



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA- UNEB CAMPUS IV JACOBINA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS – DCHIV
LICENCIATURA EM LETRAS LÍNGUA PORTUGUESA E LITERATURAS

ELISMAR SANTOS DE ALMEIDA
LUCIANA ALVES DOS SANTOS

**AS IDEOLOGIAS POLÍTICAS NAS REDES SOCIAIS:
UMA ANÁLISE DO DISCURSO NOS MEMES**

Jacobina-BA

2018

**ELISMAR SANTOS DE ALMEIDA,
LUCIANA ALVES DOS SANTOS**

**AS IDEOLOGIAS POLÍTICAS NAS REDES SOCIAIS:
UMA ANÁLISE DO DISCURSO NOS MEMES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Letras – Língua Portuguesa e Literaturas,
Campus IV, como requisito para obtenção do título
de Licenciatura em Letras.

Orientadora: Dra. Denise Dias de Carvalho Sousa

Jacobina-BA

2018

FOLHA DE APROVAÇÃO

ELISMAR SANTOS DE ALMEIDA

LUCIANA ALVES DOS SANTOS

AS IDEOLOGIAS POLÍTICAS NAS REDES SOCIAIS: UMA ANÁLISE DO DISCURSO NOS MEMES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Letras – Língua Portuguesa e Literaturas, Campus IV, como requisito para obtenção do título de Licenciatura em Letras.

Aprovado em 12 de Dezembro de 2018

Banca Examinadora

Prof.^a Dr.^a Denise Dias de Carvalho Sousa – UNEB/DCH- Campus IV (Orientadora)
Doutorado em Letras – Teoria da Literatura (PUC/RS)

Prof. Esp. Abinalio Ubiratan da Cruz Subrinho- UNEB/ Campus XVI (Membro
Interno)
Especialização em Educação, Contemporaneidade e Novas Tecnologias (UNIVASF).

Prof. Esp. Wermerson Meira Silva- UESB (Membro Externo)
Especialização em tradução e Interpretação de Libras (UNIP)

Sonhar o sonho impossível,
Sofrer a angústia implacável,
Pisar onde os bravos não ousam,
Reparar o mal irreparável,
Amar um amor casto à distância,
Enfrentar o inimigo invencível,
Tentar quando as forças se
esvaem,
Alcançar a estrela inatingível:
Essa é a minha busca.
Dom Quixote

Dedicamos este trabalho a todos aqueles que por ventura tiveram a sorte e maldição de sair e olhar para fora, e em fim, enxergar a vida.

AGRADECIMENTOS

Agradecer a Deus seria o clichê mais sincero que eu usaria. Mas falar de gratidão é falar dessa força motriz, dessa energia que me mantém viva, Sou grata à Deus por ter me dado a oportunidade de chegar até aqui.

Agradeço aos meus pais Juscelino de Almeida e Jezionete de Almeida pelo apoio incondicional para que eu pudesse trilhar meu caminho na vida acadêmica, em especial a minha mãe por preparar minha marmita, para que pudesse me alimentar bem, aos meus irmãos Eliab Almeida e Elivelton Almeida por me ajudarem a tornar a tarefa de andar diariamente mais leve. A minha irmã parceira de vida Elisama Almeida, pela companhia, pela força , por simplesmente existir em minha vida.

Aos meus colegas, obrigada por me manterem informada e aos professores por serem simplesmente como são e terem me ensinado a conviver com o diverso, com o novo, com o mundo. A Luciana Alves pela coragem de enfrentar essa jornada comigo, a nossa Orientadora Prof. Dra. Denise Dias de Carvalho Sousa pelo excelente trabalho desenvolvido conosco. Obrigada de coração.

Não poderia esquecer do Sr. Batista motorista do nosso escolar, quando erámos dois alunos diariamente vindo para a UNEB pelo compromisso de nos trazer em plena sexta-feira.

E sim, a mim, por não ter desistido, por ter me segurado onde pude e como pude, por ter enchido a paciências das minhas amigas em especial Fabiana de Jesus. Por ter buscado ajuda psicológica com o Psicólogo Dr. Mateus Ribeiro,

A aqueles que não citarei nomes, obrigada por tudo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar a Deus, que me deu saúde e forças para superar todos os momentos difíceis a que eu me deparei ao longo da minha graduação.

A minha filha Larissa Santos, o meu grande amor, por entender a minha ausência durante todo o período da trajetória acadêmica, a José Carlos meu esposo, companheiro, pelo incentivo, vocês fazem parte dessa trajetória.

A meus pais, Dalva Barreto e Manoel dos Santos que me incentivaram sempre a estudar, a sonhar, a acreditar em mim mesma, a nunca desistir, e por serem essenciais na minha vida.

Aos meus irmãos, Telma, Wilson, Mara, Claudielma, Claudeilton, Luzielma e Nilton obrigada por torcerem por mim e acreditarem que eu seria capaz de vencer. As minhas sobrinhas Tamires e Vanessa, obrigada pelo apoio e abrigo na sua casa nos dias que precisei ficar lá.

Aos meus colegas de classe que foram verdadeiros companheiros, em especial a minha amiga Elismar de Almeida, essa tem grande parcela de contribuição na minha graduação e sempre serei muito grata por isso.

A todos os professores e funcionários da UNEB pela atenção, pelo carinho sempre dispostos a nos ouvir e ajudar. Em especial a minha orientadora professora Dra. Denise Dias de Carvalho Sousa pelo suporte, pelas correções, organizações das ideias, incentivo e a disponibilidade de tempo.

A todos, o meu carinho e eterna gratidão!

RESUMO

O presente trabalho visa discutir a disseminação dos memes nas redes sociais, facebook e instagram como meio de difusão das ideologias políticas com base na análise dos memes. Para tanto, o nosso objetivo é discutir o uso dos memes virtuais como replicadores de uma ideologia e ou posicionamento político nas redes sociais e definir o conceito de redes sociais, memes e ideologia política. A partir deste, analisar o discurso político nos memes referentes às eleições de 2018, no Brasil. Como aporte teórico, abordamos Raquel Recuero (2009), José Luiz Fiorin (1988, 1998, 2003, 2005), Marilena Chauí (2004), Eni Pulcinelli Orlandi (2000, 2002, 2008, 2009, 2012). No que tange ao aspecto metodológico, a nossa pesquisa teve início com uma breve revisão de literatura e, posteriormente, uma busca nas páginas do Facebook e Instagram dos perfis mais populares que se configuravam os memes políticos das eleições 2018.

Palavras-chave: Meme; Ideologia Política; Redes Sociais; Discurso.

ABSTRACT

The present work aims to discuss the dissemination of memes in social medias, Facebook and Instagram as vehicle of a political ideology's diffusion, based on the study of to share and like memes. Therefore, our objective is to discuss the use of virtual memes as replicators of an ideology and / or political positioning in social medias and to define the concept of social medias, memes and political ideology. From this, to analyse the political discourse in the memes referring to the 2018 elections in Brazil. As a theoretical supporting, we approach Raquel Recuero (2009), José Luiz Fiorin (1988, 1998, 2003, 2005), Marilena Chauí (2004), Eni Pulcinelli Orlandi (2000, 2002, 2008, 2009, 2012). Regarding to the methodological aspect, our research began with a brief literature review then a search in Facebook and Instagram pages in the most popular profiles which there were the political memes of the 2018 elections.

Keywords: Meme; Political Ideologies; Social Media; Speech.

LISTA DE FIGURAS

Imagem 01 - Eleitor do Bolsonaro.....	36
Imagem 02: Fora Corrupto Oficial.....	37
Imagem 04 – Fui Torturado.....	39
Imagem 04 – Segue o Líder.....	40
Imagem 05 -Tô com Lula e não abro.....	40
Imagem 06 - Agência Brasil.....	41
Imagem 07 – Esperando o Bolsonaro.....	42

Sumário

INTRODUÇÃO	12
1 EM BUSCA DE DEFINIÇÕES E CONCEITOS.....	15
1.1 REDES SOCIAIS	15
1.1.1 Facebook E Instagram: os impactos socioculturais	18
1.2 IDEOLOGIAS	23
1.2.1 Os espaços virtuais e os (des) caminhos do texto e da imagem.....	26
2 MEMES VIRTUAIS.....	30
2.1 MEMES: O QUE É ISSO MESMO?	30
2.1 OS MEMES E A DIFUSÃO DAS VOZES DOS DISCURSOS NO FACEBOOK E NO INSTAGRAM	34
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
REFERÊNCIAS.....	46

INTRODUÇÃO

Este trabalho visa compreender uma manifestação cultural que tem ganhado destaque na internet nas duas últimas décadas: os chamados memes. No presente trabalho, buscaremos lançar luz a esse objeto em uma perspectiva semiótica e ideológica, compreendendo-o como um fenômeno de linguagem, que emerge de práticas comunicacionais em um meio (a web) que, como veremos a seguir aqui, é tomado como uma esfera sígnica.

O termo que batiza o nosso objeto foi originalmente cunhado pelo etólogo Richard Dawkins que, vislumbrando uma relação de sua teoria do “egoísmo do gene” com a cultura, concebeu o vocábulo para abarcar a ideia do que seria um correspondente do gene no caldo cultural humano. Desse modo, para ele, o meme é uma unidade de replicação e, assim como o gene que salta de corpo para corpo carregando uma informação, o meme circula de cérebro em cérebro por meio de um processo que, de maneira ampla, pode ser chamado de imitação (DAWKINS, 2007, p. 330).

O uso insistente e repetitivo de imagens virtuais na internet como veículo midiático, promove a circulação de sentidos entre os usuários e suas conexões, principalmente nos ambientes virtuais de comunicação, espaço este que está consolidado como canal de circulação do fenômeno meme.

Os memes utilizados como elementos de comunicação social tornaram-se grandes responsáveis por replicar as ideologias, comportamentos e informações de diversos grupos sociais, dentre esses os grupos políticos. A partir das observações da expansão dos memes e dos discursos disseminados, surge o interesse de discutir, com base na análise do discurso, a influência desses memes como elemento comunicativo de uma ideologia política, representada por um determinado grupo.

Os eventos políticos do Brasil no ano corrente despertou em nós a grande curiosidade de investigar um elemento que hoje faz parte do ideário imaginário do povo brasileiro, o meme. Neste trabalho, trataremos sobre a disseminação dos memes nas redes sociais, facebook e instagram como meio de difusão das ideologias políticas vigentes no cenário nacional.

