

Humor e espetáculo político: uma análise dos memes do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff (PT) na mídia on-line

Carla Montuori Fernandes

Rafael Furlan

Lucia Dias

Patrícia Cristina de Lima

Introdução

As eleições presidenciais de 2014 foram marcadas por uma conjuntura de embates político-partidários e denúncias de corrupção na Petrobras, nos quais a mídia ocupou o papel de protagonista na cobertura dos fatos. Ao final do pleito, a candidata Dilma Rousseff (PT) foi reeleita pelo voto direto. Contudo, antes mesmo do início do segundo mandato, o termo *impeachment* já circulava nos meios de comunicação.

O primeiro processo de *impeachment* no Brasil ocorreu em 1992, contra o ex-presidente Fernando Collor de Mello (PRN), acusado de praticar crimes de corrupção. Apesar de Collor ter renunciado antes da cassação do mandato, o processo foi permeado por forte ação midiática, resultando na construção espetacular e antecipada do *impeachment*, segundo revela Fausto Neto (1995), ao analisar os telejornais com elevados indicadores de audiência durante o período de maio a setembro de 1992.

A discussão sobre o início de um novo processo de *impeachment* no país mobilizou diversos setores da mídia jornalística, em uma cobertura que se transformou em espetáculo político-midiático. A transformação de um acontecimento público em espetáculo político-midiático está diretamente vinculada à capacidade do evento em mobilizar diversas instâncias da vida social e política e impor-se aos meios de comunicação (Weber, 2011).

Tanto Weber (2011) quanto Charaudeau (2008) acreditam que as recepções e os detalhes para transformar uma cena política em espetáculo, formam-se através de valores do ser político, das significações e também da imagem da pessoa pública e da

forma com que a mídia a retransmite. Nesse caso, não se pode pensar o espetáculo político como instrumento apenas das campanhas eleitorais. Weber elucida que, para um acontecimento se tornar espetacular, é necessário “que sua natureza possua qualidade suficiente para gerar comoção social, ser rentável do ponto de vista simbólico, político e econômico e gerar repercussão e imagem pública” (Weber, 2011: 190).

Nesse sentido, espetáculos midiáticos que abarcam denúncias de corrupção, ao lado de uma agenda que privilegia os desacertos e ilicitudes governamentais, contribuem para a constituição de uma imagem pública negativa dos sujeitos que atuam no campo político. No caso da publicização da corrupção, geralmente, o espetáculo se volta para o escândalo político (Thompson, 2002), ao apresentar provas e acusações, que facilmente podem destruir a imagem de qualquer personagem público.

A capacidade de multiplicar ícones e imagens, alerta Debord (1997), é a essência do espetáculo produzido pelos meios de comunicação. Nesse caso, o discurso do espetáculo é trabalhado com simbolismos próprios, formando significações e compreensões diferentes para cada personagem envolvido diretamente no processo. Encampando o espetáculo político-midiático, as discussões sobre a abertura do processo de *impeachment* da presidente Dilma foram amplamente divulgadas nos noticiários, editoriais e debates, assim como nos programas de entretenimento, da teledramaturgia ao humor. A repercussão em torno do *impeachment* incentivou o leque das produções humorísticas centradas na política nacional.

Nesse cenário, têm destaque os *memes* de internet, denominação dada a um conceito ou imagem que se espalha rapidamente no mundo virtual. Os *memes* são produções independentes que reproduzem fatos e situações inusitadas, em variadas versões. Como um produto cultural, Chagas et al. (2015: 6) apontam que a produção de *memes* “não pode ser desvinculada das experiências sociais de seu criador. Ele depende de um repertório cultural extraído das relações sociais, memórias, referências históricas, geográficas, econômicas, e aspectos conjunturais específicos”. Apesar de reconhecer que no campo político os *memes* não são produzidos apenas por internautas casuais, mas também pela militância e por membros de partidos políticos, Chagas et al. (2015) reconhecem a importância das peças, sobretudo em cenários eleitorais, já que funcionam como termômetros, dinamizando a opinião pública a respeito de um dado candidato, partido ou uma proposta específica.

Reconhecidos como instrumentos de linguagem popular, acredita-se que os *memes* auxiliam na propagação da política espetáculo, já que os apelos visuais e textuais banalizam e/ou ridicularizam personagens e acontecimentos públicos, reforçando, por vezes, a agenda da mídia tradicional. Nesse sentido, este artigo tem por objetivo analisar a produção de sentido dos *memes* que retrataram a abertura do processo de *impeachment* da presidente Dilma. A pesquisa pretende responder se os *memes* analisados reproduziram o espetáculo midiático produzido pelo campo

jornalístico, no qual os embates entre os poderes e os atores políticos conduziram as pautas e coberturas sobre o tema.

Foram selecionados como amostra os *memes* “Dilma BBB”, “Dilma – Jogos Vorazes” e “Dilma, Já acabou, Jéssica”, em função da rápida veiculação e ampla propagação das peças. A análise dos *memes* será realizada a partir de um espectro qualitativo, respeitando os elementos de composição visual, especialmente os aspectos relacionados à cor, tipologia, formas e natureza das imagens. Além disso, também serão considerados os aspectos intertextuais que revestem de significado as peças selecionadas. Restringimos o escopo da análise somente a imagens estáticas, para fins de simplificação do *corpus*.

