

Memes de Internet como Mecanismos Contemporâneos de Expressão e Ação Política¹

Allan SANTOS²

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Este trabalho procura contribuir para o debate sobre a legitimidade dos memes políticos de Internet enquanto um conceito interpretativo e objeto de estudo para o campo disciplinar da Comunicação. Por meio da revisão da literatura específica e do mapeamento dos significados acumulados e contextos utilizados nos trabalhos acadêmicos sobre memes políticos de Internet em encontros nacionais de pesquisa em Comunicação, propõe-se articular a problemática dos memes enquanto dispositivos de circulação da informação pública, negociação e organização de sentidos, além de produção do engajamento e da participação política do cidadão comum. Por último, a partir da teoria do sistema midiático híbrido, serão apresentadas considerações próprias a respeito dos memes como mecanismos contemporâneos de expressão e ação política.

Palavras-chave: Comunicação; Internet; Política; Memes; Internet; Sistema Midiático Híbrido.

Introdução

Mediante a ampla criação e disseminação de conteúdos digitais por cidadãos comuns conectados para a produção e negociação de sentidos sobre o mundo público e político, as pesquisas sobre os efeitos que os memes de Internet exercem no debate político tradicional e digital têm crescido quantitativa e qualitativamente. No entanto, não há um consenso no meio acadêmico a respeito da legitimidade dos memes de Internet como um conceito interpretativo e objeto de estudo para o campo disciplinar da Comunicação. Questiona-se se a produção e o consumo dos memes podem ser considerados mecanismos de expressão e ação política, ou seja, dispositivos de circulação da informação pública e de organização de significados que produzem engajamento e participação no ambiente político real. “Memes são, geralmente, descritos como conteúdo raso e desprezioso, simples manifestação de expressão” (MILTNER apud CHAGAS et al., 2017, p. 181).

Este trabalho é parte inicial de uma pesquisa de dissertação de Mestrado e procura contribuir para esse debate articulando a problemática em duas partes. Na primeira, será

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando de Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO – UFRJ). E-mail: allansantos29ny@gmail.com

feito um levantamento conceitual dos memes a partir da revisão da literatura específica e, em seguida, uma análise dos diferentes significados acumulados e dos contextos políticos utilizados pelo termo nos estudos comunicacionais mais recentes através do mapeamento dos artigos acadêmicos publicados sobre o tema em encontros nacionais de pesquisa em Comunicação. Acredita-se que averiguar com alguma sistematicidade o percurso conceitual de termos e temas relevantes pode trazer bons resultados para campos de pesquisa ainda em construção, tais como os memes políticos de Internet.

Na etapa seguinte, a partir da teoria do sistema midiático híbrido de Andrew Chadwick, serão apresentadas considerações próprias a respeito da capacidade dos memes de fomentar a crítica, o engajamento e a participação política do cidadão comum conectado. Suspeita-se que a força dos memes políticos de Internet esteja na sua capacidade de síntese e transmissão de ideias complexas através de textos e imagens acessíveis, possibilitando usos criativos das mídias, novas formas de circulação pública da informação através de múltiplas plataformas e a formação de sentimentos de identificação entre os usuários da Internet. Nesse contexto, compreender os desafios e as oportunidades apresentados pelo sistema midiático híbrido pode nos indicar pistas de como os fluxos de crenças, desejos, memória e atenção dos indivíduos estão sendo capturados, modulados e transformados em ações políticas através dos memes de Internet.

Metodologia

De acordo com Raquel Recuero, uma perspectiva interessante para compreender a natureza dos memes é classificá-los. Nesse sentido, a revisão de literatura proposta por este trabalho traça algumas conceituações e taxonomias, visando a compreensão dos mecanismos de atuação e funcionamento dos memes de Internet e as suas possibilidades de ação política. Parte-se de uma perspectiva evolucionista na qual Richard Dawkins compara a evolução cultural com a evolução genética, onde o meme é o “gene” da cultura, que se perpetua através de seus replicadores, as pessoas (RECUERO, 2009, p. 123). Posteriormente, em “Redes Sociais na Internet” (2009), Recuero relaciona dois processos diferentes para propor uma classificação para os memes: a difusão dos fluxos de informações à teoria dos memes de Dawkins e Susan Blackmore (1999). A autora foca a sua discussão nos memes enquanto um tipo de informação difundida nas redes sociais e nas motivações dos indivíduos em difundi-los. No entanto, essas perspectivas mostram-se ainda limitadas no que tange à análise dos memes enquanto mecanismos de expressão e ação política. Limor Shifman é uma autora que adquiriu grande notoriedade

recentemente pela sua pesquisa sobre a cultura popular de Internet. Na obra, “Memes in Digital Culture”, a autora adota uma perspectiva comunicacional e propõe uma taxonomia para o estudo dos memes políticos de Internet.

