia* e *apropriação* nos memes sobre os debates eleitorais de 2014



Fonte: Reproduções *Twitter*

Como último aspecto a ser considerado, destaca-se a questão autoral relacionada aos memes. Embora estejamos trabalhando com um *corpus* que parte de um discurso de origem – os debates – onde é possível a identificação dos atores que participam do processo de maneira mais clara e direta, nos memes que se multiplicam na internet essa relação torna-se pouco precisa. Enquanto no evento televisivo os enunciadores dos discursos - candidatos, mediador e demais

participantes – apresentam-se de maneira explícita, nos memes eles tornam-se difusos, de difícil identificação. Mesmo que seja possível verificar quem *tuitou* ou postou determinada mensagem, nada garante que, no caso dos memes, eles tenham sido criados pela mesma pessoa. Em função disso não nos interessa demarcar a origem dos memes, especialmente quando consideramos que o sujeito do discurso, de acordo com Foucault (1997), não se trata daquele que realiza um ato de fala, mas de alguém que pode usar certos atos enunciativos por seu treinamento, posto institucional ou competência técnica.

Com base na organização proposta foi possível observar disputas de sentido em diferentes níveis, conforme pode ser observado nas tabelas 04 e 05. Dos 1.555 memes analisados – 681 do 1º turno e 874 do 2º turno -, 309 serviram para caracterizar os atores que participaram do processo, 29 para estruturar a cena que se criou a partir dos debates e 366 para construir um enredo que funcionou tanto para ecoar acontecimentos do evento, como para questionar e ampliar seus sentidos. Nas intersecções entre essas esferas, 83 caracterizaram os atores através da *estruturação da cena* e 221 através da *construção do enredo*, 389 mesclaram a *estruturação da cena* com a *construção do enredo* e 56 fizeram alusão a elementos de todas as esferas em sua mensagem. A observação de cada uma dessas esferas, especialmente nos atravessamentos e nas intersecções que evidenciam a intertextualidade constitutiva dos memes, auxiliou na compreensão dos desvios discursivos que operaram sobre os debates através dessas formas expressivas.

TABELA 04: Desvios discursivos por esfera de análise – 1º turno

Esferas cenográficas	Paráfrase	Estiliz.	Paródia	Apropr.	Total
CA	00	22	65	38	125
EC	00	00	05	06	11
CE	03	12	66	52	133
CA+EC	04	00	33	11	48
CA+CE	00	42	39	34	115
EC+CE	07	09	152	08	176
CA+EC+CE	00	02	16	21	39
NA	-	-	-	-	34
Total	14	87	376	170	681

Fonte: O autor

TABELA 05: Desvios discursivos por esfera de análise – 2º turno

Esferas cenográficas	Paráfrase	Estiliz.	Paródia	Apropr.	Total
CA	02	36	68	78	184
EC	00	00	00	18	18
CE	11	16	83	123	233
CA+EC	02	00	32	01	35
CA+CE	00	28	50	28	106
EC+CE	02	05	183	23	213
CA+EC+CE	00	00	15	02	17
NA	-	-	-	-	68
Total	17	85	431	273	874

Fonte: O autor

Nota-se que a grande maioria dos memes analisados – 1.250 entre os 1º e 2º turno – vincula-se à *paródia* e à *apropriação*, enquanto apenas 203 se enquadram enquanto *paráfrase* ou *estilização*. Num primeiro momento esses dados parecem confirmar o potencial dos memes em funcionar como um exercício de contrapoder, já que se encontram dispostos principalmente no campo dos *contra-estílos*. É preciso considerar, porém, que um grande número de memes, embora se estruturam enquanto *apropriações*, o fazem a partir de discursos que se caracterizam previamente por suas relações com o poder. Ou seja, deslocam para dentro dos debates mensagens que reproduzem ideias e perspectivas de trocas habituais do poder, especialmente de caráter político-ideológico e político-partidário, no sentido de gerar algum tipo de persuasão no público. Isso é observável especialmente nos memes localizados na esfera da *construção do enredo*, que na criação de *cenografia memética dos debates* possibilita explorar mensagens que não aparecem nos discursos de orgiem. Há, inclusive, conforme se pode observar nas tabelas acima, um aumento significativo de memes nessa esfera do 1º para o 2º turno. Além disso, é preciso considerar dupla função que muitos desses memes assumem, podendo a um só tempo atuar como mecanismo de ataque e defesa, dependendo do lugar que ocupam no complexo jogo político-midiático.

Com isso em mente, busca-se explorar co-relações capazes de revelar perspectivas que se contrapõem às expressas nos discursos de origem em seus diferentes níveis, contribuindo para estruturação de uma

cenografia memética dos debates. Ou seja, sob que aspectos os memes puderam revelar contradições e/ou fragilidades presentes nas falas dos candidatos, no modelo dos debates, nos temas discutidos e nos próprios artifícios dos discursos políticos utilizados como mecanismos de disputas de poder. Temos assim a possibilidade de observar, através dos encadeamentos discursivos que nascem dessa dinâmica, a forma como os indivíduos organizaram suas experiências nesse contexto, atribuindo-lhes sentido. Isso nos aproxima do conceito de *frame* proposto por Goffman (1974), evidenciando o envolvimento subjetivo presente nos princípios organizativos que ajudam a estruturar os acontecimentos, sem ignorar, contudo, sua dimensão externa, de procedimento socialmente compartilhado ao longo do tempo (REESE, 2001). Uma perspectiva que nos permite aferir a partir de agora sob que aspectos os memes atuaram como um contraponto aos debates eleitorais.

3.3 APROPRIAÇÃO E CONTRAPODER NOS MEMES SOBRE OS DEBATES

Na construção da cena política, os atores que participam do processo relacionam-se com o poder na medida em que se tornam uma de suas formas representativas mais evidentes, atuando em uma disputa propriamente simbólica para significar o mundo social de acordo com suas ideias e ideais. Para tanto, assumem papéis que visam reforçar uma imagem idealizada de si mesmos, conectando-se com o imaginário socialmente construído em torno daquilo que se espera de um representante do povo. Disso decorre toda uma produção discursiva que visa sensibilizar e convencer o outro - quando este encontra-se em posição de ser representado - bem como desacreditá-lo e negá-lo - quando está em situação de oposição político-ideológica. Como as práticas discursivas nem sempre correspondem às ações políticas efetivas, torna-se um campo constantemente tensionado entre a apropriação e a assimilação dos sentidos.

Durante o período eleitoral essa condição se evidencia e se reforça, com os candidatos assumindo um status que ganha dimensões midiáticas que aproximam a cena política ainda mais do espetáculo. Nesse jogo de poder, tão importante quanto desmascarar o opositor, revelando sua condição de farsante, é manter-se no papel criado, escondendo qualquer condição que o afaste do personagem criado. Os debates eleitorais televisivos tornam-se assim um momento onde tudo o que é mostrado ou que está implicitamente presente, a imagem

transmitida do personagem que fala – seu *ethos* –, ganha uma dimensão discursiva de grande valor político. Uma imagem que pode ser apropriada, editada e manipulada com os mais diversos fins, atuando tanto na propagação como na contraposição dos discursos enunciados. Na construção ou na desconstrução de seus próprios enunciadores.

Essa reformulação, que nos termos de Maingueneau (1998) consiste na transformação de uma unidade discursiva em outra semanticamente equivalente, acontece tanto em nível intradiscursivo como interdiscursivo. Além disso, ainda com base nas ideias do autor, podemos compreender que os memes sobre os debates para Presidência da República de 2014 tratam-se de uma *heteroreformulação* e de uma *transcodificação*, já que sua reformulação é feita por outro enunciador e opera na passagem de um meio a outro. Ao serem utilizados como forma de participação simultânea aos debates, com repercussão que seguiu-se a eles, tornaram-se parte indissociável de suas construções enquanto acontecimentos midiáticos programados. Passam, portanto, a fazer parte da cena político-eleitoral brasileira, tornando-se um mecanismo de assimilação ou contraposição dos discursos na medida em que passam a jogar o próprio jogo político ou que possibilitam contraposições e rupturas a eles.

a) *Caracterização dos atores*

Nos memes que propõem caracterizações dos atores que participam dos debates encontramos reformulações de caráter pessoal, que se referem ao que Maingueneau (1998) chamaria de *face negativa*, e relacional, que o autor demarcaria como *face positiva*. Trabalhado a partir do termo criado por Goffman (1974), que opõe a ideia de *face* a de *território* para analisar o comportamento dos participantes de uma interação, esse é um conceito intimamente ligado ao papel que cada um assume para si e ao que pretende atribuir ao outro durante uma troca discursiva. Ao passo que a *face negativa* relaciona-se ao território de cada um – seu corpo e estilo, seus bens, espaços privados, sua fala, suas informações íntimas, etc. -, a *face positiva* refere-se à imagem que se pretende exhibir de si mesmo, uma espécie de fachada através da qual se busca confirmar as expectativas em torno do personagem criado. Em uma interação, os atos verbais e não verbais tornam-se uma ameaça constante para essas *faces*, uma vez que podem atuar na desconstrução das imagens do enunciador e/ou do co-enunciador. A necessidade que os atores que participam do processo têm de preservar suas próprias *faces*,

os “obriga a negociações sutis e constantes” (MAINGUENEAU, 1998, p.66).

IMAGENS 106 e 109: Memes de *caracterização dos atores*



Fonte: Reproduções *Twitter*

Nos memes sobre os debates observamos tanto discursos que se vinculam à *face negativa* dos participantes, fazendo referência às suas características e escolhas pessoais, como à *face positiva*, tratando da imagem que estes assumem diante da situação discursiva na qual se encontram. A *caracterização dos atores* (CA) acontece, portanto, através de memes que zombam de suas características físicas, estilos, práticas da vida íntima, etc. (imagens 106 e 107), e dos que atuam sobre a imagem que eles pretendem construir de si mesmos a partir das posições político-ideológicas que assumem (imagens 108 e 109). Quando exploram aspectos que os participantes trazem consigo de antemão, como seus atributos visuais e históricos pessoais e profissionais, constroem seus discursos de forma independente aos próprios debates. Nesses casos, embora possam ser reafirmados ou contestados na medida em que a situação discursiva se desenvolve, constiuem-se a partir de percepções prévias que passam a fazer parte da

cenografia memética dos debates na medida em que são evocadas para caracterizar seus atores.

IMAGENS 110 e 111: Memes que caracterizam os atores a partir da *estruturação da cena*



Fonte: Reproduções *Twitter*

IMAGENS 112 a 114: Memes que caracterizam os atores a partir da *construção do enredo*



Fonte: Reproduções *Twitter*

Outra forma de caracterização está situada no interior do próprio acontecimento e estabelece co-relações com a *estruturação da cena* (CA+EC) e com a *construção do enredo* (CA+CE). No primeiro caso temos os memes que caracterizam os atores a partir de imagens extraídas dos próprios debates ou de eventos diversos previamente disponíveis, cujo valor discursivo está diretamente atrelado aos elementos da imagem explorada, como expressões, figurinos, cenário, etc. São exemplos os memes que brincam com o fato de Luciana Genro (PSOL) e Marina Silva (PSB) estarem com roupas da mesma cor durante o último debate do 1º turno (imagem 110) e aqueles que exploram expressões de Aécio Neves (PSDB) para representá-lo como um viciado em cocaína (imagem 111). No segundo caso estão os memes que servem para caracterizar os atores a partir de acontecimentos e intrigas no decorrer dos debates. Memes que caçoam da gagueira de

Dilma Rousseff (PT) (imagem 112), dos erros do mediador William Bonner (imagem 113) ou ilustram reações do público a partir da fala/desempenho dos candidatos (imagem 114) exemplificam essa esfera de análise.

De um modo geral esses memes possuem uma grande proximidade com a caricatura, especialmente quando se concentram na exaltação de seus aspectos físicos mais marcantes ou dos artifícios recorrentes no modo como se expressam. O fato de os atacarem e/ou ridicularizarem a partir de pontos que não estão necessariamente associados as suas reais competências políticas ou à coerência de seus discursos e ações faz com que, em muitos momentos, tornem-se pejorativos, servindo de instrumento de depreciação pessoal. Assim, memes que comparam Eduardo Jorge (PV) e Levy Fidelix (PRTB) a seu Madruga e seu Barriga, do programa humorístico Chaves (imagem 106), ou que caçoam do cabelo de Luciana Genro (PSOL) (imagem 107) ou da gagueira de Dilma Rousseff (PT) durante os debates (imagem 112), ao mesmo tempo em que fragilizam a imagem de poder que eles pretendem representar, também servem de artifício para o jogo político, funcionando como ferramenta de ataque àqueles cujo discurso pretende desqualificar.

