A construção da narrativa política através dos memes: o caso Temer x Joesley e a repercussão na Internet[1]

Talita Lucarelli Moreira[2]
Universidade Paulista, São Paulo, SP

Resumo

Este artigo propõe uma discussão a respeito da narrativa construída sobre a repercussão da divulgação das gravações envolvendo Temer (PMDB) e Joesley Batista através dos memes. Para isso, serão analisados os memes relacionados ao caso na página *Capinaremos* no Facebook entre os dias 17 e 22 de maio de 2017. Observa-se que a memética, por meio do humor, possibilita a criação de uma narrativa complementar à veiculada pela mídia tradicional a respeito dos acontecimentos políticos do país.

Palavras-chave: Memes; Política; Comunicação; Narrativas.

Introdução

A dinâmica proposta pela comunicação em rede, baseada na instantaneidade da disseminação de informações e da interatividade dos usuários com os conteúdos, faz com que a viralização dos mais variados produtos seja facilitada. Imersos neste contexto, os memes são resultado de criações inspiradas em acontecimentos reais ou ficcionais que, a depender de seu potencial de contágio, são replicados no ambiente virtual.

Através da memética, assuntos que nem sempre são de interesse coletivo ganham relevância nas redes. O atual contexto político brasileiro, após sucessivos escândalos, um processo de impeachment conturbado e governos impopulares, tornou-se alvo frequente da produção memética, que tende a tratar estes temas sob vieses cômicos.

Sendo assim, temas que antes se restringiam à mídia tradicional passam a ser reinterpretados em uma linguagem de fácil acepção e assimilação. O humor com que

[1] Trabalho apresentado no GP Conteúdos digitais e convergências tecnológicas do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Paulista. Bolsista CAPES/PROSUP. E-mail: talitalucarelli@gmail.com

as temáticas são comumente tratadas nos memes facilita sua replicação, fazendo emergir uma comunicação fundada nas interconexões entre os usuários na ambiência virtual. Assim, transmitem-se por meios não genéticos de um indivíduo a outro em forma de imagem, vídeo, *gif* ou texto.

Conforme esclarece Jenkins (2008), enquanto a mídia tradicional cumpriria a função de informar o público, à mídia alternativa caberia a função de mobilizá-lo. Neste sentido, a memética atuaria de forma complementar ao discurso midiático, conforme se pretende verificar neste trabalho.

Na tentativa de compreender de que forma a narrativa política brasileira é contada através dos memes, tem-se como objetivo neste trabalho analisar os memes relativos ao caso Temer (PMDB) e Joesley na página do *Capinaremos*[3] no Facebook. O então presidente Michel Temer (PMDB) foi alvo das gravações do empresário Joesley Batista e, conforme foi massivamente divulgado pelos veículos de comunicação, Temer teria dado aval para a continuidade do pagamento de propina ao ex-presidente da Câmara, Eduardo Cunha (PMDB), preso em 2016.

Convergência midiática: dos veículos massivos à comunicação em rede

A mídia massiva ocupa uma posição central na sociedade, servindo como ambiente de divulgação de informações e discursos que cumprem um papel imprescindível na construção e na orientação da opinião e do conhecimento do público. As instâncias comunicativas atuam em vias de produzir e organizar discursos que deem sentido para o mundo. As informações, já fragmentadas e enquadradas, são absorvidas e naturalizadas no cotidiano dos indivíduos, que tendem a incorporar os objetos midiáticos aos seus afazeres habituais.

Os meios de comunicação de massa produziram importantes alterações do tempo na sociedade contemporânea, causando um deslocamento das fronteiras entre grupos e espaços sociais diferentes, além de modificarem as representações mentais que os indivíduos constroem sobre o mundo (MIGUEL e BIROLI, 2010, p.7). As mensagens transmitidas pelos meios de comunicação tendem a orientar a opinião pública, que muitas vezes toma como referência os produtos por eles veiculados.

