
Memes e Condenação do Ex-Presidente Lula: metodologia e análise de coleta de imagens¹

Laís Batista SANTANA²

Carla Bianca NIGRO³

Fábio Gomes GOVEIA⁴

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

Resumo

Ao fim de sete semanas de coleta e análise de imagens de teor mêmico- de acordo com parâmetros pré-estabelecidos por autores tais como Richard Dawkins, Raquel Recuero, Susan Blackmore e Limor Shifman-, foi possível estabelecer uma trajetória metodológica para a construção de uma visão geral do posicionamento ideológico e político do público brasileiro consumidor do Twitter. Percebido o turbulento cenário político do país, foi possível organizar em formato de ranking as cinco, dez ou cem imagens mais compartilhadas em determinado período de tempo a partir da escolha dos termos viralizados na rede social nos sete dias que antecem as pesquisas. Solidificada a dinâmica, foram aplicadas essas técnicas a um dos acontecimentos mais recentemente e repercutidos na política do Brasil: o julgamento do ex-presidente Lula.

Palavras-chave: Meme; Imagem; Twitter; Política, Lula.

1. Introdução

Esse estudo é resultado preliminar de atividades de iniciação científica realizadas no segundo semestre de 2017. A pesquisa em curso se propõe a investigar os memes políticos do cenário brasileiro, buscando entender como esse fenômeno impacta na construção de discursos, agendas e ações políticas no Brasil.

As coletas de imagens e análises foram realizadas no Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic) da Universidade Federal do Espírito Santo em dois momentos. A primeira atividade de análise memética em questão foi iniciada no dia 18 de setembro e finalizada no dia 30 de outubro. Já a segunda etapa foi realizada entre 24 e 26 de janeiro. E é justamente sobre estes últimos dados que nos

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Estudante de Graduação. 3º semestre no curso de Jornalismo na Universidade Federal do Espírito Santo e pesquisadora no Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), email: laisbatistasantana@gmail.com

³ Estudante de Graduação. 4º semestre no curso de Jornalismo na Universidade Federal do Espírito Santo e pesquisadora no Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), email: carlabianca.nigro@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Espírito Santo e coordenador do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), email: fabiogv@gmail.com

dedicaremos nesse trabalho. O período em questão compreende os dias do julgamento que culminou com a condenação do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

A partir da coleta de imagens possibilita-se mapear o atual cenário político, assim como contabilizar a tendência opinativa das massas e sobressaltar os mais frequentes termos atrelados aos personagens de maior repercussão. Para analisar o posicionamento dos internautas perante a turbulência política no Brasil, foi realizado o estudo das imagens, mais precisamente de memes, compartilhadas na rede social Twitter.

2. Metodologia

A coleta de memes políticos foi realizada a partir do software Ford, desenvolvido pelo Labic. Essa ferramenta, que acessa os dados a partir da API⁵ do Twitter, permite coletas retroativas em até sete dias na rede social. Assim, podemos estudar os termos mais debatidos no cenário político brasileiro. Descreveremos a seguir a metodologia semanal de investigação do primeiro período da pesquisa. Esse é o mesmo método que foi utilizado para a coleta de dados dos dias relacionados ao período do julgamento de Lula.

Para determinar quais termos seriam coletados era realizada pesquisa no site Trendinalia⁶ acerca de qual tema ou figura política nacional tiveram maior repercussão no Twitter na semana. Durante todas as coletas, por exemplo, a figura de Michel Temer foi um dos assuntos de maior circulação entre os internautas. Desta forma, o nome do presidente se repete com frequência na pesquisa de forma a expor a polêmica de sua ascensão ao mandato, conjunta de críticas, sátiras e escárnios.

Normalmente os termos se estendem das hashtags mais populares da semana anterior – do campo político – até as composições curtas e nomes mais simples propagados no Twitter, coletados quando escritos juntos. Nesta característica são englobados simples nomes próprios ou frases fortes e convidativas que chamam a

⁵ Application Programming Interface (API), ou no português Interface de Programação de Aplicativos, é um mecanismo pelo qual programadores externos ao Twitter ou outras plataformas obtém acesso a códigos que permitem o desenvolvimento de ferramentas e aplicações. Funcionam como um tipo de ponte ou ligação entre a base de dados e outros programadores que desejam utilizar essas bases.