Antecedentes do *impeachment*: breves considerações sobre a crise política

Em 27 de outubro de 2014, Dilma Rousseff foi reeleita presidente do Brasil, em segundo turno, com 51,64% dos votos úteis contra 48,53% do candidato opositor Aécio Neves (PSDB).¹ A atribulada campanha foi marcada pelo início das investigações da Operação Lava Jato, conduzida inicialmente pela Polícia Federal para averiguar uma rede de doleiros que atuava em vários estados brasileiros. No decorrer das apurações foi descoberto um amplo esquema de corrupção na Petrobras, envolvendo políticos de vários partidos e uma série de empreiteiras em operação no país.

Durante o período de campanha eleitoral, a Polícia Federal prendeu o ex-diretor de Abastecimento e Refino da Petrobras, Paulo Roberto Costa, por suspeita de chefiar uma operação de lavagem de dinheiro que movimentou ilegalmente mais de R\$ 10 bilhões, entre os anos de 2006 e 2012. O esquema de corrupção funcionava com recursos desviados da Petrobras, principalmente em períodos eleitorais. Outro envolvido, o doleiro Alberto Youssef, comandava todas as transações financeiras, cuidando para que os recursos chegassem aos políticos de diversas legendas partidárias, como PMDB, PP, PTB e PSDB.

Dilma ocupava o cerne do escândalo político, dado que parte das transações ilícitas ocorreram quando ocupava o cargo de presidente do país durante o primeiro mandato, entre 2010 e 2014. Ainda, Dilma era acusada de emitir um parecer falho, quando atuava como ministra da Casa Civil, em 2006, para a aquisição da refinaria de Pasadena, no Texas (EUA), que resultou em prejuízo da ordem de US\$ 792 milhões para a Petrobras.

Por tais motivos, antes mesmo de ganhar a eleição, a ideia de pedir seu *impeachment* já figurava nas estratégias da oposição, em especial do PSDB. Em 1º de abril de 2014, o senador Mário Couto Filho (PSDB) protocolou a abertura do processo de afastamento de Dilma, em razão dos prejuízos provocados pela compra da refinaria. Com o resultado das urnas, que conduziu a presidente petista a um novo mandato,

as maquinações para o *impeachment* se intensificaram na voz da oposição partidária, da mídia e de parcela significativa da população.

Também pesavam contra a presidente petista acusações envolvendo as chamadas pedaladas fiscais, prática do Tesouro Nacional caracterizada pelo atraso proposital de repasse de dinheiro para bancos, de setores públicos e privados, assim como para autarquias, com o propósito de melhorar artificialmente as contas federais. Denunciada no primeiro semestre de 2014 pelo jornal O Estado de S. Paulo, tal prática permitia que o governo apresentasse despesas menores do que as praticadas, informando um cenário irreal ao mercado financeiro e aos especialistas em contas públicas. Tais manobras foram retratadas pela imprensa em geral como uma maneira de forjar um quadro político e econômico otimista no período pré-eleitoral.

A instabilidade econômica e a ampla divulgação do escândalo da Petrobras intensificaram o embate político-partidário, no qual acordos e conchavos tornaram-se as principais munições, em especial daqueles que estavam sob o risco de cassação de mandato e prisão. Nesse ambiente efervescente, a presidente Dilma, seus ministros e assessores encontraram dificuldades para estabelecer um diálogo com deputados e senadores, visando uma agenda favorável ao governo no Congresso Nacional, com aprovação de medidas que minimizassem o impacto da desaceleração dos investimentos no país. Veio, então, o acirramento da crise econômica no início de 2015, principal mote dos movimentos favoráveis ao *impeachment* da presidente recém-eleita.

A efervescência do cenário político reacendeu a cobertura espetacular da imprensa, que passou a agendar diariamente os embates entre Dilma e o Congresso Nacional, com ênfase nas figuras de Eduardo Cunha, presidente da Câmara dos Deputados, e Renan Calheiros, presidente do Senado. Em total apologia ao espaço de luta, revistas de circulação nacional, como *Veja*,² *Carta Capital*,³ *IstoÉ*,⁴ entre outras mídias, encamparam nas chamadas das reportagens as expressões *ringue*, *batalha*, *guerra*, etc., para retratar a crise política.

Nesse sentido, a veiculação do processo de *impeachment* pela mídia primou pela narrativa espetacular, na qual as discussões sobre a Constituição Federal tornaram-se coadjuvantes, em um processo em que a disputa entre políticos e partidos ocupou o espaço da informação e do entretenimento.

A espetacularização da política na mídia

Com o avanço das tecnologias de comunicação, a transformação de acontecimentos públicos em espetáculos político-midiáticos passou a ocupar um lugar privilegiado nas sociedades contemporâneas. Ao analisar o *impeachment* como fator de produção do espetáculo político-midiático, faz-se necessário recorrer ao cerne da questão explorada: a definição de acontecimento público. Inserido no campo da imprevisibilidade, um acontecimento pode ser lido como algo que rompe com a

cotidianidade e sobrepondo-se à normalidade do dia a dia. Quéré (2005) descreve uma infinidade de categorias de acontecimentos, definidos pela capacidade de marcar, surpreender ou até mesmo causar pouco impacto na vida cotidiana.

