

“Eu não tenho nada a ver com isso!”:

A repercussão de memes na Eleição presidencial de 2014

Epitácio Germano¹

Fábio Ronaldo da Silva²

Resumo:

O presente trabalho traz uma reflexão sobre o uso dos memes nas redes sociais digitais. A escolha por tal objeto se deve pelo fato de percebermos ainda uma discreta pesquisa sobre esse fenômeno cada vez mais constante na web. Faremos uma breve discussão sobre os conceitos de memes bem como a relação destes com a interatividade e os discursos neles inseridos. Os memes escolhidos para a pesquisa foram extraídos da *fanpage* do Facebook “Tv Revolta” durante os dias de 26 e 27 de agosto, no intervalo de tempo em aconteceu o debate entre os presidentiáveis, transmitido pela TV Bandeirantes (Band), e durante os dias 1 e 2 de setembro, referente ao mesmo intervalo de tempo em que aconteceu a transmissão do debate entre os candidatos pelo canal de televisão SBT. As imagens foram coletadas aleatoriamente, tendo como critério a repercussão dos fatos observados e publicados da rede a partir do comportamento dos candidatos presidentiáveis.

Palavras-chave: Redes sociais digitais. Memes. Internet. Eleições 2014.

Introdução

Lembra daquelas carinhas amarelas que representavam as emoções humanas e que foram bastante utilizadas em programas de bate-papo, a exemplo do Menseger (também conhecido como MSN)? De acordo com Jablonka (2012) os memes são uma evolução desses *emotions*.

Recuero (2009) afirma que Richard Dawkis foi o primeiro a trazer o conceito de meme em meados da década de 1970 quando comparava a evolução cultural com a evolução genética, sendo a primeira perpetuada pelas pessoas no processo da replicação ou, como se diz atualmente, do compartilhamento.

¹ Jornalista graduado pelas Faculdades Integradas de Patos – FIP. Email:epitaciogermano@gmail.com

² Mestre em História pelo PPGH/UFPA e doutorando em História pelo PPGH/UFPE. Professor do curso de Publicidade e Propaganda da Cesrei. E-mail: fabiocg@gmail.com

Qualquer coisa que possa ser aprendida e transmitida enquanto unidade autônoma é um meme. Por exemplo, ideias, valores, sons, línguas, palavras, bordões, desenhos, podem ser memes. As doutrinas e religiões são formadas por memes que perduram por séculos. Gírias são memes. O modo como nos vestimos são memes³.

Na Internet, os memes passaram a se uma tendência bastante forte com a Web 2.0 que traz consigo os weblogs e as redes sociais digitais bem como a forma de maior interação entre os usuários da internet. De acordo com Primo (2007), a web 2.0 contribui para que ocorra uma reformulação na forma de produção e compartilhamento de informações no universo online, havendo uma maior participação do internauta. O próprio webjornalismo passou por um processo de mudança e, com a web 2.0 algumas características foram adicionadas a forma de produção de jornalismo para a Internet, dentre elas, destacamos as seguintes:

- Hipertextualidade – Apontado como característica específica do jornalismo online e que interconecta textos (nas mais diversos tipos e formatos) através de links;
- Multimídia/Convergência – Convergência dos formatos das mídias tradicionais na narração do fato jornalístico. Casos transmídia (Jornal Record News) e cross-media (Jornal Hoje);
- Memória – Acúmulo de informações, disponibilização imediata de informações anteriores, maior viabilidade técnica e econômica.

Em uma era mais participativa ficou evidente a insatisfação de grande parte do público com as mídias tradicionais; as redes sociais se tornam um espaço de distribuição de informação e o sujeito deixa de ser apenas receptor e emissor de informações passando a ser também um interventor da própria realidade, não dependendo única e exclusivamente da mídia tradicional. Na década de 1990 veremos então, em vários países e, especificamente no Brasil, o surgimento de vários blogs de caráter colaborativo onde os blogueiros passavam a produzir, na maioria das vezes, matérias sobre assuntos que não eram explorados pela mídia ou aprofundavam assuntos trazidos pela mídia impressa ou televisiva.

³ Disponível em: <<http://www.martha.com.br/uma-brevissima-historia-do-meme/>>. Acessado em 03 de setembro de 2014.

