

Chutando cachorro morto: a construção da imagem pública impopular de Michel Temer em charges políticas e memes de internet

Flogging a dead horse: the construction of Michel Temer's unpopular public image in political cartoons and internet memes

VIKTOR CHAGAS

Professor e pesquisador do PPGCOM-UFF. Membro associado do INCT.DD. Doutor em História, Política e Bens Culturais (Cpdoc-FGV). Coordenador do grupo de pesquisa coLAB/UFF e do projeto de extensão #MUSEUdeMEMES.

DANDARA MAGALHÃES

Doutoranda em Comunicação (PPGCOM-UFF), na linha de pesquisa Estéticas e Tecnologias da Comunicação. Mestre (PPGCOM-UFF). Pesquisadora associada ao coLAB/UFF e ao projeto de extensão #MUSEUdeMEMES.

RESUMO

O presente artigo observa as charges políticas e os memes de internet do período de governo de Michel Temer (MDB), com propósito de observar se os enquadramentos empregados na imagem pública de um ator político são os mesmos nessas duas linguagens. Nossa hipótese é de que não só ambas compartilham elementos em comum, como também alteram o controle da autoimagem de um ator político, por meio da construção de contra-narrativas. Esta investigação procura empreender uma análise de enquadramentos sobre um corpus de 773 conteúdos imagéticos, que reúnem 336 charges publicadas pela *Folha de S. Paulo* e 437 memes de internet. O resultado é uma avaliação comparativa das duas linguagens e seus efeitos sobre a política de imagem de um ator político como Temer.

Palavras-chave: representações coletivas; memes de internet; charges políticas.

ABSTRACT

This article investigates the political cartoons and internet memes from the period of Michel Temer's (MDB) government, with the purpose of observing whether the frames that cast over the public image of a political actor in these two languages are the same. Our hypothesis is that not only do both of them share elements in common, but they also alter the control of a political actor's self-image, through the construction of counter-narratives. This investigation seeks to undertake a frame analysis on a corpus of 773 images, which include 336 cartoons published by *Folha de S. Paulo* and 437 user-generated internet memes. The result is a comparative analysis of the two languages and their effects on the politics of image of a political actor such as Temer.

Keywords: collective representations; internet memes; political cartoons.

INTRODUÇÃO

A imagem pública de um governante é alvo constante de disputas e enquadramentos. De um lado, o poder público procura construir uma política de opinião (GOMES, 2004) e fabricar uma imagem de sua liderança (BURKE, 1994), de outro, a opinião pública reformula ativamente essa representação (WEBER, 2002) e propõe sua própria leitura sobre a figura pública e os acontecimentos, muitas vezes adornando seus estereótipos por meio de mitos e lugares-comuns da política (MIGUEL, 2000). Este artigo se concentra sobre esse último eixo de discussões, e está preocupado não com os processos relacionados ao gerenciamento da imagem política, mas à maneira como são apreendidas e circuladas representações coletivas sobre os sujeitos que ocupam o poder. A proposta desta investigação é de lançar um olhar sobre o modo como a imagem pública é construída a partir das imagens que circulam nos *media*, e observar como estas ilustrações ajudam a construir adjetivações e enquadramentos próprios sobre determinados personagens da vida pública.

Tome-se o caso de Michel Temer como objeto. Tendo assumido a presidência da República após um controverso processo de impeachment, Temer ficou marcado pela maior taxa de impopularidade desde a redemocratização do país^[1]. Nos dois anos em que ocupou a presidência, o político foi alvo constante de sátiras e recebeu diversas alcunhas nas mídias sociais e fora delas. Temer sempre foi, de certa maneira, uma figura carimbada não apenas no noticiário político, dada a proximidade que sempre manteve da esfera do poder, mas também dos canais satíricos, como as charges dos grandes jornais. A novidade, portanto, na passagem pela presidência, foi lidar com uma opinião pública conectada, que se expressava por meio de memes de internet, e que ajudava a constituir, através deles, um conjunto de representações sobre a figura do vice-presidente que assumiu o poder.