Para o mapeamento dos estudos comunicacionais sobre memes, foi conduzida uma busca no acervo das referências de pesquisa do Museu de Memes. O #MUSEUdeMEMES é um projeto da Universidade Federal Fluminense – UFF que tem, desde 2011, constituído um acervo de referências sobre memes com mais de 400 registros a partir da coleta, monitoria e organização de livros, capítulos de livros, artigos publicados em periódicos ou em anais de congressos científicos, teses, dissertações ou monografias, fontes eletrônicas e textos inéditos. Dentre as referências de pesquisa do webmuseum, foram coletados 106 artigos acadêmicos publicados em anais de congressos científicos brasileiros. Para o escopo desta pesquisa, selecionamos apenas os estudos sobre memes políticos de Internet enquanto imagens (desconsiderando os trabalhos sobre hashtags), perfazendo um total de sete trabalhos, distribuídos por quatro congressos entre 2015 e 2017 (ANPOCS, COMPOLÍTICA, COMPÓS e POLITICOM).

Levantamento Conceitual dos Memes de Internet

O termo meme foi cunhado por Richard Dawkins em 1976 e procura explicar a propagação, transformação e sobrevivência de crenças, ideias, textos e práticas culturais entre seres humanos a partir da aplicação de uma abordagem evolucionista. Segundo o autor, os memes são pequenas unidades de transmissão cultural replicadas de forma análoga aos genes do DNA, sofrendo variação, competição, seleção e retenção. A qualquer momento muitos memes estão competindo pela atenção de seus hospedeiros, mas somente aqueles melhores adequados aos seus ambientes socioculturais serão disseminados com sucesso. Essas unidades culturais de transmissão se desenvolvem no “caldo da cultura humana” e estão presentes em nós de maneira quase imperceptível, articulando-se com o cotidiano.

Buscando relacionar o processo de difusão de informações à teoria dos memes e às motivações dos indivíduos, Raquel Recuero define os memes como unidades que são potencializadas pelas redes sociais na Internet e, portanto, parte da dinâmica desses ambientes. Com base nos critérios de Dawkins da fecundidade, da fidelidade e da longevidade das cópias, a autora propõe uma classificação para os memes. De forma sistemática, (1) a fecundidade é a capacidade dos memes de gerar cópias (epidêmicos e fecundos); (2) a fidelidade é a capacidade de gerar cópias com maior semelhança ao

meme original (replicadores, metamórficos e miméticos); (3) a longevidade é a capacidade do meme de permanecer no tempo (persistentes e voláteis); (4) a autora acrescenta o critério do alcance do meme nas redes (globais e locais). Posteriormente, Recuero analisa como a propagação dos diferentes tipos de memes possui um forte componente relacionado a dois tipos de capital social dentro da proposta de Bertolini e Bravo, 2001 (relacional e cognitivo) e à percepção de valores contidos nas informações que serão divulgadas pelos atores sociais (reputação, visibilidade, autoridade e popularidade). “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” (RECUERO, 2009, p. 130).

No entanto, as perspectivas de Dawkins e Blackmore (adotadas por Recuero) possuem algumas limitações para os estudos dos memes como mecanismos de ação política por considerarem os indivíduos como vetores passivos dos processos. É preciso deslocar a análise e considerar os memes como “blocos de construção cultural articulados e difundidos por agentes humanos ativos” (FREIRE, 2017, p. 9). De acordo com Ivana Bentes (2015, p. 12), a memética, enquanto ciência teórica e empírica que estuda a replicação, disseminação e evolução dos memes, interessa não por qualquer tipo de “darwinismo social” (os memes como genes egoístas que querem se multiplicar a qualquer custo e sobreviver), mas por explicitar o potencial multiplicador e viralizante de ideias ou partes de ideias, imagens, sons, desenhos, línguas, além de valores estéticos e morais que podem ser transmitidos, duplicados, remixados, de forma autônoma. Isto não significa que os memes são unidades fechadas em si, mas que vão mudar de sentido ao serem recombinadas e produzir memes derivados, num processo de variação sem controle.