Tais quais a figuras do rei ou das autoridades religiosas eram distorcidas durante os carnavais da Idade Média com o intuito de ridicularizá-los, apresentando-os em sua condição humana e destituindo-os momentaneamente de seus poderes, este também é um recurso que pode servir para suprimir do outro sua humanidade e seus direitos. Os discursos produzidos sobre o inimigo a ser combatido, sobre aqueles de quem não gostamos ou temos medo, geralmente estão associados à distorção de suas próprias formas, o que pretende demarcar, em última instância, a distorção de seus caracteres. Em *A história da feiúra*, Eco (2009) destaca que, desde a Antiguidade, o inimigo sempre foi o outro, ao qual se buscava caracterizar com traços que não correspondem com nossos critérios de beleza, numa tentativa de demonizá-lo. “No mundo moderno, que sempre representou o inimigo religioso ou nacional com feições grotescas ou malignas, nasce a caricatura política.” (p.190). Durante a Reforma, por exemplo, eram ferozes as caricaturas que protestantes e católicos faziam do papa e de Lutero, respectivamente, assim como durante a Segunda Guerra as caracterizações dos judeus pelos nazistas, e destes por aqueles, aproximavam-se de uma estética ligada à feiúra. “O rosto, a voz, os gestos do feio judeu tornam-se (e desta vez a sério) sinais da deformidade moral do anti-semite.

Invertendo um dito de Brecht, o ódio contra a justiça endurece os rostos.” (p.267).

IMAGENS 115 a 117: Memes que reiteram a *face positiva* dos participantes



Fonte: Reproduções *Twitter*

IMAGENS 118 a 120: Memes que questionam a *face positiva* dos participantes



Fonte: Reproduções *Twitter*

Em relação à *face positiva* daqueles que participam da ação os memes atuam de modo a legitimar ou deslegitimar seus discursos e posições. Na medida em que manipulam as imagens ou os sentidos a elas inicialmente atribuídos, reforçam ou ressignificam as representações que os atores fazem de si mesmos ou que procuram fazer dos outros. Nos termos de Maingueneau (1998), poderíamos tratá-los como eventos semióticos com potencial de ação direta sobre a hierarquia que se estabelece entre os interactantes. É em função disso que, segundo o autor, uma situação discursiva deve sempre ser avaliada em sua totalidade, podendo as relações variar no decorrer da interação. Nesse sentido, os memes gerados ou compartilhados ao longo dos debates servem tanto como artifício para construção de uma imagem positiva, em apoio àquela que os participantes procuram criar de si mesmos (imagens 115 a 117), como para deflagrar aspectos que a

contrapõem e a fragilizam (imagens 118 a 120). Quando isto acontece, impondo um desvio discursivo e sugerindo incoerências entre a imagem desejada e o que é mostrado/revelado, a representação de poder que se pretende criar também é posta à prova.

Esta é uma prática que funciona tanto como exercício de contrapoder, uma vez que serve para parodiar os atores e os discursos a eles associados, como para reproduzir dinâmicas típicas dos jogos de poder na qual os discursos políticos se inscrevem. As imagens 118 a 120 ilustram muito bem esta condição, já que atuam, a um só tempo, na fragilização da imagem que os candidatos tentam construir de si mesmos e em benefício de seus opositores. Há casos em que esta perspectiva torna-se bastante evidente, como por exemplo, nos memes compartilhados pelo perfil do *Twitter* do PSDB do Paraná que questionam a conduta política da candidata Marina Silva (PSB), que disputava com o candidato do partido, Aécio Neves, uma vaga no 2º turno. Neles, procura-se associar a imagem de Marina ao Partido dos Trabalhadores (PT), aproveitando-se da insatisfação de parte da população com o governo para desqualificá-la enquanto candidata (imagens 121 e 122). Ou ainda, questionar sua capacidade de liderança política, resgatando acontecimentos polêmicos de sua campanha (imagem 123)⁵⁸. Esses discursos que se aproveitam da linguagem memética para ampliar seus efeitos de persuasão sobre o público, funcionando como um tipo de propaganda eleitoral cujos beneficiados são os opositores de Marina.

IMAGENS 121 a 123: Memes no *Twitter* do PSDB do Paraná



Fonte: Reproduções *Twitter*

Em outros casos, a possibilidade dos memes agirem como uma expressão de contrapoder ocorre quando ultrapassam o caráter eleitoral

⁵⁸ A imagem 123 refere-se às alterações que a candidata fez em seu plano de governo, retirando promessas de defesa aos direitos LGBT, após ser pressionada publicamente pelo pastor Silas Malafia.

de seus discursos de origem, adquirindo uma dimensão mais ampla. Memes que comparam Levy Fidelix (PRTB) ao ditador nazista Adolf Hitler (imagem 124) ou fazem chacotas sobre sua sexualidade (imagens 125 e 126), por exemplo, atuam não apenas em sua desqualificação enquanto candidato, mas também em relação ao discurso de ódio contra a comunidade LGBT proferido por ele. Há uma desconstrução de sua *face positiva*, ou seja, a imagem que pretende criar para seu eleitorado, de duas formas distintas. Na primeira, a comparação com o ditador alemão traz consigo toda carga discursiva atrelada ao nazismo e sua incompatibilidade com ideais defendidos por regimes democráticos. Na segunda, o ataque a suas supostas escolhas íntimas – do âmbito de sua *face negativa* – o caracterizam justamente como a figura a quem ele se opõe: o homossexual. O que está em jogo não é apenas a candidatura de Fidelix, embora tais representações possam ser utilizadas por seus opositores contra ele. Ocorre também a parodização de certa economia dos discursos que negam a determinados grupos a possibilidade de existirem enquanto sujeitos, destituindo-os de seus direitos sociais e legais. A ridicularização do candidato não fragiliza apenas sua imagem, mas também a hierarquização das sexualidades e identidades impostas pelos discursos homofóbicos.

IMAGENS 124 a 126: Memes sobre Levy Fidelix (PRTB)



Fonte: Reproduções *Twitter*

A partir desses apontamentos podemos entender que os memes de *caracterização dos atores* atuam na construção de personagens dentro da *cenografia memética dos debates*. Algo que se aproximaria da ideia de máscara trabalhada por Charaudeau (2008). Aqui, contudo, a construção dos discursos não depende apenas daqueles que os proferem em uma dada situação - os debates -, mas também do público que os recebe. Assim como o jornalista/caricaturista/chargista, este ganha a chance de ressignificar tais discursos. Entre o perfil encenado pelos atores e aquilo que diz respeito à esfera privada de suas vidas, os memes

propõem uma espécie de construção de perfil que passa a fazer parte das representações do campo político-midiático. É como se Clark Kent, enquanto máscara utilizada pelo Superman para ser socialmente aceito, tivesse sua identidade e suas fraquezas reveladas na medida em que passasse a ser caracterizado como Bizarro, uma espécie de cópia imperfeita do super-herói que só entende o sentido oposto das palavras⁵⁹ (imagens 127 a 129).

IMAGENS 127 a 129: Clark Kent, Superman e seu avesso Bizarro



Fonte: <http://superfriends.wikia.com/wiki>

Nos memes analisados, Aécio Neves (PSDB) aparece como um playboy cheirador que gosta de farra e tem vida fácil. Dilma Rousseff (PT) é constantemente representada como mentirosa, aspecto que é associado a sua gagueira durante os debates. Eduardo Jorge (PV) é identificado como um maconheiro zoador, ao passo que Levy Fidelix (PRTB) aparece como um extremista conservador e homofóbico, com traços de ditador. Luciana Genro (PSOL), por sua vez, além de ser constantemente caracterizada por seu cabelo cacheado, também desponta como uma espécie de diva LGBT, sendo identificada a partir de termos usuais desse universo ou comparada a personalidades pop, como a cantora Beyoncé. Os memes sobre Marina Silva (PSB) recorrem principalmente a suas características físicas, comparando-a a personagens como E.T., do filme de Steven Spielberg, e vovó Zilda, da série *A família dinossauros*. Esta, podendo ser associada também a um certo conservadorismo político que desqualifica seu slogan de

⁵⁹ No universo da DC Comics, Clark Kent é o disfarce utilizado pelo Superman para esconder sua origem kryptoniana e seus super-poderes. Bizarro, por sua vez, é uma espécie de cópia mal feita do homem de aço, criada por seu arqui-inimigo Lex Luthor. Sua principal característica é ser o inverso, quase como uma imagem refletida em um espelho quebrado. Ele dá origem a outros personagens similares e ao próprio Mundo Bizarro, onde a terra é quadrada.

campanha, marcado pela ideia da “nova política”. Além disso, é identificada como uma figura incoerente e indecisa. Pastor Everaldo (PSC), nas poucas vezes que é citado, tem sua caracterização associada a outro meme envolvendo sua figura, no qual ele teria deixado escapar uma sonora flatulência durante sua entrevista ao vivo no *Jornal Nacional*, em 19/08/2014.⁶⁰

Além dos candidatos outros atores fazem parte da *cenografia memética dos debates*. William Bonner, editor-chefe do *Jornal Nacional* e mediador dos debates na *Rede Globo*, por exemplo, é representado principalmente pelas intervenções que faz para controlar o tempo de fala dos candidatos ou conter reações da platéia, ou ainda pelos momentos nos quais se atrapalha na condução do roteiro dos debates. Nesse contexto, oras aparece como uma figura áspera e agressiva, oras como um apresentador trapalhão, incapaz de cumprir seu papel. No segundo turno há também os memes sobre os eleitores indecisos, que fazem perguntas diretas aos candidatos. Em sua maioria, propõem um discurso que zomba de suas características físicas e profissões ou que exploram o sentido figurado do termo “indecisos”, associando-os a imagens que colocam em questão a sexualidade de seus protagonistas. Há ainda memes que caracterizam atores que não aparecem diretamente nos debates, como a platéia, os eleitores em geral, outras figuras políticas e os próprios telespectadores.

IMAGENS 130 a 132: Memes que ilustram reações do público aos debates



Fonte: Reproduções *Twitter*

No primeiro caso, a platéia é representada principalmente por imagens de pessoas rindo ou em manifestações exageradas de suas emoções, o que serve de base para as intervenções feitas por William Bonner. Já nos memes que referenciam os eleitores é recorrente o uso de

⁶⁰ A montagem pode ser conferida no link <https://www.youtube.com/watch?v=XfQ0k5JOkDY>. Acesso em: 20/03/2016.

caracterizações pejorativas e ofensas pessoais pelo fato serem de um determinado partido. Há também os casos em que figuras políticas são evocadas para demonstrar reações a acontecimentos dos debates ou para reforçar/fragilizar posicionamentos políticos, a exemplo de memes com Fernando Henrique Cardoso e José Serra (ambos do PSDB). No caso dos telespectadores, originalmente co-enunciadores do processo, a caracterização proposta é uma resposta a todos os elementos discursivos presentes nos debates. O público insere-se nessa narrativa criando uma representação de si mesmo para expressar sentimentos e opiniões sobre os eventos, seus participantes e acontecimentos. Geralmente estes memes funcionam como um recurso de estilização de suas reações, que vão do riso ao tédio, da graça à indignação (imagens 130 a 132). Ao se representar de forma direta, o público ultrapassa a limitação imposta pelo evento de origem, onde aparece apenas como uma figura genérica e imprecisa a quem os discursos são supostamente dirigidos. Ao mesmo tempo, servem para caracterizar o próprio evento como um programa chato, cansativo, um bom entretenimento, uma grande piada, etc., permitindo uma reflexão sobre sua eficácia enquanto ferramenta para o processo eleitoral.