A morte de uma celebridade, a destituição de um presidente, escândalos e denúncias de corrupção governamentais, tragédias envolvendo figuras políticas e outros acontecimentos inusitados são capazes de mobilizar a imprensa a optar por uma cobertura espetacular. A produção do espetáculo político, segundo aponta Weber (2011), depende da transformação do acontecimento em matéria jornalística, ou seja, da apropriação e midiaticização do fato; da sua adequação ao formato e à estética do meio; da possibilidade de comercialização da mídia e dos indivíduos que participam direta ou indiretamente do acontecimento e da partição da imagem institucional gerada pelo evento.

No âmbito da imagem institucional gerada pelo evento, Thompson (2002) alerta que, quanto maior a visibilidade conferida pela mídia ao acontecimento, maior será o escândalo e o impacto na imagem dos envolvidos. Os discursos produzidos, em especial no processo de *impeachment*, interferem diretamente na imagem do ser/fazer política e agregam valor à imagem do enunciador. A essência do espetáculo para Debord (1997) está na capacidade dos meios de comunicação em multiplicar ícones e imagens. Arbex também complementa (2003: 69) que a cobertura espetacular reforça “rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo, de tudo aquilo que falta à vida real do homem comum: celebridades, atores, políticos, personalidades, gurus, mensagens publicitárias (...)”.

Nesse sentido, o processo de *impeachment* foi transformado em uma narrativa em que episódios de suspense, embates e disputas pelo capital político estiveram em cena. Para Bourdieu (2011), o capital político é uma espécie de capital de reputação, um capital simbólico ligado à maneira de ser visto e reconhecido. Qualquer ação que afete a imagem dos atores políticos pode incidir na diminuição desse capital. As manchetes de jornais, a presença de avaliações negativas na imprensa, as peças humorísticas que reproduzem caricaturas humilhantes de pessoas cujas ações reais ou supostas são objeto de reprovação representam, como indica Thompson (2002), prejuízos na imagem dos envolvidos, fomentando a veiculação de escândalos e espetáculos políticos, que se propagam do gênero informativo ao humorístico.

Humor, política e as vertentes do espetáculo

O humor é ferramenta de contrapeso no espetáculo político. Minois (2003) aponta que o humor do século XX praticamente obedece à política espetáculo, quase similarmente a um processo de aceitação mútua, em que quem é satirizado deve responder com mais espetáculo. Para o autor, “um poder que não aceita a zombaria, é um poder ameaçado, desprezado, votado a desaparecer” (Minois, 2003: 596).

Combater o humor é atestar seu próprio fim. Slavutzky (2014) reitera que o humor é rebelde por natureza e que todo sistema autoritário tem por característica essencial combater o que pode satirizá-lo. Num país democrático como o Brasil, o humor toma forma não apenas de rebeldia, mas de um “alívio do desamparo, gerando graça na desgraça” (Slavutzky, 2014: 225).

A instabilidade política, associada à sensação de desamparo popular, citada por Slavutzky, propõe o humor como manifesto favorável ou contrário ao espetáculo político do qual os meios de comunicação dão o tom. Santos et al. (2012: 43) destaca:

Nessa sociedade do espetáculo e do devaneio, o humor pode ser comprado para ser usufruído por um determinado prazo. No entanto, assim como os produtos culturais disseminados pelos meios de comunicação massivos refletem as contradições da sociedade e do ser humano, o humor tem servido não apenas ao entendimento alienado e inconsequente, mas também para fustigar as ideias estabelecidas, para criticar os modismos e para denunciar a hipocrisia. (...) Para compreender o humor na era da comunicação de massa, faz-se necessário perceber o quanto ele é crítico e como aponta para os defeitos enquanto provoca o riso.

A tomada do humor como algo representativo de determinado grupo leva ao que Sodr e e Paiva (2002) chamam de “corpo grupal” ou representação de conteúdos e pensamentos de um determinado grupo, facilitando, assim, seu processo de comunicação e sua assimilação. A mídia reinterpreta semioticamente os discursos e, a partir daí, os torna força de consumo e representação. Nesse sentido, Sodr e e Paiva enaltecem “concreta ou metaforicamente, [que] a bestialização dá a tônica” (2002: 150).

  importante entender que o humor apenas assume forma quando produzido e interpretado por um grupo. Quando aquilo que produz o riso tem o entendimento de quem   o destinatário. Bergson afirma que “não desfrutar amos o cômico se nos sent ssemos isolados” (1978: 8). Nos últimos anos, o humor tem aderido às novas m dias, em especial   internet, já que a flexibilidade na produ o e na publica o de conteúdos soma-se ao ambiente de maior interatividade com o usuário. Nos meios de comunica o tradicional, interesses econ micos e conchavos políticos estabelecem, por vezes, um ambiente de censura simbólica. D i a força da internet para a perpetua o do humor sem fronteiras e limites.

  humor na internet: a política em forma de memes

Sodr e et al. (2002) e Murray (2003) acreditam que as novas tecnologias de entretenimento são um modo de reduzir o indivíduo a um miserável estado de bes-

tialidade. A relação erotizada com o computador, segundo Murray (2003), favorece a substituição de medos reais, como Estados totalitários, por exemplo, por medos acerca de organizações digitais e conspirações on-line. O ciberespaço torna-se um lugar ilusório e perturbador.