Poderíamos, de forma sintética visto que o nosso texto versará sobre outro assunto, pensar as mudanças trazidas pela Internet e, principalmente com a web 2.0 esquematicamente da seguinte forma:

Antes da Internet	Depois da Internet
Informações centralizadas na imprensa	Grande quantidade e tipos de fontes e informações
Funções bem definidas nas redações	Fluxo de produção e horários variados
Opinião dos leitores apenas em cartas	Comentários e críticas em tempo real
Concorrência visível	Concorrência disseminada
Jornalista como único autor.	Autoria de equipe

Público/Usuário	
Pouca fidelidade as marcas	Leitor, receptor e interventor
Reconhece o seu poder	Compartilha o que é interessante

Sobre as redes sociais digitais como espaços de noticiabilidade, é sempre bom lembrar o que diz Recuero (2011) sobre esse assunto. A autora afirma que “as redes sociais não estão produzindo notícias, mas produzindo elementos que poder ser noticiados. Estão produzindo efeitos no jornalismo, mas não jornalismo”. (p.12)

Será nas redes sociais, todavia, por meio das conexões ou nós entre os autores sociais que as informações sucedem de forma rápida e interativa, (RECUERO, 2009). Enquanto que, por exemplo, no Twitter, o tweets, curtir e retweets são as maneiras mais utilizadas para interação, no Facebook o usuário terá o curtir, comentar e compartilhar.

Muitos usuários vão se utilizar das redes sociais da Internet para transmitir para os amigos que tem adicionados, informações que julgam interessante e que acreditam ser útil divulgar, bem como memes com conteúdo crítico, sarcástico ou humorístico.

Segundo Recuero (2009),

A presença de memes é relacionada ao capital social, na medida em que a motivação dos usuários para espalhá-las é, direta ou indiretamente, associada a um valor de grupo. Por exemplo, as pessoas que espalham os recados com imagens acreditam estar fazendo algo positivo, que deixará aquele que recebeu a mensagem contente. (p. 130).

E serão sobre esses memes, muitas vezes compartilhados no Facebook, que vamos falar a partir de agora.

Comunicação e Mídia: a repercussão dos memes nas Eleições 2014

Durante a primeira semana de setembro, período posterior a realização de dois debates entre os candidatos presidenciais às eleições⁴ de 2014 no Brasil, ambos com transmissões abertas pelas redes de televisão Bandeirantes e SBT, a repercussão dos temas abordados, tanto pelos candidatos quanto pelos jornalistas, começaram a ser disseminados pelos usuários das redes sociais digitais, diferente do que geralmente costuma ser visto a partir do compartilhamento do conteúdo noticioso produzido pelas mídias tradicionais, a exemplo de jornais televisivos, impressos e também sites.

A presença dos memes produzidos pelos próprios usuários e publicados na rede passou a ser considerado como uma novidade para este período, sobretudo, pela maneira interativa de compartilhar os pensamentos dos que estão acompanhando o momento político, ou também, o fato que comumente é caracterizado pela expressão do conteúdo humorístico.

Lemos (2002), ao fazer abordagem sobre a cibercultura e seus desdobramentos futuros, enfatiza a prática da comunicação como fatores passíveis de mudanças diárias, em que a cada momento surgem intervenções e, também, são criados novos paradigmas entrelaçado à própria cultura da sociedade o seu comportamento enquanto sociedade.

⁴ Após o regime militar que o Brasil passou entre os anos de 1964 a 1985 o país passa pela 7ª eleição presidencial direta sendo Dilma Rousseff (PT), Marina Silva (PSB), Aécio Neves (PSDB), Luciana Genro (PSOL), Eduardo Jorge (PV), Everaldo (PSC) e Levy Fidelix (PRTB) os principais candidatos.

Trata-se aqui da migração dos formatos, da lógica da reconfiguração e não do aniquilamento de formas anteriores. Não é transposição e não é aniquilação. Estamos mais uma vez diante da liberação do pólo da emissão, do surgimento de uma comunicação bidirecional sem controle de conteúdo. E novos instrumentos surgem a cada dia⁵ [...]

Ao se referir a migração dos diversos formatos apresentados pelas plataformas virtuais do ciberespaço, o autor relembra o sentido de desenvolvimento das redes a partir da expansão de suas bases em composições hiperlinkadas, principalmente, pelo auxílio das ferramentas disponíveis que são constantemente ampliadas e funcionam como novos suportes para o surgimento de programas e espaços mais interativos, que retratem os dispositivos com capacidade de agregar imagens, vídeos, sessões de chats, grupos, entre outros.