De um modo geral, o que percebemos na *caracterização dos atores* é o mesmo que Shifman (2014) constata em relação à mistura que ocorre entre a encenação apresentada no *frontstage* da cena política e aquilo que ocorre em seus bastidores. Uma aproximação entre suas *faces positiva e negativa*, as quais constroem seus efeitos de sentido a partir da inter-relação que estabelecem entre os diversos elementos da situação discursiva analisada. Os memes que apresentam Aécio Neves (PSDB) como usuário de cocaína, por exemplo, embora recorram à esfera de sua vida privada (*face negativa*), atuam no sentido de desconstruir a imagem do político que este procura criar (*face positiva*). Trata-se de um efeito distinto do que acontece nos memes que fazem referência ao uso de maconha pelo candidato Eduardo Jorge (PV), já que a legalização da maconha e a mudança na política das drogas no Brasil fazem parte de seu projeto de governo. A diferença está na capacidade de contrapor uma face em relação à outra. Quanto mais essa caracterização afastá-las, revelando incoerências entre elas, maior a possibilidade de funcionarem como um exercício de contrapoder, ou então de serem apropriadas por outros atores do processo como forma de persuadir a opinião pública contrariamente àqueles a quem se dirigem.

b) Estruturação da cena

A estruturação da cena (EC) abrange os memes que fazem referência aos recursos e mecanismos que atuam diretamente sobre a dinâmica dos debates, como formato e regras (imagens 133 e 134), ou que exploram elementos relacionados ao tempo e ao espaço da cena, como cenário, iluminação, disposição dos atores, etc. Nestes casos, é mais comum que esta cena ganhe vida e seja representada através das co-relações que se estabelecem entre as esferas de análise, ou seja, em conjunto com a caracterização dos atores (EC+CA) ou a construção do enredo (EC+CE), ou ainda agregando em sua expressão elementos dessas duas esferas ao mesmo tempo (EC+CA+CE). Desse modo, ajuda a criar uma espécie de mise-en-scène paródica dos debates, abordando elementos da encenação, do posicionamento e da produção da cena, de como esta é conduzida, etc., estabelecendo comparativos com outros programas ou narrativas. Encontram-se aqui memes cujo discurso é composto principalmente por piadas situacionais, a partir de imagens extraídas dos próprios debates (imagens 135 e 136). Nestes casos é comum recorrerem a lugares comuns da política, re-apresentando os debates como uma arena de lutas (imagens 137 e 138), como programas de forte apelo sensacionalista (imagens 139 e 140) ou humorístico (imagens 141 e 142).

IMAGENS 133 e 134: Memes que fazem referência às regras do debate



Fonte: Reproduções Twitter

IMAGENS 135 e 136: Memes que exploram o tempo e o espaço da cena



Fonte: Reproduções Twitter

IMAGENS 137 e 138: Memes comparando os debates arenas de luta



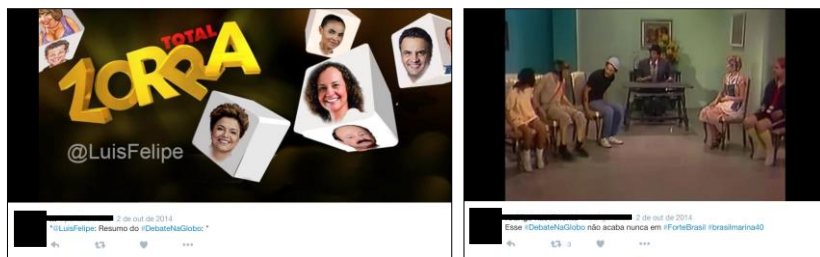
Fonte: Reproduções Twitter

IMAGENS 139 e 140: Memes comparando os debates a programas sensacionalistas



Fonte: Reproduções Twitter

IMAGENS 141 e 142: Memes comparando os debates a programas humorísticos



Fonte: Reproduções *Twitter*

Trata-se de uma esfera que está diretamente vinculada ao que Charaudeau (2013) chama de lugar das condições de produção. Mais especificamente ao espaço externo-interno de sua tabela dos lugares da máquina midiática (vide figura 01, p.59), o qual “compreende as *condições semiológicas* da produção - aquelas que presidem à própria realização do produto midiático” (p.25, grifo original). Em uma situação onde esse produto midiático é desenvolvido por uma empresa de comunicação, como no caso dos debates, temos uma série de profissionais envolvidos para conceituar “o que vão ‘pôr em discurso’ com a ajuda dos meios técnicos que dispõem, buscando atender a certas questões” (p.25). Em função disso é um espaço que se justifica a partir de discursos de representação, que abrangem a ideia do *como fazer* e *com que objetivo*. No caso dos memes - e da *cenografia memética* que se constitui a partir deles - este lugar de produção passa a operar em conjunto com o lugar antes especificado como de recepção, modificando as dinâmicas que nele se inscrevem.

Num primeiro momento têm-se um espaço de motivações sociais muito mais amplo, alimentado pela possibilidade de maior exploração dos diferentes olhares sobre um mesmo acontecimento. Ao passo que os debates possuem um público-alvo marcado por “efeitos supostos” de interpretação, os memes surgem como uma resposta direta do público em geral a partir de seus “efeitos produzidos”⁶¹. Esse retorno das imagens midiaticamente produzidas, reconfiguradas em novas mensagens, operam a partir de uma mescla entre esses dois efeitos. Ao mesmo tempo em que fazem circular novos produtos midiáticos,

⁶¹ Não se ignoram aqui os usos feitos por grupos de interesse, a exemplo dos marqueteiros políticos, com objetivos específicos.

contribuem para economia dos discursos que agem diretamente na construção dos imaginários sociodiscursivos. Nos memes essa dinâmica resulta na criação de uma perspectiva paródica da realidade, que na medida em que é compartilhada por mais pessoas age sobre a expressão daquilo que cremos ser verdadeiro. Com a possibilidade de se apropriar e rerepresentar um determinado discurso sob uma perspectiva alternativa, geralmente humorística, os efeitos de verdade em torno da mensagem também se modificam.

Nos exemplos anteriores (imagens 133 a 142) fica evidente que o caráter sério e informativo dos discursos que validam os debates enquanto eventos midiáticos sofre uma inversão de sentido. Seu valor jornalístico é fragilizado na medida em que essas produções revelam, ou sugerem, sua condição de espetáculo encenado. Através da inserção de elementos nas imagens capturadas dos próprios debates, de comentários às regras e formatos estipulados para sua realização ou do estabelecimento de comparativos com outros tipos de produções audiovisuais, os memes rompem com a ilusão de uma informação não mediada. A lembrança de que não há para produção televisiva imagem em estado puro, mas uma construção que se dá a partir da origem do acontecimento, de sua filmagem, montagem, difusão, comentários, etc., revela também a condição provisória das correlações propostas pela instância midiática. Ou seja, aquilo que num momento é apresentado como prova definitiva e irrefutável do acontecimento, não passa de uma hipótese a ser relativizada ou destruída pelos fatos que a sucedem (CHARAUDEAU, 2013).

No caso dos memes sobre os debates essa condição é expressa de maneira bastante evidente, uma vez que a própria imagem, que num momento se apresenta como prova de algo, passa a ser questionada quase que instantaneamente. Da informação enquanto objeto mediado posto em cena pela televisão, passamos para própria cena reenquadrada em novas possibilidades discursivas. E sendo o discurso, conforme demarca Maingueneau (2006), inseparável de seu contexto, abrangendo seus participantes e objetivos, seu quadro espaço-temporal, etc., trata-se também ele de um dispositivo a ser considerado através das representações que produz. Em função disso, esse contexto pode ser alterado ao longo da troca discursiva, o que acontece “porque as informações e os comportamentos introduzidos na interação o modificaram” (MAINGUENEAU, 2006, p.35). Desse modo, na medida em que o debate vai produzindo imagens e acontecimentos, seus memes também ganham a possibilidade de ir se estruturando enquanto discursos paródicos dele.

IMAGENS 142 e 143: Memes do último debate do 1º turno



Fonte: reproduções *Twitter*

Isso permite, por exemplo, que o *frame* de uma cena corriqueira, como duas candidatas se cumprimentando no início do debate, torne-se um dispositivo para deflagrar as relações que acontecem por trás da imagem apresentada (imagem 143). Ou então, que um embate mais acalorado entre outros dois candidatos altere o *status* do debate para *Casos de família*, o programa sensacionalista comandado por Cristina Rocha, no SBT (imagem 144). Em ambos os casos, a veracidade originalmente ligada aos debates enquanto um produto jornalístico é questionada, sendo também tratado pela perspectiva da encenação, ou seja, como um evento pensado para gerar determinados efeitos de sentido. Sob essa perspectiva, se na frente das câmeras os candidatos se atacam, o fazem como parte da *mise-en-scène* do jogo político-midiático, onde além da construção de uma auto-imagem positiva, precisam desconstruir a imagem do outro, do adversário. Essa é uma perspectiva que age diretamente sobre o contexto dos debates, modificando-os especialmente no contrato de comunicação previamente estabelecido com o público e nas leituras que deles serão feitas.

Se nos debates os atores que participam do processo buscam uma encenação coerente com os mecanismos e artifícios oferecidos pelo aparelho midiático - no caso a televisão -, aproveitando-se ao máximo de suas potencialidades para preservar sua imagem e validar seus discursos, nos memes eles precisam lidar constantemente com a condição inversa. A captura do *frame*, salvo exceções que exploram imagens que poderíamos chamar de positivas, é comumente motivada pela possibilidade de flagrar momentos inoportunos, onde essa imagem pode ser ridicularizada, questionada. Momentos que se pretendem deixar de fora da *mise-en-scène*, ou que no jogo político-midiático

depõem contra àqueles que os expressam, passam a fazer parte da encenação proposta pelos memes (imagens 145 a 147). A dependência que o poder, em suas instâncias representativas e de ação, desenvolveu pelo espetáculo midiático enquanto forma expressiva, ganha aqui uma nova dimensão. A exposição daquilo que se pretende esconder torna-se, ao mesmo tempo, deflagrador de seus mecanismos e artifício para continuidade de seu exercício.

IMAGENS 145 a 147: Memes que flagram momentos inoportunos



Fonte: Reproduções *Twitter*

Sob esse aspecto os memes agem diretamente sobre aquilo que Charaudeau (2013, p.112) trata como uma das características da linguagem televisiva, sua “sequenciação temporal breve, que se impõe à instância que olhar, orientando-a”. Para estruturação de sua cena, congelam o momento, fazendo sobressair aquilo que na dinâmica do discurso de origem - os debates - possivelmente passaria despercebido. Dessa manipulação temporal criam seu próprio fluxo de imagens, construindo seus discursos, assim como na linguagem televisiva, através de uma grande cumplicidade com a fala (ou o texto), a ponto de ser difícil dizer de qual das duas depende mais a estruturação dos sentidos. Ao passo que a imagem abre, expande as possibilidades de sentido, a fala (ou o texto) as fecham, delimitam. Essa origem enunciativa múltipla produz um discurso ao mesmo tempo referencial e ficcional, fazendo com que tenham sentidos distintos de acordo com os comentários que as acompanham. Nos memes sobre os debates isso é perceptível principalmente nas criações que propõem sentidos diferentes a partir do mesmo frame, atribuindo efeitos distintos para mesma encenação (imagens 148 a 150).

IMAGENS 148 a 150: Memes construídos a partir do mesmo frame



Fonte: Reproduções do *Twitter*

A partir do material analisado é possível observar que os memes que atuam mais diretamente sobre a *estruturação da cena* desdobram-se em duas grandes vertentes. Uma que corresponde a parodização de situações decorrentes do tempo e do espaço dos próprios debates, bem como dos elementos que se fazem presentes em cena. E outra que se vincula ao nível da encenação, funcionando tanto no sentido de qualificá-la a partir do que está sendo mostrado, como sugerindo relações que nos discursos de origem permaneceriam por trás da cena. As imagens 151 e 152 são um bom exemplo desta última possibilidade. Ao associarem as imagens dos candidatos às *sitcoms Friends* e *A grande família*, esses memes sugerem que, apesar do jogo político-midiático, seus participantes mantêm uma relação fraternal, ou mesmo familiar, a qual destoa da imagem que procuram construir diante das câmeras. Essa perspectiva, ao mesmo tempo em que reforça o estereótipo de que “político é tudo igual”, age na desconstrução da *mise-en-scène* dos debates, a qual nada mais é do que o reflexo dos próprios discursos produzidos no campo político.