Memes e charges assemelham-se no tratamento de assuntos contemporâneos, retratando personagens diante de circunstâncias políticas e sociais. Ao passo que as charges historicamente se associam a veículos de imprensa, os memes ganham sua popularidade em função da circulação descentralizada em mídias sociais, proporcionando o que Milner (2012) caracteriza como uma polivocalidade pop. Ambas as linguagens, portanto, nutrem semelhanças e diferenças no modo como são produzidas, circuladas e consumidas. Em que pese essas características peculiares aos formatos, ambas exploram as representações da figura do ator político junto a uma dada esfera pública.

Partindo desta leitura, o presente artigo procura defender que charges e memes se inserem na conversação cotidiana sobre política e acionam enquadramentos sobre os atores políticos. O principal objetivo, nesta etapa da investigação, é compreender quais são

e comparar os enquadramentos mobilizados por criadores de memes e chargistas sobre a imagem pública de Michel Temer.

A comparação entre as duas linguagens pretende aprofundar as relações que reconhecidamente ambas nutrem entre si. Do ponto de vista material, muitas charges são, hoje, rotineiramente circuladas nas mídias sociais e ganham, portanto, status de memes de internet. Em contrapartida, a linguagem dos memes vem gradativamente se apropriando de elementos típicos das charges, ao apresentar representações caricaturais sobre personagens ou incorporar diálogos e ações em suas ilustrações. Assim, este artigo procura avaliar simultaneamente duas hipóteses a respeito das memes e charges sobre Michel Temer:

(H1) que memes e charges compartilham enquadramentos criados sobre a figura de Temer no período em que ocupou a presidência e desenvolvem representações semelhantes sobre o político;

(H2) que esses enquadramentos alteram o controle da autoimagem do político, reclamando representações que fogem à imagem autogestionada do sujeito público.

Para refutar ou sustentar as hipóteses elencadas, o artigo se estrutura a partir de quatro diferentes momentos. No primeiro deles, busca-se discutir as disputas concernentes à construção da imagem pública de atores políticos. Em seguida, procura-se levantar alguns aspectos que permitam uma primeira aproximação entre charges e memes de internet. Nos dois momentos restantes, apresenta-se a metodologia de análise de enquadramentos empregada nesta investigação e, logo adiante, os resultados encontrados a partir dos conteúdos analisados.

IMAGEM E REPRESENTAÇÃO: CONTROLE E PERDA DE CONTROLE DA IMAGEM PÚBLICA

Temer tem expediente em charges na imprensa cotidiana há algumas dezenas de anos. As representações construídas em torno de sua figura sempre foram carregadas de elementos satíricos. Engana-se quem imagina que a associação entre Temer e um personagem vampiresco como o Conde Drácula nasceu na internet. Ainda em 1997, uma charge de Chico Caruso, publicada no jornal O Globo de 9 de fevereiro, já desenvolvia essa metáfora (Figura 1). Na época, Temer ocupava a presidência da Câmara dos Deputados e passou a marcar presença em veículos de imprensa, no noticiário relacionado às discussões travadas no Congresso. A charge de Caruso era uma resposta à expressão utilizada por Antônio Carlos Magalhães, então presidente do Senado Federal, para qualificar Temer, quando o chamou de “mordomo de filme de terror”. Nos anos

seguintes, Michel Temer foi, em diversas outras ocasiões, associado a um vampiro em charges veiculadas pelos grandes jornais.

FIGURA 1: Charge Sem Título.



Fonte: <<https://glo.bo/2TdYv4z>>. Acesso em: 11/01/2020. Autor: Chico Caruso.

Tais enquadramentos reforçam aspectos que apresentam ao político uma espécie de desconstrução de sua imagem pública, obrigando-o a um exercício de recuperação ou reposicionamento da imagem, no que Gomes (2004) caracteriza como uma política de imagem. A política de imagem é responsável por apresentar modelos de gestão da imagem pública, de forma que a imagem de um determinado ator político aproxime-se o máximo possível dos contornos a ela atribuídos. A comunicação política atua na gestão da imagem do político, e este, por sua vez, torna-se, em grande medida, dependente desta imagem, pois as críticas que incidem sobre sua imagem incidem também sobre seus atos, e, portanto, ferem sua reputação. Chargistas, cartunistas e criadores de memes, entre outros, atuam como agentes mediáticos da política de imagem, operando tanto na ponta da interpretação da imagem controlada emitida pelos atores políticos quanto na ponta da desconstrução desta mesma imagem, associando a ela novos e antigos estereótipos.