⁶ Se trata de uma página online na qual são contabilizados e expostos os termos e hashtags mais compartilhados no Twitter sob parâmetros regionais e diários. São oferecidos gráficos para ilustrar o comportamento dos Trending Topics, a vida de acordo com a atividade dos termos e, também, os perfis responsáveis pelas respectivas viralizações. Ver em www.trendinalia.com

atenção do leitor com facilidade. Quando acionado o software Ford, é iniciada a captura os dados atrelados aos tweets com uma série de informações qualitativas e quantitativas. Por exemplo, o número de retweets, as informações do autor e de outros responsáveis pelo compartilhamento, a data de publicação, o horário, a localização, a plataforma de publicação, os IDs dos publicadores e republicadores e informações de cada imagem publicada, além do conteúdo escrito de cada tweet.

Os dados são reunidos em conjuntos chamados *datasets* e são exportados em formato .csv, podendo ser manipulados em editores de planilha tais como o Microsoft Excel, software utilizado nessa pesquisa.

Após os dados serem importados, procedemos a separação as imagens políticas de acordo com parâmetros previamente estabelecidos a respeito de serem ou não dotadas de teor memético, por exemplo, no caso de serem meramente ilustrativas ou informativas. Estas imagens são coletadas e geradas separadamente da organização das informações dos datasets quantitativos, encontradas em uma pasta com os arquivos em formato .jpeg. Ou seja, além do conjunto de informações quantitativas dos tweets e seus metadados, há também o armazenamento de uma biblioteca apenas com as imagens de cada hashtag investigada.

Então, selecionamos as publicações majoritariamente meméticas, para, desta forma, identificá-las na planilha. Esta é uma maneira de “limpar” as informações e selecionar apenas aquelas dotadas do teor qualitativo de interesse, o que possibilita a melhoria na dinâmica de análise e categorização manual. Assim, podem ser percebidas entre elas a conotação particular de cada uma: memes de apoio (positivos), memes de reprovação (negativos), neutros e charges, afinal, elas já expõem o caráter crítico e cômico do momento em questão.

Desta forma, é possível limitar as análises aos memes de maior repercussão: na coluna direcionada ao contador de retweets, é requisitada a classificação decrescente nas cifras, ou seja, do maior para o menor. Na planilha, são selecionadas as imagens de maior relevância em quesitos quantitativos, e mais uma vez são separadas de acordo com a repercussão, mais frequentemente como as cinco, as dez ou as 100 mais compartilhadas no Twitter no período estudado. Facilita-se, por fim, a análise de cada uma separadamente, na tentativa de atender às especificidades do contexto no qual foi criado, o objetivo pelo qual o conteúdo foi compartilhado e todos os elementos que o compõem.

Durante o primeiro período de pesquisa (18/09 a 30/10/18) foram extraídas ao todo 26.481 imagens de enfoque político do Twitter, dentre elas, 4.991 classificadas como memes. Foram analisados os cinco ou dez memes mais compartilhados de cada semana. Segue a especificação e exemplificação dos termos usados na coleta no período em questão, todos percebidos com a pesquisa via Trendinalia:

- **Coletas:**

- a. 11/09/17 – 18/09/17. Termos pesquisados:
 - i. “Lula depoimento”
 - ii. “Temer denúncia”
- b. 18/09/17 – 25/09/17.
 - i. “Homofobia doença”
 - ii. “Lula pesquisa”
 - iii. “Mourão intervenção”
 - iv. “Rodrigo Maia hino”
 - v. “Michel temer”
 - vi. “Rachel Dodge”
- c. 25/09/17 - 02/10/17.
 - i. “Aécio”
 - ii. “Conselho de ética”
 - iii. “Temer denúncia”
 - iv. “Estado Laico”
 - v. “Ensino Religioso”
- d. 09/10/17 - 16/10/17.
 - i. “Temer denúncia”
 - ii. “Aécio”
 - iii. “Funaro”
 - iv. “Rodrigo Maia”
- e. 16/10/17 – 23/10/17.
 - i. “Aécio
 - ii. “Temer denúncia”
 - iii. “Gilmar Mendes

v. “Defesa Dilma”

f. 23/10/17 - 30/10/17.