[3] https://www.facebook.com/capinaremos/

Os veículos midiáticos seriam responsáveis por configurar o ambiente social e o consumo dos produtos por eles transmitidos, na virada do século XXI, era "uma das maiores categorias de dispêndio de tempo, atrás apenas do trabalho". (CASTELLS, 1999, p.358 *apud* MIGUEL & BIROLI, 2010, p.8).

Com a emergência da modernidade, a esfera comunicacional se constitui como um campo dotado de autonomia e assume a competência de atuar como mediadora entre os mais variados campos sociais (RODRIGUES, 1990, p.152). A mídia passa a ocupar um espaço central na vida social e, valendo-se da visibilidade por ela conferida, outros campos, como o que se pode observar com relação aos agentes políticos, passam a utilizar esse ambiente como forma de contato com o público.

Conforme os dados coletados na Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) em 2015, a televisão permanece como um meio de comunicação hegemônico, sendo apontada como principal fonte de obtenção de informações por 95% dos entrevistados. Além disso, 73% afirmam ter o hábito de assistir conteúdos televisivos diariamente. Segundo a PBM, os brasileiros passam em média 4 horas e 31 segundos por dia expostos à televisão de segunda a sexta-feira e 4 horas e 14 minutos nos fins de semana. Isso revela que a TV, mesmo com a concorrência de outras mídias, se mantém hegemônica no Brasil.

A PBM traz ainda dados importantes referentes aos novos hábitos de consumo de mídia no Brasil, sobretudo pela crescente inserção da Internet no cotidiano da população. Os dados apontam que o brasileiro destina cinco horas do seu dia para se conectar à Internet, tempo de exposição superior ao que se dedica à televisão. Entretanto, cabe destacar que a pesquisa revelou que apenas 48% dos entrevistados têm acesso às mídias digitais, sendo que 37% deles diz utilizar a Internet todos os dias. Como se pode observar, apesar do dispêndio de tempo com as plataformas virtuais ser superior ao da TV, ainda há discrepâncias relativas à acessibilidade das novas mídias por boa parte da população brasileira.

> Mais do que as diferenças regionais, são a escolaridade e a idade dos entrevistados os fatores que impulsionam a frequência e a intensidade do uso da Internet no Brasil. Entre os usuários com ensino superior, 72% acessam a Internet todos os dias, com uma intensidade média de 5h41, de 2ª a 6ª feira. Entre as pessoas com até a 4ª série, os números caem para 5% e 3h22. 65% dos jovens na faixa de 16 a 25 anos se conectam todos os dias, em média 5h51 durante a semana, contra 4% e 2h53 dos usuários com 65 anos ou mais. O uso dos aparelhos

> celulares como forma de acesso à Internet já compete com o uso por meio de computadores ou notebooks, 66% e 71%, respectivamente. O uso das redes sociais influencia esse resultado. Entre os internautas, 92% estão conectados por meio das redes sociais, sendo as mais utilizadas o *Facebook* (83%), o *Whatsapp* (58%) e o *Youtube* (17%) (BRASIL, 2015, p.8).

Embora os veículos massivos ainda ocupem posições centrais na sociedade, conforme revela a PBM (2015), a comunicação em rede facilita a interação dos usuários com os conteúdos e proporciona um maior espaço de participação online, ao passo que a eles é facultada a publicação de conteúdos de forma interativa na plataforma.

Para Castells (2003), a abertura da rede para modificações por parte de seus usuários fez com que o uso da internet aumentasse significativamente, além de possibilitar uma que os conteúdos sejam replicados com maior facilidade e rapidez. O ambiente interativo, colaborativo e descentralizado da Internet possibilita ainda que os conteúdos sejam difundidos sem a necessidade de submetê-los aos filtros da grande mídia.

Segundo o argumento de Jenkins (2008), as novas mídias, ao contrário do que se imagina, não irão substituir as antigas. A tendência é que sejam estabelecidas entre elas formas de interação cada vez mais complexas que apontam para uma convergência entre as mídias. “Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias” (Jenkins, 2008, p.42).