Se as críticas à política de imagem, provenientes dos meios de massa, eram relativamente fáceis de controlar ou contornar, em função da escassez de seus canais, no ambiente digital, as disputas se tornam ainda mais acirradas, com múltiplas vozes concorrendo para afirmar seus respectivos enquadramentos. A campanha digital, como argumenta Stromer-Galley (2013), é notoriamente um

terreno pantanoso para candidatos em corrida eleitoral. Na maior parte das vezes, argumenta a autora, muito embora haja oportunidades variadas para que o candidato estabeleça algum tipo de interação com seus eleitores a partir da internet, são muitas as razões que acabam por favorecer uma interação escassa. Os atores políticos temem, em grande medida, perder a ambiguidade que lhes é característica ao precisar confrontar diretamente a opinião pública. Além disso, a tentativa de responder ou confrontar eleitores é infrutífera e o candidato dificilmente terá recursos, humanos ou financeiros, à sua disposição para arcar com este movimento. Nesse sentido, ainda que o meio ofereça condições para que o ator político se aproxime de seu eleitor, a escolha é, no mais das vezes, pelo recolhimento (STROMER GALLEY, 2013).

Para além das campanhas eleitorais, a imagem é disputada nas mídias sociais também por redes identitárias na construção de narrativas e na performatização de ações coletivas e mobilização de micro-públicos (HIGHFIELD, 2015; BOULIANNE, 2018). Desse modo, a sátira à imagem pública de um governante assume também o caráter de cobrança por prestação de contas ou *accountability*.

Assim, o exercício ambivalente proporcionado por este ambiente de polivocalidade das mídias sociais age no sentido do poder público em relação à esfera pública, quando este procura envolver sua imagem com arquétipos como os do herói, do líder charmoso ou daquele que é igual a todo mundo (SCHWARTZENBERG, 1978), ou, reversamente, da esfera pública em relação à esfera do poder, quando aquela se apropria de representações previamente criadas ou cria novas para difundir suas próprias narrativas.

Quando Temer se apresenta, em dezembro de 2015, como alguém que passou quatro anos como um “vice decorativo”, sua intenção era ressaltar a natureza ordeira e subserviente através da qual gostaria de ser enxergado. A expressão, entretanto, é rapidamente incorporada ao repertório popular, e passa a dar vazão a uma ação de deboche, tornando a adjetivação um sinônimo de inutilidade, e consequentemente esvaziando de sentido a imagem que Temer originalmente gostaria de imputar a si mesmo.

CHARGES E MEMES: PERSPECTIVAS DE APROXIMAÇÃO E DISTANCIAMENTO DOS GÊNEROS

A caricatura de filiação francesa se estabeleceu na imprensa brasileira – e, a seguir, migrou também para a televisão e a internet. Gombrich (2007) reconhece nas ilustrações humorísticas

do século XIX uma roupagem quase surrealista, que, na caricatura, por exemplo, é exposta na maestria da caracterização fisionômica. As histórias ilustradas são, a exemplo da literatura, uma maneira de desenvolver narrativas. A diferença fundamental entre ambas as linguagens, diz Gombrich (2007, p. 284), é que a ilustração “raramente preocupa os letrados”, sendo normalmente vista como algo que agrada às crianças ou voltada ao divertimento público das massas.

A charge aproximou-se gradativamente das histórias em quadrinhos e passou, em muitos casos, a desenvolver uma narrativa sequencial, através de séries publicadas por chargistas. Uma série elabora elementos referenciais internos à narrativa e geralmente está relacionada a um episódio específico da conjuntura nacional. A charge surge, portanto, como uma extensão do trabalho dos caricaturistas, incorporando uma natureza política e satírica, que tem por objetivo ilustrar uma opinião a respeito de um acontecimento (MIANI, 2012). Como é fruto de um autor identificável, reproduz uma interpretação das notícias ou dos acontecimentos políticos do momento, com um viés ideológico explícito (MIANI, 2014).