Limor Shifman atualiza a definição cunhada por Dawkins, compreendendo os memes de Internet não como ideias e fórmulas isoladas de seus contextos, mas como grupos de conteúdos digitais com características comuns (conteúdo, forma e/ou orientação discursiva). Essas unidades são criadas umas a partir das outras (intertextualidade), sendo circuladas, imitadas e/ou transformadas pelos usuários da Internet. “Memes de Internet são expressões criativas multiparticipativas através das quais identidades culturais e políticas são comunicadas e negociadas” (SHIFMAN, 2014, p. 177). Para ela, o conceito de meme encapsula alguns dos aspectos mais fundamentais da cultura digital participativa. Assim como muitas aplicações da Web 2.0, os memes são

disseminados de pessoa para pessoa, mas a partir do compartilhamento desses conteúdos nas redes, podem moldar e refletir as mentalidades coletivas gerais. Ademais, o termo descreve reprodução cultural impulsionada por vários meios de imitações e remixagens, além da difusão de informações através de processos de competição e seleção, podendo articular política, participação e cultura pop de maneiras inesperadas. A pesquisadora ressalta a importância de se analisar os memes a partir de uma perspectiva comunicacional como discursos públicos socialmente construídos nos quais diferentes variações meméticas representam uma pluralidade de vozes e perspectivas.

Shifman defende uma noção de participação política que tem sido reformulada a partir da popularização da Internet e das mídias digitais, passando a incluir práticas mundanas, tais como a postagem de comentários em blogs políticos e o compartilhamento de piadas sobre atores políticos. “Os memes e os conteúdos virais desempenham um papel importante nessa nova paisagem de participação política digital, tanto em campanhas de ação popular quanto naquelas produzidas por forças majoritárias” (ibid., p. 122). A autora estabelece uma tipologia para os memes políticos de Internet, reconhecendo que essas funções são interconectadas: (1) memes como formas de persuasão política; (2) memes como ação popular; (3) memes como meios de discussão pública. De acordo com Viktor Chagas et al. (2017), os memes persuasivos são aqueles estrategicamente construídos para serem disseminados e/ou que pretendem angariar apoio a uma determinada candidatura, com a intenção de convencer o eleitor. Já os memes de ação popular são aqueles que se caracterizam por uma construção coletiva de sentido, mobilizando o cidadão comum. Memes de discussão pública, por fim, são aqueles criados para funcionar como comentários despropositados dos eleitores a uma situação ou reação específica, expressão polivocal (MILNER apud CHAGAS et al., 2017), geralmente identificados como piadas.

Mapeamento dos Estudos Comunicacionais Sobre Memes Políticos de Internet

No campo disciplinar da Comunicação brasileiro, Viktor Chagas tem empreendido uma vasta pesquisa na interseção do estudo dos memes de Internet e da cultura política. Em uma investigação publicada em 2017 na Revista In Texto (inicialmente apresentada em 2015 na COMPOLÍTICA) sobre os usos e as apropriações dos memes que circularam durante os debates eleitorais presidenciais em 2014, Chagas et al. detalham e acrescentam novas nuances às taxonomias oriundas de pesquisas recentes sobre memes (SHIFMAN, 2014; TAY, 2012) e àquelas oriundas da

Comunicação Política (BENNETT; SEGERBERG, 2012; FIGUEIREDO et al., 1998), oferecendo pontos de contato com outras metodologias, tais como as análises de Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral. Com o objetivo de elaborar uma matriz capaz de auxiliar pesquisadores interessados no tema a tratarem dos memes com maior objetividade, os tipos de memes políticos foram definidos segundo a seguinte taxonomia: (1) os memes persuasivos foram avaliados em relação à sua retórica e apelo (retórica propositiva e/ou um apelo pragmático; retórica sedutora ou ameaçadora e/ou um apelo emocional; retórica ético-moral e/ou um apelo ideológico; retórica crítica e/ou um apelo à credibilidade da fonte); (2) os memes de ação popular foram categorizados em relação às suas dinâmicas de ação coletiva nas mídias sociais e como influenciadores de comportamento (dinâmica de ação coletiva e redes curadas por organizações; dinâmica de ação conectiva híbrida e redes catalisadas por organizações; dinâmica de ação conectiva e redes auto-organizadas; dinâmica de ação conectiva de engajamento relativo); (3) os memes de discussão pública foram classificados em relação ao tipo de mensagem apresentada (lugares-comuns da política; alusões literárias ou culturais; piadas sobre personagens da política; piadas situacionais).

Os pesquisadores concluíram que os memes atuaram nas eleições presidenciais de 2014 como verdadeiros termômetros eleitorais e materializações das trocas informacionais no ambiente das redes sociais online. Os memes e comentários compartilhados nas mídias digitais foram capazes de indicar pontos altos e baixos na performance dos candidatos, sendo possível captar as variações de humor da opinião pública. Finalmente, vislumbra-se se a possibilidade de construção de um modelo que permita a aplicação dessa metodologia de forma reiterada em contextos históricos subsequentes, nos moldes do que hoje proporcionam as comparações entre sondagens de intenções de voto, em pleitos de diferentes décadas.