As comunidades online oferecem meios para que os usuários manifestem sua desconfiança relativa aos conteúdos veiculados pela grande mídia e também sua insatisfação com a política, conforme explica Jenkins (2008). Esta prática é verificável no que tange ao objeto deste trabalho, considerando que os memes aqui expostos são referentes ao presidente do Brasil, Michel Temer (PMDB), envolvido em escândalos que repercutiram na grande mídia através do noticiário nacional e internacional, e na rede através de incontáveis memes que retratavam a situação política do país através de sátiras que funcionam de forma a complementar os discursos difundidos pelos meios de comunicação massivos.

Jenkins (2008) destaca ainda que, na lógica da convergência, a mídia alternativa cumpriria a função de mobilizar e a mídia massiva de divulgar conteúdos. Desta forma, o ativismo forjado na virtualidade seria capaz de mobilizar e incentivar a

participação da cultura popular, facilitando a inserção da política na vida cotidiana. O autor destaca ainda que a nova cultura política, forjada nesta cultura da convergência, reflete o jogo de forças entre o sistema de mídia tradicional e o alternativo. Ainda que o ambiente digital permita que minorias tenham voz e novas ideias sejam divulgadas, estas serão constantemente monitoradas pela grande mídia, que agirá sempre em vias de encontrar conteúdos que possam ser por ela veiculados. Da mesma forma, o ambiente virtual se alimenta constantemente de conteúdos que foram anteriormente pautados pelos veículos midiáticos tradicionais, adaptando-os a sua lógica e tornando-os virais. Estabelece-se assim uma lógica de retroalimentação entre os meios tradicionais e o ambiente virtual. A memética e os conteúdos virais são em grande medida fruto desta lógica de retroalimentação, conforme se pretende explicar nos tópicos seguintes.

Memes e Política: a narrativa da crise política brasileira em imagens

O termo meme, cunhado pelo cientista britânico Richard Dawkins em seu livro de 1976, "O Gene Egoísta", faz referência a informações disseminadas de, de maneira proliferada. A origem do termo faz alusão à genética proposta por Dawkins e, ao que tudo indica, o cientista procurava uma palavra similar ao termo "gene", que transmitisse a maneira como ideias e comportamentos se propagam na sociedade por métodos não genéticos.

A abordagem memética segue o mesmo raciocínio da genética, se diferenciando no formato do elemento mínimo da transmissão: enquanto os genes estão contidos em fitas de DNA, as ideias e informações propagadas através de memes são transmitidas por diversos veículos, não associando-se, portanto, a um meio específico. Sem o constrangimento imposto pelo suporte, qualquer ideia pode ser difundida através de memes, dependendo apenas de sua capacidade de propagar-se. De acordo com Dawkins, "se a ideia for bem sucedida, pode-se dizer que ela se propaga, espalhando-se de cérebro em cérebro" (DAWKINS, 1979, p. 214).

Ricardo Waizbort (2003) define os memes como replicadores dada a sua capacidade de produzir cópias de si mesmos. Essa capacidade de propagação garante a perpetuação de um meme e é, portanto, a sua forma de sobrevivência. Desta forma, "o replicador com melhor resposta é aquele com alta fidelidade, fecundidade e longevidade – em outras palavras, aquele que produz cópias mais precisas e duradouras de si"

(BLACKMORE, 2002). Blackmore (2002) define memes como entidades palpáveis e verificáveis no cotidiano, variando do nosso comportamento aos artefatos que preenchem nossa vida. A origem grega da palavra se refere a "aquilo que pode ser copiado" e aponta para a essência replicante do meme. Para além dos conteúdos disseminados via Internet, tudo o que pode ser apreendido através da cópia é um meme. Baseado neste princípio, todo o conhecimento adquirido por réplica e tudo aquilo que possa ser imitado através da observação é considerado meme, como os hábitos, valores, padrões estéticos e qualquer produto cultural. Uma vez copiado, o meme ajuda na implantação de crenças e valores, ganhando mais força a cada novo hospedeiro e garantindo sua autenticidade por meio da familiaridade (HODGE, 2002).