Para tanto, o nosso objetivo é discutir o uso dos memes virtuais como replicadores ideológico nas redes sociais e inferir conceito de redes sociais, memes e ideologia política. A partir deste, analisar o discurso político nos memes referentes às eleições de 2018, no Brasil,

nas redes sociais, passando a analisar os ditos e não ditos nos discursos políticos dos memes, e comparar os diferentes discursos políticos, buscando compreender a ideologia política do eu enunciador.

Tangente ao aporte teórico, nosso estudo pauta-se em Recuero (2009), Fiorin (1988, 1998, 2003, 2005), Marilena Chauí (2004), Orlandi (2000, 2002, 2008, 2009, 2012). No que tange ao aspecto metodológico, esta pesquisa partiu de uma breve revisão de literatura e, posteriormente, uma busca nas páginas do *Facebook* e *Instagram* dos perfis que configuram os memes políticos das eleições 2018. A disponibilidade do conteúdo em larga escala nas redes sociais fez-se necessário realizar um recorte, escolhendo memes publicados no período de abril a outubro de 2018, dentre eles, encontramos uma grande quantidade, no entanto, priorizamos oito memes para análise.

Com vista a essa discussão, dividimos a nossa pesquisa em dois capítulos: o primeiro, abordamos os conceitos de redes sociais e ideologia e uma análise sobre as redes sociais *Facebook* e *Instagram* e seus impactos socioculturais. No segundo capítulo, foi discorrido sobre o que é o meme e a análise do discurso inerente nesse gênero.

Assim, no primeiro capítulo, discorremos sobre o que são as redes sociais e como estas surgiram, em especial *Facebook*, *Instagram*, destacando como propósito principal conectar pessoas, mostrando que há um grande contingente de usuários ativos. O *Facebook* está em primeiro lugar como a rede mais acessada no mundo, e o *Instagram* na quinta posição, com uma grande inovação nos aplicativos, podendo compartilhar fotos e vídeos com outros *sites*. A internet também traz seus impactos socioculturais, com as novas tecnologias, mas ainda há uma desigualdade no acesso, com distinção de conteúdo acessado de acordo com a faixa etária e com a região do país. Pensando nisso, a ideologia é pautada em uma visão de mundo de determinada classe social, os dominantes e dominados. E para finalizar esse capítulo, abordamos sobre os espaços virtuais e os (des) caminhos do texto e da imagem, passando pela perspectiva histórica para um viés contemporâneo e como são construídos os textos e imagens nesses espaços.

No segundo capítulo, tratamos da questão do que é o meme, como ele é replicado nas redes sociais *facebook* e *instagram* na forma verbal e não verbal, podendo ser um meio de difusão das ideologias políticas. O meme é um gênero de circulação livre nos espaços virtuais, estando esse possível de ser modificado gerando mudanças das ideias das diferentes pessoas que os reproduzem. E para finalizar, realizamos análises sobre memes, usando o dispositivo análise do discurso, considerando os ditos e não ditos das ideologias políticas de 2018.

Longe de finalizar aqui o resultado das análises, em razão da complexidade inerente da análise do discurso, bem como do objeto estudado, buscamos refletir os discursos bem como as formações ideológicas presente nos memes. Compreendemos que o discurso não se dá solitário na palavra, a relação entre discurso e texto está no objeto, na ideologia e no sujeito que constrói o objeto. Portanto, os dizeres do discurso político no Brasil se consolidam com base em uma política de ideal segregador. As ofensas distribuídas gratuitamente nas páginas do *facebook* e *instagram* levaram-nos a indagar esses dizeres. Os memes analisados evidenciam discursos de ódio e de preconceito, bem como validam dizeres que propagam a ideia de um povo superior, pela escola que frequentam ou espaços que conquistaram socialmente.

O homem como ser social é ideologicamente marcado por espaços por discursos antes construídos e por este assimilados. Assim, concluímos este trabalho afirmando com base em nossos estudos que as construções de memes políticos em 2018 marcaram o cenário político e demarcaram espaços sociais levantando discussões antes silenciadas.

1 EM BUSCA DE DEFINIÇÕES E CONCEITOS

1.1 REDES SOCIAIS

Redes sociais, no mundo virtual, são sites e aplicativos que operam em níveis diversos — como profissional, de relacionamento, dentre outros — mas sempre permitindo o compartilhamento de informações entre pessoas e/ou empresas. Quando nos referimos à rede social, o que vem à mente em primeiro lugar são sites como *Facebook*, *Twitter* e *LinkedIn* ou aplicativos como *Snapchat* e *Instagram*, típicos da atualidade.

Esta ideia, no entanto, é bem mais antiga: na sociologia, por exemplo, o conceito de rede social foi utilizado para analisar interações entre indivíduos, grupos, organizações ou até sociedades inteiras desde o final do século XIX. Na internet, os usos das redes sociais têm suscitado discussões como a da falta de privacidade, mas também servido como meio de interação imediata entre pessoas, divulgação de informação em tempo real, bem como integração social para fins políticos, a exemplo de convocação para manifestações públicas.

Na década de 1990, com a internet disponível, a ideia de rede social migrou também para o mundo virtual. Criado em 1997, o site *SixDegrees.com* é creditado por muitos como a primeira rede social moderna, pois já permitia que usuários tivessem um perfil e adicionassem outros participantes, em um formato parecido com o que conhecemos hoje.

O site pioneiro, que em seu auge chegou a ter 3,5 milhões de membros, foi encerrado em 2001, mas já não era o único. No início do milênio, começaram a brotar páginas voltadas à interação entre usuários: *Friendster*, *MySpace*, *Orkut* e *hi5* são alguns exemplos de sites ilustres no período.

Muitas das redes sociais mais populares em atividade no momento também surgiram nessa época, como *LinkedIn* e *Facebook*. Até recentemente, uma parcela da população mundial acreditava que as redes sociais teriam um impacto tão grande quanto possuem hoje.

O desejo de se conectar com outras pessoas de qualquer lugar do mundo tem feito com que pessoas e organizações estejam cada vez mais imersas nas redes sociais. Uma pesquisa da *Hootsuite* aponta que, até o final de 2016, 2,8 bilhões de pessoas usavam redes sociais no mundo.

Há muitas pessoas que utilizam os termos *redes sociais* e *mídias sociais* como sinônimo

os, no entanto há uma grande diferença entre os mesmos. Mídia social é o uso de tecnologias para tornar interativo o diálogo entre pessoas; já rede social é uma estrutura social formada por pessoas que compartilham interesses similares e ou não.

O conceito de redes sociais investigado nesse trabalho reverbera com os estudos de Recuero (2009, p.24 grifo da autora): “Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais).”

Os nós das rede compõem-se de grupos ou indivíduos que

O propósito principal das redes sociais é o de conectar pessoas. Você preenche seu perfil em canais de mídias sociais e interage com as pessoas com base nos detalhes que elas leem sobre você. Pode-se dizer que redes sociais é uma categoria das mídias sociais. A mídia social, por sua vez, é um termo amplo, que abrange diferentes mídias, como vídeos, *blogs* e as já mencionadas redes sociais. Para melhor compreensão do que difere os termos pode-se olhar para o que compreendíamos como mídia antes da existência da internet: rádio, TV, jornais, revistas.

Segundo Recuero (2009, p. 91-92):

[...] O estudo dos elementos da rede social na Internet passa também pelo fato de que essas redes não são estáticas, paradas e nem independentes do contexto onde estão inseridas. Essas redes são, quase sempre, mutantes e tendem a apresentar comportamentos criativos, inesperados e emergentes.

Ao passo que a mídia tornou-se disponível na internet, ela deixa de ser estática, passando a oferecer as possibilidades de interação entre conteúdo e leitor. No coração das mídias sociais alojam-se os relacionamentos, que são comuns nas redes sociais — talvez por isso a confusão.

Mídias sociais são lugares em que há a possibilidade de transmissão de informações para outras pessoas. Outra maneira de diferenciá-las é compreendendo que as mídias sociais funcionam como fio condutor entre pessoas, propiciando um leque de oportunidades de junção por meio da tecnologia, enquanto as redes sociais melhoram essa conexão, já que as pessoas só se interligam em redes porque têm interesses comuns.

Uma pesquisa Digital, realizada em 2017 pelo *site* norte americano *We Are Social*, traz uma série de informações quantificando o número de usuários de redes sociais no mundo, como mostra o gráfico a seguir. O site apresenta os dados em inglês e aqui utilizamos o *google* tradutor como ferramenta para tradução e compreensão da informações.

Imagem 01 – Digital in The Americas



Fonte: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>, 2018.

O gráfico mostra que nas Américas do Sul e América Central, com uma população estimada em 1,006 milhões de pessoas, 81% da população é urbana, 71% dessa população urbana faz uso da internet, e sessenta por cento dela utiliza as redes sociais. Mais de 100% da população utiliza telefonia móvel e 53% desses usuários de celulares utilizam redes sociais.

Ainda, segundo dados do *site*, há 2,7 bilhões de usuários ativos nas redes sociais no mundo todo. No Brasil, a pesquisa mostra que 58% da população do país acessam as redes sociais ao menos uma vez por mês. Ainda, o Brasil foi apontado como o segundo país que mais passa tempo nas redes sociais. A média diária de uso das redes por usuário é de 3h43min, o que deixa o país atrás apenas das Filipinas, que possui a média de 4h17min.

Essa amostragem de dados, bem como o nosso uso das redes sociais, nos permite aqui dizer que estamos *linkados e* conectados com o mundo e não vivemos mais em uma caixa fechada cujas informações não chegam. Deveras hoje há a necessidade de filtramos o número e a quantidade de informações que recebemos a cada segundo no nosso aparelho móvel por meio dos diversos veículos de informações presentes nas redes sociais.

Observando os acessos das redes sociais dos brasileiros como é possível inferir que somos uma população conectada. Essa nova face do processo de comunicação dos brasileiros abriu espaço para a difusão do nosso objeto de estudo, que se consolidou nos eventos políticos do Brasil no ano corrente.

O estudo será pautado na análise do discurso como afirma Orlandi, (2000, p. 21) “a relação entre sujeito e o texto é a que existe entre o objeto teórico e a análise”, portanto, enquanto seres humanos somos seres históricos, simbólicos e sociais replicadores de discursos e

ideologia, pois compreende-se que não há sujeito sem discurso e discurso sem ideologia. Mas é preciso avançar um pouco mais nessa reflexão, para tanto, caminharemos a partir daqui pelos ditos e não ditos dos memes e suas representações ideológicas nas redes sociais, e sejam bem-vindos ao universo digital!