i. “Conselho de ética”

ii. “Lula e Bolsonaro”

iii. “Temer”

iv. “Gilmar Mendes”

v. “#TemerInaceitável”

vi. “Escola Sem Partido”

Nos estudos semanais das imagens políticas compartilhadas no Twitter temos o objetivo de se somar à biblioteca de estudos no Labic e posteriormente tê-los publicados em periódicos ou eventos científicos. Desta forma, buscamos perceber como o conceito de meme como realizador de seu principal e primordial objetivo: a transmissão cultural, de valores, ideais e julgamentos. Este estabelecimento veio da primeira ideia do significado da palavra “meme”, vinda do termo grego *mimeme*, que quer dizer imitação, como em “mímica” (DAWKINS, 2007).

3. Conceito de meme

O precursor desta ressignificação do termo é o pesquisador biólogo Richard Dawkins em “O Gene Egoísta”, de 1976. Assim como tem-se os genes como transmissores de características fenotípicas e genotípicas, tem-se os memes como entidades ideológico-culturais futuramente a serem replicadas para a solidificação de alguma ideologia. Cabe ressaltar que, ainda de acordo com Dawkins⁷, esta replicação verá necessidade de competir com outras entidades mêmicas a fim de garantir sua sobrevivência entre o povo que as adotam (DAWKINS, 2007 apud SOUZA, 2016).

Por isso percebe-se frequentemente a contraposição de conteúdo. As imagens podem ser ressignificadas, reapropriadas e modificadas facilmente graças à ampla acessibilidade oferecida pelos meios cibernéticos e tecnológicos, desta forma podendo se inclinar à ideologia política de seu autor. O fenômeno obedece aos parâmetros de classificação de meme explicitada tanto em “O Gene Egoísta” quanto

⁷ Novamente, informação encontrada no Trabalho de Conclusão de Curso de Tasso Gasparini de Souza “Sociedade das Imagens Meméticas: Estudo da Primeira Guerra Memeal no Twitter” (2016), p. 25

para Raquel Recuero em “Redes Sociais na Internet” (2009)⁸, ao estabelecer as três características fundamentais para sua difusão e sobrevivência: A longevidade – a vida ativa do meme-, a fecundidade - velocidade de propagação- e a fidelidade da cópia – no caso da essência que a réplica carrega ao ser reproduzida (RECUERO, 2009).

Recuero, assim, os especifica mais profundamente sob perspectiva de cada uma das relações citadas, contudo, estas singularidades não vêm ao caso. Mas permanecem como base para concluir que qualquer mídia, ao obedecer à *mimesis*, pode ser categorizada como meme. Por exemplo, a psicóloga Susan Blackmore expande a noção de meme para “uma ideia, comportamento, estilo ou uso que se espalha de pessoa para pessoa dentro de uma cultura” (BLACKMORE, 2000 apud SOUZA, 2016).

A partir desta noção, a pesquisadora Limor Shifman procura maior profundidade na noção do meme cibernético, como explicado em seu livro “Memes in Digital Culture” (2013). Ela o caracteriza a partir de três características principais: a propagação gradual até se tornar um grande fenômeno social, a “reprodução através de várias formas de reinterpretação ou imitação” (SOUZA, 2016) e a competição à popularidade na preferência do público quanto a reprodução de conteúdo (Idem).

“A autora também propõe a distinção entre memes e virais. A viralidade seria uma forma de propagação de conteúdos. Enquanto um viral, usualmente é um único conteúdo cultural que se propaga em diversas cópias, os memes de internet são sempre uma coleção de conteúdos, pelo fato da replicação estar numa das bases do meme. Contudo, é comum que um meme se origine a partir de um viral: após um grande número de indivíduos entrarem em contato com um determinado conteúdo, surge em alguns o ímpeto de modificar e criar suas próprias versões”. (SOUZA et al, 2016, p.5)

De fato, é mais um artifício democrático, assim como também se mostra imprescindível para a exposição da pluralidade ideológica dos internautas. Ressalta-se, portanto, o forte papel do meme na política: é um agente possibilitador de aglomerar indivíduos de mesmo ou similar posicionamento, de explorar outras ideias e expressar suas próprias. Pode ser causa de união, como igualmente também pode o ser de divergências e embates.

4. Condenação do Ex-Presidente Lula

⁸ Como visto em “Sociedade das Imagens Meméticas: Estudo da Primeira Guerra Memeal no Twitter”, (SOUZA, 2016), p. 29.