Ao contrário de Murray, Jenkins (2009: 30) acredita que a troca de experiências pela internet gera a chamada “convergência”, transformações no mundo que incentivam os usuários a criar conexões, gerando, assim, a “cultura participativa”. A menção de que a internet é uma ferramenta participativa está no aumento na produção de conteúdos informativos e de humor pelos internautas, nos quais se destacam os *memes*.

Souza define *meme* como “postagem, seja em forma de enunciado verbal, não verbal ou verbo-visual, que se torna um fenômeno e é compartilhada inúmeras vezes” (2015: 2). Oriundos de sites conhecidos, ou gerados por pessoas comuns, essas combinações imagéticas têm por finalidade ironizar momentos dos usuários ou pensamento de um grupo, sendo carregadas de conceito e ideias, em familiaridade com a linguagem virtual. Nesse sentido:

(...) não basta somente que uma foto ou vídeo sejam famosos e compartilhados inúmeras vezes, é preciso que esse *meme* que se espalha na rede traga consigo algum conceito, alguma ideia, ligada diretamente à sua constituição, especialmente para os usuários de internet e de redes sociais que estão acostumados com a linguagem utilizada virtualmente (Lisboa, 2015: 33).

O termo *meme* é de origem indefinida. Acredita-se que a palavra tenha sido usada pela primeira vez nos meados da década de 1970 por Richard Dawkins, em contraponto ao sistema genético de Darwin, baseado na propagação e repetição (Moraes, Mendes e Lucarelli, 2011). Enquanto Darwin defendia que todos os processos biológicos e comportamentais do ser humano eram replicados através de sua genética, Dawkins afirma que a repetição de ações dentro de um grupo é que determina sua estrutura comportamental. A essas ações foram dadas o nome de *mimeme*, ou *meme*, na simplificação do autor.

Recuero (2007) associa que o *meme* é um processo de replicação e, ao mesmo tempo, de seleção natural. Apenas ideias que podem ser assumidas por um grande número de pessoas são copiadas e enviadas às demais. Ainda para a autora (2007), Dawkins associa três funções essenciais para a existência de um *meme*: longevidade (quanto tempo ele consegue existir), fecundidade (quem consegue alcançar) e fidelidade das cópias (manutenção do padrão identificador). É função de quem os cria e de quem os repassa manter essas características.

Se levarmos em consideração a ótica da cultura participativa de Jenkins (2009), a internet torna-se campo promissor para essas ações. Recuero (2007) classifica os *memes* da internet com base nas três funções de Dawkins, subdividindo-as em um

processo nomeado de taxonomia dos *memes*. A primeira categoria levou em consideração a fidelidade à cópia, dividindo-a em replicadores, com alta fidelidade ao fato original que satirizam; metafóricos, com total reestruturação e com alto poder de mutação e miméticos, que mantêm sua referência original, mas podem ser adaptados.

Já a segunda categoria é a longevidade. Nela, os *memes* podem ser persistentes e voláteis, sendo os primeiros duradouros e, os segundos, de pouco tempo de vida ou pouco compartilhamento. A terceira categoria é a fecundidade, que leva em consideração a quantidade de replicações. Nesta categoria, um *meme* pode ser epidêmico e fecundo. Um *meme* epidêmico é assim nomeado por sua capacidade rápida e ampla de disseminação, como uma epidemia. Já um fecundo pertence a um grupo menor, mas com valor para os que o compartilham. Há também uma quarta categoria que diz respeito aos *memes* das redes sociais, o alcance. Nesta categoria, um *meme* pode ser local, trocado entre pessoas próximas, ou global, enviado entre várias pessoas diferentes (Recuero, 2007).

No Brasil, verifica-se intensa propagação de *memes* associados a momentos marcantes da história recente do país, com conteúdos de viés cômico, satírico ou crítico, especialmente do tipo replicador. O acolhimento do pedido de *impeachment* da presidente Dilma na Câmara dos Deputados, por exemplo, repercutiu nas redes sociais e tornou-se objeto de inúmeras criações, gerando uma infinidade de imagens fecundas e metafóricas. Com o objetivo de analisar a produção humorística da web sobre o tema, foram selecionados quatro *memes*. A escolha da amostra está relacionada à relação de intertextualidade e visibilidade promovida pelas peças de referência.

Memos e *impeachment*: entre textos e imagens

Para a análise dos *memes* selecionados para este estudo, escolhemos as técnicas visuais segundo Dondis (2003) e Gomes Filho (2004): harmonia/contraste, equilíbrio/instabilidade, simetria/assimetria e simplicidade/complexidade, por se mostrarem relevantes dentro de nossos objetivos. Evidenciamos também elementos de composição visual, como tipologia e cor, além dos aspectos intertextuais, já que sua composição perpassa inúmeros textos (multimídia), para constituição das paródias e outras formas de referencialidade.

Para Kristeva (1974), o conceito de intertextualidade está relacionado ao fato de que todo texto se compõe a partir de um mosaico de citações, sendo resultado da absorção e da transformação de outro texto. No âmbito da intertextualidade, Mieli (2011: 5) indica o *meme* como “uma voz (que, em si, também é heterogênea), um discurso, que perpassa uma infinidade de outras vozes (em forma de intertexto) ao longo da rede semântica da internet”.