1.1.1 Facebook e Instagram: os impactos socioculturais

Com base nos estudos de Raquel Recuero (2009, p.171-172) O *Facebook* (originalmente, *the facebook*) foi um sistema criado pelo americano *Mark Zuckerberg* enquanto este era aluno de *Harvard*. A ideia era focar em alunos que estavam saindo do secundário (*High School*, nos Estados Unidos) e aqueles que estavam entrando na universidade.

Lançado em 2004, o *Facebook* é hoje um dos sistemas com maior base de usuários no mundo, chegou a 127 milhões de usuários no Brasil, o número é relativo ao mês de abril de 2018. Destes, 120 milhões acessam a plataforma por meio de dispositivos móveis, como *smartphones*. O alto número de usuários é um fenômeno mundial. Segundo o relatório de desempenho do 1º trimestre, apresentado pela companhia em abril deste ano, a plataforma tem em todo o mundo 2,2 bilhões de usuários. Já o número de pessoas que fazem uso diário chegou a 1,45 bilhões.

Segundo a Agência Brasil, 2018, é válido afirmar que hoje nos conectamos a um gigantesco número de pessoas por meio desta plataforma virtual que atualmente é considerada a maior rede social do mundo, enquanto o *Instagram* aparece como a quinta maior rede social, com 813 milhões de pessoas, também pertencente ao conglomerado de *Mark Zuckerberg*.

O foco inicial do *Facebook* era criar uma rede de contato em um momento crucial da vida de um jovem universitário: o momento em que este sai da escola e vai para a universidade, o que, nos Estados Unidos, quase sempre representa uma mudança de cidade e um espectro novo de relações sociais.

O sistema, no entanto, era focado em escolas e colégios e, para entrar nele, era preciso ser membro de alguma das instituições reconhecidas. Começou apenas disponível para os alunos de *Harvard* (2004), posteriormente sendo aberto para escolas secundárias (2005). O *Facebook* funciona através de perfis e comunidades. Em cada perfil, é possível acrescentar módulos de aplicativos (jogos, ferramentas). O sistema é muitas vezes percebido como mais

privado que outros *sites* de redes sociais, pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede podem ver o perfil uns dos outros.

Outra inovação significativa do *Facebook* foi o fato de permitir que usuários pudessem criar aplicativos para o sistema. O uso de aplicativos é hoje uma das formas de personalizar um pouco mais os perfis.

Segundo o canaltech, o *Instagram* foi criado por *Kevin Systrom* e pelo brasileiro *Mike Krieger* em 2010 ganhou notoriedade e poucos meses depois a rede social se tornou um dos aplicativos mais promissores da *App store*. Em apenas um ano, o *Instagram* já contava com dez milhões de usuários, sendo que o serviço estava disponível apenas para proprietários de *iPhones* e *iPads*. Em 2012, o *Facebook* comprou o *Instagram* por cerca de 1 bilhão de dólares, no mesmo ano em que a rede social foi disponibilizada para dispositivos *android*.

O *instagram* é rede social que permite o compartilhamento de fotos e vídeos, bem como a integração com outros aplicativos, como *twitter*, *facebook*, *foursquare* e *tumblr*. Entre as suas funcionalidades estão a aplicação de filtros, o *boomerang*, os stories, além das gravações e transmissões de vídeos ao vivo.

Atualmente, o *instagram* também é um dos principais veículos para a publicidade de empresas de todo o mundo, quinta maior rede social do mundo tem atualmente cerca de 813 milhões de usuários. Para dar conta do crescimento e da intensa atividade, a companhia se baseia em valores como simplicidade, criatividade e privacidade.

No Brasil, o *instagram* é uma das redes sociais mais acessadas desde 2015 os brasileiros ocupam lugar de destaque nas estatísticas do aplicativo, conforme os dados da canaltech 2018 entre os usuários do *instagram*, a participação dos brasileiros é maior que a média global.

A qualidade das fotografias e o uso exclusivo para acesso *mobile*, bom como o aumento de usuários de *internet* nas residências brasileiras são fatores considerados favoráveis à popularidade das redes sociais no Brasil, assim como a intergeração do mesmo ao *facebook* e disponibilização do aplicativo *face* para uso *mobile*.

Os estudos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2016 apresentou uma análise feita pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua (PNAD), nesta análise verificou-se que a utilização da *internet* foi crescente com o aumento da idade, alcançando o máximo entre as pessoas de 18 a 24 anos de idade, passando a declinar nas seguintes.

O percentual de pessoas de 10 a 24 anos que utilizaram a *internet* foi: 66,3% no grupo etário de 10 a 13 anos, 82,5%, no de 14 a 17 anos, 85,4%, no de 18 ou 19 anos, de 85,2%, no de 20 a 24 anos. Entre os idosos (60 anos ou mais), apenas 24,7% acessaram. Tal comportamento foi observado tanto nos indicadores dos homens como das mulheres, sendo que a parcela feminina superou a masculina em todas as faixas etárias, exceto entre os idosos. No contingente masculino, a parcela que utilizou a Internet representou 63,8% e, no feminino, 65,5%. Não houve diferença significativa neste indicador dos homens e mulheres no Sul e Sudeste e, nas demais grandes regiões, o das mulheres superou o de homens.

Entre as pessoas de 14 anos ou mais ocupadas, 75% utilizaram a *internet*, enquanto pouco mais da metade (52,4%) das não ocupadas acessaram.

Nas categorias de posição na ocupação, os empregadores (87,8%) são os que mais utilizaram a *internet*, seguidos pelos empregados (80,1%), conta própria (60,7%) e trabalhadores familiares auxiliares (47,9%). Em todas as grandes regiões houve esse comportamento, com exceção da região Norte, onde o percentual dos empregados (72,9%) ficou praticamente igual ao dos empregadores (73,1%).

Na população de 10 anos ou mais que utilizou a *internet*, 94,6% acessou via celular, 63,7% pelo microcomputador, 16,4% via *tablet*, 11,3% pela televisão e menos de 1% por outro equipamento eletrônico.

Cerca de 33,4% dos usuários da internet utilizaram apenas o celular como forma de acesso, 4,4% apenas o microcomputador, 0,3% apenas o *tablet* e 0,1% somente a televisão.

Entre as finalidades, 94,2% das pessoas com 10 anos ou mais de idade que acessaram a *internet* o fizeram para enviar ou receber mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos diferentes de e-mail. Assistir a vídeos, programas, séries e filmes foi a motivação de 76,4% desse contingente, seguido por conversas por chamada de voz ou vídeo (73,3%) e enviar ou receber *e-mail* (69,3%).

Percebe-se que de acordo a esse percentual da população brasileira com acesso as tecnologias, mesmo com um grande contingente de brasileiros conectados, ainda há desigualdade no acesso à *internet*, o que é possível perceber também, é que há distinção de conteúdo acessado de acordo com a faixa etária e com a região do País, de acordo os estudos de Lévy (1999, p.28):

Para as classes sociais ou regiões do mundo que não participam da efervescência da criação, produção e apropriação lúdica dos novos instrumentos digitais, para todos esses a evolução técnica parece ser a

manifestação de um ‘outro’ ameaçador. [...] cada um de nós se encontra em maior ou menor grau nesse estado de desapossamento.

O uso da *internet* no Brasil proporciona, portanto, que as conexões das redes sociais sejam ampliadas no espaço *online*. Deste modo, essas conexões podem ser de dois tipos Recuero (2007) aquelas emergentes, que caracterizam laços construídos através da conversação entre os atores (que vão gerar as redes emergentes) e aquelas de filiação ou associação, caracterizadas pela manutenção da conexão realizada pelo *software* ou site utilizados (que vão gerar as redes de filiação). Enquanto as primeiras passam pelo processo de aprofundamento do laço social, as segundas podem jamais ter qualquer interação, exceto no momento de estabelecimento da conexão.

Ao nos referimos à internet como um meio de comunicação é preciso aclarar o uso que fazemos desse termo, “internet”. A rigor, a palavra nomeia uma tecnologia que consiste em uma rede de computadores, isto é, de dispositivos interconectados, portanto, simplesmente um suporte. No entanto, quando falamos da internet enquanto um meio de comunicação, nos referimos ao que essa conexão proporciona ao permitir interações comunicacionais. Nesse sentido, a compreensão de uma tecnologia como meio de comunicação depende antes de tudo do que se toma como meio propriamente dito.

Como nos sugere Martino (2000, p. 107), podemos pensar em três acepções de meio. A primeira, como esboçado acima, é a que diz respeito ao seu plano tecnicista, na qual os meios aparecem como sinônimo de suporte físico. A segunda maneira de defini-los é tomando-os por seu âmbito institucional, nesse sentido, a acepção de meio nesse plano seria a de identificar como meio de comunicação a empresa que controla a emissão, no caso da televisão ou do rádio, por exemplo; ou os grandes grupos que detêm um sistema de busca ou que controlam uma rede social, no caso da internet. Ou seja, trata-se de um entendimento de meio enquanto veículo, envolvendo divisão de trabalho, gestão e elaboração da informação, em uma perspectiva profissional.

E, por fim, a terceira acepção, a que nos interessa aqui, é a definição do meio como um eletrodoméstico, ou seja, tomado não apenas por sua dimensão técnica, mas entendido como a interação entre um dispositivo técnico e seu utilizador. Assim, quando empregamos nesta investigação o termo “internet”, não estamos nos referindo exclusivamente ao plano técnico. Esse plano por si só não constitui um meio de comunicação: se pensarmos em uma TV ligada em um ambiente vazio, não teríamos nessa situação um meio de comunicação, “um jornal, rádio ou TV executam seu papel na presença do leitor i.e., qualquer um desses dispositivos

sozinhos em uma sala não seria mais que do que isso, componentes físicos e mecânicos” (RUSSI, 2013, p. 52-49). Desse modo, posto que o meio do qual tratamos aqui não é unicamente material, o que entendemos por meio de comunicação se dá, na realidade, pela viabilização da técnica em estabelecer relações com outros indivíduos: é a ação e a intenção de consciências que fundamentam o suporte como meio de comunicação (idem). Assim sendo, a comunicação é a interação (ação) dos sujeitos com o dispositivo técnico e pelo dispositivo técnico – e é essa ação que concede a determinado suporte a função de meio de comunicação.