No início de 2018, em meio ao ceticismo e à sensibilidade da população diante das problemáticas políticas, ocorreu o julgamento do ex-presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva. O público internauta, se antes já era polarizado o suficiente para se alfinetarem com frequência, agora se voltou à atividade com fervor.

Primeiramente, deve-se desenhar o prelúdio da condenação do petista. Mesmo antes das denúncias quanto ao triplex no Guarujá, o início da operação Lava-Jato já prescrevia um futuro incerto à Lula, assim como aos outros empresários e políticos envolvidos no escândalo. Ao ser traçada a possível ligação do ex-presidente ao verdadeiro cartel construído com finalidade corrupta, a mobilização social das massas dava um pequeno *glimpse* do que hoje está agravado: a divisão do povo entre apoiadores ou contrários, “esquerda” ou “direita”. A condenação de Lula no dia 24 de janeiro de 2018 foi mais um capítulo da extensa pauta política nacional recente. Assim, foi esse o segundo período estudado no trabalho.

Em uma coleta de dados, realizada entre os dias 24 e 25 de janeiro de 2018, os argumentos populares já se tornaram expostos. O simples nome “Lula”, ao lado da frase “Cadê a Prova” e “Lula Cadeia” já foram suficientes para arrecadarem ao todo 1.189.266 tweets, dentre eles, 10.004 imagens. Procedemos então a categorização das publicações.

Foram essas as categorias: a) “Fotojornalismo” - para aquelas normalmente de autoria de fotógrafos em ação ou aquelas utilizadas para ilustrar alguma cena e/ou acontecimento relevante; b) “Vídeo jornalístico” - segue parâmetros similares, sendo também muitas vezes mídias feitas por amadores ou cenas que já foram televisionadas; c) “Frame” - engloba *printscreens* de smartphones, monitores de computadores ou de programas de televisão, às vezes capturados a partir da fotografia da própria tela; d) “Ilustrações/charges/montagens” - categorizados juntos; e) “Cartaz” – categoria ampla, afinal, além de ser dotada de caráter publicitário, também foi destinada à uma forma de propagação ideológica.

Foi denominado “cartaz” convites à mobilização, por mais que online, a respeito do julgamento de Lula. Imagens padronizadas do movimento “Cadê a Prova” foram fortemente compartilhadas, sendo estas os melhores exemplos da característica por trás da taxonomia que lhes foi atrelada -vale ressaltar que a soma dos tweets com a hashtag totalizou 115.548 entre os 1.189.266 finais. Por vezes eram simplesmente frases, citações ou dados recolhidos pela gama apoiadora do ex-presidente, ao mesmo

passo que chamava o público ao movimento cibernético “Tuitaço” no dia 24 de janeiro. Tuitaço se trata de um neologismo derivado do célebre “Panelaço”, mas restringido ao meio cibernético como uma intensa propagação de tweets com uma hashtag comum (COSTA, 2011)⁹.



Figura 1: Cartaz do Tuitaço de 24 de janeiro. Fonte:

<https://twitter.com/sandraselmader/status/956121470018768897>

Independente de as tantas mídias coletadas já possuírem caráter memético de acordo com as ideias de Dawkins (1976), Recuero (2009) e Blackmore (2000), os memes foram separados sob outros parâmetros pré-estabelecidos para facilitar a categorização: se trataram imagens apropriadas de acordo com o contexto, e então ressignificadas com intuito crítico, muitas vezes seguidas de textos sobrepostos.

⁹ “O papel da internet na conquista dos votos de Marina Silva” (2011), por Caio Túlio Costa.



Figura 2: Exemplo de imagem simples ressignificada dado o contexto. Tornou-se meme, assim como também é exemplo imagético com teor de apoio e exaltação de Lula. Publicada em 19 de dezembro de 2017 e coletada no dia 24 de janeiro por ter retomado a popularidade. Fonte: <https://twitter.com/lulaeuteamo/status/810933169121804288>.