Na internet, o conteúdo passa a ser reconhecido por alguns autores como charge virtual e ganha novos formatos e formas de circulação (SOUZA, 2008), a principal diferença entre a charge impressa e a online está no meio em que é difundida. Sendo o conteúdo essencialmente o mesmo, a charge online talvez careça apenas de um entorno midiático, dado que é usualmente compartilhada de modo avulso, como um texto isolado. Veículos noticiosos vêm, de alguma maneira procurando adaptar-se às mídias sociais, e passaram a compartilhar as charges publicadas em seus jornais também em contas em plataformas como o Instagram. Esse movimento representa um processo adaptativo que implica mudanças qualitativas não apenas no modelo de transmissão e distribuição das charges, mas também em formas de interpretação e apropriação desses conteúdos. O compartilhamento de charges no ambiente online termina por borrar a fronteira mais clara entre esta linguagem e os memes de internet. À medida que uma charge é viralizada e remixada na rede, como distingui-la de um meme?

O movimento de adaptação de jornais como a Folha de S. Paulo ao leitor digital na última década é característico de um cenário de mudanças profundas na experiência de consumo de notícias. Aldé (2011), por exemplo, investiga o comportamento do que classifica como o cidadão conectado, distribuindo essas experiências de consumo em diferentes níveis, em escala que segue do usuário mais engajado politicamente ao que ela denomina de um internauta casual. Em sua avaliação, a conectividade e interatividade proporcionada pela mídia digital pode implicar em um papel até então inédito, no potencial de co-protagonismo desses usuários na distribuição da informação.

Este aspecto é explorado também por van Dijck (2013) ao conceituar a categoria de “conteúdo gerado pelo usuário”. Segundo a autora, a nova infraestrutura que surge junto à internet é capaz de distribuir globalmente a sociabilidade e a criatividade dos usuários. Para ela,

as mídias sociais formam uma nova camada social, a partir da qual as pessoas organizam sua vida online, tanto no nível individual, como no comunitário. Assim, em um período relativamente curto de tempo, tem-se uma mudança drástica no ecossistema conectivo da mídia, em que passa a ser reconhecida uma pluralidade de *players*. Assim, van Dijck (2013) identifica que hábitos que antes eram manifestações casuais e efêmeras da vida social são absorvidos pelas plataformas de mídias sociais e passam a integrar uma economia de comportamentos, que reestrutura a comunicação pública e privada no ambiente digital.

Nesse cenário, os memes de internet passam também por uma reapropriação semântica. Muito embora o conceito de meme tenha surgido para denotar ideias ou comportamentos culturais passados adiante através de gerações (DAWKINS, 1976), é no fim da década de 1990 que conteúdos digitais compartilhados por usuários em comunidades online passam a ser interpretados como memes de internet. A partir daí, a categoria é inteiramente reconceitualizada e o meme de internet passa a ser compreendido, mais do que como uma piada interna, como um conteúdo plástico, uma imagem humorística ou eventualmente um vídeo ou um bordão que constroem representações sobre sujeitos ou acontecimentos.

Sem deixar de carregar o sentido de uma piada que ganha influência por meio de sua transmissão de usuário para usuário nas redes (DAVISON, 2012), os memes passam a ser lidos como artefatos culturais (MILNER, 2015) que escapam ao controle e aos modos de difusão da chamada mídia *mainstream*. Para Börzsei (2012), assim como para Shifman (2014) os memes se tornaram um veículo de expressão ou comunicação, capaz de refletir aspectos da cultura local e também manifestações de uma cultura global.

Para Shifman (2014), os memes de internet devem ser compreendidos não como peças avulsas, mas como grupos de conteúdos, que compartilham características em comum. É o que a autora e seus colaboradores (SEGEV *et al.*, 2015) denomina de *quiddities*, ou particularidades. As particularidades de um meme são responsáveis simultaneamente por diferenciá-lo de outros e por associá-lo a uma família específica. É através delas que se torna possível reconhecer um conjunto expressivo, como memes sobre um determinado assunto. Não há necessariamente uma cadeia produtiva marcada pela serialidade, como é o caso de alguns conjuntos de charges, mas há, sem dúvida, elementos que distinguem entre si grupos de memes.

Os memes são, segundo Mina (2019), a manifestação mais evidente de um processo de “sincronização da opinião”, isto é, um processo em que diferentes sujeitos se percebem e se reconhecem como integrantes de uma mesma comunidade de sentidos a partir de uma piada ou pensamento compartilhado. Em última instância, memes integram o repertório da discussão política na internet, agindo como facilitador para o engajamento na agenda pública. É bem verdade que eles performam um papel singularmente persuasivo na circulação de

desinformação no ambiente online (MINA, 2019), mas atuam também inegavelmente como comentários sociais que favorecem a construção de imaginários políticos (CHAGAS, 2020a), repletos de conexões com a cultura pop (MILNER, 2015). Nesse sentido, os memes são uma manifestação de engajamento que pode favorecer a disseminação de mensagens persuasivas no contexto político (CHAGAS 2020b) onde muitas das vezes o ator político é o objeto e não sujeito da mensagem (CHAGAS, 2016).