IMAGENS 151 e 152: Memes que situam os debates como encenação



Fonte: Reproduções *Twitter*

A possibilidade de mostrar aquilo que está por trás da própria presentificação das imagens televisivas⁶², ou de sugerir a elas uma via alternativa de interpretação, confere aos memes o potencial de atribuir-lhes uma outra noção de autenticidade. Através da manipulação e da distorção da imagem aparentemente sem filtros ou artifícios que serve para validação de discursos de poder, expõe-se a impossibilidade de um real transparente, de sua condição de encenação. De um modo geral, podemos dizer que revelar ou questionar os mecanismos através dos quais os discursos de poder se constituem e se propagam é também uma forma de fragilizar seus efeitos - ou pelo menos de alertar sobre eles - e, portanto, uma forma viável de exercício de contrapoder. Nos discursos produzidos a partir dos memes que ajudam na *estruturação da cena* dos debates essa possibilidade está presente na reencenação de seu discurso, seja para reafirmá-lo, seja para contestá-lo. Tornam-se eles próprios, de acordo com as ideias de Charaudeau (1993, *apud.* MAINGUENEAU, 2006, p.102), uma forma de “encenação da linguagem”.

c) *Construção do enredo*

A *construção do enredo* (CE) refere-se aos memes que repercutem ou contrapõem falas, temas, acontecimentos, intrigas e conchavos dos debates, desdobrando-se no desenvolvimento de uma ação memética dos mesmos. Em função disso, muitos deles, embora mantenham o apelo humorístico, funcionam mais como um tipo de *paráfrase* ou *estilização* dos discursos - já que não chegam a subvertê-los - do que uma parodização ou apropriação dos mesmos (imagens 153 e 154). Nesses casos é possível estabelecermos relações desta esfera de análise com a *estruturação da cena* (CE+EC), uma vez que buscam frames dos próprios debates para estruturar a mensagem. Também se encontram aqui memes que inserem aos debates informações e assuntos com um fim político-ideológico mais evidente, com a clara intenção de atuar em prol de um determinado candidato ou partido. Tratam-se

⁶² Especialmente na transmissão de eventos ao vivo, como os debates, amplia-se o efeito de presença através do qual, segundo Charaudeau (2013, p.111), apaga-se a fronteira temporal e “cria-se a ilusão de uma história se fazendo numa cotemporalidade com o fluxo de consciência do telespectador”. Da mesma forma, a exploração dos recursos técnicos e discursivos da tecnologia televisiva auxiliam na sensação de uma proximidade que apaga a distância espacial entre as instâncias de produção e recepção.

daquelas produções cujo discurso não está necessariamente vinculado aos eventos de origem – funcionando como uma apropriação – e possuem um forte apelo argumentativo e persuasivo, com vistas a influenciar o público em favor deste ou daquele candidato ou partido político (imagens 155 e 156). Nesse sentido, são também exemplos da função persuasiva que autores como Shifman (2014) e Chagas et al. (2016) atribuem aos memes políticos.

IMAGENS 153 e 154: Estilizações e paráfrases dos debates



Fonte: Reproduções *Twitter*

IMAGENS 155 a 156: Memes com opiniões político-partidárias



Fonte: Reproduções *Twitter*

Há ainda memes cujo conteúdo refere-se à certa previsibilidade do enredo dos debates. Eles ilustram a capacidade dos telespectadores de antecipar falas e acontecimentos na medida em que se familiarizam com o formato do evento e com os discursos dos atores que dele participam. Dessa forma, também podem ser intersectados pelas outras

esferas de análise aqui propostas (CE+CA+EC). Ao sugerirem um placar que contabiliza o número de vezes que os candidatos recorrem a determinados argumentos em seus discursos (imagem 157), ou então um bingo onde o público pode preencher com os assuntos que farão parte da narrativa dos debates (imagem 158), esses memes indicam certa compreensão dos discursos que compõem a cena político-eleitoral. É como se o público soubesse exatamente o que esperar dos debates, tal qual um filme cujo final já conhece. E demonstram isso evidenciando diferentes argumentos e citações que foram utilizados pelos candidatos ao longo de suas campanhas e de outros debates eleitorais.

IMAGENS 157 e 158: Memes sobre a previsibilidade dos debates



Fonte: Reproduções *Twitter*

Do mesmo modo, nas relações que a construção do enredo estabelece com a caracterização de seus atores (CE+CA), nota-se nos memes uma assimilação da imagem que os participantes do debate pretendem criar para suas personalidades políticas. Embates protagonizados pelos principais candidatos à presidência a partir de temas banais, como a falta de *Paçoquita Cremosa* no mercado (imagem 159) ou a origem do universo ficcional do *Digimundo* (imagem 160), acabam por redimensionar parodicamente os termos do próprio debate, questionando a consistência dos argumentos utilizados. O que os memes parecem revelar é a consciência de que, independente do que está sendo tratado ou da situação em que os candidatos se encontram, eles reproduzem discursos previamente pensados para reafirmar suas imagens ou demarcar seus posicionamentos partidários e/ou projetos de governo. Uma postura que fere a premissa da responsividade como sendo fundamental para valorização dos processos democráticos.

IMAGENS 159 a 162: Memes sobre a construção do enredo dos debates



Fonte: Reproduções *Twitter*

Outra variação deste tipo de construção são os memes que avaliam o nível das trocas discursivas entre os atores envolvidos. Nos exemplos acima (imagens 161 e 162), as falas são substituídas, respectivamente, por uma expressão de desdém que a classifica como não importante, e por uma troca de ofensas típica de discussões infantis, sem valor argumentativo. Novamente, o que está em jogo aqui é a contribuição dos debates para o processo democrático no qual se inscrevem, ou seja, as eleições, e o quanto o desenvolvimento de seu enredo é capaz de oferecer ao público em geral os elementos de que necessitam para escolherem seus candidatos. Vinculada ao tempo e ao espaço da cena, essa dinâmica também se estabelece a partir das limitações impostas pelas regras e formato do evento. Os memes que parodiam o sorteio de temas a serem tratados pelos candidatos, por exemplo, independente de fazerem alusão a assuntos importantes que ficaram de fora da discussão (imagem 163), ou de sugerirem temas sem

nenhuma contribuição efetiva para ela (imagem 164), geram um questionamento sobre como a trama dos debates contribui para o esclarecimento do público.

IMAGENS 163 e 164: Memes sobre sorteio de temas durante os debates



Fonte: Reproduções *Twitter*

Vale lembrar também que o conteúdo, nos termos propostos por Maingueneau (2006), não se restringe à informação transmitida, vinculando-se ainda à relação que ela institui entre os interactantes de uma situação discursiva. Aspecto que possibilita ao enunciado, no âmbito das convenções de como deve ser recebido, contradizer o conteúdo. Nos memes essa é uma relação que se dá especialmente no jogo entre texto e imagem, onde um é frequentemente utilizado para desmentir ou ironizar o outro, criando o efeito paródico no qual o que se diz nem sempre corresponde ao que se mostra. Na dinâmica dos debates esta se torna uma prática constantemente utilizada para desqualificar ou aferir sentido às falas e posturas político-ideológicas dos candidatos (imagens 165 e 166), o que traz para sua cenografia nuances ainda não exploradas na medida em que novos enunciados vão sendo gerados sobre o conteúdo original.

IMAGENS 165 e 166: Memes cujo enunciado contradiz o conteúdo



Fonte: Reproduções *Twitter*

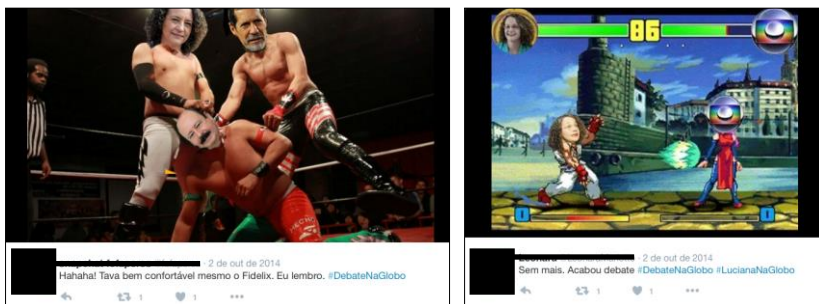
Nos debates, é importante considerar ainda que o ato comunicativo acontece a partir de um duplo co-enunciador. Cada ator que participa da dinâmica, ao mesmo tempo em que dirige sua fala para um opositor ou aliado direto, também o faz para o telespectador, figura que motiva a ação. Nesse processo, oras desenvolvem-se acordos através dos quais o enredo se desenrola sem um conflito aparente, oras geram-se atritos diretos. No primeiro caso, dois ou mais adversários políticos se unem para defender uma ideia em comum ou para atacar um terceiro. Trata-se de uma artimanha que se dá nos termos da encenação por excelência, com cada um procurando manter-se em seu papel, mas com objetivo de gerar efeitos inversos ao que deles se espera. No segundo, trata-se de um embate propriamente dito, com os envolvidos agindo de modo a desqualificar o outro ou fragilizar suas ideias e seus argumentos. Neste caso, a encenação já está mais alinhada às expectativas do público. Em geral, os memes retratam essas situações de forma distinta. Nos casos em que existem conchavos, parodiam a situação de modo a revelar o processo de encenação que existe por trás dela (imagens 167 e 168). Naqueles em que há conflito direto, geralmente repercutem, ampliando seus efeitos a partir de lugares comuns da política (imagens 169 e 170).

IMAGENS 167 e 168: Memes sobre conchavos durante os debates



Fonte: Reproduções *Twitter*

IMAGENS 169 e 170: Memes sobre conflitos durante os debates



Fonte: Reproduções *Twitter*

Há ainda momentos em que a paródia está tão integrada ao contexto e aos desdobramentos que emergem de uma dada troca discursiva, que não apenas seu discurso de origem é parodiado, como ela própria é evocada enquanto forma expressiva para participar da discussão. Os memes que se seguiram à apropriação feita por Dilma Rousseff (PT) da piada do humorista José Simão sobre a questão da água em São Paulo é um bom exemplo dessa prática. O uso do termo “Meu banho, minha vida” desdobra-se numa série de memes que servem para criticar a administração tucana e repercutir a fala da candidata, que numa clara tentativa de fragilizar seu opositor Aécio Neve (PSDB), (imagens 171 a 173) utiliza-se da piada pronta em seu discurso. Outro exemplo onde a paródia previamente existente integra-se a construção do enredo dos debates diz respeito à matéria de capa da revista *Veja* de 29/10/2014 (ed.2397), intitulada “Eles sabiam de tudo”, a qual associava a presidente e seu antecessor, Luis Inácio Lula da Silva (PT), ao esquema do Petrolão. Citada por Aécio na pergunta que abriu o último debate do 2º turno e descrita na resposta de Dilma como uma tentativa de golpe eleitoral, a polêmica fez circular novamente uma série de memes já criados por ocasião do lançamento da revista dias antes, além de gerar novos desdobramentos alinhados ao contexto do debate (imagens 174 e 175).

IMAGENS 171 a 173: Memes “Meu banho, minha vida”



Fonte: Reproduções *Twitter*

IMAGENS 174 e 175: Memes sobre a capa da *Veja* (edição n.2397)

Fonte: Reproduções *Twitter*

Todas essas implicações estão diretamente associadas aos memes enquanto uma nova forma de participação política. Ao se apropriar das falas e acontecimentos dos debates, reelaborando seus sentidos, o público consegue expor midiaticamente aquilo que antes ficava restrito à esfera do particular, contribuindo para construção de uma cenografia memética desses eventos. Isso fica claro especialmente nos exemplos em que o *Twitter* e os memes, num exercício de metalinguagem, aparecem em seus próprios discursos (imagens 176 a 178). De um modo bastante simples, o que está expresso aqui é uma mudança na forma de acompanhar os debates, a qual passa a incidir diretamente sobre a história que será contada a através deles. Seus enunciadores não são mais apenas aqueles que vivenciam a ação no tempo no espaço da cena, mas também todo e qualquer co-enunciador que se propõe a ressignificar esta ação através de suas próprias criações.