Após a coleta de tweets e das imagens, procedemos a classificação das publicações mais populares, ou seja, das 100 que obtiveram mais retweets. Realizou-se a análise do sentimento contidos nessas publicações e, a partir da organização em planilha, contabilizá-las e categorizá-las permitiu a visualização com maior clareza do posicionamento político em observação aos termos utilizados. Por exemplo, os termos “Lula(+)cadeia” acaba por ser mais convidativo aos posicionamentos contrários à absolvição do ex-presidente, ao passo que a hashtag “Cadê a Prova” chama mais a atenção do público que o apoia.

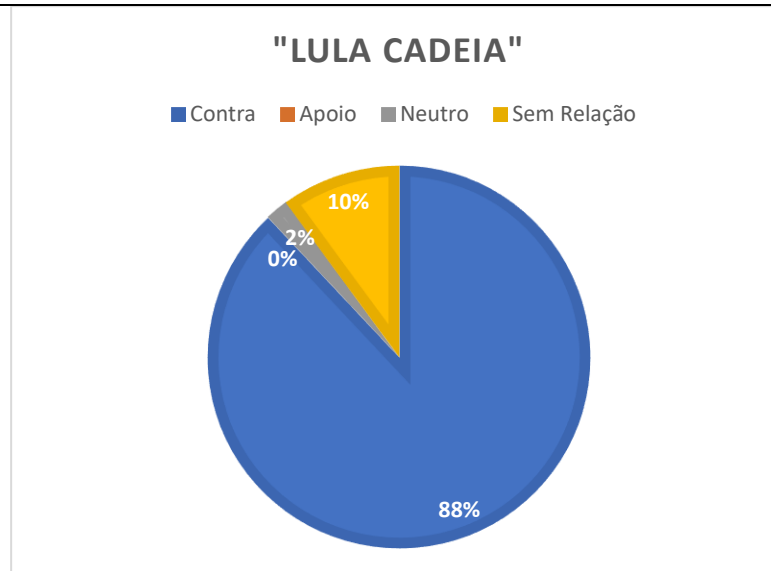


Gráfico 1: Categorização de sentimento dos 100 tweets com maior número de retweets no dia 24/01/18 com o termo “Lula Cadeia”.

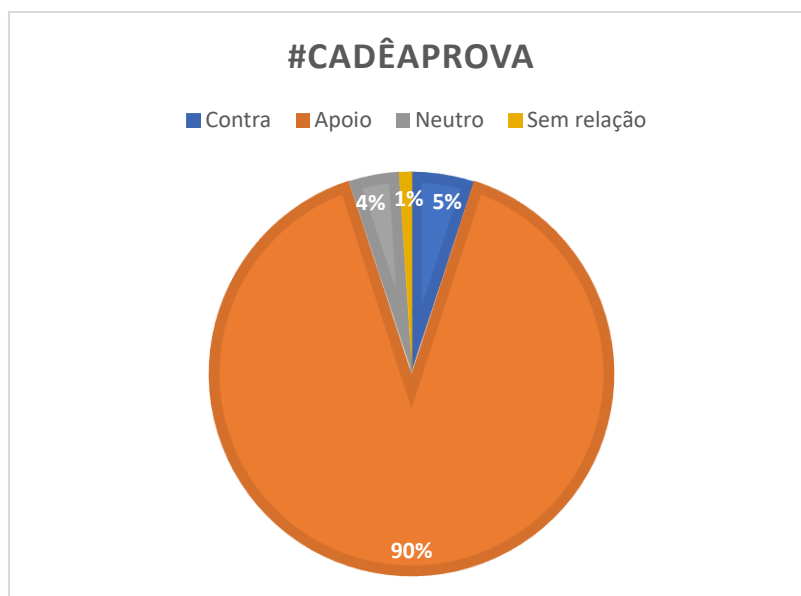


Gráfico 2: Categorização de sentimento dos 100 tweets com maior número de retweets no dia 24/01/18 com a hashtag #CadêAProva.