As charges, assim como os memes, são impregnadas de intertextualidade, intencionalidade e calcadas em elementos que são facilmente apreendidos pela cultura popular. Esta compreensão pode levar a uma interpretação linear e imediatista de que os memes de internet devem ser lidos como a charge do século XXI. Entretanto, respeitadas as semelhanças entre ambas as linguagens, é preciso reconhecer que memes e charges guardam diferenças importantes entre si. Se as charges são, na maior parte das vezes, ilustrações que atendem a um estilo autoral, e integram, quando circuladas por meio dos grandes jornais, uma voz editorial previamente constituída, os memes se caracterizam como conteúdos criados generativamente, através de uma expressão da criatividade vernacular (BURGESS, 2007), e circulam simultaneamente pelo que Davison (2012) chamaria de uma web irrestrita, aquela em que não se é possível identificar a autoria dos emissores, e uma web restrita, aquela em que os conteúdos publicados estão associados a uma identidade individual. Esta liberdade conferida pela ausência de uma associação explícita a um autor, tal como na avaliação de Davison (2012) estimula não apenas novas plasticidades, mas também e sobretudo uma ausência de constrangimentos na crítica social e política a que o meme dá vazão.

METODOLOGIA

O conceito de enquadramento surgiu a partir de Bateson (1972), ganhando notoriedade e profundidade analítica adiante com Goffman (1976). Mas os estudos sobre enquadramento recebem um novo impulso no princípio da década de 1990, quando passa a ser empregado em análises sobre o conteúdo discursivo de jornais e outros veículos de mídia (ENTMAN, 1993; IYENGAR, 1991). Esta virada no conceito permite que o enquadramento se torne uma vertente teórico-interpretativa sobre a fabricação da realidade social a partir das notícias. Posto de modo simplificado, se a hipótese de *agenda-setting* se preocupa com os efeitos da comunicação mediática no que tange a quais pautas recebem ou não destaque na cobertura noticiosa, o enquadramento geralmente leva a pensar *como* esta cobertura é noticiada.

Para Entman (1993), o enquadramento é composto por pelo menos quatro processos. (1) O comunicador decide o que e como dizer, guiado por enquadramentos e – em casos de veículos de comunicação de massa – por uma linha editorial que determina quais quadros são aproveitados. (2) O texto contém os enquadramentos que são manifestados pela presença ou ausência das *keys* (a operação metacomunicativa). (3) As audiências interpretam o texto e tiram suas próprias conclusões. (4) E, por fim, a cultura ajuda a conformar o enquadramento incutido nos discursos e na forma de pensar e agir de um dado grupo social.

Nesse sentido, o enquadramento envolve a seleção descritiva e discursiva de omissões e saliências, com vistas a construir um texto comunicacional cuja intenção é promover a definição de um problema particular, uma interpretação casual, uma avaliação moral ou uma recomendação. Estabelecido que este não é um trabalho de estudo de recepção, resta observar a presença ou ausência de *keys* que enquadrem o ator em determinados estereótipos, associado a mitos ou que estimulem a desconstrução de sua imagem pública.

A análise de enquadramentos realizada por esta investigação incide sobre o modo como são mobilizadas representações específicas usadas para caracterizar a imagem pública de Michel Temer enquanto presidente. A partir da identificação das *keys* presentes em cada imagem do *corpus*, os pesquisadores analisaram as principais recorrências e, em seguida, compuseram esquemas interpretativos sobre os elementos evocados por charges e memes que retratassem o então presidente.