IMAGENS 176 a 178: Memes sobre a participação das redes sociais e dos memes nos debates



Fonte: Reproduções *Twitter*

Essa capacidade dos memes em gerar ruídos converte-se num exercício de contrapoder na medida em que conseguem redimensionar o acontecimento midiático através de intervenções de informação ou sentido. Na esfera relativa à construção do enredo, isso acontece tanto na sucessão dos eventos, que têm seu desenrolar atravessado por outras produções simbólicas, como na geração de novos conflitos, expressos sempre que a ação de um de seus atores é posta em questão. O quanto essa possibilidade de “bagunçar” o acontecimento original é também capaz de gerar uma nova economia dos discursos a ele relacionado, depende de como irão se configurar as disputas de poder e contrapoder nesse contexto, onde a capacidade de apropriação é indispensável, tanto para adaptação dos velhos modelos de participação, como para sua eventual subversão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estamos em algum lugar entre *1984*, de George Orwell, e *Neuromancer*, de William Gibson. Entre as instâncias do controle e os ensaios do descontrole. Dois cenários futuristas distintos que encontram na cena político-midiática contemporânea o ambiente ideal para estabelecer pontos de contato. Winston, herói do primeiro livro, escrito em 1948, vive aprisionado em uma sociedade totalitária onde tudo é feito coletivamente, mas todos vivem sozinhos. Sob a tutela do Grande Irmão e a vigilância constante da teletela, que tudo ouve e tudo vê, Winston passa seus dias entre o emprego no Ministério da Verdade e momentos de prazer escondido, no anseio de rebelar-se contra o Partido. Case, o cowboy cibernético drogado de *Neuromancer*, coincidentemente lançado em 1984, é um *hacker* que se junta a um militar fanático e uma prostituta ciborgue para libertar uma IA (Inteligência Artificial) que é mantida como prisioneira de corporações financeiras. Para isso, precisa conectar-se à *matrix*, um tipo de realidade virtual que pode ser acessada através de *decks* e que se tornou a analogia perfeita para internet.⁶³

Escritas com 36 anos de diferença, as duas obras têm como principal ponto em comum o fato de ilustrarem mundos marcados por desigualdades sociais extremas e mecanismos de controle altamente eficazes. Em *1984*, todo poder é exercido pelo Estado, ao passo que em *Neuromancer*, é o capital financeiro, nas figuras das mega corporações, que delimita os rumos do mundo. Seus heróis - ou no caso de Case, um anti-herói - cada um ao seu modo e por motivos bastante distintos, rebelam-se contra os sistemas de poder aos quais estão aprisionados, buscando subverter a ordem, se não num nível macro, na pequena esfera de seus cotidianos. Winston trabalha no Ministério da Verdade, onde manipula notícias de jornais e livros de história para reafirmar sempre a infalibilidade do Grande Irmão. Case invade sistemas de computador realizando trabalhos ilegais para sobreviver, no anseio de um dia poder circular livremente pela *matrix*, da qual foi banido. O que ambos têm em comum é o acesso a informações privilegiadas e a possibilidade de apropriarem-se delas e manipulá-las, alterando a representação das realidades nas quais estão inseridos.

Se *1984* foi entendida sob muitos aspectos como uma crítica de Orwell aos mecanismos de controle do sistema socialista, *Neuromancer* demarca o esforço de Gibson para ilustrar as implicações do capitalismo

⁶³ É em *Neuromancer*, inclusive, que surge o termo “ciberespaço”.

simbólico, ou cognitivo, na vida das populações financeiramente excluídas. Carregadas pelos imaginários de suas épocas, as duas obras desdobram-se em metáforas poderosas para práticas sociais, políticas, econômicas e culturais, fazendo passar pela literatura muitos dos sentidos presentes nas dinâmicas comunicacionais atuais. Nos ambientes virtuais de discussão cresce a possibilidade da constante alteração e remixagem da realidade, que tira da imprensa corporativa a tutela da informação e sua conseqüente versão da verdade. Na auto-exposição das redes sociais ressignifica-se o sentido de controle. Do Grande Irmão que tudo vê institui-se o espetáculo midiático do público que tudo mostra. Nas tentativas de subverter o sistema e nas lutas simbólicas pelo empoderamento através dos discursos reconfiguram-se as regras do jogo através do qual se estrutura a própria cena política. Uma construção tensionada entre a catarse gerada por um exercício coletivo de contrapoder e sua transmutação figurativa para os próprios poderes em exercício.

Nos últimos anos, com a participação cada vez maior a partir de novas arenas de discussão na construção do debate público, todas essas questões tornaram-se ainda mais evidentes. No Brasil, especialmente a partir dos protestos de junho de 2013, os laços que interconectam a internet e a rua ficaram mais fortes e evidentes, especialmente a partir das novas possibilidades de exploração das linguagens. De maneira bastante significativa, os memes tornaram-se uma forma divertida de comentar os acontecimentos políticos, questionar seus representantes, criticar o trabalho da mídia de referência, etc. Sua alta capacidade de concisão, adequada ao formato da internet, e sua linguagem popular, desdobraram-se num enorme potencial de propagação das informações. Já é comum ficarmos sabendo o que aconteceu – ou que algo está acontecendo – primeiro pelos memes, a tal ponto que é impossível pensarmos na construção da cena política atual sem fazer alusão a eles. Para além da piada, seus usos podem atuar no processo de ressignificação dos discursos, pela caracterização dos atores envolvidos no processo e pela exploração de novos ângulos da informação, especialmente como forma de deflagrar interesses e ideologias implícitos ou encobertos pelo manto da imparcialidade e da verdade.

Sob este aspecto, desempenham um papel dentro das dinâmicas comunicativas contemporâneas que os aproximam da ideia de notícia enquanto mecanismo capaz de gerar notoriedade aos acontecimentos. Embora estejamos falando de formas distintas de organizar a realidade, cada uma sujeita a procedimentos técnicos e éticos próprios, ambas se configuram como materializações perceptuais de uma dada realidade,

ganhando pregnância na medida em que suas formas de organizar o mundo social tornam-se recorrentes nas trocas entre os sujeitos. Num contexto onde os conceitos tradicionais de verdade e credibilidade tornam-se fluídos e a verossimilhança ganha “mais peso que a comprovação” (CASTILHO, 2016, *online*), os memes não apenas ampliam seu valor informativo, como em muitos momentos podem se apresentar como mais verídicos que as próprias notícias. A repetição massiva de percepções midiaticamente compartilhadas, seja através de notícias veiculadas por grandes corporações jornalísticas ou de memes criados pelos indivíduos, impõe ao jornalismo novos desafios. A necessidade de problematizar o peso que as convicções passaram a ter em relação às evidências e às provas ganha cada vez mais urgência.

O período eleitoral de 2014 - que ficou conhecido como “as eleições da zueira” - trouxe tudo isso à tona com uma força que é comum aos momentos de ânimos alterados por disputas de poder. Servindo aos mais variados interesses, os memes tornaram-se mecanismos de ataque e defesa, de disseminação de ideias e informações – fossem elas falsas ou verídicas -, de críticas e de apoio a ações políticas, etc. A possibilidade de participação através de um processo simples de interação e com grande abertura criativa para manipulação dos conteúdos disponíveis em rede fez deles um recurso recorrente de comunicação. O primeiro aspecto que a análise dos memes sobre os debates transmitidos pela *Rede Globo* nos permite observar diz respeito ao pressuposto de que a popularidade dos memes está vinculada aos usos que eles fazem das mais variadas expressões da cultura popular. A partir dos memes que compõem o objeto empírico do estudo temos contato com um imaginário social e político que perpassa pelos mais variados discursos midiáticos, principalmente os televisivos. Telenovelas, filmes, programas jornalísticos e de auditório, comerciais, personalidades reais e ficcionais da TV, etc., formam a base imagética que serve de argamassa para a construção dos discursos meméticos. Além disso, também é comum a referência a outros memes, o que aponta para uma consolidação desta linguagem que passa a fazer parte das trocas midiáticas.

Trata-se de um pensamento que estabelece suas bases no movimento e na fluidez das interações mediadas, nas quais o exercício da criação confronta-se diretamente com uma paisagem cultural múltipla e contraditória. Uma reposta ao ambiente caótico e incerto do ciberespaço, onde os memes ora funcionam como contraponto a discursos políticos e midiáticos, ora como uma forma de reforçá-los, reafirmando estereótipos e contribuindo para a polarização dos debates.

No cenário que se construiu depois das eleições, a atuação dos memes tornou-se ainda mais significativa para compreensão dos acontecimentos político-midiáticos, dando vida a uma verdadeira “guerrilha semiológica”, nos termos colocados por Eco ainda em 1968. A realização de um processo de impeachment sob fortes suspeitas de inconstitucionalidade, a posse de um governo considerado ilegítimo por grande parte da população, a omissão e o tratamento tendencioso de acontecimentos políticos por parte da imprensa dita de referência, a iminente perda de direitos dos cidadãos e uma série de outros desdobramentos tiveram nos memes veículo de crítica, chacota e disputa de sentidos.

Se, conforme observa Sant’Anna (2009), numa democracia popularmente constituída a paródia corre o risco de banalizar seus efeitos, em um contexto onde aspectos dessas práticas representativas são de alguma maneira ameaçados, ela pode despontar como uma ferramenta bastante expressiva de contrapoder. Isso porque tem a possibilidade de contrapor discursos que reafirmam modelos historicamente constituídos de hierarquização e exclusão, especialmente no que se refere ao “poder dizer” algo sobre. Quando pensamos na paródia e na apropriação como um “deslocamento da propriedade do texto, na eliminação dos donos da escrita e na possibilidade de cada criador manipular o real do texto segundo suas inclinações críticas” (p.49), verificamos sua aproximação com os regimes políticos mais democráticos. É o contrário do que acontece com aquilo que o autor chama de “eixo parafrásico”, típico dos regimes totalitários, onde os discursos que se opõem às práticas de poder geralmente são coibidos, dificultando o questionamento e a alteração de determinadas práticas.

A situação, contudo, é mais complexa do que pode sugerir essa dicotomia, especialmente quando consideramos os artifícios que podem ser utilizados para encenar a própria condição democrática, mesmo em situações nas quais as ações políticas operam em desacordo com este modelo. A produção dos discursos políticos a partir do jogo de máscaras proposto por Charaudeau (2008) inscreve-se nesse princípio, através do qual os atores que participam do processo assumem (ou buscam assumir) papéis através dos quais irão contribuir para o fortalecimento ou enfraquecimento de determinadas dinâmicas de poder. Em 1984, Orwell estabelece essa condição pela ilusão de uma guerra constante, cujo adversário está sempre mudando, ou então pela criação de um inimigo nacional - Goldstein -, ao qual todo ódio deve ser dirigido. Já em *Neuromancer*, Gibson propõe uma ampliação no nível da própria encenação, estendendo-a para os limites entre o real e o virtual. Um

lugar onde os mecanismos que garantem a manutenção ou a ruptura dos poderes em jogo baseia-se na crença de uma imagem mais real do que a própria realidade.

Os debates - e a *cenografia memética* que se estruturou a partir deles - possuem um forte valor ilustrativo neste sentido, especialmente quando levamos em consideração o que representam para o processo democrático como um todo. De um modo bastante característico - e por vezes estereotipado -, tornaram-se um símbolo, um momento onde os candidatos que participam de um processo eleitoral teriam para expor suas ideias, confrontar seus adversários e argumentar sobre suas propostas de governo de maneira direta, sem artifícios e com igualdade de recursos. Enquanto eventos jornalísticos programados, porém, baseiam-se numa certa encenação dos acontecimentos, a qual se organiza a partir de um determinado número de regras impostas pelas próprias características do aparelho midiático ao qual se vinculam. Nesse sentido, são também o resultado da capacidade de seus participantes de se apropriarem de técnicas e recursos linguísticos e semiológicos oferecidos pela linguagem para fazer valer os discursos que defendem. Funcionam assim, como uma espécie de encenação espetacularizada da própria democracia.

Os memes produzidos a partir deles, ao mesmo tempo em que agem no sentido de dar continuidade ao espetáculo criado, também funcionam como elemento de ruptura, revelando seus mecanismos e questionando seus usos. Na medida em que se apropriam das imagens de uma realidade previamente mediada, num claro processo de *remediation*, e sobre elas produzem novos sentidos através dos desvios discursivos que propõem, os memes agem diretamente sobre as regras até então estipuladas para o jogo político-midiático. É como se o público, na figura do internauta, se identificasse tanto com Winston (de *1984*), adquirindo a permissão de manipular a informação para melhor enquadrá-la a sua noção de verdade, como de Case (de *Neuromancer*), que busca na ilusão de diferentes realidades alento para sua própria condição. O que aproxima esses personagens do anônimo que produz seus memes na internet é a possibilidade de reenquadrar a realidade a partir de seus próprios parâmetros e experiências, dentre os quais a mídia e o jornalismo são apenas algumas das esferas constitutivas.

Num sistema democrático que se configura como representativo e deliberativo espera-se que o jornalismo desenvolva a capacidade de trazer para o âmbito da deliberação, ou pelo menos da discussão pública, problemáticas levantadas no campo das conversações. Nesse sentido, os memes podem se tornar importantes pistas de problemáticas que

abrangem a esfera pública, especialmente em seus desdobramentos mais populares. Se, na medida em que servem para popularizar o debate político também passam a ser suspeitos de despolitizá-lo, há de se questionar o quanto isso não é o reflexo de um sistema representativo – seja em sua instância política ou jornalística – que sobreposição interesses privados aos interesses públicos. Ou seja, não podemos descartar a parcela que o imaginário social criado ao longo dos tempos por uma representação político-midiática inscrita num sistema socialmente desigual e exclusor tem nessa condição.

