

A narrativa memética da notícia da prisão do ex-presidente Lula¹

Stephanie Ayliane Almeida de Sá²
Centro Universitário do Vale do Ipojuca, Caruaru, PE

RESUMO

Com o impacto da expansão das redes sociais e a velocidade de disseminação das informações no ciberespaço, os memes se tornaram uma ferramenta comunicativa de grande popularidade, capaz de alterar fundamentalmente relações que perpassam o espaço digital, como a produção jornalística. Diante deste cenário, este estudo visa analisar o impacto dessa linguagem na construção da narrativa de notícias de grande impacto nacional nos veículos de comunicação, a partir de postagens que envolvem a prisão do ex-presidente Lula.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; ciberespaço; memes; política.

INTRODUÇÃO

Diante da expansão das novas mídias e das novas relações comunicativas estabelecidas no meio digital, o processo de produção do conteúdo jornalístico tem passado por uma série de modificações. A percepção deste cenário é evidenciada a partir de estruturas como a ressignificação dos critérios de noticiabilidade, as novas formas de apuração e a remodelação do papel do consumidor diante da atuação dos veículos midiáticos.

Como descrito por Wolton (2012), essas novas demandas geram “formidáveis acrobacias”, a partir da busca por contemplar os públicos emergentes e legitimar a necessidade de informação e comunicação que apresentam. Uma das linguagens capazes de fortalecer esta alteração na arquitetura do produto noticioso é o meme: uma ferramenta comunicativa que se dissemina rapidamente no ciberespaço, angariando popularidade e repercussão.

Nos veículos jornalísticos, estas mensagens costumam aparecer como representação da opinião pública, comentando notícias populares, a partir de temáticas como política, esporte e entretenimento. Esta utilização carrega em si, no entanto, um

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Estudante do 7º período do curso de Jornalismo da UNIFAVIP WYDEN, e-mail: stephanieayliane@gmail.com

papel social bastante crítico, já que, neste contexto, os memes se tornam capazes de reformular completamente a narrativa dos acontecimentos.

Para Lucas (2018), enquanto objeto da história, o meme pode aparecer tanto como uma síntese poderosa, quando como uma visão estereotipada de um processo histórico específico. Um dos aspectos que direcionam esta construção é a escolha das postagens que serão utilizadas com esse propósito, bem como a forma que elas são distribuídas ao longo das matérias publicadas pelos veículos de comunicação.

A proposta deste artigo é, portanto, analisar de que forma este esquema está representado no processo noticioso que envolve a prisão do ex-presidente Lula e quais os aspectos narrativos envolvidos neste cenário.

O conceito de meme

Acredita-se que a palavra “meme” tenha sido utilizada pela primeira vez na obra *O gene egoísta*, de autoria do cientista britânico Richard Dawkins (1976), numa tentativa de explicar o processo de propagação e transformação de ideias. Em seu estudo, o autor associa esse processo a itens como melodias, slogans e modas de vestuário que “pulam de cérebro para cérebro”, do mesmo modo que os genes se propagam de um corpo para outro, por meio de espermatozoides ou óvulos.

Para justificar a origem da palavra – que surge como uma abreviação –, o autor a relacionou ao termo “memória”.

“‘Mimeme’ provém de uma raiz grega adequada, mas quero um monossílabo que soe um pouco como ‘gene’. Espero que meus amigos helenistas me perdoem se eu abreviar mimeme para meme. Se servir como consolo, pode-se, alternativamente, pensar que a palavra está relacionada a ‘memória’, ou à palavra francesa mème”.

(DAWKINS, 1976, p.122-123)

Na visão de Dawkins, “plantar um meme em uma mente fértil” significaria parasitar o mecanismo genético de uma célula hospedeira, gerando a capacidade de que uma ideia seja difundida por várias gerações.

Apesar de utilizar uma lógica parecida em sua aplicação no contexto das mídias digitais, na internet, os memes estão associados a frases ou reproduzidos de modo repetitivo para propagar uma série de mensagens. Nesses casos, o humor é formado pelos processos de repetição e replicação, que consistem na alteração da mensagem, sem modificar a estrutura original.