Para explorar o potencial dos memes como artefatos retóricos e persuasivos, Chagas (ANPOCS, 2016) conduz um estudo exploratório a partir dos memes políticos publicados no Twitter durante os debates presidenciais televisionados no primeiro turno das Eleições de 2014. Segundo o pesquisador, há um movimento de apropriação da publicidade pelos criadores de memes de Internet que corre paralelamente e em sentido oposto a um movimento de apropriação da linguagem dos memes de Internet pelos publicitários que atuam em campanhas eleitorais. “Os memes persuasivos, segundo esta

leitura, são concorrentemente origem e resposta a algumas das principais mudanças no formato de campanha online” (CHAGAS, 2016a, p. 18).

A pesquisa conclui que o meme político (o tipo de meme menos presente na amostra coletada: 18,1% do total de aproximadamente 6 mil imagens que circularam no Twitter) pode ser compreendido como uma forma de propaganda na medida em que atua com a função persuasiva sobre as audiências a que se destina (tanto nos pôsteres políticos como nos conteúdos gerados pelos usuários). Por outro lado, a propaganda política pode ser interpretada como um meme se e quando produzida com finalidade específica de gerar ampla repercussão junto ao público através de uma mensagem e/ou um formato que facilite a sua reprodução. Os memes persuasivos permitem aos políticos não apenas disseminarem seus programas, como também estimulam a comparação com as candidaturas adversárias, ao passo que, aos cidadãos comuns conectados, esses mesmos conteúdos atuam como ferramentas de demonstração pública de afiliação e apreço a uma dada proposta ou crítica a outra.

Em um artigo publicado na COMPOLÍTICA em 2017, Freire analisa a relação entre os memes políticos e a propaganda negativa a partir da análise de conteúdo de 146 memes depreciativos coletados nos grupos criados por eleitores no Facebook, “Marcelo Freixo Meme Foda” e “Amigos do Crivella”, durante a última semana da campanha para o segundo turno das eleições municipais do Rio de Janeiro de 2016 (23 e 30 de outubro). A pesquisa problematiza o senso comum que vincula os memes exclusivamente a algo engraçado e destaca que esses conteúdos nem sempre são positivos ou apelam para o humor. Ancorados em elementos como humor negro, ironia, paródias, exploração de estereótipos, sátiras, ofensas e mentiras, os memes das eleições municipais cariocas cumpriram funções semelhantes aos *jingles* eleitorais em um processo de disputa que favoreceu simultaneamente a popularização e a superficialização do debate político.

A pesquisadora nota uma espécie de cadeia mutualística que torna difícil a identificação das origens dos memes: a apropriação da linguagem dos memes pela propaganda política e a incorporação das narrativas das campanhas na criação dos memes pelos usuários (usados, muitas vezes, pelos comandos de campanhas durante o Horário Eleitoral Gratuito). De acordo com ela, o pleito eleitoral analisado é um patente exemplo de como os memes podem ser utilizados como parte da estratégia eleitoral, ajudando a consolidar ou desconstruir imagens dos candidatos em uma disputa narrativa que se estabelece nas redes e nas ruas. “A lógica das redes sociais e esses conteúdos gerados por

usuários contribuem para subverter o modo de fazer campanhas políticas, mobilizando pessoas e atribuindo um papel cada vez mais destacado a militantes e apoiadores” (FREIRE, 2017, p.23).

No que tange às possibilidades dos memes como ação popular, Chagas e Santos (trabalho publicado na E-Compós em 2017 e anteriormente apresentado em 2015 no POLITICOM) investigam a relação entre engajamento político, conversação informal e ação coletiva através da brincadeira política (*political play*), analisando 73 imagens coletadas no Twitter durante o debate eleitoral transmitido pela Band, em 2014, tendo todas sido obtidas por usuários que fotografaram suas próprias televisões durante o debate. Os pesquisadores concluem que o conjunto de fotos de televisão são um meme político que proporcionam interdiscursividade dramática entre os atores, dando a conhecimento público de que estão todos assistindo ao debate. “São conteúdos expressivos de uma ‘cidadania ativa’, viabilizados por tecnologias digitais e com uma gramática particular, a qual “se ancora em um *pathos* para fomentar o engajamento” (MILNER apud CHAGAS; SANTOS, 2017a, p. 15). Segundo a chave conceitual de Milner (2013), os memes expressam uma polivocalidade popular, cujo conjunto conforma a expressão da conversa informal na rede enquanto ação coletiva.