Conforme explica Backmore (2002), a propagação dos memes pode ocorrer sem corresponder a um filtro de finalidade ou eficácia. Segundo a autora, é irrelevante, do ponto de vista da replicação, que um meme seja belo, relevante ou verdadeiro. Para o meme, basta que sobreviva à competição e que seja copiado, garantindo a sua propagação. O poder de um meme, portanto, depende de sua capacidade de ser imitado (WAIZBORT, 2003).

Compreendendo os memes como elementos de uma cultura ou de um sistema de comportamento que pode ser transmitido de um indivíduo a outro por meios não genéticos, especialmente pela imitação, no ambiente virtual eles podem estar dispostos no formato de imagem, vídeo, frase ou *gif* que, uma vez acessado e transmitido eletronicamente de um usuário a outro, pode potencializar uma replicação epidêmica.

A aproximação que se faz do meme a um vírus, por analogia à sua capacidade de infecção, indica a importância desta sua característica epidêmica, como explica Recuero (2007). A denominação de viral, epidêmico e até mesmo contagioso que se vê associada aos memes diz respeito, portanto, a essa sua potencialidade de se disseminar na internet ou em uma determinada comunidade da mesma forma que um vírus acomete uma população, como elucida Lévy (1996).

Na ambiência virtual, os memes estão normalmente associados a conteúdos de viés cômico, satíricos ou críticos e, enquanto produtos de provenientes de origens diversas, os memes podem sofrer, enquanto se propagam, alterações de conteúdo que os modifiquem significativamente, gerando um novo meme. Neste caso, a capacidade de

disseminação e a possibilidade de contribuição tornam-se requisitos para o estabelecimento de memes na internet.

No que tange ao intercruzamento da temática política à produção de memes, estes podem ser produzidos tanto pela militância, tendo então notória vinculação partidária, quanto por usuários diversos que, afora da militância política, produzem e replicam conteúdos que retratem situações de crise envolvendo partidos e seus atores de forma cômica ou satírica de forma espontânea.

Chagas *et al* (2015) ressaltam que o humor em conexão com a política na Internet podem atribuir novos significados a conteúdos típicos da cultura popular. Segundo os autores, embora o humor esteja presente nas disputas eleitorais desde os períodos anteriores à Internet, é através das redes sociais ambientadas na virtualidade que estes conteúdos são propagados com maior facilidade, podendo atingir um número maior de pessoas. Enquanto produto cultural, os memes não podem ser desvinculados das experiências de seus criadores, estando ligados a um repertório cultural que é extraído de memórias, referências históricas e sociais. Neste sentido, o usuário de Internet posta, compartilha e curte conteúdos que julgue interessantes e que o tenham sensibilizado de alguma forma e por isso o humor é uma característica tão presente nos memes (CHAGAS *et al*, 2015, p.9).

O Caso Temer x Joesley: a divulgação midiática e a narrativa memética

A divulgação das gravações[4] envolvendo o presidente Michel Temer (PMDB) e Joesley Batista, dono do frigorífico JBS, repercutiram de forma imediata nos veículos midiáticos nacionais e internacionais. Nos áudios divulgados na coluna de Lauro Jardim no jornal *O Globo* em 17 de maio de 2017, Temer teria dado aval para que Joesley mantivesse o pagamento de uma mesada que garantiria a manutenção do silêncio de Eduardo Cunha (PMDB), ex-presidente da Câmara dos Deputados, que foi condenado no âmbito da Operação Lava-Jato.

Após a repercussão nos veículos de comunicação tradicionais, a Internet reagiu instantaneamente ao novo episódio da crise política brasileira. Não tardou para que memes envolvendo a figura de Temer (PMDB), Joesley Batista e Eduardo Cunha

[4] https://oglobo.globo.com/brasil/dono-da-jbs-grava-temer-dando-aval-para-compra-de-silencio-de-cunha-21353935

(PMDB) se disseminassem de forma viral nas redes. Através do humor, os memes criavam uma narrativa complementar à veiculada pela mídia tradicional a respeito dos acontecimentos políticos do país.