Cabe nesse estudo salientar que a ampliação dos espaços *online*, proporcionou a interação entre os atores sociais que se interconectam segundo os assuntos de sua preferências gerando uma aliança de ideias que se inter-relacionam dando ênfase a determinados eventos, aqui evidenciamos os eventos políticos e sociais.

A efervescência nas redes sociais na corrida presidencial no Brasil em 2018, pode ser considerado os resultados do maior impacto social mediante recursos digitais e midiáticos conectados em rede na última década.

O aumento de usuários de *internet* e o crescente número de usuários das redes sociais proporcionam que as informações que circulam nas redes sociais tornem-se persistentes, capazes de ser buscadas e organizadas, direcionadas a audiências invisíveis e facilmente replicáveis. A essas características soma-se o fato de que a circulação de informações é também uma circulação de valor social, que gera impactos na rede como defende Recuero, (2007) as informações circulam nas redes sociais com base na percepção de valor gerado que os atores sociais percebem. Ou seja, as informações estão relacionadas com o capital social de cada indivíduo.

Deste modo, cabe salientar que o misto de indivíduos que compartilham as mesmas informações, porém pertencentes a extratos sociais distintos demarcam um espaço a ser em outro momento estudado com mais afinco, no intuito de elencarmos fatores que os interligam, ainda é válido evidenciar que as redes sociais estabelecidas por meio do uso do *Facebook* *Instagram*, nossos objetos de estudo, permite uma disseminação de ideias marcada por atores sociais que defendem uma ideologia.

No entanto, fechamos esse tópico salientando que as marcas da sociedade impressa nas redes sociais do nosso estudo demarcam ideologias e discursos evidenciando uma sociedade replicadora.

1.2 IDEOLOGIAS

O que podemos tratar por ideologia? A fala e as construções textuais utilizam a linguagem como forma de expressões e tais construções carregam em si uma carga ideológica que, ao contato com o outro ser individual, produz significados e significâncias.

Uma formação ideológica deve ser entendida na perspectiva de uma visão de mundo de determinada classe social. Fiorin (1998), em seu livro *Linguagem e ideologia*, aborda o conceito de ideologia e afirma que a formação ideológica não se dá fora da linguagem. Por isso, cada formação ideológica corresponde uma formação discursiva.

Essa formação discursiva é ensinada a cada um dos membros de uma sociedade ao longo do processo de aprendizagem linguística. É com essa formação discursiva assimilada que o homem constrói seus discursos, que ele reage linguisticamente aos acontecimentos. Por isso, o discurso é mais o lugar de reprodução que o da criação. (FIORIN, 1998, p.32)

Para compreender a formação discursiva de uma sociedade é preciso compreendê-la dentro da minuciosidade qual está inserida, deste modo, entender a formação ideológica de uma fala ou expressão é analisar o todo de um corpo textual, dada as suas assimilações discursivas pelo homem, como Fiorin (1998, p. 32) exemplifica: “assim como uma formação ideológica impõe o pensar, uma formação discursiva determina o que dizer”. Porém, para compreendermos ideologia é preciso investigar os pormenores da sua formação como ciência e quais as bases sustentam sua formação.

Os estudos precursores da Ideologia como ciência passam pelos estudos anteriores, que abordam os estudos de outras ciências. O termo *ideologia* aparece pela primeira vez em 1801, no livro de Destutt de Tracy, *Eléments d'idéologie* (Elementos de Ideologia). Juntamente com o médico Cabanis, com De Gérando e Volney, Destutt de Tracy pretendia elaborar uma ciência da gênese das ideias, tratando-as como fenômenos naturais que exprimem a relação do corpo humano, como organismo vivo, com o meio ambiente. Elabora uma teoria sobre as faculdades sensíveis, responsáveis pela formação de todas as nossas ideias: querer (vontade), julgar (razão), sentir (percepção) e recordar (memória).

Segundo observa Marilena Chauí (2004), os ideólogos franceses eram antiecológicos, antimetafísicos e antimonárquicos, pertencentes ao partido e firmados nos estudos do progresso das ciências experimentais, baseadas exclusivamente na observação, na análise e síntese dos dados observados, que pudesse levar a uma nova pedagogia e a uma nova moral.

De acordo a Marilena Chauí (2004), além de procurar fixar seu modo de sociabilidade através de instituições determinadas, os homens produzem ideias ou representações pelas quais procuram explicar e compreender sua própria vida individual, social, suas relações com a natureza e com o sobrenatural.

Marilena Chauí (2004, p.39) aborda mais um conceito sobre a ideologia, contudo, falando sobre a divisão da sociedade em classes.

A ideologia é, pois, um instrumento de dominação de classe e, como tal, sua origem é a existência da divisão da sociedade em classes contraditórias e em luta; A divisão da sociedade em classes se realiza como separação entre proprietários e não proprietários das condições e dos produtos do trabalho, como divisão entre exploradores e explorados, dominantes e dominados e, portanto, se realiza como luta de classes.

Esta não deve ser entendida apenas como os momentos de confronto armado entre as classes, mas como o conjunto de procedimentos institucionais, jurídicos, políticos, policiais, pedagógicos, morais, psicológicos, culturais, religiosos, artísticos.

Esses procedimentos têm sido usados pela classe dominante para estabelecer e perpetuar a condição de subordinados da classe dita inferior. Nesse sentido, a ideologia nada mais é do que um instrumento de dominação de classe. O princípio da supremacia de classes está vinculado também às transformações linguísticas sofridas ao longo da história. A língua foi constituída como elemento de dominação a partir do momento que as comunidades conquistadas foram instruídas ou determinadas a utilizar a língua do conquistador para a comunicação entre ambos.

Como observa Fiorin (1988, p. 11), “A fala é a exteriorização psicofísico-fisiológica do discurso. Ela é rigorosamente individual, pois sempre um eu que toma a palavra e realiza o ato de exteriorizar o discurso”.

Deste modo, pode compreender-se que a fala difunde um discurso individual, e esta por sua vez é produzida por concepções ideológicas de um grupo. Estando a língua como fator de controle da classe dominante, determina-se que a língua como objeto social domina e caracteriza o exercício de dominação.

Segundo Marilena Chauí (2004, p.8),

Além de procurar fixar seu modo de sociabilidade através de instituições determinadas, os homens produzem idéias [sic] ou representações pelas quais procuram explicar e compreender sua própria vida individual, social, suas relações com a natureza e com o sobrenatural.

Essas ideias ou representações, no entanto, tenderão a esconder dos homens o modo real como suas relações sociais foram produzidas e a origem das formas sociais de exploração econômica e de dominação política. Esse ocultamento da realidade social chama-se ideologia.

Uma segunda concepção de ideologia que foi muito trabalhada pelo filósofo alemão Karl Marx, no seu pensamento: a superestrutura deriva do conflito de interesses das diferentes classes que fazem parte da base econômica de determinada sociedade, reforçando assim os interesses coletivos da classe dominante. Chauí (2004, p.34) aborda segundo o pensamento marxista que:

A ideologia nasce para fazer com que os homens creiam que suas vidas são o que são em decorrência da ação de certas entidades (a Natureza, os deuses ou Deus, a Razão ou a Ciência, a Sociedade, o Estado) que existem em si e por si e às quais é legítimo e legal que se submetam. Ora, como a experiência vivida imediata e a alienação confirmam tais ideias, a ideologia simplesmente cristaliza em ‘verdades’ a visão invertida do real.

Assim, a ideologia considerada como manipulação de massas é vista a partir do pressuposto que o homem individual não produz o pensamento, estando este necessariamente vinculado a uma entidade de supremacia. No entanto, é necessário compreender o ser humano e a existência de uma consciência independente, pois esta se expressa de modo profundo, havendo a inversão da realidade, e a isto nomeamos ideologia em um dos seus aspectos.

Há a necessidade de aprofundamento dessas dadas reflexões, uma vez que as ciências como a Economia Política Clássica não aprofundam a essência da realidade e identifica-se com os estudos da burguesia, enfatizando a inexistência de um efeito puro, havendo em um dado momento um ponto de vista em relação a uma dada realidade.

De acordo com Fiorin (1998, p.29):

Todo conhecimento está comprometido com os interesses sociais. Esse fato dá uma dimensão mais ampla ao conceito de ideologia; ‘ela é uma visão de mundo’, ou seja, o ponto de vista de uma classe social a respeito da realidade, a maneira como uma classe social ordena, justifica e explica a ordem social.

Podemos, portanto, deduzir que haverá tantas visões de mundo quantas classes sociais existirem, havendo, portanto estudos que busquem a essência de cada formação ideológica, como também haverá àquelas que buscam a realidade superficial para justificar, ordenar e doutrinar uma classe social.

Ainda abordando Fiorin (1998, p.30)

A ideologia é constituída pela realidade e constituinte da realidade. Não é um conjunto de idéias [sic] que surge do nada ou da mente privilegiada de

alguns pensadores. Por isso, diz-se que ela é determinada, em última instância, pelo nível econômico.

Deste modo, a supremacia ideológica tende favorecer em determinação de superioridade a classe econômica detentora do saber do poder aquisitivo, não estabelecendo um vínculo real com as lutas históricas, jurídicas, sociológicas e concepções religiosas. Apesar de o fator econômico não ser o único determinante nas lutas históricas, é o determinante em última instância.

1.2.1 Os Espaços Virtuais e os (Des) Caminhos do Texto e da Imagem

De onde é cabível traçar um panorama histórico para a avalanche da comunicação nos espaços virtuais? Poderíamos responder que foi do lugar onde nasceu a escrita. Qualquer leitor, formado ideologicamente com base no seu meio de interação social, não deve por certo estranhar tal resposta; porém, no Egito Antigo, quando a escrita surge, o Faraó Thamus também espanta-se com tamanha tecnologia.

Ainda respondendo à pergunta meu caro leitor, utilizarei da afirmação de Eco (2003,p.3) que diz:

Segundo Platão (em Fedro), quando Hermes, suposto inventor da escrita, apresentou sua invenção ao Faraó Thamus, teve sua nova técnica elogiada, pois supunha permitir ao ser humano lembrar o que de outra forma poderia esquecer. No entanto, o Faraó não estava satisfeito. "Meu hábil Theut, disse, a memória é o maior dom que precisa ser mantido vivo via treinamento contínuo. Com sua invenção as pessoas não mais serão obrigadas a treinar a memória. Lembrar-se-ão não por esforço interno, mas por virtude de um dispositivo externo.