Em um outro trabalho sobre memes de ação popular, Chagas e Santos (COMPÓS, 2017) avaliam se e em que medida novas formas de engajamento político no ambiente das mídias digitais, como os vomitacos – séries de ciberprotestos contra o *Impeachment* ocorridos em 2016 – dialogam com os problemas tradicionais da ação coletiva. Definida como uma ação tática no Facebook³, com repercussão nacional e internacional, de desprezo ou discordância em diversas situações (às vésperas da votação de admissibilidade do *Impeachment* no Senado Federal, além de repúdio a políticos, partidos, celebridades, jornalistas, empresas e instituições), o vomitaco transformou ações individuais em uma demonstração de descontentamento em massa, possuindo dinâmicas próprias que reduzem ao máximo o custo de participação para a militância voluntária, infligem danos importantes na estrutura da comunicação política de seus alvos, trazem oportunidades de letramento político aos envolvidos e dificultam a repressão estatal.

Procurando uma resposta concreta sobre o lugar que ocupam essas manifestações, os pesquisadores concluem que os vomitacos se constituíam como uma nova forma de ação coletiva desempenhada em ambiente virtual (normalmente enquadrado como

³ <https://www.facebook.com/vomitaco/>

“ativismo de sofá”, *click-tivism* ou *slack-tivism*), desafiando a compreensão do próprio sistema deliberativo. Na primeira empreitada do Vomitação, em pouco mais de 48 horas entre 10 e 12 de maio, mais de 540 mil “pukes” (com aproximadamente 107 mil usuários do Facebook envolvidos na ação) foram publicados em posts da página do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), com grande repercussão também na página de Michel Temer. A partir de então, o Vomitação promoveu, entre 11 de maio e 12 de setembro de 2016, 46 diferentes campanhas. Em seu auge, a página do Vomitação chegou a ter 2,5 milhões de usuários alcançados por suas postagens em um único dia no Facebook. Embora tenham perdido parte do seu alcance, vomitações continuam ocorrendo sobre diferentes alvos e, em novembro de 2016, Michel Temer e os seus assessores procuraram o Facebook para negociar a retirada do *sticker* “puke” do cardápio de opções da plataforma ou o bloqueio de manifestações coletivas contra o governo, como os vomitações (sem sucesso, no entanto).

Os memes de ação popular também tiveram expressão recente a partir de campanhas feministas, como observado nas reações ao perfil publicado pela revista *Veja* com a manchete “Marcela Temer: Bela, Recatada e “do Lar” (18 de abril de 2016). Em um artigo publicado na *COMPOLÍTICA* em 2017, Chagas e Sarmiento analisaram 143 imagens do Tumblr para compreender como as internautas, a partir da desconstrução irônica da tríade de adjetivos, se contrapuseram a essa descrição e mobilizaram questões caras ao feminismo, como o debate sobre a relação público/privado e horizontes onde a autonomia e autodeterminação das mulheres se constroem. Posteriormente, as imagens foram analisadas a partir de dimensões como o uso do corpo, a subversão dos espaços e atividades historicamente destinados às mulheres e homens, além das diferentes formas de instrumentalização do humor, possibilitando a compreensão dos modos que os memes políticos em questão foram empregados pelas internautas como recursos de crítica social e ativismo.

Segundo Chagas e Sarmiento, é a profusão de campanhas de reconhecimento feminino que mais chama a atenção para o emprego de memes como recurso político tático, tendo como resultado uma experiência solidária e catártica, em que os muitos relatos ganham visibilidade e furam a fronteira dos laços fortes, alcançando novos públicos. No caso específico analisado, o meme de ação popular se tornou conhecido pela hashtag #belarecatadaedolar, sendo um exemplo claro de ação coletiva conectada (BENNET & SERGERBERG, 2012; SHIFMAN, 2014; CHAGAS et al., 2017) que

suscitou um modo particular de inserção no debate público, utilizando perfis pessoais e se utilizando de um caráter de auto-exposição que marca a fase relativamente recente do ciberativismo nacional. Os pesquisadores concluem que as imagens utilizadas nos memes dão visibilidade às relações entre público e privado, inspirando reciprocidade, solidariedade e pertencimento, além de colaborarem para difundir e engajar o internauta casual no debate político.

No que se refere aos memes de discussão pública, Chagas (COMPÓS, 2016) analisa os memes veiculados no Twitter durante e após o segundo debate presidencial do primeiro turno em 2014 televisionado pelo SBT. Dentre as 478 imagens estáticas analisadas nesta etapa da pesquisa nota-se que há uma ocorrência mais acentuada de memes de discussão pública em relação às duas demais categorias (42,3% do total). O emprego de referências intertextuais da programação da emissora que transmitia o debate é um traço comum às piadas, propondo leituras que acolhem e aproximam os eleitores pouco familiarizados com a política através de um humor repleto de interferências sobre a imagem original. Interessante notar que, as piadas apresentam forte correlação com as flutuações da opinião pública e os temas que marcaram todo o primeiro turno eleitoral: questões ético-morais, políticas de igualdade/justiça social e política econômica/crise econômica.