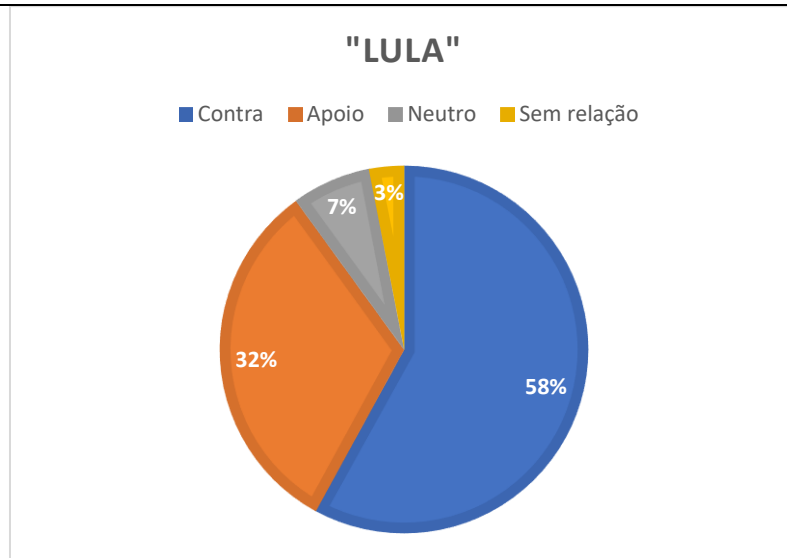


Gráfico 3: Categorização de sentimento dos 100 tweets com maior número de retweets no dia 24/01/18 com o termo "Lula"

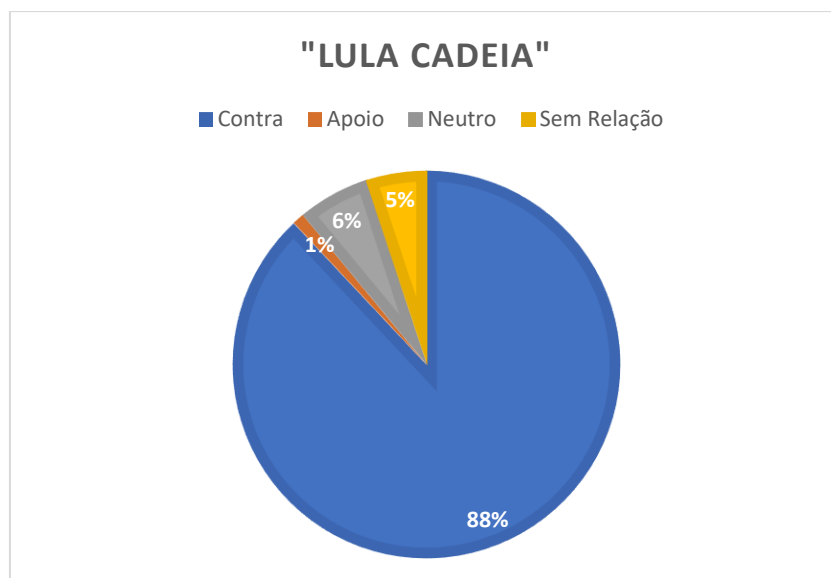


Gráfico 4: Categorização de sentimento dos 100 tweets com maior número de retweets no dia 25/01/18 com o termo "Lula Cadeia"

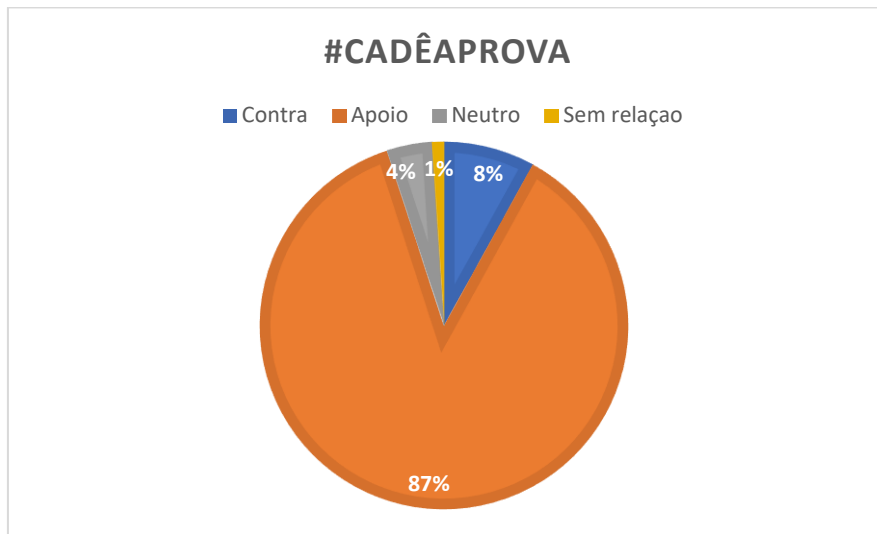


Gráfico 5: Categorização de sentimento dos 100 tweets com maior número de retweets no dia 25/01/18 com a hashtag #CadêAProva.