No caso específico dos memes, perceberemos que além da caracterização das figuras construídas pela retratação dos personagens, existirá ainda uma segunda particularidade, que será a expressão causada pela peça e a maneira com que ela será publicada, compartilhada e comentada pelos internautas nas redes. Sobre isto, Lemos (2002) ressalta que às mídias digitais pelas características de seus diferentes formatos e meios, nos quais costumam se constituir, tem atraído cada vez mais a inclusão de novos usuários e a formação de grupos de discussão nas redes. Neste sentido, a interação entre pessoas incide na formação de uma grande cadeia virtual, no espaço formatado pela capacidade da circulação de conteúdo e comunicação, sem necessariamente obedecerem regras linearmente o processo de discursos montados estrategicamente pela mídia, no sentido de provocar tal situação.

Sendo assim, a participação dos usuários nas redes sociais digitais e os conteúdos por eles produzidos e publicados representam a configuração de um outro espaço capaz de organizar e distribuir o fluxo de informações de maneira “democrática” e livre, muitas vezes trazendo para o conhecimento público a discussão de temas que podem gerar consequências para novos debates.

No debate presidenciável transmitido durante a noite do dia 26 de agosto pela rede de televisão do grupo Bandeirantes (BAND), participaram das discussões seis candidatos: Aécio Neves (PSDB), Dilma Rousseff (PT), Eduardo Jorge (PV), Levy Fidelix (PRTB), Luciana Genro (PSOL), Marina Silva (PSB) e Pastor Everaldo (PSC). Enquanto o debate acontecia na

⁵Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/2620279/cibercultura>> Acessado em 05 de setembro de 2014.

Tv, nas redes sociais digitais a repercussão era divulgada em tempo real pelos usuários a partir da produção e publicação de memes destacando os trechos de frases e posicionamentos dos candidatos aos temas debatidos e, outros, a retratação dos candidatos comparados á personagens de desenhos animados conhecidos nacionalmente.

A *fanpage* “TvRevolta” possui de 3.676.190 curtidas, o que significa a conexão direta deste número representada por usuários que fazem parte da rede e visualizam o conteúdo publicado. A página é atualizada diariamente com postagens de vídeos e imagens estáticas, dentre elas, memes citando os candidatos e casos registrados pela mídia relacionando outras situações, a exemplo da repercussão de escândalos, promessas e outros assuntos referentes às classes da política e, também problemas da sociedade.

No caso do debate da BAND, a repercussão na página gerou 19 publicações de memes entre os dias 26 e 27. Em todas as publicações da página, os memes fizeram alusão às situações caracterizadas pelo humor e pela provocação da rivalidade política durante o debate entre os presidenciáveis.

Vejamos alguns dos memes que circularam pelas redes sociais digitais que separamos para a análise:



Figura 1 - clipping realizado em 5 de setembro de 2014 – FanpageTv Revolta

No recorte acima, o candidato Eduardo Jorge (PV) é comparado a líderes mundiais retratado por uma montagem produzida e publicada pela página “Tv Revolta”. Além do

comparativo, uma bola foi colocada sobre a mão do candidato dando o toque de humor no meme, bem como ideia de super poderes. A imagem recebeu 221 curtidas e foi compartilhada por 96 usuários da rede social digital.

Blackmore⁶ (2002) trata da produção de memes como reflexo de uma informação copiada a partir da visão de tal situação visualizada por um sujeito, que mesmo sendo única, pode ser interpretada ou modificada de vários formatos, permitindo ainda, o processo de mudança de acordo com as ideias surgidas, logo que se repita a cópia de informações relacionadas para cada memes. Neste sentido, a construção dos memes pode relacionar ainda, consequências de situações anteriores, o que permite na produção de cada peça a relação livre de criar situações de contradição e também engraçada no envolvimento do sujeito, como podemos observar na figura a seguir, publicada pela *fanpage* “Tv Revolta” durante o debate.



Figura 2 - clipping realizado em 5 de setembro de 2014 – FanpageTv Revolta

O meme reproduzido acima faz referência ao candidato a presidente Pastor Everaldo (PSC), durante um dos momentos de fala no debate, entretanto, a mensagem ilustrada pela imagem em formato de balão demonstrando as palavras do candidato tem como característica

⁶BLACKMORE, Susan. A evolução das máquinas de memes. Trabalho apresentado no InternationalCongressonOntopsychologyandMemetics, Milão, 2002. Disponível em<<http://www.susanblackmore.co.uk/Conferences/OntopsychPort.htm>>. Acessado em 11/06/2011.

a provocação do humor. O meme publicado recebeu 250 curtidas e 100 usuários fizeram o compartilhamento na rede.