O *corpus* desta pesquisa foi composto por duas diferentes frentes. No caso das charges, as imagens foram coletadas do perfil no Instagram do jornal Folha de S. Paulo^[2]. As charges foram raspadas do Instagram por meio do software InstaBro. A aplicação permite a coleta de todo o conteúdo de uma página, hashtag ou localização específica (geotag). Realizada a coleta, a ferramenta obteve o total de 14.031 imagens, compartilhadas pelo jornal, durante o período de 17 de agosto de 2011, isto é, data do primeiro post da *Folha* no Instagram, a 12 de dezembro de 2018. De todas as imagens reunidas, procurou-se eliminar aquelas que não correspondessem a charges publicadas pelo jornal ou não houvessem sido publicadas no período do Governo Temer. O resultado foi um conjunto de 336 charges, tendo a primeira charge sido publicada em 31 de julho de 2016 e a última, no dia 10 de dezembro de 2018.

Quanto aos memes, a coleta do *corpus* se deu por meio do *plug-in* Google Image Downloader, disponível para o navegador Firefox. Foram extraídas, por este método, 592 imagens a partir da pesquisa das palavras-chave “Temer” e “meme”. Desse primeiro total, 437 imagens foram classificadas efetivamente como memes e 155 foram descartadas. No final, 773 charges e memes compuseram o *corpus* analisado, conforme disposto na Tabela 1.

TABELA 1: *Corpus* analisado

Memes	437
Charges	336
Total	773

Fonte: Elaboração própria.

Os dados foram, em seguida, inseridos no *software* de análise qualitativa de dados (QDA) Atlas.ti, para que se pudesse proceder a interpretação dos mesmos a partir das variáveis previamente definidas para a pesquisa. O sistema classificatório foi estabelecido com base em uma primeira observação do *corpus* e a interpretação foi conduzida por uma só pesquisadora e supervisionada por outro pesquisador, com vistas a se alcançar o consenso no procedimento interpretativo. Operacionalizada como uma análise de conteúdo, os dados foram codificados a partir de um conjunto de variáveis que incluía, por exemplo, uma avaliação sobre a linguagem do conteúdo (se um meme ou uma charge), a natureza da autoria (se anônimo ou não), se integrava alguma série de charges ou família de memes. O livro de códigos utilizado para esta análise está disponível mediante consulta aos autores da pesquisa.

O passo seguinte foi estabelecer categorias que pudessem dar conta dos enquadramentos acionados por cada imagem. Após avaliação, chegou-se a um total de doze diferentes tipos de enquadramentos mobilizados para construir a imagem pública de Michel Temer. Foram eles:

- *Vice decorativo*: engloba todos os casos em que Temer é representado como um item ou objeto de decoração, fazendo alusão à Carta de Temer para Dilma, vazada em 2015.
- *Golpista*: engloba todos os casos em que Temer é diretamente associado à articulação para a deposição de Dilma Rousseff.
- *Morto-vivo*: abarca os casos em que Michel Temer é apresentado como um vampiro ou um morto-vivo, fazendo alusão não apenas à proximidade do poder mas ao fato de que o político tem estado longamente associado a cargos de alta proeminência na vida pública do país.
- *Inapto*: reúne os casos em que prevalece o enquadramento da gestão de Temer como incompetente, atrapalhada ou desqualificada.
- *Ultrapassado*: engloba todos os casos em que Temer é enquadrado como um senhor de idade avançada, para reforçar o entendimento de que se trata de alguém que não compreende bem os anseios da juventude.
- *Misógino*: refere-se aos casos em que uma personagem feminina é enquadrada de forma misógina. Trata-se, na realidade, da única categoria em que se admitiu imagens que não tivessem Michel Temer diretamente como seu protagonista.

- *Conservador*: engloba todos os casos em que Temer e/ou sua gestão são retratados como ideologicamente conservadores.
- *Herói salvador da pátria*: abarca os casos em que Temer é retratado como uma figura capaz de salvar o povo brasileiro, em alusão ao receio generalizado com o resultado das eleições de 2018, e na iminência do processo de transição para o Governo Bolsonaro.
- *Persona non grata*: reúne os casos em que o enquadramento dado a Michel Temer remete uma pessoa sem amigos, que não é bem-vinda em diferentes círculos sociais ou mesmo desagradável.
- *Polarização Política*: reúne os casos em que o enquadramento do meme ou charge volta-se para a crescente polarização política vivida no país, desde o *impeachment* de Dilma Rousseff.
- *Estratagema Político*: abarca todos os casos em que o ator político é reconhecidamente um arquiteto de tramas e estratégias que favoreçam a si ou ao governo e aliados. Diferentemente da categoria Golpista, que sugere o governo de Temer como ilegítimo, esta categoria o retrata apenas como um sujeito articulador.
- *Outros*: abarca todos os casos que não se encaixam em nenhum dos enquadramentos acima elencados.