Um dos aspectos que diferencia essas mensagens é a possibilidade de “evolução” que elas carregam. Por meio da intertextualidade, os memes são capazes de se encaixar em diversas situações, mesmo que em sentidos completamente opostos. A elasticidade que esses signos possuem é, assim, um dos pontos responsáveis por promover sua manutenção no espaço digital e por conferir rapidez à sua disseminação.

“Enquanto os virais em geral permanecem imutáveis, os memes ‘evoluem’, isto é, podem ser amplamente transformados, durante o processo de replicação. São feitas novas versões, imitações, paródias, reelaborações e recontextualizações (...) e diversos cruzamentos intertextuais entre memes. De certa maneira, essas mudanças são importantes para garantir a sobrevivência do meme no ambiente altamente competitivo da internet”.

(MARTINO, 2014, p. 179-180)

Esses elementos de interpretação podem ser notados por meio da constatação de que os memes só fazem sentido em contextos específicos. O diferencial desse tipo de linguagem é justamente o fato de que ela carrega elementos que só podem ser decifrados por aqueles que fazem parte do grupo a que ela pertence. Ou seja, essas narrativas se tornam capazes de criar e fortalecer os laços entre as pessoas (SHIFMAN apud MARTINO, 2014) por meio da noção de pertencimento.

Com o intenso fluxo de informação presente nas mídias digitais, aspectos como agilidade, simplicidade e objetividade podem se tornar fundamentais para que a mensagem seja espalhada com mais eficácia. É nesse contexto que se encaixam os memes: como as mensagens são curtas e diretas, elas apresentam todos os requisitos para facilitar sua adesão e multiplicação.

O meme como parte da notícia

O ambiente digital possibilita a existência de novas estruturas comunicativas, que se alteram frequentemente e modificam o modelo narrativo tradicional. Neste cenário, emergem diferentes formas de produção de conteúdo, que se conectam e geram um modelo de circularidade.

Segundo Júnior & Alves (2010), a entronização de novos produtores de informação e a multiplicação das mídias possibilitam um recurso que tem sido chamado de hipermídia, que permite uma combinatória maior de objetos, como textos, imagens, mapas e sons capazes de diversificar o material narrativo.

De acordo com os autores, entretanto, o resultado desta “evolução tecnológica” não indica, necessariamente, que as narrativas, especialmente no que tange o jornalismo

digital, têm sido mais diversificadas ou complexas, apesar de serem mais “engenhosas” da perspectiva sintática. *A priori*, a inclusão destes recursos tem resultado simplesmente em uma combinação de elementos.

Uma das evidências deste processo é a popularização dos memes no ciberespaço e a tendência de expansão que têm exibido, ao serem retratados em ambientes considerados mais formais, como os veículos de comunicação. Nos casos analisados neste trabalho, por exemplo, este tipo de linguagem é tido como expressão da opinião popular.

Para Souza & Aragão (2016), esta associação está relacionada ao critério de entretenimento, além de pontos como humor e repercussão. Além disso, os autores defendem que a utilização deste tipo de linguagem está associada à necessidade constante de atualização de conteúdo.

“Outro motivo que pode fazer um meme virar notícia é o inesperado, a ruptura daquilo que as pessoas consideram normal, isso acaba gerando brincadeiras na internet e sua disseminação torna a discussão atrativa para o jornalismo.”
(SOUZA & ARAGÃO, 2016, p.5)

No entanto, é importante pontuar que essas diretrizes não são suficientes para abarcar as nuances percebidas nesse processo de conversão entre o conteúdo humorístico e o noticioso, mesmo que sejam importantes para delimitar os princípios dessa relação. Isso porque a escolha dos memes que são apresentados nas matérias divulgadas passa por um processo de seleção diretamente relacionado à linha editorial do veículo.

Como descrito por Rodrigues (1996, p. 27), “no discurso jornalístico, o acontecimento constitui o referente de que se fala, o efeito de realidade da cadeia de signos, uma espécie de ponto zero da significação”. Desse modo, a estruturação desses memes no corpo noticioso também pode ser um dos pontos capazes de conduzir o enquadramento da notícia.

A prisão do ex-presidente Lula

O ex-presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva foi preso no dia 7 de abril de 2018, após ser condenado pelo juiz Sérgio Moro, no âmbito da Operação Lava Jato, sob as acusações de corrupção passiva e lavagem de dinheiro. A pena determinada foi de 12 anos e um mês de prisão na Superintendência da Polícia Federal, em Curitiba.