Alguns pesquisadores, entre eles Chagas, Freire, Rios e Magalhães (2015), utilizam classificações relativas à composição dos elementos dos *memes*. Tais classi-

ficações definem como *imagem macros* os *memes* que se caracterizam pela presença de legendas sobrepostas à imagem; *exploitables*, aqueles compostos por elementos destacados de uma imagem sobrepostos a outra, e *look-alikes*, os classificados como mensagens que tecem comparações em painéis duplos. Na amostra selecionada, verifica-se a presença de um *meme imagem macros*, representado pela “Dilma BBB” e dois *exploitables*, sendo: “Dilma – Jogos Vorazes” e “Dilma, Já acabou, Jéssica”.

Outro ponto de destaque é o fato de os conteúdos dos *memes* se inspirarem em obras ou personagens consagrados de desenhos animados, em histórias em quadrinhos e utilizarem fotografias de atores ou figuras políticas.⁵ Chagas et al. (2015) esclarecem que tal prática está relacionada ao fato de que os *memes* geralmente se apropriam de outros conteúdos em referências intertextuais.

No primeiro *meme* analisado, “Dilma – Jogos Vorazes”, foi utilizada a montagem *exploitables*, para tecer relação entre a personagem principal da trilogia *Jogos Vorazes*, a jovem Katniss, com a presidente Dilma. Nesta apropriação, foi escolhido o último filme, *Jogos Vorazes, a esperança, o final*, comparando o desfecho final da trilogia com o possível desfecho da batalha no cenário político brasileiro. O filme contou com mais de 4 milhões telespectadores no Brasil⁶ e foi tema da charge justamente por estar em seu auge nas redes sociais, já que a estreia aconteceu em 19 de novembro de 2015.

Imagem 1. Dilma – Jogos Vorazes



Fonte: Twitter Dilma Bolada⁷

De maneira geral, *Jogos Vorazes* trata da saga da protagonista Katniss Everdeen, que precisa lutar para sobreviver durante os jogos de comemoração da destruição de um distrito de oposição à Capital – centro do governo. Todos os anos, jovens são selecionados para lutar e lembrar aos moradores do país que o regime que os governa é forte e autoritário e não deve ser questionado. Katniss se opõe a esse governo e promove uma revolução no cenário de fome, guerra e opressão, todo televisionado em uma espécie de “Big Brother” da guerra. A protagonista é a justiceira que os mais fracos procuravam, a representante do povo.

Publicado em 2 de dezembro de 2015, o *meme* “Dilma – Jogos Vorazes” foi uma criação do perfil no Twitter Dilma Bolada e contou com 3.200 *retweets* e 3.500 curtidas. O *post* trazia como legenda: “Já estou pronta para a batalha! Pode vir Cunha, Aécio e Bolsonaro!!! Segura a marimba aí, monamour!”.

A montagem consiste na reprodução do pôster do quarto filme, segunda parte do último livro da trilogia. Ao colocar Dilma na posição de Katniss, o autor acentua a situação da presidente diante das batalhas políticas, promovendo-a como uma guerreira salvadora em meio à guerra e opressão da direita. A expressão “segura a marimba” reforça o apoio do criador à presidente, já que é um dito popular para dizer que uma pessoa precisa aguentar situações extremas e deve ser forte diante delas.

As cores utilizadas no *meme* obedecem às cores empregadas para divulgação do filme. A presidente Dilma ocupa a cadeira da personagem, vestida de vermelho, uma cor considerada quente, que remete ao desejo, à astúcia, à coragem. O vermelho também faz alusão ao Partido dos Trabalhadores, evocando ainda as cores da bandeira do Partido Comunista.

Segundo Dondis (2003), cada uma das cores tem inúmeros significados associativos e simbólicos. A harmonia está presente no conjunto de cores composto pelo fundo do *meme*, que apresenta um tom acinzentado claro, considerado tom neutro, a cadeira branca e a cor cinza da tipologia. O alto contraste cromático é estabelecido entre este conjunto de elementos e a cor da roupa de Dilma, reforçando o sentido de uma possível vitória para a presidente.

Quanto à disposição dos elementos no *meme*, verifica-se equilíbrio simétrico. Os agrupamentos simétricos tendem a ser percebidos facilmente, mas podem resultar em efeitos estáticos e enfadonhos. Segundo Gomes Filho: “A simetria é um equilíbrio axial que pode acontecer em um ou mais eixos nas posições horizontal, vertical, diagonal ou de qualquer inclinação. É uma configuração que dá origem a formulações visuais iguais, ou seja, as unidades de um lado são idênticas às do outro” (2004: 52).

A composição imagética do *meme* apresenta simplicidade. Podemos perceber certa complexidade em alguns elementos, como na cadeira, que apresenta *design* curvilíneo, remetendo às características de estilo do período vivenciado no filme, e na roupa com apliques da presidente, o que aproxima Dilma da personagem da

trilogia, cuja analogia indica Katniss e a luta pela vida em *Jogos Vorazes*, em sintonia com a batalha política da presidente diante do processo de *impeachment*.

Já o *meme* nomeado “Dilma BBB” se caracteriza pela presença de legenda sobreposta à imagem, sendo do tipo *exploitables*. A imagem traz o jornalista e apresentador do programa *Big Brother Brasil*, Pedro Bial, apontando para frente, usando o microfone, em cena similar às exibidas no BBB, quando ele chama a atenção dos espectadores para eliminar um dos participantes do *reality show*. A imagem é complementada pelo texto sobreposto que convida a presidente a sair do programa (Vem pra cá, Dilma), tecendo uma relação irônica com a situação política do governo Dilma.