Mais adiante, procurou-se comparar os resultados entre os enquadramentos privilegiados por chargistas e por criadores de memes de internet, e, por fim, compreender quais os impactos desses enquadramentos sobre a imagem pública de Temer.

RESULTADOS

Uma vez codificados os conteúdos, buscou-se observar então a co-ocorrência de variáveis, a fim de levantar quais conteúdos eram memes e que enquadramentos acionavam e quais conteúdos eram charges e que enquadramentos acionavam. Considerando-se os doze enquadramentos avaliados na etapa de definição dos parâmetros metodológicos deste trabalho, a distribuição dos temas abordados por charges políticas no jornal Folha de S. Paulo foram os seguintes:

TABELA 2: Enquadramentos acionados pelas charges sobre Michel Temer na Folha de S. Paulo

ENQUADRAMENTOS	N	%
Vice Decorativo	3	0,8
Golpista	18	5,3
Morto-vivo	7	2,1
Inapto	24	7,1
Ultrapassado	8	2,3
Misógino	1	0,2
Conservador	19	5,6
Herói salvador da pátria	5	1,4
<i>Persona non grata</i>	29	8,6
Polarização Política	62	18,4
Estratagema Político	129	38,3
Outros	32	9,5
Total	336	

Fonte: Elaboração própria.

Os enquadramentos de Temer como “misógino” (N=1), “vice decorativo” (N=3) ou “salvador da pátria” (N=5) são bem pouco acionados pelas charges da *Folha*, sobretudo em comparação com os resultados apresentados entre os memes de internet. O que se nota é que o jornal tem certa dificuldade de repercutir assuntos que ganham impulsionamento a partir da conversação online. Paralelamente, a *Folha de S. Paulo* tampouco repercute a imagem de Temer como misógino.

O enquadramento de Temer como um político envolvido em “estratagemas políticos” é a principal representação mobilizada pelos chargistas (N=129). O quadro referencial provavelmente tem relação clara com o entorno noticioso, de forma que a cobertura jornalística influencia diretamente na produção de sentido e na construção da imagem pública do político a partir das charges. O enquadramento que retrata Temer como um dos protagonistas da “polarização política” crescente no país desde 2014 compõe uma amostra significativa do *corpus* (N=62).

A categoria “golpista” (N=18) retrata a figura de Temer como alguém que articulou para derrubar sua antecessora ou alguém que sofre críticas pela tentativa de alpinismo político. Temer também é recorrentemente representado como um vampiro ou um personagem sombrio

equivalente, situações que caracterizam a categoria descrita neste trabalho como “morto-vivo” (N=7). De forma semelhante, ainda que pouco acionada (N=8), a representação de Temer como «ultrapassado» apresenta o político que procura estar sempre nas cercanias do poder.

Quanto aos memes de internet mapeados, os temas mais abordados são os que se seguem:

TABELA 3: Enquadramentos acionados pelos memes de internet sobre Michel Temer

ENQUADRAMENTOS	N	%
Vice Decorativo	23	5,2
Golpista	57	13,0
Morto-vivo	54	12,3
Inapto	16	3,6
Ultrapassado	10	2,2
Misógino	23	5,2
Conservador	5	1,1
Herói salvador da pátria	25	5,7
Persona non grata	90	20,5
Polarização Política	10	2,2
Estratagema Político	90	20,5
Outros	34	7,7
Total	437	

Fonte: Elaboração própria.

Nos memes a variável “estratagema político” (N=90) também tem maior quantidade de exemplos, mas divide seu protagonismo com os memes que apresentam Temer como “persona non grata” (N=90). Diferente do que ocorre com as charges, os memes que fazem alusão à representação de Temer como “golpista” são muito mais frequentes (N=57). Esse resultado aponta para o caráter mais claramente ideológico e partidário assumido pelos memes.