Diante da intensa repercussão do caso, muitos canais de comunicação fizeram coberturas completas que duraram mais de 24 horas, com transmissões ao vivo, fotografias, vídeos e entrevistas com especialistas do meio jurídico.

Em alguns casos, os veículos optaram por utilizar os memes para representar a opinião pública dos acontecimentos, como fizeram os portais ‘VEJA’, ‘Exame’, ‘Estadão’ e ‘El País’, cujas postagens serão analisadas neste trabalho. As matérias foram publicadas entre os dias 5 e 10 de abril, como descrito na tabela abaixo:

Título	Portal	Data
“Lula preso amanhã” é o assunto mais comentado no Twitter Brasil	Exame	5 de abril
Lula preso, memes à solta	El País	6 de abril
‘Será preso amanhã’	Estadão	6 de abril
Lula preso no meme	Estadão	8 de abril
Veja memes após a prisão de Lula	Estadão	8 de abril
A reação da internet à decisão do STF	VEJA	10 de abril

Ao todo, foram utilizados 44 memes, entre imagens e frases. No entanto, apenas 7 são favoráveis ao ex-presidente ou acusam outros políticos de terem cometido crimes de corrupção, o equivalente a 15,9% do total.

O índice é incompatível, entretanto, à popularidade de hashtags como #LulaLivre, que chegou a ser o termo mais mencionado na rede social Twitter no dia 6 de março³. Apenas o portal da revista ‘Veja’ retratou essas manifestações (**Figura 1**).



Figura 1 - Postagem republicada pelo portal da revista 'Veja'.

³ A informação foi citada na matéria ‘#LulaLivre é o assunto mais comentado do Twitter no Brasil’, publicada no portal da Revista Fórum. Disponível em: < <https://www.revistaforum.com.br/lulalivre-e-o-assunto-mais-comentado-do-twitter-no-brasil/>>. Acesso em 13 de maio de 2018.

Neste caso, as postagens escolhidas não foram de memes, mas de comentários dos internautas que defendiam o ex-presidente à reeleição e que criticavam os ministros foram contrários à concessão do *habeas corpus* a ele. Mesmo neste portal, entretanto, existe um desequilíbrio em relação à quantidade de postagens retratadas, já que foram apresentadas nove publicações contrárias ao ex-presidente (inclusive a imagem que é a “capa” da matéria) e cinco que o defendem.

Os termos utilizados para introduzi-las também divergem: enquanto as mensagens contrárias ao petista foram apresentadas como opinião dos “internautas” e dos “tuiteiros”, as publicações que o defendem foram apontados como manifestações dos “apoiadores de Lula”. A diferenciação destes termos carrega separações bastante claras e carregadas de sentidos políticos. Enquanto uma parte das publicações é indicado como opinião geral, o outro é classificado como defesa de grupos específicos.

A partir desta leitura, é possível perceber que o aspecto de popularidade não foi necessariamente utilizado para a seleção dos memes a serem exibidos e que o processo foi dotado de outros elementos significantes.

Outro indicativo que corrobora para este entendimento é o fato de que postagens com poucas curtidas foram replicadas pelos portais (**Figura 2**), enquanto publicações que tinham mais de 4 mil curtidas (**Figura 3**) não foram utilizadas para representar a repercussão da notícia.



Figura 2 - Postagens replicadas pelo portal Estadão fazem referência ao personagem Lula Molusco, da animação Bob Esponja. Ambas têm menos de dez curtidas.



Figura 3 – Uma das postagens mais populares sobre a notícia caracteriza o ex-presidente como “mais votado” e “destruidor da fome”.

As postagens utilizadas pelo portal Estadão retratam, ainda, um dos objetos de humor utilizados nos memes repostados pelos portais: a relação entre o ex-presidente Lula e o personagem homônimo a ele, que faz parte da animação Bob Esponja. O processo está fundamentalmente associado à relação de destronamento, analisada por Bakhtin (1989) a partir das festividades medievais.

Segundo o autor, o objetivo principal da carnavalização é “travestir o sério e obriga-lo a tomar ares cômicos”. O aspecto está relacionado a um jogo com símbolos do poder supremo, por meio do qual esses elementos hierárquicos, ilustrados pelas divindades e pelos representantes do poder, são ridicularizados.