Imagem 2 – Dilma BBB



Fonte: MemeGen⁸

Em todas as versões do programa *Big Brother Brasil*, a eliminação dos candidatos depende aparentemente da decisão do público, que, por meio de votação, elimina um dos competidores indicados ao paredão. Como no campo político, o *BBB* é um espaço de luta, em que alianças são estabelecidas como forma de evitar a ida dos competidores ao paredão. Assim como no *reality*, Dilma disputa com seus concorrentes a “permanência na casa”. A associação remete à questão do *impeachment*, já que o *meme* surgiu com a aceitação do pedido por Eduardo Cunha em 1º de dezembro de 2015.

O texto é apresentado em letras maiúsculas (caixa alta), usadas para facilitar a leitura e, neste caso, enfatizar o convite feito pelo apresentador, “Vem pra cá, Dilma”, em referência à saída de Dilma do governo. Segundo Santos et al.: “A tipografia entra no espaço discursivo da mídia como a representação formal das falas dos enunciadores,

ou melhor, dependendo do desenho das letras, um enunciado pode ser lido como um grito ou um sussurro, um alerta relevante, um convite elegante etc.” (2012: 25).

Na análise cromática, a cor que se destaca é o vermelho, cor quente, que transmite a ação do movimento do braço do apresentador e sua intenção. Percebemos que as cores de fundo do *meme* remetem às cores usadas no cenário do programa para identificá-lo. O apresentador veste camiseta de cor vermelha, estabelecendo harmonia cromática com a cor localizada no centro do cenário, e faz alusão à cor do PT, partido de Dilma.

A composição imagética do *meme* é simples, apresentando formas geométricas no cenário de fundo e formas orgânicas no plano frontal, que destaca a imagem do apresentador. A imagem denota relações de equilíbrio e simetria, a imagem do apresentador está centralizada pelo eixo vertical, deslocando-se um pouco mais para o lado em que a mão esquerda está erguida. Na expressão do apresentador, o olhar é fixo, enérgico, convidando os espectadores para os acontecimentos da casa e, na ressignificação do *meme*, convidando a presidente a sair do poder, ou seja, deixando a função de presidente do Brasil, já que a exposição dos acontecimentos políticos pode ser comparada a um *reality show*.

Já a imagem 3 faz referência ao *meme* “Já acabou, Cunha”, baseado em uma montagem *exploitables*, inspirado em um vídeo de uma briga entre duas estudantes do 7º ano de ensino fundamental de uma escola da Zona da Mata mineira. Depois da briga, a estudante que mais apanhou, levanta e diz: “Já acabou, Jéssica?”. Publicado no You Tube em 17 de novembro de 2015, o vídeo original possuía mais de 547 mil visualizações até março de 2016, além de ter sido repassado milhares de vezes através das redes sociais. Apenas no Twitter, a frase conseguiu se manter no *Trend Topics* – tópicos mais comentados e compartilhados no mundo – por dois dias após o acontecimento, sendo o mais comentado no dia 17 de novembro.

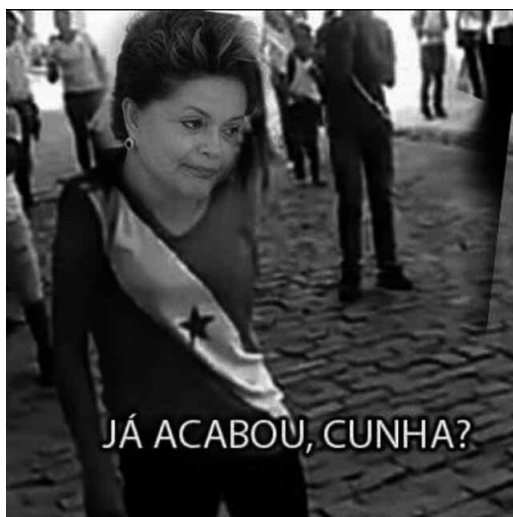
A reação da internet foi tão extrema que a Marvel e a Netflix, criadoras da série *Jéssica Jones* aproveitaram o bordão para divulgar o lançamento da série, que aconteceria em 20 de novembro. No Twitter, a Netflix postou uma cena usando a protagonista da série respondendo à pergunta: “Já acabou, Jéssica? Ainda nem comecei!”.

No vídeo original, a briga de rua causada por ciúmes entre Lara T., de 14 anos e agredida, e Jéssica A., de 13 anos e agressora, acontece em frente a uma escola de ensino fundamental⁹. Ao final da disputa entre as garotas, Lara termina no chão com marcas de arranhões e puxões de cabelo, mas se levanta e enfrenta a agressora usando a frase que consagrou o *meme*: “Já acabou, Jéssica?”. Adotado como símbolo da forma com que devemos encarar os problemas da vida, a reação da garota não só a tornou um *meme*, como jogo para celular, montagem no *minecraft*, bordão para avaliação de Cláudia Leite no *The Voice* e ainda repercutiu nos comentários da Polícia Militar de Minas Gerais sobre violência nas escolas.