Através dos memes, o drama da narrativa política brasileira ganha contornos humorísticos. Segundo Barreto (2015), o drama se estabelece em um diálogo direto com formas populares e midiáticas de comunicação, mesclando gêneros e espécies de acordo com os usos que o senso comum estabelece. O autor afirma ainda que engrenagem dramática se articula a partir da ação de personagens envolvidos em uma narrativa exterior à própria trama. A ação dramática, que pode produzir mudanças significativas nos rumos da história, é desencadeada pelos interesses e conflitos de vontades destes personagens, conforme explica Barreto (2015). A produção de sentidos a partir do drama político brasileiro, noticiada exaustivamente na produção jornalística, é ressignificada através dos memes, onde os personagens envolvidos na trama são satirizados e têm suas imagens manipuladas em ícones cômicos.

A narrativa cômica produzida pelos memes pode estabelecer uma conexão complementar ao noticiário da mídia tradicional. Através da memética, os fatos políticos são abordados de uma forma não convencional, seguindo a uma ordem narrativa que dificilmente seria utilizada pelos meios de comunicação de massa. Barthes (2011) ressalta que "toda narrativa é tributária de uma "situação narrativa", conjunto de protocolos segundo os quais a narrativa é consumida" (BARTHES, 2011, p.54). O autor explica ainda que a narração se significa através do mundo, dos aspectos sociais econômicos e ideológicos que se inscrevem em sua história. Desta forma, podemos dizer que a narrativa memética atuaria de forma complementar à situação narrativa exposta no noticiário nacional, no que tange ao caso Temer x Joesley.

Embora os memes do caso Temer x Joesley tenham sido criados a partir de um conteúdo primeiramente divulgado em um meio de comunicação tradicional, houve também a repercussão inversa. Após tornarem-se virais, os memes foram pauta de diversos veículos midiáticos. Comunidades criadoras de memes tornaram-se alvo da cobertura da grande mídia após a produção em massa de conteúdos ganhar cada vez mais espaço nas redes. Nesta lógica de retroalimentação, tanto as informações disseminadas pelas mídias tradicionais se espalham nas redes através dos memes quanto a memética se torna pauta e pode atuar na agenda dos meios de comunicação.

Tendo em vista a necessidade de visibilidade midiática da classe política como forma de tornarem públicas a imagem e os discursos de seus atores, o campo midiático torna-se uma variável importante no que diz respeito à construção da agenda política do país. Por outro lado, em situações de crise, é habitual que se evite a aparição exaustiva dos personagens nela envolvidos na cena midiática. Após a divulgação das gravações envolvendo o presidente Temer (PMDB) e dos memes virais envolvendo sua imagem, a assessoria de comunicação do Planalto enviou um comunicado[5] no dia 22 de maio de 2017 às principais páginas criadoras de memes solicitando que não fossem utilizadas imagens oficiais do presidente na produção de conteúdos humorísticos sem autorização prévia. O ato foi visto pelos administradores das páginas como uma forma de censura e uma série de memes foram produzidos satirizando a situação e desgastando ainda mais a imagem do governo.

Uma das páginas notificadas pelo Planalto foi a *Capinaremos*, que conta com mais de 1 milhão de curtidas no *Facebook*. Estabeleceu-se como recorte a análise dos memes relativos ao caso Temer x Joesley entre os dias 17 de maio de 2017 (data em que as gravações foram divulgadas) e 22 de maio de 2017 (data em que o Planalto enviou o comunicado às páginas produtoras de memes). A partir deste levantamento, pretende-se observar de que forma o acontecimento político foi relatado através dos memes.