A escrita gerou tamanha preocupação, mas cabe aqui salientar que o mundo das mídias sociais é um advento nascido desde o surgimento dessa tecnologia. Haverá na continuidade deste texto um breve apanhado do mundo interativo das mídias e redes sociais e a crescente evolução da escrita e do uso da imagem nesse meio.

A evolução das tecnologias sempre causou no homem um grande medo. O desconhecimento das potencias tecnológicas, bem como a sua rápida adaptação por parte da sociedade, sempre foi objeto de indagação. No texto de Umberto Eco, *Da Escrita a Gutemberg*, é apresentado uma série de eventos sociais nos quais observamos a presença dessa preocupação com as novas invenções, como no surgimento da imprensa, dos livros. Segundo Eco (2003,p.4):

[...]Victor Hugo, em *O Corcunda de Notre-Dame*, mostrou-nos um padre, Claude Frollo, apontando seu dedo primeiro para um livro e, então, para as torres e as imagens dessa amada catedral, dizendo ‘ceci tuera cela’, isso matará aquilo. (O livro matará a catedral, alfabeto matará imagens).

Com o advento dos livros impressos, a possibilidade de reprodução de imagens dentro e fora dos livros causou uma preocupação de que o homem não mais adentrasse espaços como as igrejas. A história de *O Corcunda de Notre-Dame* acontece no século XV, um pouco depois da invenção da imprensa. Antes disso, os manuscritos eram reservados a uma elite de pessoas letradas, mas as únicas formas de ensinar às massas sobre as histórias da Bíblia, como a vida de Cristo e dos Santos, os princípios morais, bem como os feitos da história nacional ou as mais elementares noções de geografia e ciências naturais (a natureza de pessoas desconhecidas e as virtudes de ervas ou rochas), eram supridos pelas imagens da catedral.

O pensamento da soberania da igreja romana e tempo depois da tradução da Bíblia para outras línguas, favorecendo o acesso ao conhecimento da Bíblia, proporcionando a humanidade evoluir através da passagem do conhecimento de geração e geração. Uma catedral medieval funcionava como um programa de TV imutável e permanente pressupondo dizer às pessoas tudo o que fosse indispensável para seu cotidiano, bem como para sua salvação eterna. O livro poderia distrair as pessoas de seus mais importantes valores, encorajando informações desnecessárias, livre interpretação das Escrituras, curiosidade insana.

Assim, com o surgimento da imprensa, da TV em escala ampla, surge a preocupação de que o mundo das imagens matará o livro escrito. A mídia precisava de um certo tempo para aceitar a ideia de que nossa civilização estava prestes a ser orientada por imagens Eco (2003). Hoje em dia isso é algo sem significado para qualquer revista semanal, no entanto, com o surgimento do Computador, o acesso à informação difundiu-se rapidamente e como consequência a evolução industrial tornou esse acesso disponível em escala mundial.

Atualmente, uma nova forma de escrita desvenda-se a partir do avanço tecnológico que favoreceu a escrita virtual. Portanto, hoje, a escrita abrange os mais variados meios de acesso à cultura e, nesse sentido, com uma disseminação de informações em tempo recorde.

Os espaços virtuais favorecem a produção e veiculação dos mais variados tipos e gêneros textuais. Essas construções abordam os mais variados temas, fator que configura o espaço virtual como um espaço de livre produção e circulação, o *cibere espaço*, que se configura como o novo advento da livre circulação do texto ou do hipertexto, segundo afirma Lévy, (1999. p. 17).

[...] É o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo.

A partir disso, seria possível identificar o *ciberespaço* como espaço de circulação do modelo de texto interativo, o hipertexto. Lévy (1993) afirma que hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões, sendo que esses nós podem ser palavras, páginas, imagens e outros documentos. Portanto, compreendemos que os processos tecnológicos ocupam espaços nas sociedades modernas, porém não tornam obsoletos as construções, que aqui tomamos como exemplo o texto impresso.

Deste modo, seria possível dizer que a internet propiciou a criação de espaços tecnológicos visando a produção e circulação do texto, bem como do hipertexto. Como afirma Lévy (1999, p. 32). “as grandes tecnologias digitais surgiram, então, como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado de informação e do conhecimento”. Assim, a Internet pode ser vista como parte dessas tecnologias digitais, ou como a infraestrutura de comunicação que sustenta o ciberespaço, sobre as quais se montam diversos ambientes, como a Web, os fóruns, os chats e o correio eletrônico para ficar apenas com os exemplos mais comuns e disseminados. Em suma, o ciberespaço é o ambiente e a Internet uma das infraestruturas.

A Internet é considerada, hoje, como elemento fundamental da veiculação de comunicação por possibilitar o contato entre um número ilimitado de pessoas e instituições dos mais distantes pontos do planeta terra. Teve sua origem na "guerra fria" entre Estados Unidos e União Soviética. Porém, sua evolução se deu de forma autônoma.

A contribuição dos próprios usuários que tornaram-se produtores de tecnologias de rede ampliou de forma imensurável o uso da Internet. Este modelo autônomo de evolução e de modificações resultou em aprendizados, produções e aperfeiçoamentos instantâneos, que fez a Internet crescer, numa velocidade surpreendente não só em tecnologias, mas também em aplicações.

Tornou-se um meio propulsor para a ampliação e formação de novos espaços e de novas formas de atuação no mundo contemporâneo. Sua aplicação é tão vasta que, dificilmente, conseguiríamos relatar todas essas formas.

Portanto, entendemos o *ciberespaço* como âmbito de construção e veiculação textual, assim como ambiente para disseminação do hipertexto, Considerando portanto estas

interações consequentes da conexão entre pessoas e rede, vale salientar que configura-se o espaço virtual. Entendendo que, este provém da relação entre a sociedade, cultura e o espaço eletrônico virtual, pois, segundo Levy (1999,p.21):

É impossível separar o humano de seu ambiente material, assim como dos signos e das imagens por meio dos quais ele atribui sentido à vida e ao mundo. Da mesma forma, não podemos separar o mundo material - e menos ainda sua parte artificial - das ideias por meio das quais os objetos técnicos são concebidos e utilizados, nem dos humanos que os inventam, produzem e utilizam[...].

O texto, o texto e imagem, o hipertexto, o ciberespaço, todos esses configuram a efervescência do mundo letrado que vivemos. O texto, assim como a imagem produz na atualidade uma avalanche de conhecimento para o homem. As imaterialidades do texto virtual frente a materialidade do texto impresso constituem um elo provocando para ambos a seguridade da continuidade de existir.

A liberdade de construção do espaço virtual amplia as possibilidades de interação com o texto, fator que constrói e desconstrói os caminhos do texto e da imagem, enriquecendo o âmbito social e cultural dos atores das redes sociais.

2 MEMES VIRTUAIS

O meme como uma linguagem da internet, parece-nos fundamental explorar, ainda que de modo breve, a própria compreensão que podemos fazer do que seja um meio de comunicação. Para tanto, procuramos nas tradições teóricas da comunicação aquela que nos desse uma perspectiva que de fato depositasse um olhar mais cuidadoso e dedicado às tecnologias da comunicação. Encontramos, assim, na teoria do meio um ponto de articulação com o nosso objeto na compreensão dos memes como linguagem da internet.

A escolha dessa tradição teórica se justifica, assim, por ela ter de fato o meio de comunicação como objeto de estudo. Como nos mostra Meyrowitz em seu estudo dos meios eletrônicos na obra *No Sense of Place*, e Martino em uma breve análise que faz das tradições de pesquisa da comunicação de massa, muitos dos estudos sobre os meios acabaram por ignorá-los, se não deixa-los à margem, uma vez que na realidade seu foco encontra-se na mensagem, nos polos de emissão e recepção e nas condições de transmissão dessas mensagens ou em críticas ao sistema político e econômico a partir de um entendimento do meio como instituição (MARTINO, 2000; MEYROWITZ, 1985).

O que esses autores buscam mostrar é que, nas palavras de Meyrowitz, a maioria dos estudos dos impactos dos meios ignoram o estudo dos meios em si. O conteúdo e o controle da televisão são estudados da mesma forma que o conteúdo e o controle do jornal, das histórias em quadrinhos, dos 49 filmes ou dos romances foram estudados. O meio em si é visto como um sistema de entrega neutro. (MEYROWITZ, 1985, p. 15, tradução nossa²⁸) Assim, pela perspectiva da teoria do meio, podemos vislumbrar os meios de comunicação não como um suporte passivo, mas como uma tecnologia que produz impactos nos nossos modos de comunicar, pensar e agir, não se tratando de um espaço inerte pelo qual as mensagens passam.

2.1 MEMES: O QUE É ISSO MESMO?

Uma pesquisa simples em um sitio eletrônico de busca na internet atesta a existência de quase quatrocentos milhões de resultados para a palavra meme na rede. O termo meme teve sua primeira referência escrita considerada relativamente recente, utilizada no livro *The Selfish Gene* (O Gene Egoísta), do biólogo e teórico social Richard Dawkins, para explicar

uma forma de transmissão cultural análoga à transmissão genética, que pode dar origem a uma forma de evolução humana através da cultura Dawkins (2007). Utilizaremos essa teoria para compreender uma nova forma de manifestação comunicacional aparente nos sites de redes sociais: os memes de internet.

A forma como esses objetos se espalham no ciberespaço é uma metáfora das unidades de replicação culturais apresentadas por Dawkins (2007). Segundo o autor, na internet, as informações se espalham como memes e a depender do tipo de conteúdo que é replicado, os seus efeitos podem ser dramáticos.

Em 1976, o biólogo e autor de *O gene egoísta* apresentou ao mundo o conceito de que o homem dissemina as ideias que formam a cultura humana através de unidades de replicação cultural ou imitação (ideias, conceitos, práticas), as quais ele chamou de memes em analogia às palavras *genes* e *mimeme*¹.

Essas unidades são necessárias à transmissão de conteúdos culturais e são ideias que se propagam pela sociedade e que sustentam determinados ritos ou padrões culturais, assim afirma Dawkins (2007, p. 330):

Precisamos de um nome para o novo replicador, um substantivo que transmita a idéia [sic] de uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação. “Mimeme” provém de uma raiz grega adequada, mas quero um monossílabo que soe um pouco como ‘gene’. Espero que meus amigos classicistas me perdoem se eu abreviar mimeme para meme. Se isso servir como consolo, podemos pensar, alternativamente, que a palavra ‘meme’ guarda relação com “memória”, ou com a palavra francesa mêmé.