A pesquisa conclui a necessidade de relativização da premissa segundo a qual a experiência contemporânea do cidadão conectado é, cada vez mais, embasada em uma epistemologia narcisística (PAPACHARISSI, 2011; VAN ZONEN, 2012). Ainda que seja possível encontrar respaldo na análise destas pesquisadoras, a prolífica produção de memes políticos com alusões a conteúdos da cultura popular é capaz de proporcionar um efeito reverso, de integração e socialização do eleitor com a linguagem da política, mesmo que simplificada. Segundo a pesquisa conduzida pelo CoLAB – UFF (Laboratório de Comunicação, Culturas Políticas e Economia da Colaboração), enquanto conteúdos que evocam a cultura popular-massiva, os memes podem operar como cimento da relação entre expressão individual e culturas políticas. Ao fazerem a conexão entre diferentes cidadãos através de valores comuns expressos pela comunicação de massa, esses conteúdos invertem a orientação do narcisismo e constituem uma experiência compartilhada de construção da política.

Os memes de discussão pública e os elementos discursivos externalizados através deles revelam uma perspectiva política construída a partir da sociabilidade e da

conversação informal geralmente marcados pela ironia, tornando possível apreender diretamente as flutuações da opinião dos eleitores e os modos através dos quais os cidadãos comuns refletem e enxergam o processo político. O humor funciona como artifício de produção de sentido na discussão pública sobre a política, sendo a brincadeira seu principal recurso de letramento político. Nos memes de discussão pública “os políticos e a política são objeto, não sujeito da mensagem” (CHAGAS, 2016b, p. 11). No entanto, por não dispor de dados para afirmar a origem destes materiais, o trabalho aponta que é pouco consistente a hipótese de que a produção destes conteúdos seja inteiramente espontânea, sem coparticipação sequer de elementos afeitos à lógica partidária e à estratégia das campanhas.

Memes Políticos de Internet e o Sistema Midiático Híbrido Contemporâneo

A teoria do “sistema midiático híbrido”, desenvolvida por Andrew Chadwick, aponta algumas possibilidades para a compreensão das diferentes formas que os memes de Internet interagem com e produzem efeitos nos ambientes políticos reais. Para o pesquisador, um conjunto simultâneo de lógicas midiáticas (tecnologias, gêneros, normas, comportamentos e formas organizacionais) revela forças complexas e multifacetadas, causando caos e desintegração, mas também surpreendentes novos padrões de ordem e integração. Um importante aspecto do sistema midiático híbrido é a combinação de forças integradoras e contraditórias, ou seja, o novo não substitui o antigo por completo, mas demonstra formas de continuidade através de usos inovadores e criativos das várias plataformas midiáticas no cotidiano.

De acordo com essa teoria, os sistemas midiáticos e políticos se sobredeterminam, ou seja, o sistema midiático híbrido contribui para a construção de um sistema político mais heterogêneo (e vice-versa), no qual as práticas políticas são cada vez mais definidas pelas organizações, grupos e indivíduos que melhor conseguem misturar as lógicas das mídias tradicionais e das novas mídias de modo a criarem, manipularem e orientarem os fluxos de informações de acordo com os seus interesses. Os atores são articulados por relações cada vez mais complexas, baseadas na adaptação e interdependência, além da simultânea concentração e difusão do poder. Para que o capital midiático possa ser convertido em capital político, torna-se cada vez mais necessário compreender a televisão digital com vários canais, os diferentes formatos de jornalismo, os múltiplos usos da Internet, os aplicativos dos smartphones, os blogs, as redes sociais e os sites de produção

colaborativa como sistemas híbridos que coexistem e demandam linguagens específicas, novas estéticas e diferentes padrões de circulação pública da informação.

Nesse cenário de modificações na natureza dos conceitos de mediação e práticas de participação política, verifica-se a interpenetração da linguagem dos memes políticos de Internet e da lógica do sistema midiático híbrido, uma vez que aqueles atuam como “discursos públicos socialmente construídos” (SHIFMAN, 2014) que atendem à algumas das demandas dos modos de funcionamento desse sistema, tais como a participação do público na produção de conteúdos, a cultura de compartilhamento digital, a construção de narrativas que atravessem as diferentes plataformas midiáticas, dinâmicas e gramáticas próprias das redes, além de maiores possibilidades de organização popular para ações coletivas. Os memes “parecem assumir, para si e à sua maneira, a tarefa de resolver o problema de adequação do discurso político aos novos meios” (CHAGAS et al., 2017, p. 181).