Memética – o caso Temer x Joesley em imagens

Através da coleta de dados na página do *Capinaremos* no *Facebook* entre os dias 17 e 22 de maio de 2017, foram encontrados 70 memes que se referiam ao caso envolvendo o presidente Michel Temer (PMDB) e o empresário Joesley Batista de forma direta ou indireta. Tomando-se a Análise de Conteúdo categorial como suporte metodológico, os memes coletados foram agrupados em 5 categorias, sendo elas: 1- "Reforço à polarização Política"; 2- "Evidências da crise de representação política"; 3- "Referências à cultura popular" (filmes, séries, desenhos, programas de TV, etc); 4- "Guerra memeal"; 5- "Sátira à imagem de Temer ou ao Brasil". Acredita-se que estas

[5]https://olhardigital.com.br/fique_seguro/noticia/governo-notifica-pagina-de-memes-por-usar-fotos-de-temer-sem-autorizacao/68471

categorias permitam observar a maneira como a memética sintetizou os recentes fatos políticos brasileiros.

A categoria 1- "Reforço à polarização Política" foi escolhida levando-se em consideração a polarização existente entre PT e PSDB, que se identificam ideologicamente com os eixos de esquerda e direita, respectivamente, desde 1994, ano em que a disputa eleitoral para a presidência da república foi protagonizada por Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e Luís Inácio Lula da Silva (PT). O processo eleitoral de 2014, que levou Dilma Rousseff (PT) à reeleição, foi marcado por uma disputa acirrada com Aécio Neves (PSDB), que mais tarde seria um dos maiores entusiastas do impeachment de Dilma. Desde então, as marcas da polarização política têm se tornado cada vez mais evidentes, fazendo-se necessário observar se há reforço a esta narrativa através dos memes.

Já a segunda categoria, que diz respeito às "Evidências da crise de representação", pretende-se observar de que forma o desinteresse e as desilusões do brasileiro com relação à política e aos atores de seu campo são demonstrados através dos memes coletados. No que tange à categoria 3 – "Referências à Cultura popular", foram agrupados memes em que elementos típicos da cultura popular são mesclados à política. A categoria 4- "Guerra Memeal" faz alusão a um termo tipicamente utilizado nas redes para definir disputas travadas entre países, indivíduos ou instituições através da memética. Por fim, a quinta categoria "Sátira à imagem de Temer ou ao Brasil", reúne as unidades de análise em que a imagem do presidente ou do país foram transformadas em conteúdos satíricos. Nas tabelas a seguir, serão apresentados os números referentes a cada uma das já elencadas categorias e a quantificação dos memes publicados ao longo do recorte estabelecido.

Tabela 1

Categorias	**Número de memes coletados entre 17 e 22/05**
Reforço à polarização Política	4
Evidências da crise de representação política	12
Referências à Cultura popular	19
Guerra Memeal	18
Sátira à imagem de Temer ou ao Brasil	17
Total	**70**

Fonte: elaboração própria

Tabela 2

Data de publicação	**Número de memes publicados**	**Porcentagem referente ao total**
17/05/2017	12	17%
18/05/2017	16	23%
19/05/2017	11	16%
20/05/2017	8	11%
21/05/2017	5	7%
22/05/2017	18	26%
Total	70	100%

Fonte: elaboração própria

Conforme é possível observar nas tabelas acima, a maior concentração de publicações de memes referentes ao caso Temer x Joesley no *Capinaremos* se deram nos dois dias que sucederam o fato político (17/05 e 18/05) e na data em que o Planalto fez o comunicado referente à produção de memes com a imagem do presidente (22/05). A mensagem enviada pelo Planalto fez com que os memes referentes à imagem de Temer (PMDB), que já estavam refluindo entre os dias 20 e 21/05, atingissem pico de publicação no dia 22/05.

Cabe ressaltar que a categoria predominante nas publicações do dia 22/05 dizem respeito à "Guerra Memeal". Das 18 publicações deste dia, 15 fazem referência ao episódio em que o Planalto tentou frear a produção de memes que utilizassem a

imagem do presidente. A "Guerra Memeal" foi instaurada como forma de resposta ao comunicado oficial, deixando claro que os memes não deixariam de ser produzidos. Abaixo, um dos memes publicados no dia 22/05, referente à categoria "Guerra Memeal".