Os memes, replicadores de cultura, sobrevivem no mundo devido a sua disseminação, seja vertical ou entre gerações. Neste sentido, ele afirma que a cultura humana é um ecossistema memético. Nesse ecossistema, encontram-se memes que ajudam a disseminar as habilidades.

As redes sociais são espaços que mais difundem os memes, como exemplo, a propagação de informações como jogos, vídeos e imagens. Recuero (2009) aborda o conceito do meme apresentado por Richard Dawkins (2001), considerando como um produto de replicador de ideias. Deste modo, Dawkins afirma em seu livro que o “gene” da cultura é comparado como a evolução genética no que tange grande replicação de dados. Ainda, segundo Recuero (2009, p. 129), “[...] o termo meme é utilizado para definir pedaços de informação reconhecíveis que se espalham pelas redes sociais na internet através da replicação”.

Existem nos memes três características essenciais para a sua sobrevivência, apontadas por Dawkins, e caracterizadas por Recuero (2009, p.124):

[...] a longevidade, a fecundidade e a fidelidade das cópias. A longevidade é a capacidade do meme de permanecer no tempo, a fecundidade é sua capacidade de gerar cópias, por fim, a fidelidade é a capacidade de gerar cópias com maior semelhança ao meme original.

O meme, por ser muito propagado, torna que, as suas replicações, não serão reproduzidas da forma fiel da original, havendo possibilidades de transformação. O meme é um gênero de circulação livre nos espaços virtuais, estando esse possível de ser modificado gerando mudanças das ideias das diferentes pessoas que os reproduzem. A tabela a seguir é utilizada apenas para fins didáticos, de modo que os memes podem ser replicadores, epidêmicos, globais e persistentes.

Quadro 01 - Tipologia dos Memes

FIDELIDADE	FECUNDIDADE	LONGEVIDADE	ALCANCE
Replicadores (alta)	Epidêmico (maior propagação)	Persistentes (alta)	Globais (distante)
Metafóricos (baixa)	Fecundo (menor propagação)	Voláteis (baixa)	Locais (próximos)
Miméticos (fixa)	-	-	-

Fonte: Recuero, 2007.

Essa tipologia nos permite compreender tanto o comportamento do meme quanto a variedade e tipos existentes. Sendo assim, Recuero (2009) classifica os critérios que os memes alcançam através das redes. Quanto à fidelidade, os memes são classificados como replicadores, apresentam como característica básica a reduzida variação e alta fidelidade à cópia original;

Metamórficos são os memes totalmente alterados com alto poder de mutação e recombinação e os miméticos que sofrem mutações, mas sua estrutura permanece a mesma, considerados como imitações.

Quanto à longevidade, são caracterizados como persistentes que permanecem sendo replicados por muito tempo; e os voláteis que têm um curto período de vida podendo ser esquecido rapidamente.

Quanto à fecundidade, classificam-se como epidêmicos os memes que se espalham por várias redes, como uma epidemia; e os fecundos que se espalham por grupos menores, ou em poucos weblogs.

Alguns memes alcançam mais sucesso do que outros. Esse sucesso é associado aos valores de como essas informações são difundidas e por quem são difundidas nas redes sociais, os quais tem a ver com a popularidade que é de grande influência para os internautas.

A construção do meme se dá por meio da junção de imagens, textos, sons e movimentos, porém aqui tratamos do meme como imagem macro, o meme composto por uma imagem e uma rede de sentido verbal.

Sendo o meme criado a partir do texto e da imagem, dar-se o nome dessa construção texto imagético. No entanto, para definir esse termo precisamos definir o que é um texto.

A forma mais fácil de responder esse questionamento é definir o que não é texto: ele não é um conjunto aleatório de palavras ou de frases. O que falamos ou escrevemos em uma situação de comunicação tanto em um contexto formal ou informal é um texto.

Conforme afirma Antunes (2010, p.31), texto “é uma expressão de uma atividade social”, seja ela escrita ou não. A autora enumera outras características de um texto, como orientação temática (construção do texto a partir de uma ideia central), coesão, coerência e intertextualidade.

Partindo da perspectiva adotada nesta pesquisa, o termo meme será tratado como materialidade discursiva, ou seja, ele dá forma ao discurso de diversos modos, podendo ser verbal ou não verbal, e ou a junção destes para a construção de sentido, sendo também unidade de análise que dá acesso aos efeitos de sentido (ORLANDI, 2012).

Por isso, a imagem se apresenta como um texto não-verbal, constituindo-se em materialidade discursiva. Além disso, mostra infinitas possibilidades de interpretação de acordo com o sujeito que a produz. Observando o meme é possível afirmar que se trata de um texto construído a partir da junção do texto verbal e não verbal, conforme cita Orlandi (2008, p.10)

O texto tanto pode ser oral ou escrito e, mais além, podemos estender a noção de texto às linguagens não verbais, vendo em suas relações aspectos instigantes do funcionamento do dizer. Se realmente tratarmos o texto como uma simples decodificação de palavras, podemos captar sua superfície linguística, mas não atingimos a compreensão de seu sentido mais profundo,

que se relaciona com suas condições de produção, com o exterior do texto, com o sujeito.

Portanto, pensar o meme como texto imagético gerado e propagado no espaço virtual, implica compreender a comunicação e transmissão de dados e fatos em situações de interação, significa também considerá-lo como um típico específico de gênero do discurso. Citamos aqui essa abordagem que o meme (texto mêmico) atende prontamente às características prototípicas de um gênero do discurso, inclusive pelo fato de apresentar um projeto de dizer.

Bakhtin (2003) afirmou que os gêneros do discurso compreendem tipos relativamente estáveis de enunciados, produzidos no interior de esferas da atividade humana, isto é, vinculados a situações típicas da comunicação social, que se caracterizam, basicamente, por apresentarem três elementos constitutivos e fundidos indissolúvelmente no todo do enunciado (entenda-se, do gênero): conteúdo temático, estilo verbal e construção composicional. Defendemos, aqui, que o meme virtual é, pois, um gênero do discurso justamente porque, assim como os demais gêneros, nasce no interior de práticas discursivas de interação humana e apresenta conteúdo temático, estilo e estrutura composicional, no entanto trataremos da análise discursiva do texto mimético, tendo como base a análise do discurso de Orlandi.

2.1 OS MEMES E A DIFUSÃO DAS VOZES DOS DISCURSOS NO FACEBOOK E NO INSTAGRAM

Atualmente, o meme é muito utilizado nas redes sociais, espaço de grande influência aos internautas e de fácil replicação das informações, especialmente no *facebook* e *instagram* se espalhando desenfreadamente como um vírus.

No *facebook*, as formas de replicações são através de curtidas, comentários criando uma nova imagem ou um novo texto em cima do original, e com compartilhamentos o usuário pode compartilhar o conteúdo em seu perfil e ou com outros perfis nas páginas de amigos podendo marcar outras pessoas. E para maior evidência da postagem, os usuários usam o UP nos comentários, e aparecem no *feed* das pessoas como uma forma de movimentar a publicação. Segundo Marino (2012, p.26):

[...] a replicação de um meme não se dá necessariamente copiando e compartilhando uma mesma imagem ou vídeo em seu círculo social. Claro que essa é a forma mais básica, mas a reapropriação e criação podem ir além: pode-se criar uma nova imagem em cima da premissa da anterior, mas

subvertendo o sentido original ou apenas desdobrando a piada em cima de outro tema não discutido ainda.

No *instagram*, o usuário tem a opção de curtir, de compartilhar com outros perfis, de comentar, fazer *stories* e replicar, o meme pode ser em forma de vídeos, de imagens, e de textos que comunicam uma mensagem para uma grande quantidade de pessoas e de onde são reproduzidos.

O nosso objeto de estudo se trata especificamente do meme político, o qual está constituído com elementos verbais e não verbais, e será analisado a partir dos elementos da imagem visual e do texto verbal dos ditos e não ditos, do lugar de fala que o sujeito ocupa na sociedade, e a sua representação social.

O meme político é caracterizado como volátil e tem um curto período de vida, podendo ser esquecido rapidamente. É o meme de momento e é geralmente propagado no período de campanha eleitoral, estando associado ao metamorfo, uma vez que não precisa representar o fim, pois está aberto à repetição e à transformação.

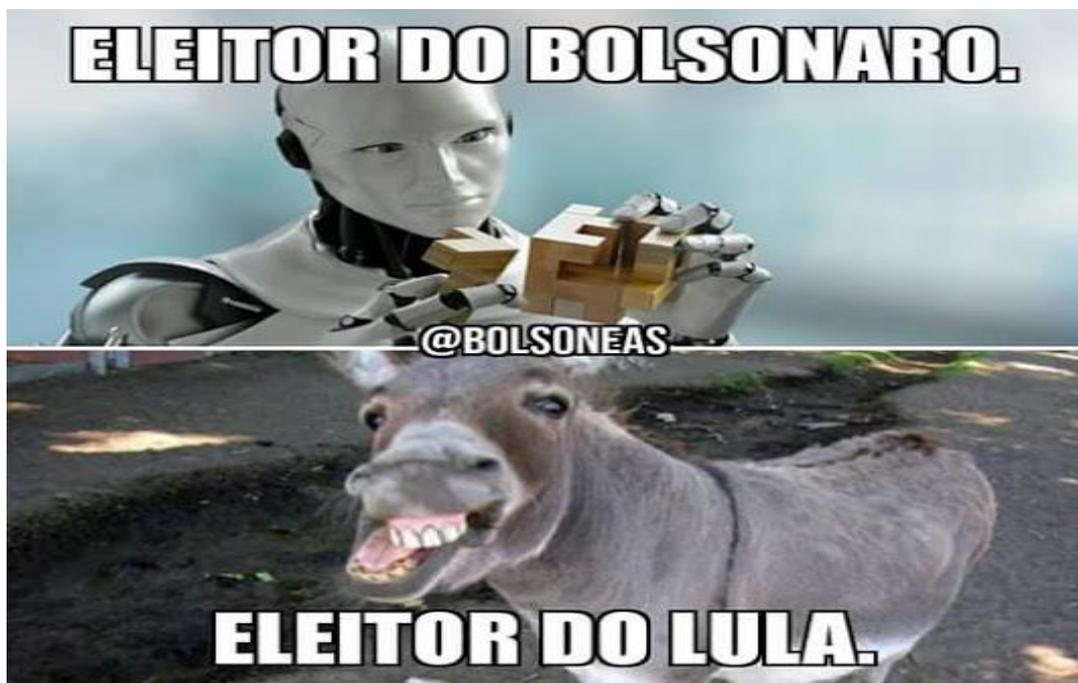
Analisaremos memes políticos de cunho depreciativo; memes de cunho persuasivos e memes paródicos. O caminho que pretendemos analisar são as formas verbais e não verbais dos memes, fazendo as inferências dos sentidos, dos ditos e não ditos, ou seja, os sentidos implícitos no que está sendo dito, o que está escondido nas entrelinhas dos enunciados, partindo do que está explícito através do imaginário, o qual é buscado nos elementos simbólicos a partir do conhecimento histórico social. Como afirma Orlandi (2000, p.11): “[...] E é essa relação de posições histórica e socialmente determinadas - em que o simbólico (linguístico) e o imaginário (ideológico) se juntam-que constituem as condições de produção de leitura”.