Quando pensamos no caráter emocional com que a informação é tratada pela televisão, por exemplo, temos no debate um tipo de evento que se aproveita de nossa crença nas imagens para nos fazer aceitar como verdadeiro tudo o que se passa em seu interior. Aspecto este que é reforçado pelo discurso jornalístico a ele associado. O fato de acontecerem sem a participação direta do público, ou apenas com intervenções controladas de acordo com suas regras pré-estabelecidas, também ajuda a criar um espaço relativamente estável para que os atores políticos possam atuar de acordo com suas próprias intenções discursivas. O que os memes fazem, de certa forma, é bagunçar um pouco essas condições. Ao se apropriarem de recursos que permitem tratar a informação por seu caráter igualmente emotivo, rerepresentando a situação em um novo contexto e sob uma nova perspectiva, tornam-se um mecanismo que rompe com a cena criada para os debates, agindo diretamente sobre os efeitos de verdade a eles associados. É como se, ao revelarem aspectos de sua encenação, fossem capazes de interromper a suspensão da descrença momentaneamente criada pela linguagem televisiva.

Não se trata, em absoluto, de um jogo de forças de iguais proporções. Os discursos de resistência tendem a ser mais voláteis e efêmeros do que discursos já institucionalizados e recorrentes do poder, tanto pelo tempo que estes se encontram em circulação como por seu alcance e abrangência devido ao uso de mecanismos que auxiliam em sua propagação em larga escala. São discursos que precisam se adaptar na mesma medida em que vão sendo apropriados por expressões hegemônicas do próprio poder. Em outras palavras, a resistência requer a constante subversão da forma para colocar em movimento os discursos e gerar conflitos, caso contrário corre o risco de ser assimilada pelos mesmos mecânicos que pretende combater. Considerando ainda que, conforme destaca Castells (2013), as mudanças nem sempre se concretizam da maneira como foram inicialmente pensadas por seus agentes, os próprios memes, na medida em que vão sendo configurados

como um novo gênero midiático, ficam também sujeitos às regras já institucionalizadas dos discursos político-midiáticos.

Isso não anula, contudo, o jogo através do qual as lutas e afrontamentos são capazes de expor as defasagens e contradições presentes nos mecanismos do poder, uma vez que tal dinâmica acontece através de uma multiplicidade de forças e correlações (FOUCAULT, 1988). A análise do material coletado nos permite observar que os memes funcionam como exercício de contrapoder quando parodiam os discursos político-midiáticos expressos nos e pelos debates, colocando-os em jogo com pelo menos um contraponto irônico. Quando a alusão ao evento de origem se perde, o sentido paródico também corre o risco de se esvaziar, com a mensagem podendo ser utilizada inclusive para reforçar discursos já caracterizados de poder. Em outras palavras, o exercício de contrapoder ocorre quando dois ou mais sentidos encontram-se em uma disputa propriamente simbólica de sentidos no interior do texto/imagem em questão. Ou então, quando servem para propagar ideias cujo teor contestatório ou subversivo já se encontra expresso no discurso de origem.

Com base na organização proposta para construção da *cenografia memética* que se formou a partir dos debates, também é possível constatar que:

a) Os memes podem funcionar como exercício de contrapoder aos atores que participam do jogo político-midiático e às ideias e posicionamentos a eles vinculados na medida em que os ridicularizam e/ou desqualificam suas falas ao longo dos debates. Isso acontece porque, dentro de um sistema representativo, esses atores se encontram em uma disputa de poder para atribuir as suas próprias imagens certo tipo de autoridade. Ou seja, de serem reconhecidos pelos co-enunciadores de seus discursos como sendo aptos para proferí-los. Nos exemplos analisados, os memes que melhor atendem a essa premissa são aqueles cuja chacota não se dirige estritamente às características físicas ou aspectos da vida íntima de seus interactantes, mas que os associam a controvérsias ou incoerências de seus discursos político-ideológicos. Geralmente conseguem esse efeito de sentido quando articulam entre si elementos que co-relacionam as *faces negativa e positiva* de seus atores, apresentando-os a partir de seu contraponto irônico.

b) Os memes podem funcionar como exercício de contrapoder aos processos de encenação nos quais se fundam os discursos político-midiáticos quando revelam artifícios e estratégias que servem para

estruturá-los. Embora a ideia de um poder das mídias esteja mais significativamente relacionado aos discursos que ganham respaldo na medida em que circulam por elas, é principalmente através de seus diferentes suportes que eles se estruturam. Desse modo, a *mise-en-scène* que sustenta a cena política e os jogos de poder por trás dela só é possível na atualidade na medida em que seus participantes se apropriam com eficiência dos recursos e artifícios midiaticamente disponíveis. Em função disso, quando um meme apropria-se de uma expressão que se elabora no *frontstage* da cena política (como no caso dos debates) para questionar ou revelar dinâmicas que ficam escondidas em seu *backstage*, ele age como um recurso de subversão de poderes expressos. Em contraste com a sua própria linguagem, que pauta-se na apresentação de uma imagem da realidade altamente manipulada e distorcida, propõe tornar transparente aquilo que já se pretendia transparente, revelando sua condição de encenação. E ao ser percebido como jogo, como artifício, o poder fragiliza-se em seus próprios efeitos de sentido.

c) Os memes podem funcionar como exercício de contrapoder a falas, acontecimentos e discursos midiaticamente produzidos e que se relacionam, de alguma maneira, às instâncias através das quais o poder exerce seus domínios. Fazem isso na medida em que os parodiam, revelando sentidos inicialmente ocultos no texto/imagem de origem. Embora no caso dos debates uma grande parcela dos memes sirva como instrumento de repercussão daquilo que aconteceu no interior dos próprios eventos, é possível observar também práticas através das quais eles conseguem estabelecer contrapontos a isso. Nesse sentido, aparecem como uma alternativa ao enredo que se construiu. Isso ocorre principalmente em dois momentos: quando parafraseiam ou estilizam discursos e atitudes que se configuram previamente por suas posições contrárias a relações caracterizadas de poder, ou quando estabelecem sobre os acontecimentos e falas dos debates uma perspectiva que questiona ou nega um determinado discurso de poder.

Nesses momentos, os memes tornam-se a vaia que podia ser proferida contra os políticos quando os debates eram realizados em praça pública, o tomate que podia ser atirado nos atores de teatro dos festivais dionisíacos quando o desempenho destes não era satisfatório, a criança que podia apontar seu o dedo para desfazer a farsa e revelar que o rei estava nu no conto de Andersen. Ações que nos debates televisivos normalmente ficavam restritas a pesquisas de opinião realizadas após os

debates, ou então a comentários e matérias jornalísticas sobre o desempenho dos candidatos. O que se coloca em jogo agora é a possibilidade da revisão do modelo a partir da inserção de um novo elemento ao jogo: o meme como recurso que passa a fazer parte da dinâmica dos debates. Um contrapoder que se exerce na medida em que os discursos político-midiáticos vão sendo questionados e desconstruídos praticamente ao mesmo tempo em que vão sendo construídos.

Por certo, estas considerações não excluem a utilização dos memes como replicadores de discursos diretamente vinculados a práticas sob as quais se instituem as relações de poder. Enquanto recursos expressivos de um jogo que busca estabelecer sentidos próprios de acordo com os interesses de seus participantes, podem atuar de maneira distinta na medida em que são apropriados e re-apropriados por eles. Nesse sentido, uma pesquisa que se proponha a investigar os memes sob o viés de quem os enuncia poderia contribuir para o levantamento de possíveis interesses envolvidos em um dado acontecimento ou troca discursiva. Do ponto de vista da subversão cultural, e de como as questões autorais se organizam no contexto do ciberespaço, porém, é preciso cuidado para que esta perspectiva não corra o risco de reproduzir velhos modelos de representação do poder, especialmente aqueles que buscam demarcar quem pode falar sobre o que e em que momento. Tão ou mais importante do que descobrir a autoria de um meme, portanto, nos parece ser a observação mais criteriosa de quais discursos estão se (re)produzindo a partir deles, quem os protagonizam e sob que aspectos. E a partir disso, verificar seus graus de compartilhamento, para melhor compreender como a economia desses discursos vem se estruturando dentro de determinados contextos e grupos.

Em relação à política, considerando a rapidez com que a publicidade e o marketing se apropriam de novas linguagens e expressões para convertê-las em táticas de persuasão em seus discursos, é possível prever que os memes irão se tornar um recurso cada vez mais utilizado nas trocas que a envolvem. A perspectiva do anonimato possibilita aqui a reprodução de estereótipos e mesmo de discursos de ódio para atacar e desconstruir a imagem do outro, do adversário. Nos memes analisados, especialmente naqueles que buscam caracterizar os atores, é recorrente o tom pejorativo, ou então, naqueles com clara vertente ideológica, é comum a exploração de informações falsas ou de ideias do senso comum, contribuindo para a polarização dos debates. Por outro lado, o caráter informal e a aproximação com a estética

amadora e popular facilitam a identificação com o público, que a partir de uma dinâmica lúdica e divertida passa a acompanhar e comentar os acontecimentos políticos, ampliando sua participação. Enquanto ferramenta de comunicação, os memes devem se estabelecer cada vez mais como um mecanismo indispensável para construção da cena política, atuando diretamente na produção de seus discursos.

No que tange à mídia e ao jornalismo os memes passam a fazer parte das trocas comunicativas de modo a ampliar as percepções sobre a realidade, agindo diretamente sobre as possibilidades de organizá-la, de enquadrá-la. Sob este aspecto, despontam também como uma nova forma de representação da opinião pública, servindo em muitos momentos para balizar discursos jornalísticos como prova da relevância destes. Tal perspectiva, além da ampliação nos processos de participação midiática, possibilita que os memes ofereçam dados para um entendimento mais profundo e qualificado do público. O quanto estas expressões particularizadas dos acontecimentos são determinadas pelo imaginário social, político e midiático, ou podem agir sobre ele, modificando-o, é um ponto interessante a ser explorado em pesquisas futuras. Independente disso, sua atuação na constituição da memória social de nossa época já é observável devido ao grande volume de sua produção, ou mesmo por iniciativas que atestam seu valor de linguagem, como o *#museudememes*.

Num contexto onde as relações de afetividade e proximidade se sobrepõem à seriedade e impessoalidade dos discursos jornalísticos tradicionais, a noção de credibilidade também se altera. Em relação aos debates, os memes analisados apontam para uma falência do próprio modelo. Na medida em que deflagram sua condição de encenação, desqualificam sua promessa e questionam sua real contribuição para o processo democrático. Da dinâmica discursiva que nasce da relação entre mídias, podemos supor que os debates, enquanto produtos que passam a ser acompanhados e comentados simultaneamente pela televisão e pela internet, venham a se reestruturar com base em uma linguagem intermídia, híbrida, a exemplo dos memes. Do mesmo modo o jornalismo, na medida em que tem seus discursos publicamente questionados, tende a constituir-se a partir de novas fusões conceituais. Como isso afetará os processos de encenação político-midiáticas e jornalísticas de modo a criar novas suspensões da realidade, e como isso irá alterar as noções de verdade e credibilidade, depende de como o próprio jornalismo irá posicionar-se diante do processo.

Enquanto uma instituição que baseia os discursos sobre si mesma na ideia de ser uma ferramenta indispensável para a consolidação das

práticas democráticas, o jornalismo tem a obrigação de atuar como mecanismo de ampliação das vozes dos cidadãos, promovendo-os como atores indispensáveis para deliberação pública. O que os memes parecem deflagrar, contudo, é uma série de incoerências que se estabelece no âmbito dessas práticas, expondo como em certos níveis os discursos jornalísticos trabalham mais em favor da reprodução de determinados discursos políticos do que para a promoção de um debate efetivamente popular. Se não estão diretamente comprometidos na busca de uma solução para esta questão, os memes cumprem um papel importante na geração de resistências a ela. Ao deflagrarem a existência de outros olhares possíveis sobre os acontecimentos, apontam para necessidade de uma revisão do próprio jornalismo enquanto prática discursiva.