Também surgiram inúmeras montagens sobre a situação política brasileira. Na imagem do *meme*, vê-se uma fotografia da presidente no lugar da agredida, em referência aos seus frequentes embates da com o Congresso, que culminaram com a abertura do processo de *impeachment*, autorizada por Eduardo Cunha (PMDB). A imagem faz alusão ao ambiente turbulento que a presidente Dilma enfrentava, às sucessivas derrotas que o governo acumulava no Congresso Nacional, além da dificuldade de articular a base governista, que encabeçava uma campanha de chantagens e boicotes às suas propostas de governo.

Assim como no *meme* de *Jogos Vorazes*, Dilma é apresentada como uma “superadora de problemas” diante dos embates e lutas.

Imagem 3 – Já acabou, Jéssica



Fonte: Carta Gospel¹⁰

A análise cromática apresenta uma cor em destaque, o vermelho, que remete à cor do partido da presidente e destaca a fotografia em 1º plano em relação ao plano de fundo, onde se destacam sensações acromáticas, com predominância do cinza do calçamento. Dilma está vestida com uma faixa branca com uma estrela azul. A cor amarela utilizada no texto do *meme*, cria oposição com a cor vermelha da roupa de Dilma, ambas cores quentes. O amarelo é a cor mais próxima da luz e do calor, tende a expandir-se, seu significado simbólico, segundo Guimarães (2004), está relacionado à espontaneidade, variabilidade, euforia. É uma cor que apresenta excelente contraste de cor sobre fundos escuros. Ainda, deve-se destacar que o vermelho, como já mencionado, é a cor predominante na bandeira comunista, ao lado do amarelo com que os símbolos da foice, do martelo e da estrela são representados.

A fonte utilizada é do tipo bastão, empregada em letras maiúsculas, para garantir maior legibilidade e contraste. A composição imagética do *meme* apresenta simplicidade no primeiro plano e complexidade no plano de trás, a partir da imagem de vários estudantes na calçada. Podemos identificar relações de equilíbrio assimétrico, justificado pelo posicionamento da presidente Dilma em um lado da imagem. A assimetria é um tipo de equilíbrio em que os elementos e pesos estão distribuídos diferentemente nos dois lados verticais da composição, provocando relativa instabilidade (Gomes Filho, 2004). No caso desse *meme*, a instabilidade gerada reforça a situação política vivenciada pela presidente Dilma. Percebe-se que sua imagem ocupa o lado esquerdo, o que pode estar relacionado com o posicionamento do partido político de Dilma.

Considerações finais

A abertura do processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff pelo presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, acirrou o embate político-partidário, ressoando em uma cobertura midiática espetacular. Nos meios de comunicação de massa, do impresso ao audiovisual, o tema foi pautado pelo enfrentamento entre políticos e partidos, no qual a rivalidade tornou-se a agenda temática.

Na internet, reconhecida como espaço que possibilita maior deliberação e participação cidadã, o tema se propagou rapidamente. Não tardou para que internautas produzissem inúmeras peças de humor, no formato de *memes*, para retratar o episódio. Entendendo o humor como produto cultural, que obedece às lógicas da sociedade do espetáculo, foi possível identificar, ao analisar os conteúdos dos *memes*, objeto deste estudo, a predominância do discurso do embate, agressão, luta, combate, etc.

Nesse sentido, ainda que o humor funcione como elemento de crítica em cenários de turbulência política e social, foi possível constatar que os *memes* reproduziram a lógica espetacular da propaganda na cobertura das mídias tradicionais.

Carla Montuori Fernandes
Professora da Universidade Paulista (UNIP)

Rafael Furlan
Professor das Faculdades Integradas de Três Lagoas (AEMS)

Lucia Dias
Doutoranda em Comunicação e Cultura das Mídias da Universidade Paulista (UNIP)

Patrícia Cristina de Lima
Professora da Estácio UNISEB e da Associação Faculdade de Ribeirão Preto

Recebido em julho de 2016.
Aceito em setembro de 2016.

Notas

1. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-2014/eleicoes-2014>>. Acesso em: 30 dez. 2015.
2. “Cunha e Dilma vão ao ringue”. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/multimedia/video/cunha-e-dilma-va-ao-ringue>>. Acesso em: 3 mar. 2016.
3. “Impeachment: a outra batalha de Dilma”. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/politica/a-outra-batalha-de-dilma>>. Acesso em: 3 mar. 2016.
4. “A guerra dos poderes chega ao auge”. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/443271_A+GUERRA+DE+PODERES+CHEGA+AO+AUGE>. Acesso em: 3 mar. 2016.
5. Esta é uma temática que atualmente requer estudos na área de direitos de reprodução de imagens e licenças. Chagas (2015), citando McDowell e Soha (2014), aponta que, por ter uma criação mais próxima do acidental, um *meme* torna-se de autoria coletiva, o que não garante ao produtor do conteúdo o direito autoral, tal qual uma canção.
6. Segundo o site AdoroCinema. Disponível em: <<http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-117953/>>. Acesso em: 28 fev. 2016.
7. O perfil Dilma Bolada é uma criação do publicitário Jeferson Monteiro e pode ser acessado via Twitter pela conexão @dilmabr. Considerado defensor de Dilma, o perfil faz piadas com inimigos políticos da presidente e figuras atuais da cultura pop. Apesar do rompimento em 30 de setembro, o publicitário restabeleceu relações com a presidente através desta postagem. Disponível em: <<https://twitter.com/diimabr/status/621144603769630720>>. Acesso em: 29 fev. 2016.
8. O Meme Gen, ou Meme Generator é um portal on-line para criação de *memes*. O usuário se cadastra, envia a imagem e pode editar o texto, compartilhando a criação via redes sociais assim que concluída a criação. Disponível em: <<http://www.memegen.com/meme/9akwh9>>. Acesso em: 29 fev. 2016.
9. Disponível em: <<http://odia.ig.com.br/noticia/brasil/2015-11-20/ja-acabou-mesmo-jessica-e-lara-fazem-as-pazes-apos-briga-se-tornar-viral.html>>. Acesso em: 29 fev. 2016.
10. Disponível em: <<http://cartagospel.com/2015/12/03/eduardo-cunha-acatou-pedido-impeachment-da-presidente-dilma-rousseff-memes-ja-se-espalharam-nas-redes-sociais/1540>>. Acesso em: 29 fev. 2016.