Na frase “Vou tentar não peidar no debate da BAND”, escrita na imagem que expressa um suposto pensamento, o meme além de retratar uma crítica as discussões dos candidatos no debate, tendo como parâmetro a caracterização e representação de cada um dos presidenciais, ele fez alusão há um momento anterior, quando o candidato participou de uma entrevista em outra emissora e depois um vídeo circulou nas redes confessando que o candidato teria soltado uma flatulência durante a entrevista, fato que o próprio presidencial confessou durante entrevista à imprensa⁷.

A partir do momento em que os memes produzidos nas plataformas virtuais começam a ser disseminados e compartilhados nas redes sociais digitais, verificamos a facilidade com que a informação se torna fluente e ganha a atenção dos usuários para popularização das imagens e, daí construir um outro caminho.

Os memes, popularizados com os blogs de humor, não apenas são criados para o consumo passivo dos usuários da internet, mas também dão a eles a oportunidade de criarem suas próprias histórias, utilizando-os em diversas situações. (CARACCILO, PENNER, FILHO, p. 6. 2011)

Sendo assim, verificamos também a reconfiguração dos espaços representados pelos memes, uma vez que tal possibilidade acontece pela condição de montagem dos cenários e a apresentação dos personagens de modo caracterizado de acordo com cada momento.

No debate realizado pelo SBT no dia 1 setembro entre os candidatos presidenciais, a *fanpage* “Tv Revolta” publicou durante o debate e no dia posterior nove memes. Em algumas das publicações, a exemplo da que iremos mostrar abaixo, os memes fizeram referência as frases ditas pelos candidatos, e também, a retratação de cenários inserindo os presidenciais, lembrando o público alguns dos programas da emissora que foram transmitidos no passado.

⁷“Teve pum. Mas foi silencioso e sem cheiro”, diz Pastor Everaldo sobre entrevista no JN – Matéria Blog Terra Magazine, publicado em 27 de agosto de 2014
<<http://terramagazine.terra.com.br/blogterramagazine/blog/2014/08/27/teve-pum-mas-foi-silencioso-e-sem-cheiro-diz-pastor-everaldo-sobre-video-no-jn/>> Acessado em 11/0/2014.



Figura 3 clipping realizado em 5 de setembro de 2014 – FanpageTV Revolta

Na imagem acima aparecem três dos sete candidatos que participaram do debate, sendo eles: Marina Silva (PSB) no canto direito, Dilma Rousseff (PT) no centro da figura e, Aécio Neves (PSDB), no lado direito. O cenário representado pelo meme faz referência ao programa “Tentação do Báu da Felicidade”, apresentado pela emissora da SBT durante o final da última década pelo apresentador Silvio Santos.

Na ilustração do quadro exibido pelo programa, as pessoas participavam e eram perguntadas pelo apresentador sobre diversos temas, depois da pergunta, todos contariam com três opções que eram apresentadas pelo cenário, quem acertasse o lugar com a resposta correta, teria a chance de escolher uma maçã e ser premiado com brindes e até dinheiro. Podemos verificar, portanto, a reconfiguração feita pelo meme a partir da utilização de outros cenários, trazendo para o presente a construção de uma nova realidade. Deste modo, podemos considerar tais formas de expressão por uma cultura criada pela própria mídia e seus usuários, permitindo a contextualização do momento e também, a interpretação de períodos passados. O meme teve 104 compartilhamentos e 258 pessoas curtiram.

Ainda sobre a reconfiguração e interpretação, é preciso que façamos uma leitura simbólica às peças produzidas e compartilhadas nas redes sociais digitais, uma vez que todas levam sua mensagem ao público. Os elementos utilizados para constituição dos memes podem provocar desde a interpretação do contexto sócio-histórico, até mesmo a revelação de comportamento do que pensa a sociedade sobre tal fato, independente das expressões adotadas, ou seja, dito de forma humorística ou por mensagem simples e objetiva.

Na imagem a seguir, veremos a figura do candidato Eduardo Jorge (PV), que após citar a frase “Eu não tenho nada a ver com isso”, tornou-se um dos alvos principais de memes nas redes digitais. A frase expressada pelo candidato aconteceu durante o debate como resposta ao candidato Levy Fidelix (PRTB), que havia justificado a participação de legendas menores na disputa das Eleições 2014 como um direito democrático, isolando a condição de qualquer outro questionamento motivado por interesses pessoais, em resposta ao candidato Aécio Neves (PSDB).