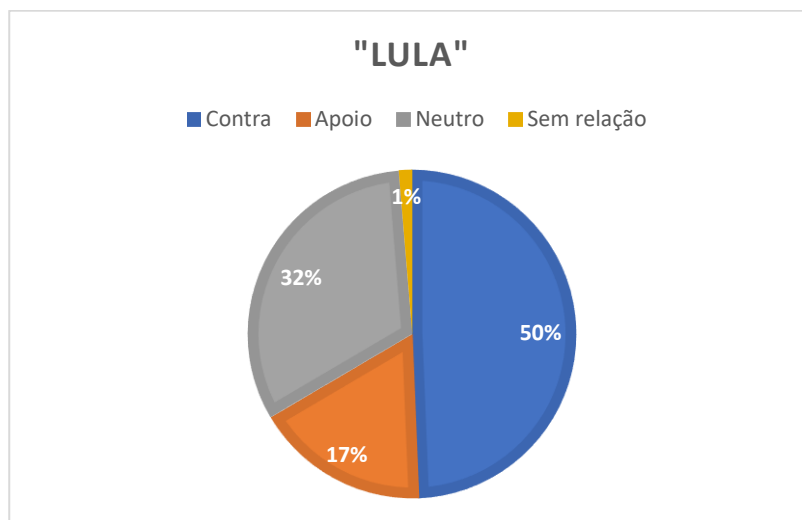


Gráfico 6: Categorização de sentimento dos 100 tweets com maior número de retweets no dia 25/01/18 com o termo “Lula”

Mesmo os dois primeiros termos serem dotados de característica tendenciosa, a neutralidade do nome “Lula” pôde esclarecer a consideração final das coletas do dia 24 e 25 de janeiro. Quantitativamente, observou-se a maioria com posicionamentos contrários à imagem do ex-presidente, e por tanto, dado o contexto, apoiadores da condenação do petista. Esta exibição marca o uso da rede social como plataforma de liberdade de expressão e identificação com grupos ideologicamente semelhantes, agora emergentes dado o ambiente encorajador. Assim, explica-se o fenômeno de crescimento de abordagens contrárias ao Lula ao ter o comportamento – a publicação destas ideias -

estimulado por agentes reforçadores – os efervescentes retweets, os replies de apoio e os argumentos legislativos apresentados em julgamento.

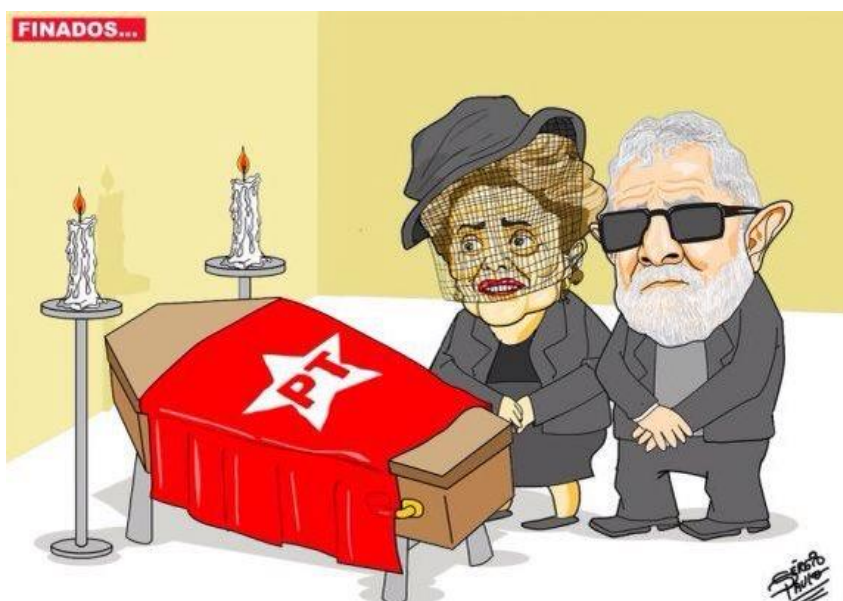


Figura 3: Exemplo de imagem de essência negativa, coletada na ativação do Ford do dia 25 de janeiro. A ideia que perpassa a charge é a morte do Partido dos Trabalhadores com a então possível condenação de Lula, enquanto ele e a ex-presidente Dilma Rousseff demonstram luto diante do que foi ilustrado como “fracasso” político. Fonte: <https://twitter.com/maristelaggpc/status/955863652887924736>