Em sua ação conjunta os memes parecem reafirmar a ideia de uma crise dos modelos representativos, na qual tanto a política como o jornalismo estão inscritos. A capacidade crítica que o público desenvolveu diante dos discursos produzidos por essas instâncias expressa-se nos memes a partir da denúncia aos interesses e relações que as estruturam. Com acesso a mais relatos e versões sobre os acontecimentos, o público passa a identificar incoerências entre o que é veiculado na mídia e o que está disponível na rede, e ao notarem essas lacunas, deixa de reconhecer nos discursos políticos e jornalísticos a legitimidade necessária para que estes possam representá-los plenamente. Se a eficácia simbólica de uma troca discursiva está associada ao direito que é dado àquele que profere a palavra por aquele que a experimenta, e não se reconhece no político ou no jornalista esse direito, seus discursos perdem o efeito e o valor. Na medida em que dão visibilidade a tais insatisfações, os memes deflagram a condição sob a qual os sistemas representativos sempre estiveram submetidos: a incapacidade de dar conta da complexidade da realidade e da diversidade de suas relações.

Este cenário ilustra, de certo modo, um dos possíveis desdobramentos da paródia, aquele no qual ela aproxima-se da ideia de decadência, funcionando como aquilo que Bosi, a partir das ideias de Hegel e Marx, demarca como “a última fase de uma forma histórica mundial” (SANT’ANNA, 2009, p.59). Segundo estes autores, “os deuses já feridos de morte uma vez, tragicamente no *Prometeu Acorrentado de Ésquilo*, tiveram de morrer uma vez mais comicamente, nos diálogos de Luciano” (p.59). É o caso de nos perguntarmos então, qual forma está em jogo com a construção paródica da realidade proposta pelos memes. Seria o próprio sistema representativo

deliberativo, cujos processos de disputas de poder são revelados em sua íntima relação com os processos da encenação midiática? Seria a falência de um modelo baseado em uma ideia de poder enquanto ordem, cuja existência estaria ameaçada pela possibilidade anárquica da auto-regulação? Uma nova forma de lidarmos com as dinâmicas do poder é possível, ou sua apropriação por velhas práticas de domínio e exclusão é inevitável?

Enquanto recurso criativo nas mãos de *ciberagitadores* - figura que concentra características do ciberagenciador e do ciberativista - os memes tornam-se uma alternativa com grande potencial de contaminação e sobreposição dos discursos. Se por um lado ainda funcionam como replicadores de ideias e pensamentos - uma perspectiva que remonta a própria origem do termo e age diretamente na reprodução de estereótipos e práticas do senso comum -, por outro, na medida em que permitem experimentar diferentes situações, tensionamentos e derivações nas produções artístico-culturais e informativas, também fazem circular novas possibilidades discursivas. Ao gerarem ruídos na comunicação, impondo sobre a mensagem uma condição instável, de sentido aberto e figurado, contribuem diretamente para um processo de desautomatização da informação. Ao passo que os discursos oficiais atuam para reforçar a linguagem, seus desdobramentos meméticos agem de modo a contestá-la, ou pelo menos, de colocá-la em movimento, experimentando-a a partir de outros vieses expressivos.

IMAGENS 179 e 180: *Outdoor* do governo de Michel Temer (PMDB) e sua resignificação



Fonte: Reproduções *Facebook*

Em sua vocação para misturar e para confundir os memes contribuem para aquilo que Assis (2006) chama de “bagunça criativa”, tornando-se um tipo de tática de protesto político-midiática com capacidade de ação sobre a economia dos discursos circulantes. Quando isso acontece, também operam como um exercício de contrapoder, afinal, num contexto que se configura pela reiteração de discursos de

poder, muito ajuda quem atrapalha, vide as imagens 179 e 180. Se nos debates os memes também atuaram como um contraponto aos discursos produzidos, modificando o contexto no qual estes estavam inscritos, podemos pressupor que, no âmbito das trocas cotidianas através das quais se reproduzem diversos modelos de hierarquização, eles também podem agir sobre os contextos que se apresentam. O quanto isso pode articular uma reaproximação do cidadão com as práticas da vida política, resgatando e consolidando dinâmicas tão importantes para as instituições democráticas, requer o acompanhamento constante de seus desdobramentos, os quais a cada nova apropriação ganham a possibilidade de se expressar a partir de novas relações. Uma perspectiva que reitera a ideia foucaultiana de que onde há poder, há também resistência.

Na medida em que entendemos o potencial dos memes em gerar discursos de resistência, precisamos considerar que sua melhor utilização enquanto ferramenta de expressão perpassa também pela compreensão de seus mecanismos e efeitos. Ou seja, a qualificação da mensagem memética enquanto um recurso de contrapoder não está situada apenas em seu caráter expressivo, mas na qualificação do senso crítico e de um amadurecimento na compreensão dos discursos que se produzem a partir dela. Assim como toda nova linguagem exigiu de seu público um determinado tipo de “educação” para que se estabelecesse a melhor exploração de seus recursos, também os memes precisam passar por um processo de “letramento” para que toda sua capacidade expressiva seja incorporada pelo público. Se não para destituição de um determinado sistema de representações de poder, para que o direito das massas em exigir mudanças nas relações de propriedade, conforme nos coloca Benjamin (2012), aconteça não pelo fascismo ou sua consequente estetização da vida política, mas pela revelação de uma verdade política através daquilo que Martín-Barbero (2013) diria se tratar da expressão de um popular reprimido que passa a ser acessado pelo massivo.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, C.W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. In: **Revista de Jornalismo ESPM**, Abril, Maio, Junho, 2013, p.29-89

ASSIS, Érico Gonçalves de. **Bagunçando a cultura: interferência e criatividade como tática de protesto**. Disponível em: <http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/Taticas%20ludico.midiatico.pdf>. Acesso em: 02/10/2014.

_____. **Táticas lúdico-midiáticas no ativismo político contemporâneo**. 2006. 283f. Dissertação (Mestrado). Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos, São Leopoldo: 2006.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rebelais**. São Paulo: Hucitec; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1993.

_____. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2010

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BENJAMIN, Walter. **Rua de mão única**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

_____. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2012.

BENTES, Ivana. O devir estético do capitalismo cognitivo. In: **XVI Encontro Nacional da Compós**. Curitiba, junho 2007.

_____. As novas formas de lutas pós-mídias digitais. In: **Lugar comum**, n.28, ISSN 14158604, 2009, p. 71-80.

_____. **Estéticas das redes: regimes de visualização no capitalismo cognitivo**. In: PESSOA, Fernando (Org.). **Seminários Internacionais Museu Vale, Cyber-arte-cultura: a trama das redes**. Rio de Janeiro: Suzy Muniz Produções, 2013

_____. Memética, multidão e midialivrisimo: a comunicação pós-mídia de massas. In: **Revista do Instituto Humanitas da Unisinos**, São Leopoldo, n.447, ano XIV, ISSN 1981-8793, 2014, p.31-34.

_____. **Guerrilha de sofá ou A imagem é o novo capital**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bentes-ivana-televisao-guerrilha.pdf>. Acesso em: 10/09/2014.

BEZERRA, Mirthyani. Interações são recorde na eleição, mas redes não alcançam todo eleitorado. [24 de outubro de 2014] São Paulo: **UOL Eleições 2014**. Disponível em: <http://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/10/24/interacoes-sao-records-na-eleicao-mas-redes-nao-alcancam-todo-eleitorado.htm>. Acesso em: 15/03/2015.

BIRMAN, Joel. O rei está nu: contrapoder e realização do desejo, na piada e no humor. In: **Psicologia Clínica**, Rio de Janeiro, vol.22, ISSN 0103-5665, 2010, p.175-191

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

BÖRZSEI, Linda K. **Makes a meme instead**: a concise history of a internet memes. Utrecht University, 2013. Disponível em: http://works.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=linda_borzsei. Acesso em: 10/09/2014.

BRASIL, Antonio. Telejornalismo pós-industrial: Drones, ninjas e jornalismo imersivo. In: **Revista do Instituto Humanitas da Unisinos**, São Leopoldo, n.447, ano XIV, ISSN 1981-8793, 2014, p.18-20.

BRASIL, Antonio. SÉKULA, Ricardo José. Quando a paródia revela silêncios do jornalismo: uma reflexão a partir de memes sobre o Jornal Nacional. In: **Anais III Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no jornalismo**: Os silêncios do jornalismo. Florianópolis-SC, 2015, ISSN – Mejor 2237-4248, p.288-303.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation**: understanding the new media. EUA, 2000.

BOURRIAUD, Nicolas. **Pós-produção**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Terra e Paz, 1999.

_____. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTILHO, Carlos. Apertem os cintos, estamos entrando na era pós-verdade. [26 de setembro de 2016] Florianópolis: **Objethos**. Disponível em: <https://objethos.wordpress.com/2016/09/26/comentario-da-semana-apertem-os-cintos-estamos-entrando-na-era-da-pos-verdade/>. Acesso em: 27/09/2016.

CHAGAS, Viktor et al. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates nas Eleições 2014. In: **Revista Intexto**, 2016. [no prelo].

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

CORRÊA, Elizabeth Saad; SOUZA, Mauro Wilton de. (org.) **Mutações no espaço público contemporâneo**. São Paulo: Paulus, 2014.

COSTA, Luciano Martins. O midiativismo se multiplica. [21/08/2013] **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o-midiativismo-se-multiplica/>. Acesso em 15/09/2015.

CUPANI, Alberto. A tecnologia como problema filosófico: três enfoques. In: **Scientia & Studia**, São Paulo, v.2, n.4, 2004, p. 493-518.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia 2**, vol. 5. São Paulo: Ed. 34, 2008.

DE MASI, Domenico; PALIERI, Maria Serena. **O ócio criativo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

DERY, Mark. **Culture jamming: hacking, slashing and sniping in the empire of signs**. Open magazine pamphlet series, 1993.

DI FELICE, Massimo. Net-ativismo e ecologia da ação em contextos reticulares. In: **Contemporânea** (UFBA. Oline, v.11, 2013, p.267-283.

DIAS, Leila Christina. **Os sentidos da rede: notas para discussão**. In: DIAS, Leila Christina; LIMA DA SILVEIRA, Rogério Leandro (orgs.). **Redes, sociedades e territórios**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **A imagem sobrevivente: História da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário: introdução a arquetipologia geral**. Lisboa: Presença, 1989.

EAGLETON, Terry. **As ilusões do pós-modernismo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1998.

ECO, Umberto. **Guerrilha Semiológica**. In: ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 165-175. [original do artigo: 1968]

_____. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

_____. **História da feiúra**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

ENTMAN, Robert M. Cascading activation: Contesting the White House's Frame After 9/11. In: **Political Communication**. Taylor & Francis Inc.: 2003, p. 415-432.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FECHINE, Yvana. Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. In: **XIII Encontro Anual da Compós**, Universidade Federal do Pará, maio de 2014.

FERREIRA, Gil Baptista. Qual o papel do jornalismo nas democracias contemporâneas? In: **Jornalismo público e deliberação política**. Exedra, Número Especial: 2011, p.79-92.

FONTANELLA, Fernando Israel. O que vem de baixo nos atinge: intertextualidade, reconhecimento e prazer na cultura *digital trash*. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Curitiba, PR, setembro de 2009.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

_____. **História da sexualidade**, vol. 1: a vontade de saber. Rio de Janeiro: Graal, 1997.

_____. **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, 2012.

GASPARI, Elio. Esquerda e direita. [20 de outubro de 2010]. Porto Alegre: **Correio do Povo**, p.02.

GIBSON, William. **Neuromancer**. São Paulo: Aleph, 2008.

GOFFMAN, Erving. *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Boston-Massachusetts: Northeastern University Press, 1986.

HADLEY, Freeman. From shopping to naked selfies: how 'empowerment' lost its meaning. [19 de abril de 2016] Londres: **The Guardian**. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2016/apr/19/from-shopping-to-naked-selfies-how-empowerment-lost-its-meaning-feminism>. Acesso em: 20/04/2016.

HALBWACHS, Maurice; SIDOU, Beatriz. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006.

HARVEY, David. Harvey vê a revolta curda e o pós-capitalismo. [17 de agosto de 2015] São Paulo: **Outras Palavras**. Entrevista concedida a Sardar Saadi. Disponível em: <http://outraspalavras.net/posts/david-harvey-ve-a-revolta-curda-e-o-pos-capitalismo/>. Acesso em: 10/10/2015.

HANSEN, Gilvan Luiz et al. Mudança estrutural da esfera pública: cinquenta anos de um texto atual e multifacetado. In: **Problema**: Revista Internacional de Filosofia. Vol. 03, N. 02, ISSN 2236-8612, 2012, p. 101-126.