Assim, uma das temáticas que mais motivam a consolidação desse tipo de postura é a política. Em muitos casos, a lógica da instabilidade, a partir desta inversão simbólica dos papéis, é o que constitui os memes, com o objetivo de zombar de situações preocupantes e de “desdramatizar” a existência de temores e tabus (SOARES, 2011).

Desse modo, o riso torna-se uma ferramenta que possibilita abordar temas complexos, sem que o caráter de negatividade seja predominante. Esse esquema relaciona-se, ainda, com a ideia de que a carnavalização tem o objetivo de agir “como uma válvula-de-escape que permite uma distensão de pressões sociais, através de um processo de inversão de valores” (SERPA, 2009, p. 7).

Outra série de memes que exemplifica este processo de carnavalização foi a utilizada pelo portal do jornal El País (**Figura 4**), que reuniu quatro imagens compartilhadas nas redes sociais.



Figura 4- Os memes utilizados pelo portal El País fazem referência a outros políticos investigados pela Operação Lava Jato.

O primeiro exemplo apresenta uma montagem do ex-presidente Lula, publicada pelo site ‘O Sensacionalista’ em uma postagem com o título “Lula já está preso na Austrália”, cujo humor se baseia na diferença de fuso horário entre Brasil e Austrália. Neste caso, não foi utilizado nenhum texto de apoio para contextualizar o humor da imagem.

Segundo Lucas (2018), a utilização desta forma de construção da mensagem torna o meme mais atrativo para os moldes de disseminação de informação na internet, mas resulta em uma expressão mais superficial, que exige conhecimento prévio do usuário.

“Pois, é preciso conhecer previamente o que está sendo replicado, para que a ironia se dê com efetividade, sem o conhecimento prévio, o meme está fadado a “morte rápida” por sua não compreensão, e assim, não replicação.
(LUCAS, 2018, p. 19)

De autoria do mesmo site, há uma imagem que sugere a morte simbólica do meme “Lula preso amanhã” e do portal ‘O Antagonista’, que se intitula como veículo “de direita” e costuma noticiar informações contrárias ao ex-presidente e a seus aliados políticos.

Além disso, a postagem replicou imagens que ridicularizam as figuras de outros representantes políticos: o presidente Michel Temer e os senadores Renan Calheiros e Aécio Neves. No primeiro exemplo, o meme sugere que estas figuras, que são investigadas pela Operação Lava Jato, responsável pela investigação do ex-presidente Lula foi preso, serão punidas em breve.

O segundo, no entanto, aponta uma relação entre o senador Aécio Neves e o juiz Sérgio Moro, responsável por conduzir a operação, e indica que a prisão dele não será efetuada. Neste caso, o humor também se fortalece a partir da utilização do termo “tucano”, utilizado para se referir aos políticos filiados ao partido PSDB.

Como ilustrado pelos memes que fazem referência à animação Bob Esponja, um dos aspectos utilizado para a composição dessas mensagens é a utilização de cenas e diálogos que remetem à produtos culturais, como filmes e seriados. Em uma das postagens replicadas pelo portal da revista ‘Veja’ (**Figura 5**), a imagem utilizada foi retirada da série *Game of Thrones*, da HBO.



Figura 5 - Postagem replicada pelo portal da revista 'Veja', utiliza um trecho de um episódio do seriado *Game of Thrones*.

Na publicação, a usuária da rede social Twitter utiliza um GIF animado de um trecho de um dos episódios do seriado, com a fala “*Shame. Shame. Shame*”, o equivalente a “Vergonha. Vergonha. Vergonha”, em tradução livre. Segundo Barreto (2015), a utilização de citações é um recurso capaz de unir grupos no ciberespaço, estabelecendo o *ethos* e demonstrando quais interesses são convergentes entre os usuários presentes no ambiente digital e quais participantes compartilham deste conhecimento.

Isso porque, apesar de poder ser compreendida de modo claro por um usuário que desconheça a origem do trecho replicado, a mensagem só será entendida em sua totalidade por aqueles que são consumidores do produto original.