Referências

- ARBEX Jr., José. *Showrnlismo. A notícia como espetáculo*. São Paulo: Casa Amarela, 2003.
- BERGSON, Henri. *O riso*. São Paulo: Zahar, 1978.
- BOURDIEU, Pierre. O campo político. *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 5 – p. 193 a 216 – jan./jul. 2011.
- CHAGAS, Viktor; FREIRE, Fernanda; RIOS, Daniel e MAGALHÃES, Dandara. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo sobre memes dos debates nas eleições 2014. *6º Congresso Compolítica*, PUC-Rio, 2015.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso político*. São Paulo: Contexto, 2008.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DONDIS, Dondis A. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- FAUSTO NETO, Antônio. *O impeachment da televisão: como se cassa um presidente*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.
- GOMES FILHO, José. *Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma*. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.
- GUIMARAES, Luciano. *A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural de simbologia das cores*. São Paulo: Annablume, 2004.
- JENKINS, Henry. *Cutura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.
- KRISTEVA, Julia. *Introdução à semântica*. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- LISBOA, Lorraine Vidigal. *Memes jurisprudenciais no Facebook do STJ: a constituição dialógica de um gênero verbo-visual*. 2015. 107 f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Linguagem) – Universidade Federal de Goiás – Regional Catalão, Catalão. 2015.
- MIELI, Ângela Maria. A banda mais bonita da cidade - Espalhamento na rede e o meme enquanto intertexto. *XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* – Recife, PE – 2 a 6 de setembro de 2011.
- MINOIS, Georges. *História do riso e do escárnio*. São Paulo: Editora UNESP, 2003.
- MORAES, Franciane; MENDES, Gustavo e LUCARELLI, Talita. Memes na internet: a web 2.0 como espaço fecundo para propagação. *XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* – Recife, 2011.
- MURRAY, Janet H. *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: UNESP, 2003.
- QUÉRÉ, Louis. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. *Trajectos. Revista de Comunicação, Cultura e Educação*. Lisboa, n. 6, 2005, p. 59-75.
- RECUERO, Raquel da Cunha. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. *Revista Famecos*. Porto Alegre, n. 32, 2007, p. 23-31.
- SANTOS, Roberto Elisio dos e ROSSETTI, Regina. *Humor e riso na cultura midiática: variações e permanências*. São Paulo: Paulinas: 2012.
- SLAVUTZKY, Abrão. *Humor é coisa séria*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2014.
- SODRÉ, Muniz e PAIVA, Raquel. *O império do grotesco*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- SOUZA, Claudemir. As relações dialógicas na produção de “memes” na internet. *Littera Online*. Universidade Federal do Maranhão, v. 6, n. 10, 2015, p. 1-15.
- THOMPSON, J. B. *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- WEBER, Maria Helena. Espaço público e acontecimento: do acontecimento público ao espetáculo político-midiático. *Caleidoscópio – Revista de Comunicação e Cultura*. Edições Universitárias Lusófonas, n. 10, 2011, p. 189-203.

Resumo

Com o avanço dos meios de comunicação de massa, o espetáculo político midiático passou a ocupar um lugar privilegiado na sociedade contemporânea, com repercussões no campo da informação e do entretenimento. A abertura do pedido de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff (PT) ganhou rapidamente os holofotes midiáticos, transformando-se em uma cobertura espetacular. Nesse sentido, o presente artigo tem por objetivo discutir a relação entre mídia e política pela vertente da espetacularização, a partir das peças humorísticas produzidas na web. *Memes* que retrataram a abertura do processo de *impeachment* foram selecionados como objeto de estudo, com o intuito de analisar se as peças endossaram o espetáculo político reproduzido em outros meios de comunicação.

Palavras-chave

Mídia. Política. Web.

Abstract

With the advancement of the mass media, the political media spectacle came to occupy a privileged place in contemporary society, with repercussions in the field of information and entertainment. The opening of the impeachment of President Dilma Rousseff (PT) quickly gained the media spotlight, becoming a spectacular coverage. In this sense, this article aims to discuss the relationship between media and political aspect of the spectacle, from the skits produced on the web. *Memes* that portrayed the opening of the impeachment process were selected as the object of study in order to examine whether the parts have endorsed the political spectacle reproduced in other media.

Keywords

Media. Policy. Web.