Fonte: Capinaremos

No que tange às categorias, outra particularidade que cabe ser ressaltada diz respeito às categorias "Reforço à polarização política" e "Evidências da crise de representação política". Os memes que as representam foram massivamente publicados nos dias 17 e 18/05 como uma resposta imediata à divulgação dos áudios que implicavam o presidente Temer. Com mensagens que evidenciavam o acirramento da polarização entre os eixos de esquerda e direita e o descrédito com relação à politica e aos atores do seu campo, os memes narravam o evento em questão de forma cômica, mas tendo como pano de fundo o drama político nacional.

As categorias "Referências à Cultura popular" e "Sátira à imagem de Temer ou ao Brasil" tiveram suas publicações diluídas ao longo das datas estabelecidas como recorte. Alguns dos memes agrupados na categoria "Referências à Cultura popular", por fazerem alusão a séries ou a conteúdos televisivos diversos, dependiam de referências externas para que fossem compreendidos em sua totalidade, mas ainda assim, era possível entender o tom da mensagem transmitida.

Considerações finais

Ainda que a mídia tradicional permaneça em lugar central em nossa sociedade, orientando as temáticas que serão constitutivas das discussões e do cotidiano do público, a ambiência virtual desponta como um novo lugar para as pautas nascidas no seio social. Na lógica da convergência, proposta por Jenkins (2008), as novas e velhas mídias não operariam em vias de substituição, mas de interação e transformação através da introdução de novas tecnologias.

Neste sentido, a memética cumpriria o papel de dar nova roupagem aos temas do cotidiano, tornando mais palatáveis as informações anteriormente divulgadas pelos veículos de comunicação. Os escândalos políticos brasileiros tornam-se, através de vídeos, imagens, *gifs* ou frases, motivo de riso numa tragicomédia produzida nas redes.

Através da análise dos memes coletados na página do *Capinaremos* no Facebook entre os dias 17 e 22 de maio de 2017, foi possível perceber que a temática política, ainda que sob vieses cômicos ou satíricos, é central não somente nos veículos de comunicação central, mas também nas redes. Embora isto ocorra sob a perspectiva de um escândalo, a política, que muitas vezes é um tema de que muitos dizem ter aversão, torna-se pauta da vida de muitos usuários. A memética funcionaria assim como uma narrativa complementar à sugerida pela mídia tradicional.

Referências

BARTHES, R. **Análise da estrutura narrativa.** Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 2011.

BLACKMORE, S. **A evolução das máquinas de memes**. International Congress on Ontopsychology and Memetics, Milão, 2002. Disponível em: https://www.susanblackmore.co.uk/conferences/the-evolution-of-meme-machines-portuguese-translation/. Acesso em 26/05/2017.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília: Secom, 2015.

CASTELLS, M. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro, RJ. Editora Zahar, 2003
.

CHAGAS, V. *Et al*. **A Política dos Memes e os Memes da Política:** proposta metodológica de análise de conteúdo sobre memes dos debates nas eleições de 2014. VI Compolítica. Rio de Janeiro, 2015.

DAWKINS, R. **O Gene Egoísta**. São Paulo, SP. Editora Itatiaia/EDUSP, 1979.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência.** São Paulo, SP. Editora Aleph, 2008.

LÉVY, P. **O que é o Virtual?**. São Paulo, SP. Editora 34, 1996.

MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. Comunicação e política: um campo de estudos e seus desdobramentos no Brasil. In **Mídia, representação e democracia.** Luís Felipe Miguel e Flávia Biroli (orgs). São Paulo-SP. Editora Hucitec, 2010.

RECUERO, R**. Memes em weblogs**: proposta de uma taxinomia. In: XVI Encontro Anual da Compós. Bauru – SP, 2007

RODRIGUES, A. D. **Estratégias de Comunicação.** Editorial Presença. Lisboa, 1990.

WAIZBORT, R. Dos Genes aos Memes: A Emergência do Replicador Cultural. In: **Episteme**, Porto Alegre. Nº 16, p. 23-44, jan/jun. 2003.