No sistema midiático híbrido contemporâneo, a linguagem dos memes é apropriada pelos cidadãos conectados, pela militância, pelos comitês partidários e comandos de campanhas como um instrumento de engajamento e participação política, contribuindo para a desestabilização de relações antes tão previsíveis entre elites políticas, mediadores jornalísticos e indivíduos comuns. Por um lado, o marketing político incorpora gradativamente a linguagem dos memes na criação de peças publicitárias para divulgação de propostas dos candidatos ou difamação dos adversários (CHAGAS, 2016a, p. 3). Por outro, os memes políticos de Internet cumprem a função de informar, persuadir, ressignificar fatos e disputar sentidos, podendo tornar visível aquilo que até então não era e dar vozes à enunciados contra-narrativos. Em outras palavras, os memes são dispositivos de experimentações linguísticas polissêmicas em um sistema midiático cada vez mais plural que utilizam e ressignificam textos, arquivos e construções simbólicas em um incessante processo de combinação e remix, possibilitando novos fluxos de informações públicas na Internet e a produção de uma cultura política digital. Suspeita-se que a força dos memes como potência política esteja na possibilidade de cooperação entre muitas singularidades, estabelecendo práticas dialógicas online e offline que podem escapar ao poder institucionalizado e criar novas formas de pensamento e ação. “Nem toda compreensão da política está sujeita a um grau específico de formalidade” (GOLDFARB apud CHAGAS et al., 2017, p. 177).

Shifman já apontava os memes como a “linguagem da Internet” (SHIFMAN, 2014, p. 173). A autora pensa os memes como uma forma de linguagem que “constituem esferas compartilhadas de conhecimento cultural, permitindo a transmissão de ideias complexas através de frases curtas ou imagens” (idem). A partir de estudos conduzidos por Asaf Nissenbaum sobre práticas meméticas no site “4chan”, a autora elabora que o uso apropriado dos memes é uma forma de capital cultural nos ambientes de sociabilidade digital, diferenciando aqueles que compartilham essa cultura e, portanto, são parte da comunidade e aqueles que não pertencem ao grupo. Nesse contexto, os memes de Internet podem ser compreendidos como elementos importantes para a formação das identidades, produção de subjetividades e vinculação com grupos no sistema midiático contemporâneo. Essa posição é reiterada a partir de uma pesquisa de doutoramento conduzida sobre memes produzidos no ambiente virtual do site denominado “9gag”. Na pesquisa, Barreto conclui que as práticas de reprodução memética vão muito além do simples entretenimento, auxiliando na formação do sentimento de pertencimento e identificação entre os participantes, legitimando-os como membros dessa comunidade, unidos pelo compartilhamento dos valores disseminados pelos memes, do conhecimento das práticas e das representações simbólicas construídas pelo grupo.

No entanto, sob o ponto de vista científico, ainda são poucas as tentativas de se compreender o fenômeno dos memes de Internet como mecanismos de comunicação e ação política. Shifman enfatiza que para que uma compreensão mais holística das maneiras pelas quais os memes interagem com as realidades sociais, culturais e políticas seja atingida, são necessários maiores esforços que combinem análises quantitativas de “big data”, leituras qualitativas de textos acadêmicos e estudos comparativos multiculturais. Por sua vez, Chagas (2016b, p. 22) insiste que, para que a parte não seja tomada pelo todo e acredite-se que um meme produzido por um ator específico represente um contexto mais amplo, seriam necessárias pesquisas que conjuguem análise de conteúdo e análise de rede social, incluindo variáveis de circulação e alcance.

Considerações Finais

É incontestável que as mudanças no sistema midiático alteraram significativamente a noção tradicional de política: novas formas de circulação da informação pública, significativas alterações na natureza do conceito de mediação, possibilidades de produção e disseminação de conteúdos pelos usuários, além das novas

práticas de engajamento e participação política que surgiram com as tecnologias digitais. Uma vez que os principais obstáculos para a realização de objetivos coletivos – como o agrupamento de uma massa crítica com objetivos compartilhados e a viabilização de formas de colaboração difusas – têm sido consideravelmente simplificados através da difusão de suportes para redes sociais virtuais e suas modalidades de integração independentes de organizações centralizadas (BIMBER, FLANAGIN & STOHL; SANGLARD & SANTOS apud CHAGAS et al. 2017, p 5.), surgem novas culturas políticas e formas de linguagem que respondem às diferentes demandas dos padrões de comunicação estabelecidos. É nesse contexto que os memes de Internet se estabelecem como mecanismos de expressão e ação política no sistema midiático híbrido contemporâneo, tanto para as instituições, organizações e atores políticos tradicionais (memes persuasivos), como para os cidadãos comuns conectados e a militância (memes de ação popular e de discussão pública).