Todo discurso está inserido num contexto histórico. De acordo a cada tipo de análise, o sujeito estabelece o sentido que existe na linguagem que se materializa na ideologia. Partindo desse pressuposto, Orlandi (2000) diz que as formações ideológicas determinam as formações discursivas, naquilo que pode e deve ser dito. O sentido do texto é determinado pela posição que o sujeito ocupa, o que leva a produzir diferentes leituras, cujo texto é muito complexo, podendo significar “tudo”.

As palavras não têm um sentido próprio, o que irá produzir esse sentido depende de determinados fatores, a situação, o contexto histórico social, os interlocutores e o ideológico. Além desses fatores, há outro aspecto importante para a produção da leitura, quando se trata do não dito do implícito do discurso.

Como afirma Orlandi (2000, p.11): “[...] Nessas considerações introdutórias, um outro aspecto igualmente importante na produção da leitura: a “incompletude”. Da noção de incompletude podemos fazer derivar duas outras que a definem: o “implícito” e a “intertextualidade”. Portanto, considera-se o que o texto diz quanto o que ele não diz, ou seja, o explícito e o implícito. A produção dos sentidos que está sendo analisada nos memes parte desses fatores e serão interpretados a partir dos princípios do contexto relacionado aos acontecimentos sócio histórico político de 2018.

Imagem 01 - Eleitor do Bolsonaro



Fonte: instagram @bolsoneas, 2018.

Este meme foi publicado no *instagram* no perfil bolsoneas, blog pessoal em que ele se autodenomina eleitor de Bolsonaro. Partindo da imagem, pode-se compreender que o autor faz uma comparação com referência ao eleitor do Bolsonaro versus o eleitor do Lula. A imagem está dividida em duas, a parte superior da imagem tem a representação de um robô, fazendo alusão ao filme *Eu, robô*, o qual é considerado inteligente, a máquina do futuro, que irá dominar o mundo, que evolui.

A imagem da parte inferior tem a representação de um burro. Segundo o dicionário *online* de português, o significado de burro é, no sentido pejorativo: “Indivíduo ignorante, estúpido, sem inteligência”. O próprio cenário está muito evidente em relação à posição ideológica do autor. Configura-se a desqualificação do eleitor de Lula, em que os seus

eleitores são burros em acreditar em suas promessas, o petista era burro em acreditar em Lula, ou seja, o que está implícito é que o eleitor “burro” é mandado pelo seu dono, não tem inteligência para votar e que vive num cenário pobre, de esgoto podendo se sujar; e já robô acima está montando um quebra cabeça, é uma máquina inteligente criada para ser manipulada por um operador humano, ou dispositivo programável para desenvolver várias tarefas. Assim, o que está implícito é que o eleitor de Bolsonaro é um eleitor evoluído, inteligente, porém, é manipulado e controlado doravante por uma mente capitalista.

Até o posicionamento das imagens quer demonstrar a ideia de superioridade do eleitor de Bolsonaro diante do eleitor de Lula, pois o robô está na parte superior e o burro na parte inferior. Além disso, a imagem do robô está ligada aos princípios do neoliberalismo, demonstram elementos marcantes do capitalismo, a força do trabalho humano sendo substituída pelas máquinas e novas tecnologias, a valorização do trabalho mecanizado e robotizado; o burro também é um animal que vive em maior número no nordeste brasileiro, por isso, escolheram este animal, pois é a região em que Lula obtém maioria dos votos, o que demonstra também a ampliação do preconceito contra os nordestinos na comparação com burros. É evidente, o eu enunciador deixa marcas de exclusão explícita, a qual determina sua posição ideológica, na maneira das palavras produzidas, quando ele compara o eleitor do Lula como um burro.

Imagem 02: Fora Corrupto Oficial



Fonte: instagram @clooneysincero, 2018

O exemplo acima apresentam um jogo metafórico, parafraseando situações distintas, na Imagem 03, faz-se alusão ao livro da autora francesa H ellene Bruler, traduzido para o Brasil com o título de *Aparelho Sexual e Cia*, comprado pelo Ministério da Educa o para ser distribuído nas bibliotecas públicas do país. O livro foi utilizado como *merchan* para a campanha do então Eleito Presidente Jair Bolsonaro, acusando o livro de ser uma arma para propagar a pedofilia no país.

O corpus utiliza a imagem do candidato às elei es presidenciais Haddad, ocupando o lugar que na imagem original seria um garoto. Na página direita apresenta o Ex. Presidente da República na cela fazendo alusão à sua situa o atual de preso político. Para caracterizá-lo foi lhe posto peitos e uma vagina e suas pernas estão abertas. A continuidade do cenário se completa pelas borboletas que adoram a cela.

Esses memes foram publicados na página Clooneysincero no *instagram*, a página pertence a uma mulher, porém a imagem que é utilizada como foto de perfil e do ator norte-americano George Clooney. A titular da página ainda mant m um canal no *yotube* com o nome Pimentanocaf . Esse espaço do *yotube*   utilizado para difundir ideias capitalistas, bem como para a venda de camisetas como mostra a imagem 05, extraída da página por meio de um *print*, (recurso que consiste em fazer uma imagem da página que está em uso no celular ou no computador).

Imagem 03– Fui Torturado



Fonte: Instagram Quebrando o Tabu, 2018.

A Imagem 05 simboliza Jesus Cristo e um cristão. A imagem do lado esquerdo nos remete a de Jesus escrevendo no muro uma passagem bíblica dita por ele, “**fui torturado até a morte**”, mas no final tem uma *hashtag* presente no enunciado, modificando o enunciado

original “#ele não”, muito usada pela população contra o candidato Bolsonaro durante a campanha eleitoral. O outro elemento da imagem à direita é uma representação de um cristão, usando palavras de desqualificação perante o outro da esquerda.

O sujeito da esquerda está com uma coroa de espinho na cabeça, de sandálias e uma túnica amarrada com uma faixa vermelha simbolizando a cor da bandeira do PT (Partido dos Trabalhadores), que representa o eleitor petista. A posição que cada elemento se encontra na imagem, esquerda e direita, representa a qual partido político pertence.

Na frase *Fui torturado até a morte* está implícita a ideia do passado, das pessoas que foram torturadas e mortas durante a ditadura militar em 1964. A esquerda diz *ele não e* transmite uma ideia do presente estendido ao candidato Jair Bolsonaro, por ele apoiar o militarismo e incitar a violência, no sentido de que não querem repetir o que viveram no passado, não querem pessoas preconceituosas, racistas, torturadores, intolerantes, xenofóbicos, representando o País.

O sujeito da direita está vestido num terno e gravata, com uma bíblia embaixo do braço, o qual está representando apoiador do candidato Bolsonaro, do PSL (Partido Social Liberal) gritando *comunista*, a única palavra que está dentro de um balão (referindo a sua fala), e ele aponta com o dedo para o sujeito da esquerda usando palavras de acusações e xingamentos, “esquerdopata”, “mortadela”. O que está implícito na fala dele é: queremos um País capitalista, se quiser viver o comunismo, com igualdade social para todos, vai morar em Cuba, não aceitamos ideologia marxista, isso é ideia da esquerda. No enunciado, há uma frase que diz: *A nossa bandeira jamais será vermelha!* A *nossa* são várias vozes presente no discurso e *Jamais* dá a ideia de que nem no presente nem no futuro aceitarão a bandeira vermelha, ou seja, a bandeira do partido dos trabalhadores.

Segundo Orlandi (2000, p.11), há outras maneiras de se considerar um texto além do que está dito:

Quando se lê, considera-se não apenas o que está dito, mas também o que está implícito: aquilo que não está dito e que também está significando. E o que não está dito pode ser de várias naturezas: o que não está dito mas que, de certa forma, sustenta o que o que está dito; o que está suposto para que se entenda o que está dito; outras maneiras diferentes de dizer o que se disse e que significa com nuances distintas, etc.

Imagem 04 – Segue o Líder

Fonte: facebook mulheres unidas contra Bolsonaro, 2018.

Imagem 05 – Tô com Lula e não abro

Fonte: facebook quebrando o tabu, 2018.

Os memes das imagens 04 e 05 diferem entre si na mensagem, entretanto, não apresentam características depreciativas. Os enunciados compreendem discurso direto eminentemente direcionado aos eleitores.

O corpus de análise da imagem 06 faz uso de uma expressão utilizada no meio futebolístico, entretanto, mesmo que o leitor não tenha conhecimento deste meio consegue compreender a mensagem. Na frase de sujeito oculto *segue o líder*, o verbo no subjuntivo no tempo presente sugere uma ordem aos outros eleitores, bem como aos outros candidatos. A imagem que compõe o meme dá o nome e representação ao líder que deve ser seguido.

Neste meme temos uma caracterização pontual do momento vivido pelo candidato Jair Bolsonaro, hoje Presidente Eleito. O mesmo no período eleitoral em um movimento de rua, sofreu um atentado a faca que o levou a ficar internado durante 23 dias. Este evento o impossibilitou de participar dos debates e de entrevistas eleitorais TV. No entanto a internet foi o campo de trabalho de Bolsonaro e sua equipe, levando a campanha eleitoral a um patamar inédito como apresenta imagem da matéria da Agencia Brasil no *site*.

Imagem 06 Agência Brasil



Fonte: Print da página da Agencia Brasil, 2018.

Esse cenário representado no meme bem como a frase da matéria apresenta a situação que foi vivenciada na campanha eleitoral presidencial 2018. Após o ataque sofrido o candidato Jair Bolsonaro tem um crescimento surpreendente das intenções de voto.