HOME, Stewart. **Assalto à cultura**: utopia subversão guerrilha na (anti) arte do século XX. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2004.

HORA, Daniel. **Práticas e ideologias do hackeamento nas redes visuais**. [s.d.] Disponível em: http://www.academia.edu/3506539/Práticas_e_ideologias_do_hackeamento_nas_artes_visuais. Acesso em: 10/10/2015.

HUTCHEON, Linda. **Uma teoria da paródia**: ensinamentos das formas de arte do século XX. Lisboa: Edições 70, 1985.

INOCÊNCIO, Luana. **As eleições da zueira**: interação, entretenimento e memetização do discurso político nas eleições presidenciais de 2014. In: NICOLAU, Marcos. (Org.) **Compartilhamento em rede**: práticas interacionais no ciberespaço. João Pessoa-PA: Ideia, 2014. p. 344-376.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Editora Aleph, 2014.

JESUS, Luís Miguel Costa. **Produção, reprodução e reflexividade**: o caso dos Advice Animals. 2013. 101f. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Coimbra: 2013.

KNOBEL, Michele; LANKSHEAN, Colin. **Online memes, affinities, and cultural production**. In: KNOBEL, Michele; LANKSHEAN, Colin (orgs.). **A new literacies sampler**. New York: Peter Lang, 2007, p. 199-227.

LASCH, Christopher. **Journalism, publicity, and the lost art of argument**. Kettering Review, 1995, pp. 44–50.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos**: ensaio de antropologia simétrica. 2. Ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2009.

LEGROS, Patrick. **Sociologia do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LEMOS, André. **Viver-cultura-remix**. In: ARAUJO, Denize Correa (org.) **Imagem (ir)realidade**: comunicação e cibermídia. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 00-00

_____. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. **Mídias massivas e pós-massivas no fluxo das redes**. In: **Revista do Instituto Humanitas da Unisinos**, São Leopoldo, n.447, ano XIV, ISSN 1981-8793, 2014, p.28-30.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1998.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. São Paulo: Vozes, 2008.

LONGHI, Raquel Ritter. **O audiovisual como gênero expressivo e sua reconfiguração no jornalismo online**. In: **Estudos em Comunicação**, Universidade de Beira Interior, Portugal, n.16, 2014, p.69-88.

MACHADO, Maria Berenice da Costa. **Debates das campanhas presidenciais: Brasil 1989-2010**. In: 2011. In: **VIII Encontro Nacional da Mídia Unicentro**, Guarapuava-PR – 28 a 30 de Abril de 2011.

MACIEL, Danielle Edite Ferreira. **Midiativismo**: entre a democratização e a assimilação capitalista. 2012. 157 f. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo: 2012.

MAIA, Rousiley C. M. (org.) **Deliberação e mídia**. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

_____. A deliberação nos media: apontamentos conceituais. In: **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, PósCom-Metodista, a. 29, n. 50, 2008/02, p. 81-101

MAINGUENEAU, Dominique. **Termos-chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006

_____. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola, 2008.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **@ internet e a #rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre-RS: Editora Sulina, 2013.

MARTÍN-ARBERO, Jesus. **Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século**. In: MORAES, Denis de. (org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, 51-80.

_____. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 2013.

McCARTHY, David. **Art pop**. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

McCLOUD, Scott. **Desvendando os quadrinhos**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora, 2005.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação: como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2001.

MEDITISCH, Eduardo. **Jornalismo e a construção social do acontecimento**. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. (Orgs). **Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010. p. 19-41.

_____. **Os múltiplos framings do acontecimento no jornalismo**. In: MEDITISCH, Eduardo; SILVA, Gislene; VOGEL,

Daisi. (org.) **Jornalismo e acontecimento**: tramas conceituais. Florianópolis: Insular, 2013, p.17-29.

MIGUEL, Luis Felipe. Falar bonito: o Kitsch como estratégia discursiva. In: **Revista Brasileira de Ciências Políticas**. [online version] ISSN 2178-4884 n.6 Brasília Jul/Dez 2011.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

ORWELL, George. **1984**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

PARISER, Eli. **The Filter Bubble**: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think. New York: Penguin Press, 2011.

PRIMO, Alex. **Digital trash e lixo midiático**: A cauda longa da micromídia digital. In: Vinicius Andrade Pereira. (Org.). **Cultura digital trash**: linguagens, comportamentos, entretenimento e consumo. Rio de Janeiro: e- Papers, p. 77-93.

RECUERO, Raquel da Cunha. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. In: **Revista Famecos**, n.32. Porto Alegre, 2007, pp. 23-31.

REESE, S. D.; GANDY JR., O. H.; GRANT, A. E. (eds). **Framing public life**: perspectives on media and our understanding of the social life. New Jersey: Lawrence Erlbaum Publishers, 2003.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**, vol. 1, 2 e 3. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

ROCHA, Cleomar. Deslumbramentos e encantamentos: estratégias tecnológicas das interfaces computacionais. [s.d.]. Rio de Janeiro: **Revista Zona Digital**, Ano I, n.03. Disponível em: <http://zonadigital.pacc.ufrj.br/deslumbramentos-e-encantamentos-estrategias-tecnologicas-das-interfaces-computacionais/>. Acesso em: 12/04/2016.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. (Org.) **Eleições presidenciais de 2002 no Brasil**: Ensaios sobre Mídia, Cultura e Política. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

SANT'ANNA. **Paródia, paráfrase & Cia**. São Paulo: Editora Ática, 2007.

SANTOS, Jeana. Quando a carnavalização da notícia é a própria notícia. [8 de fevereiro 2016] Florianópolis: **Objethos**. Disponível em: <https://objethos.wordpress.com/2016/02/08/comentario-da-semana-quando-a-carnavalizacao-da-noticia-e-a-propria-noticia/>. Acesso em: 12/04/2016.

SÉKULA, Ricardo José. **Memória, imaginário e ideologia nos memes sobre os debates eleitorais de 2014**. In: ROMANCINI, Richard; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Orgs.). **Anais do XIV Congresso Internacional IBERCOM 2015**: comunicação, cultura e mídias sociais. São Paulo: ECA-USP, 2015. ISBN 978-85-7205-150-7, pp.3894-3904.

_____. A paródia do jornalismo contribui para sua crise representativa? In: CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Questões para um jornalismo em crise**. Florianópolis: Insular, 2015. p.179-195.

_____. Os memes e a perspectiva transdisciplinar nas pesquisas em jornalismo. In: **Anais do XIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**: pesquisa em jornalismo e reconfiguração de fronteiras: tensões, interfaces, diálogos. Campo Grande-MS: UFMS, 2015, s.n.

_____. O que um meme tem a nos dizer sobre o preconceito no jornalismo [22 de abril de 2016] Florianópolis: **Objethos**. Disponível em: <https://objethos.wordpress.com/2016/04/22/ponto-de-vista-o-que-um-meme-tem-a-nos-dizer-sobre-o-preconceito-no-jornalismo/>. Acesso em: 22/04/2016.

SERRES, Michel. **Elementos para uma história das ciências**. Lisboa: Terramar, 1996.

SHELLEY, Mary Wollstonecraft. **Frankenstein**. São Paulo: Difusão Cultural do Livro, 2007.

SHIFMAN, Limor. **Memes in digital culture**. Cambridge, Massachusetts: The Mit Press Massachusetts Institutes of Technology, 2014.

SILVEIRA, Mauro César. **A batalha de papel**: a charge como arma na guerra contra o Paraguai. Florianópolis-SC: Editora UFSC, 2015.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

TAVARES, Braulio. **Frankenstein pirateado**. [10/10/2015] Disponível em: <http://mundofantasma.blogspot.com.br/2015/10/3942-frankenstein-pirateado-11102015.html>. Acesso em: 10/10/2015.

TAVERNARI, Mariana. Modelos de protagonismo e deslizamentos narrativos em memes na internet. In: **XXXVI Intercom**: Manaus, 2013.

TAYOR, Roger. **Arte, inimiga do povo**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2005.

VIEIRA, Mônica Brito; SILVA, Filipe Carreira da. Democracia deliberativa hoje: desafios e perspectivas. In: **Revista Brasileira de Ciência Política**, n.10. Brasília, janeiro - abril de 2013, pp. 151-194.

VOGEL, Daisi. **O acontecimento no jornalismo e na arte**. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. (org). **Jornalismo e acontecimento**: mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular, 2010. p. 63-76

XAVIER, Ismail. (org.) **A experiência do cinema**. Rio de Janeiro: Edições Graal: Embrafilmes, 1983.

WEBER, Maria Helena; ABREU, Carmem R. **Debate político-eleitoral**: jogo de cena e dispositivo estratégico. In: MIGUEL, Luis Felipe; BRIOLI, Flávia. (Org.). **Mídia, representação e democracia no Brasil**: estudos de comunicação política. São Paulo: Hucitec, 2010.

Links memes debates eleitorais *Rede Globo/G1*

1º turno

<http://noticias.bol.uol.com.br/fotos/eleicoes/2014/10/03/eleicoes-2014-confira-os-melhores-memes-do-debate-na-globo.htm>. Acesso em: 09/03/2015.

<http://www.tecmundo.com.br/eleicoes-2014/63965-ultimo-debate-primeiro-turno-gera-memes-montagens-sensacionais.htm>. Acesso em: 09/03/2015.

<http://www.papelpop.com/2014/10/debate-na-globo-30-memes-e-zoeiras-que-rolaram-na-internet/>. Acesso em: 09/03/2015.

<http://www.psafes.com/blog/debate-presidencia-globo-melhores-memes/>. Acesso em: 09/03/2015.

<http://www.meionorte.com/entretenimento/ultimo-debate-do-1-turno-com-presidenciaveis-gera-memes-na-internet-259599>. Acesso em: 09/03/2015.

http://brasil.elpais.com/brasil/2014/10/24/album/1414185118_632968.html#1414185118_632968_1414186765. Acesso em: 09/03/2015.

<http://capricho.abril.com.br/famosos/veja-20-memes-ultimo-debate-candidatos-presidencia-804177.shtml>. Acesso em: 09/03/2015.

<https://br.financas.yahoo.com/fotos/confira-os-memes-do-ultimo-debate-com-os-candidatos-a-presidencia-1412311790-slideshow/debate-tv-globo-photo-1412311773560.html>. Acesso em: 09/03/2015.

<http://www.aimorridesungabranca.com/2014/10/parem-as-maquinas-debate-dos.html>. Acesso em: 09/03/2015.

<http://www.otempo.com.br/hotsites/eleicoes-2014/debate-de-presidenciaveis-gera-memes-nas-redes-sociais-1.926147>. Acesso em: 09/03/2015.

<http://www.ligacaoteen.com.br/curiosidade-humor/confira-alguns-dos-memes-compartilhados-durante-o-debate-da-globo/62866/>. Acesso em: 09/03/2015.

<http://tectudoitz.blogspot.com.br/2014/10/ultimo-debate-do-1-turno-com.html>. Acesso em: 09/03/2015.

2o turno

<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/eleicoes/2014/20-memes-sobre-o-debate-na-globo-efcxzh8tkmttq0bezupwlfpe6>. Acesso em: 13/03/2015.

<http://gaucha.clicrbs.com.br/rs/noticia-aberta/confira-os-memes-que-movimentaram-o-ultimo-debate-entre-os-candidatos-a-presidencia-120747.html>. Acesso em: 13/03/2015.

<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/eleicoes-2014/noticia/2014/10/veja-os-melhores-memes-e-tuites-sobre-o-debate-entre-aecio-e-dilma-4628716.html>. Acesso em: 13/03/2015.

<http://www.opovo.com.br/app/politica/eleicoes2014/2014/10/24/noteleicoes2014.3336675/confira-o-que-rola-nas-redes-sociais-no-ultimo-debate-presidencial.shtml>. Acesso em: 13/03/2015.

<https://geloelimaodotcom.wordpress.com/2014/10/25/os-memes-do-ultimo-debate-na-globo-vao-deixar-saudades/>. Acesso em: 13/03/2015.

<http://vejasp.abril.com.br/blogs/pop/2014/10/24/debate-aecio-dilma-tv-globo-piadas-memes/>. Acesso em: 13/03/2015.

<http://www.br.noticias.voxquo.com/noticia-detalle-media.asp?id=1350013&t=Veja-os-melhores-memes-e-tu%EDtes-sobre-o-debate-entre-A%E9cio-e-Dilma>. Acesso em: 13/03/2015.