Não se pode assumir que os memes políticos de Internet produzam efeitos homogêneos em termos de reflexão e ação política em todos os indivíduos. É necessário considerar os diferentes graus de interesse em temas políticos e hábitos de consumo de mídia entre a população. Muito provavelmente, entre aqueles que escolhem os ambientes de sociabilidade digital para discutir política e utilizam os memes como formas de expressão de suas ideias e posicionamentos seja mais visível a atuação desses dispositivos no que tange às possibilidades de engajamento e participação política. No entanto, segundo Chagas e Santos (2017a), os memes também são capazes de permear diversas esferas (de militantes a leigos), familiarizando os indivíduos com a linguagem política e aumentando as oportunidades de exposição a pautas contrárias as posições ideológicas dos usuários que buscam informações nas redes. Esses aspectos perpassam todo o mapeamento empreendido nos estudos científicos analisados pela pesquisa, servindo como fundamentação para o posicionamento de que os memes de Internet não podem ser desconsiderados enquanto mecanismos de expressão e ação política contemporâneos pelo campo disciplinar da Comunicação.

Referências Bibliográficas

BARRETO, Krícia Helena. **Os Memes e as Interações Sociais na Internet: uma Interface entre Práticas Rituais e Estudos de Face**. Tese (Doutorado: Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Letras, 2015).

BENTES, Ivana. **Mídia-Multidão: Estéticas da Comunicação e Biopolíticas**. Rio de Janeiro: MAUAD Editora, 2015.

_____. **A Memética e a Era da Pós-Verdade**. In: Revista Cult em 31 de outubro de 2016. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/a-memetica-e-a-era-da-pos-verdade/>. Acesso em: 01 de julho de 2017.

CHADWICK, Andrew. **The Hybrid Media System: Politics and Power**. New York: Oxford University Press, 2013.

CHAGAS, Viktor. **A Febre dos Memes de Política**. Minas Gerais: 40º Encontro Anual da ANPOCS, 2016a. Disponível em: <http://www.anpocs.com/index.php/papers-40-encontro/st-10/st17-8/10320-a-febre-dos-memes-de-politica/file>. Acesso em: 05 de julho de 2017.

_____. **“Não Tenho Nada a Ver com Isso”: Cultura Política, Humor e Intertextualidade nos Memes das Eleições de 2014**. Goiânia: XXV Encontro Anual da Compós, 2016b. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/artigo-compos-2016-fullpaper2_3326.pdf. Acesso em: 05 de julho de 2017.

CHAGAS, Viktor; FREIRE, Fernanda; MAGALHÃES, Dandara; RIOS, Daniel. **A Política dos Memes e os Memes da Política: Proposta Metodológica de Análise de Conteúdo de Memes dos Debates Eleitorais de 2014**. In Texto (UFRGS. Online), v. 38, p. 173-196, 2017. <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/viewFile/63892/40226>. Acesso em: 01 de julho de 2017.

CHAGAS, Viktor; SANTOS, João Guilherme. **A Revolução será Memetizada: Engajamento e Ação Coletiva nos Memes dos Debates Eleitorais em 2014**. E-COMPÓS (BRASÍLIA), v. 20, p. 1-22, 2017a. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/1252/918>. Acesso em: 03 de julho de 2017.

_____. **VENI, VIDI, VOMITI: Ocupações Virtuais, Desobediência Civil e o ativismo Escatológico do Vomitação**. São Paulo: XXVI Encontro Anual da Compós, 2017b. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_NK9YAKLN0W1OOR56AGU0_26_5664_19_02_2017_16_00_56.pdf. Acesso em: 05 de julho de 2017.

CHAGAS, Viktor; SARMENTO, Rayza. **BELA, RECATADA E DO BAR: Memes de Internet, Política e Gênero**. Porto Alegre: VII COMPOLÍTICA, 2017. Disponível em: http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2017/06/SARMENTOEOCHAGAS_BELARECATADAEDOBAR.pdf. Acesso em: 10 de julho de 2017.

DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

FREIRE, Fernanda Alcântara. **Eleições Municipais no Rio e os Memes como Ferramenta de Desqualificação em Campanhas Eleitorais**. Porto Alegre: VII COMPOLÍTICA, 2017. Disponível em: http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2017/06/FREIRE_Elei%C3%A7%C3%B5es-municipais-no-Rio-e-os-memes-como-ferramenta-de-desqualifica%C3%A7%C3%A3o-em-campanhas.pdf. Acesso em: 10 de julho de 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009

SHIFMAN, Limor. **Memes in Digital Culture**. Massachusetts: The MIT Press, 2011