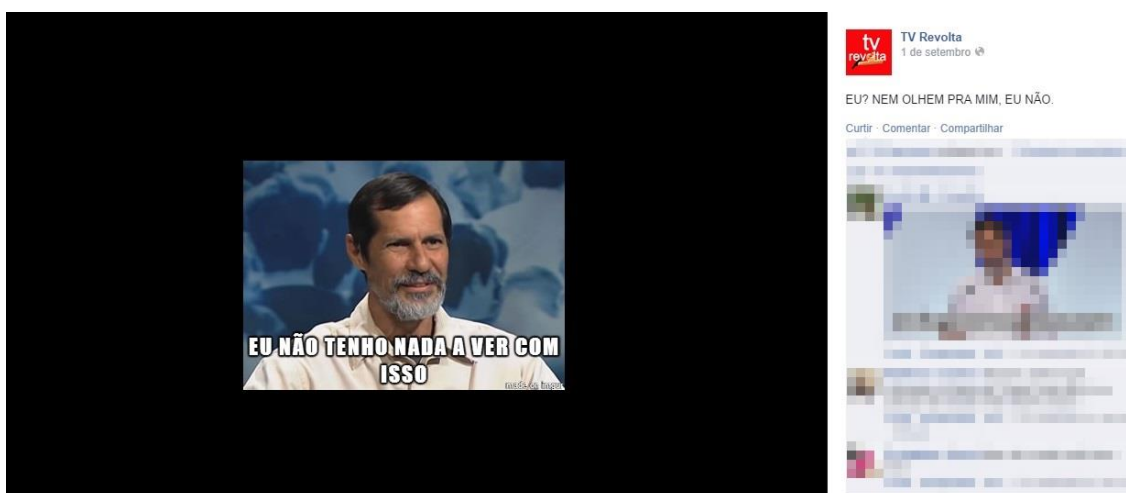


Figura 4 - clipping realizado em 5 de setembro de 2014 – FanpageTv Revolta

A partir do recorte de frases e imagens das quais são produzidos os memes nas redes sociais digitais, observamos a caracterização que é instituída com base de cada situação apresentada, sendo ela, representada por personagens ou fatos que despertam para a sociedade o interesse crítico. Não se trata apenas do humor pelo humor, e sim da reação do que a figura pode causar e representar para a sociedade, tendo como princípio, a repercussão do assunto e o número de compartilhamentos nas mídias, o que gera a valorização do fato como produto midiático, podendo ser utilizado posteriormente como exemplos para estudos e, também, pesquisas sobre as redes sociais digitais.

Considerações finais ou apontamentos para futuras pesquisas

Mesmo o conceito de meme tendo sido criado há bastante tempo, apenas agora ele passa a ter uma maior notoriedade devido as mudanças trazidas pela Web 2.0. O meme, todavia, só terá uma vida longa se a piada ou assunto por ele trazido tenha uma boa receptividade pelos usuários das redes sociais. No tocante aos memes aqui analisados, provavelmente os mais cômicos e que gerem risos serão propagandas e, mesmo após as eleições, possivelmente, não perderão o sentido nem a comicidade. Entretanto, o número de compartilhamentos entre os usuários diminuem drasticamente. Todavia, como foi exemplificado no nosso texto, tal personagem pode ser reutilizado em outra situação ou cenário, sendo preservada a característica ou algo que lembre tal figura. Sendo o meme do candidato do PV, Eduardo Jorge, o que tem mais chances de ser reaproveitado, tendo em vista que a frase “eu não tenho nada a ver com isso”, bem como o aspecto “viajado” do candidato pode ser aplicado em várias situações.

Observamos ainda, os memes como uma consequência midiática, entretanto, que representa reflexos sociais inspirados pela sociedade numa reação de expressar tal situação, visto que se alteram apenas as formas de linguagens. Sendo assim, a mídia funciona como canal principal para divulgação das figuras e construção das relações sociais.

Referências

CARACCILO, Paola Maira Gomes. PENNER, Tomaz Affonso. FILHO, Otacílio Amaral. “**Dos bordões aos memes: Uma análise sobre o papel da mídia na construção e apropriação de novas formas de linguagem**”. Intercom - XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife, PE – 2 a 6 de setembro de 2011

JABLONKA, Edyta. **Do emoticon ao meme** – Evolução dos símbolos na comunicação virtual. 2012. Disponível em <http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/actas/article/view/15558>>. Acesso em 06 de setembro de 2014.

LEMOS, André; Cunha, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Sulina, Porto Alegre, 2003.

RECUERO, Raquel. **Memes em weblogs** – Proposta de uma taxonomia. 2009. Disponível em <http://www.raquelrecuero.com/compos2006.pdf>. Acessado em 06 de setembro de 2014.