Neste exemplo, também é possível verificar um aspecto previamente analisado: a quantidade de engajamento da postagem, já que há apenas uma curtida na publicação. Essa constatação corrobora para a ratificação do entendimento de que a popularidade que estas mensagens detêm do ciberespaço não é condição *sine qua non* para que sejam replicadas.

Outra figura que se popularizou durante o processo noticioso dos casos relacionados à Operação Lava Jato foi o policial federal Newton Ishii, conhecido como Japonês da Federal, que participou da condução de diversos presos. Apesar de estar aposentado no momento da prisão do ex-presidente Lula, o agente também foi lembrado nos memes utilizados durante o período (**Figura 6**).



Figura 6 - Meme replicado pelo portal da revista 'Exame'.

Neste caso, o humor foi constituído a partir da relação entre as duas personagens do GIF, em uma associação do "medo" atribuído ao ex-presidente Lula diante do agente da Polícia Federal. Além disso, a contextualização da postagem é construída por meio do uso da hashtag #PrendeLogoMoro e do meme já conhecido de 'Lula preso amanhã'.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos memes escolhidos para representarem a opinião pública diante da prisão do ex-presidente Lula, os veículos arquitetaram uma narrativa similar, associando a punição a uma realização social. Essa constatação está fundamentada na percepção da ausência de posicionamentos divergentes e na seleção das postagens a serem publicadas, que apresentam um discurso em comum.

Como defendido por Barreto (2015), os memes são mais do que uma mera replicação de postagens no ambiente virtual. Como mediam diversos níveis de relação no ciberespaço, essas unidades comunicativas têm a capacidade de gerar padrões de comportamento, de transmitir valores e determinações culturais e de impactar fundamentalmente na manutenção da comunidade.

Por isso, ao serem utilizadas para representar a narrativa da opinião popular diante de fatos de grande repercussão, como o estudado neste trabalho, essas mensagens traduzem uma prática ritual de articulação social, de fácil disseminação e simples absorção.

Partindo deste pressuposto, é necessário que os veículos de comunicação que investirem na utilização dessa ferramenta realizem esta seleção de modo crítico. Como este é um processo relativamente recente no Jornalismo, há poucas métricas na rotina produtiva para direcionar a questão ética diante dessa abordagem.

Desse modo, há uma maior suscetibilidade para a realização de matérias tendenciosas e sensacionalistas. Como verificado neste estudo, ao reproduzirem mensagens jocosas que comungam de um posicionamento específico, as postagens dos portais de notícia analisados direcionam o público a um entendimento bastante superficial dos fatos e contribuem para a distorção da opinião pública.

Assim, apesar de representar uma expressão mais natural e menos roteirizada, a utilização dos memes não é, por si só, garantia de um exercício mais ético e democrático do Jornalismo e deve ser problematizada e analisada criticamente para que estes textos não sejam utilizados como ferramentas de alienação e silenciamento.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: O contexto de François Rabelais**. São Paulo: Editora da Universidade de Brasília, 1989.

BARRETO, Krícia Helena. **Os meme e as interações sociais na internet: Uma interface entre práticas rituais e estudos de face**. Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal de Juiz de Fora, 2015.

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

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: Linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis: Vozes, 2014.

LUCAS, Andresa dos Santos. Os memes e a didática da história: um estudo de caso a partir da página “história nas redes sociais”. In: DORNELES, Amanda et al. (Org.). **História, cultura e religiosidades afro-brasileiras**. Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2018. p. 15-22.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”**. Lisboa: Vega Editora, 1996. p. 27-33.

SOUZA, Ivson. ARAGÃO, Rodrigo Martins. Onde a Zoeira Encontra Seu Limite: uma análise do uso de memes no jornalismo do Estadão. In: **XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. Caruaru: UNIFAVIP Devry, 2016. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-1897-2.pdf>>. Acesso em 15 de maio de 2018.

SERPA, Marcelo Helvecio Navarro. **Alegorias políticas: da carnavalização à espetacularização da política, da propaganda político-eleitoral e da eleição contemporâneas**. Curitiba, 2009.

SOARES, Bruno Burlon. Carnaval e carnavalização: algumas considerações sobre ritos e identidades. **Desigualdade & Diversidade**. Rio de Janeiro, n. 9, p. 127-148, ago/dez, 2011.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2012.