Tanto que, em 25 de janeiro, o número de postagens de caráter neutro quadruplicaram. A problemática entorno deste fenômeno é a raiz da apatia política por trás da ausência de posicionamento, afinal, o povo brasileiro se encontra diante de um acontecimento de repercussão global. Mas, ainda assim, este caráter que tende à desesperança por parte do público abriu espaço para a mais intensa sátira e ironia do momento, visto o terreno fértil deixado pela fragilidade da política brasileira. Afinal, o brasileiro já se utiliza da estratégia humorística para revelar opiniões, mas, desta vez, ele se vê isento de engajamento ou adesão à tais ideologias (CHARAUDEAU, 2008 apud BRASIL, 2017). Ou seja, na imagem politicamente neutra observou-se a tendência à uma “produção intencionalmente humorística” (CHABROL, 2008 apud BRASIL, 2017), de finalidade essencialmente paródica.



Chandler Bing
 @th1ts

Seguir

Hj os grupos de família do WhatsApp:
 "Hj é luladrão na cadeia"
 "Montagens do Lula na prisão"
 "Os petralhas vão chorar, mas podem
 visitar ele na cadeia"
 EU:



02:29 - 24 de jan de 2018 de Campinas, Brasil



Figura 4: Exemplo de imagem de teor neutro com tendência essencialmente humorística. Percebe-se que ela não necessariamente exprime algum posicionamento político por parte do autor do post. Fonte:

<https://twitter.com/th1ts/status/956111602327187456>

Considerações Finais

Aplicada a metodologia de coleta e análise de imagens sob a luz de ideias tão previamente elaboradas por Richard Dawkins a respeito da replicação aspectos culturais pela entidade “meme”- e então aprofundadas por diversos autores da atualidade-, percebe-se a força da propagação da imagem para a construção crítica dos consumidores de redes sociais. Afinal, o caráter principal da *mimese* no âmbito da propagação de comportamentos e ideologias ocorre graças à replicação, neste caso, o compartilhamento via retweet na plataforma do Twitter.

A consolidação das ideias de Dawkins ocorre diante dos olhos dos internautas em momentos tão turbulentos como este no qual se encontra o Brasil. A atenção das massas se vira aos temas do Trending Topics até que os assuntos não estejam mais “*trending*”; a posição ideológica é moldada a partir dos sutis –ou claros- engajamentos políticos das

imagens, por mais inocentes que possam parecer; a polarização de um povo pode se agravar dada a criação de invisíveis limitações, o “contrário” ou o “apoiador”; criam-se zonas de conforto de acordo com alguma forma de identificação pessoal. Em síntese, o comportamento humano aparenta seguir o fluxo ditado pela tendência online - como uma mímica -, afinal, vê-se na rede social o melhor ambiente para se agir de acordo com a almejada liberdade de expressão.

Por fim, importante destacar que há grande parcela da população que se envolve em debates online que na verdade se posiciona de maneira neutra, ou seja, sem o binarismo que estamos acostumados a ver nos debates políticos na internet. Isso, por um lado, nos permite enxergar um tipo de apatia política, mas também nos coloca diante de um conjunto de usuários que almejam superar o “Fla x Flu” político que observamos em nossos estudos. Assim, acreditamos que mais estudos sejam necessários para compreender essa categoria de usuários de redes sociais.

REFERÊNCIAS

BRASIL, L. M. Memes Imagéticos sobre as eleições de 2014: Uma análise de discursos e representação política no Facebook. Natal, 2017.

COSTA, C. T. O papel da internet na conquista dos votos de Marina Silva, 2011.

SOUZA, T. G. Sociedade das Imagens Meméticas: Estudo da Primeira Guerra Memeal no Twitter. Vitória, 2016.

SOUZA, Tasso. GOVEIA, Fábio. Meme, Imagem e repetição: uma discussão acerca de alguns modelos para o estudo da mimese em imagens. São Paulo, 2016.