O Ex. Presidente Luís Inácio aparece na imagem com a camisa vermelha para fundamentar a sua ligação ao PT (Partido dos Trabalhadores) com a expressão pesada e triste direcionada ao carcereiro que tem uma expressão animada. O meme se compõe pela frase *tô com o lula e não abro*. A expressão *tô* derivada da contração do verbo estar na primeira pessoa faz alusão a pouca escolaridade do carcereiro e dos eleitores do Lula, bem como do próprio Lula. As letras garrafais expressam a pressa da escrita e dá maior visibilidade ao chamado de atenção para o que está posto, caracterizando uma ironia.

A oposição da frase com a imagem do carcereiro evidência a resistência do Superior Tribunal Federal em conceder liberdade ao Ex. Presidente. Assim como faz alusão aos eleitores de Lula que consumam usar o dizer “tô com o Lula” como forma de esclarecer o apoio incondicional ao Ex. Presidente Luís Inácio Lula da Silva. Nesse contexto amplo que se consolida o processo eleitoral os discursos constituem por sujeitos em relações de sentido opostos. Para Orlandi (2009, p.38) “todo dizer é ideologicamente marcado [...] É na língua que o discurso se materializa”.

Deste modo, a expressão *tô com lula e não abro* causam no leitor um duplo efeito de sentido, gerando dois entendimentos *tô* utilizado como expressão de companhia e *não abro*, faz direcionamento de que não haverá soltura para ele.

Para Orlandi (2009) é necessário desfazer a ilusão da transparência da linguagem compreendendo que a expressão linguística deve aqui ser observada, além do dito observando o que está para além das palavras, disto se constrói a análise do discurso.

Imagem 07 – Esperando o Bolsonaro



Fonte: facebook mulheres unidas contra Bolsonaro,2018.

A imagem acima faz alusão aos eleitores insatisfeitos com as propostas do candidato. A frase *Esperando o Bolsonaro vim pedir meu voto* expressa o sentido de uma espera tranquila, no entanto a suposta tranquilidade é sobreposta pela imagem de uma senhora armada.

Há presença de deslocamento nessa representação se dá no contraste de uma casa pobre e a posse de uma pistola nas mãos de uma senhora que aparentemente não disporia de valor monetário para aquisição deste bem. A imagem da arma contrasta com a expressão de serenidade no olhar da senhora, explicitado uma relação de força e sentido.

Para Orlandi (2009, p.41) “Pensando as relações de forças e sentidos e a antecipação sob o funcionamento das formações imaginárias, podemos ter muitas e diferentes possibilidades regidas pela maneira como a formação social está história”. Deste modo infere-se que não houve por parte do criador do meme uma preocupação de alinhar a imagem da arma com a figura da senhora negra.

A mensagem é passada, expressando uma ideia humorística livre, entretanto a imagem 08 apresenta um humor ácido, carregado de expressão e simbolismos de discursos deveras explorados e explicitados no que concerne ao preconceito. Diante de um cenário político que buscou em suma validar a supremacia de uma política de centro direita direcionada a ofensa, porém defendida por diversos eleitores como “brincadeiras pesadas” ou liberdade de expressão.

Como vimos, acreditamos que para o entendimento dos memes como linguagem, como uma forma de compreensão de mundo, a ideia de uma extensão dos sentidos não elucidaria a questão que estamos propondo. Assim, partindo do que argumenta a análise do discurso, como o próprio nome sugere, prolongam nossa faculdade de comunicação, que por sua vez é uma propriedade da consciência, do meio e do sujeito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Longe de finalizar aqui o resultado das análises, em razão da complexidade inerente da análise do discurso, bem como do objeto estudado, buscamos refletir os discursos, bem como as formações ideológicas presente nos memes. Compreendemos que o discurso não se dá solitário na palavra, a relação entre discurso e texto está no objeto, na ideologia e no sujeito que constrói o objeto. Portanto os dizeres do discurso político no Brasil se consolida com base em uma política de ideal segregador. As ofensas distribuídas gratuitamente nas páginas do *facebook* e *instagram* levou-nos a preocupação em compreender esses dizeres. Os memes analisados evidenciam discursos de ódio e de preconceito, bem como validam dizeres que propagam a ideia de um povo superior, pela escola que frequentam ou espaços que conquistaram socialmente.

A língua em sua natureza social nos permite inferir possibilidades interpretativas, mas compreendemos que nosso olhar parte de uma formação social e ideologias que constroem nossos ditos e não ditos. Há presente em cada análise um pouco do analista, da teoria construindo um sentido que ao ser lido e interpretado será visto como um discurso ideologicamente marcado. O homem como ser social é ideologicamente marcado por espaços por discursos antes construídos e por este assimilados. Haverá sempre uma verdade para cada ser ideológico, o discurso parte do contexto social e interacional são permeados de ideais ideológicos. A ideologia configura-se até mesmo nos não ditos presentes nos memes analisados.

Ao discutir o meme em articulação com a noção de semiose, podemos compreender a sua criação como um ato de leitura do mundo. Pela linguagem do meme, com o seu modo particular de dar forma e manifestar o pensamento, determinada informação (um texto base) é tomada como o objeto que se dá a conhecer pela linguagem do meme (signo), gerando leituras acerca desse objeto (interpretantes). A semiose é, assim, ação do signo, sua capacidade de significar, de gerar outros signos, isto é, signos interpretantes, pois, faz parte da natureza do signo sua capacidade de crescer – esse crescimento deve ser entendido como essa possibilidade de encadear outros signos, sendo a sua identidade dada nesse jogo de remissões.

A representação visual institui, pelo simbólico, saberes sociocultural e político à sociedade. O meme em específico, ao possibilitar o estabelecimento da relação política frente aos ideais dos grupos representados dialogam com a realidade empírica, adquire o status de discurso verdadeiro, porque, além de dar a ver, faz emergir as bases que fundamentam a

ideologia dos grupos políticos. Assim, nas fronteiras das redes sociais entre a fama e a popularidade definida por curtidas que chegaram a mais de 10.000 por meme publicado como exemplo o meme *TÔ COM LULA E NÃO ABRO*, seguido do meme *Eleitor do Bolsonaro*, outro fator que evidência a popularidade de um meme é o compartilhamento, assim destaca-se o meme *Fui torturado* seguido do meme *Segue o líder*. A partir dessa forma, é possível ir além; perceber, reconhecer e apontar a trama discursiva que se encontra nas relações de poder, estas que silenciosamente estão representadas.

Assim, finalizamos este trabalho levando em consideração nossos estudos levantando hipóteses das construções de memes políticos em 2018 e sugerindo que estes marcaram o cenário político e demarcaram espaços sociais levantando discussões antes silenciadas.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Irandé. **Análise de textos: fundamentos e práticas**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

_____. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 4 ed. Campinas, São Paulo: Pontes, 2002.

_____. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. 8. ed. Campinas, SP: Pontes, 2009.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia**. José E. Andrade (Rev.) (1980) Digitalização, 2004. Disponível em: <http://bibliotecadigital.puc-campinas.edu.br/services/e-books/Marilena%20Chau%ED-1.pdf>. Acesso em: 12 de outubro de 2018.

DAWKINS, Richard. **O Gene egoísta**. Belo Horizonte: EDUSP, 1979 (1976)

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

_____. **Discurso e Leitura**. 9 ed. São Paulo: Cortez, 2012.

_____. **Discurso e Texto. Formulação e circulação dos sentidos**. 3 ed. Campinas, São Paulo: Pontes, 2008

FIORIN, José Luiz. O regime de 1964: **discurso e ideologia**. São Paulo: Atual, 1988.

_____. **Linguagem e ideologia**. 6 ed. São Paulo: Palas Atenas, 1998.

_____. **Elementos de análise do discurso**. 13. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2006.

IBGE. Agência de notícias. **Estatísticas sociais**. Disponível

em:<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20073-pnad-continua-tic-2016-94-2-das-pessoas-que-utilizaram-a-internet-o-fizeram-para-trocar-mensagens>. Publicados em: 21/02/2018 | Última Atualização: 10/04/2018 08:51:16. Acesso em 18 de Outubro de 2018

_____. Patrick. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2008.

ECO, Umberto. **Da Internet a Gutenberg**. João Bosco da Mota Alves (trad.) outubro de 2003. Rexlab: Laboratório de Experimentação Remota. INE/ CTC/UFSC. Conferência apresentada por Umberto Eco na Academia Italiana para Estudos Avançados na América (12 de novembro de 1996

<http://fantasticamentesocial.blogspot.com/2013/03/a-historia-dos-sites-de-redes-sociais-o.html> : acesso em 08 de novembro 2018.

<https://canaltech.com.br/empresa/instagram/>. Acesso em 18 de novembro de 2018

<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>

Acesso em 12/11/18 Tradução google tradutor.

<https://www.dicio.com.br/burro>. Acesso em 17 de novembro de 2018.

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/08/o-pequeno-jair-teria-adorado-aparelho-sexual-e-cia-diz-autora-de-livro-citado-por-bolsonaro.shtml> acesso em 16/11/2018.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34,1999.

MARINO, Tomaz Saavedra.2012.**Estudo sobre a origem e propagação de memes em ambientes digitais**. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/justmajortom/tcc-final-39394356>.

Acesso em 15 de novembro de 2018.

MARTINO, Luiz C. **Contribuições para o estudo dos meios de comunicação**. Revista

MEYROWITZ, Joshua. Medium theory. In: D. Crowley & D. Mitchell (org).

Communication Theory Today. Cambridge: Polity Press, 1994. p. 50-77.

FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 1, n.13, p.103-114, dez. 2000.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso e leitura**. 5. ed. – São Paulo, Cortez, 2000.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. – Porto Alegre:

Série Épicos O guia definitivo de Redes Sociais, ebook disponível em https://s3.amazonaws.com/rd-marketing-objects/ebook_pagina-epica-redes-sociais/guia-definitivo-redes-sociais.pdf , acesso em 13-10-2018.

SOUZA, C. F. Memes: **formações discursivas que ecoam no ciberespaço**. Vértices, Campos dos Goytacazes/ RJ, v.15, n. 1, jan./abr. 2013, p. 127-148.
Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura) 191 p.

VALENTE, Jonas. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-07/facebook-chega-127-milhoes-de-usuarios-no-brasil>. Acesso em 21 de novembro de 2018.

VIANNEY, João; TORRES, Patrícia; SILVA, Elisabeth Farias da. **A universidade virtual no Brasil**. Caracas: Unesco; Iesalc; Tubarão: Ed. da Unisul, 2003.