Outras categorias que surgem com maior frequência nos memes são “morto-vivo” (N=54) e “herói salvador” (N=25), a última apresentando maior grau de incidência no fim do governo, após a *hashtag* #FicaTemer surgir nos *trending topics* do Twitter, como resposta ao resultado das eleições de 2018. As categorias “vice decorativo” (N=23) e “misógino” (N=23) também se

apresentam em uma parcela maior de exemplos de memes. Entre os memes que expressam questões concernentes a desigualdades de gênero, Dilma Rousseff é frequentemente retratada como uma figura ignorante em memes de viés mais reacionário. Temer aparece ainda representado como um senhor idoso em memes que apelam satiricamente à diferença de idade em relação a Marcela Temer, sugerindo, em uma interpretação sexista, um casamento por interesse.

O que esta comparação demonstra é que os enquadramentos de charges e memes enfatizam, até certo ponto, os mesmos aspectos do personagem público. Ainda assim, há questões que os memes se permitem explorar que não são tão recorrentes nas charges, seja por constrangimentos editoriais ou por estarem mais diretamente associados a uma relação de autoria. O efeito desta discrepância sobre a imagem pública de Temer reflete também um duplo imaginário, em que o político, embora questionado quanto aos assuntos públicos, tem sua imagem privada salvaguardada pelos *media*. Os memes, por outro lado, tendem a politizar também as questões privadas e transformam em sátira facetas que nem sempre são ou podem ser tratadas pela etiqueta dos meios de massa.

DISCUSSÃO

Charges e memes de internet se baseiam em situações capturadas pelo olhar arguto de um analista da conjuntura. Ambas as linguagens são investidas de referências ao entretenimento e à cultura *pop*, como parte integrante da discussão pública. Como conteúdos representacionais, charges e memes contribuem para a constituição da imagem pública de atores políticos, mas obedecem a regimes de circunscrições e constrangimentos distintos, e, portanto, causam impactos diferentes não apenas sobre suas audiências mas também sobre o principal sujeito dessa imagem, aquele que zela pela sua própria reputação como ator político.

Com relação às duas hipóteses traçadas inicialmente para esta investigação, observa-se que, de fato, memes e charges compartilham enquadramentos criados sobre a figura de Temer no período em que ocupou a presidência e desenvolvem representações semelhantes sobre o político. Em que pese as diferenças na frequência de cada enquadramento entre uma linguagem e outra, não há substancialmente em qualquer uma delas a incidência de um enquadramento ausente na outra. Desse modo, H1 pode ser plenamente sustentada.

A segunda hipótese delineada, segundo a qual esses enquadramentos alteram o controle da autoimagem do político, encontra algumas limitações para ser testada à medida que o presente

esforço investigativo não lança mão de uma análise de recepção nem tampouco procura mensurar, quantitativamente, através de um indicador, este impacto. Ela, contudo, é verificável a partir da incidência de enquadramentos que exploram a representação de Temer tomando-se como base características negativas de sua personalidade. Este aspecto é mais fortemente evidenciado nos memes do que nas charges políticas. A partir da análise de conteúdo sobre os dois *corpora* coletados, é possível identificar que, apesar de retratarem assuntos em comum, o humor utilizado nos memes é mais ofensivo, no sentido de que utiliza a sátira para comentar questões de foro privado, enquanto charges são, nesse sentido, menos apelativas e mais propriamente políticas, em um sentido estrito do termo.

De um modo ou de outro, as críticas lançadas, tanto por charges, quanto por memes, são capazes de colocar em xeque a reputação do ator político e disputar uma representação no imaginário popular junto a uma opinião pública conectada, o que certamente é suficiente para respaldar H2. A perda de controle sobre a imagem pública é um fator confluyente, portanto, em charges e memes políticos.

A esta altura, é difícil senão impossível inferir com absoluta precisão uma relação de causalidade entre esses fatores. Em outras palavras, esta investigação talvez não nos permita estabelecer se a imagem pública de Temer é ativamente prejudicada pela publicação de memes e charges que o contestam, ou, de outro modo, se esses memes e essas charges apenas repercutem e amplificam aspectos já contestados pela opinião pública dessa política de imagem. Ou, ainda, e em última instância, se Temer foi um governante impopular porque tinha a imagem pública arranhada ou tinha a imagem arranhada porque era demasiado impopular. Ressalte-se que mais estudos precisam ser empreendidos a respeito desta disputa narrativa e imagética em específico, mas o que o presente esforço investigativo parece ter claro é que é imperativo observar com apuro os modos como representações e enquadramentos sobre a figura política são cotidianamente construídos pelos usuários nas mídias sociais.

REFERÊNCIAS

- ALDÉ, A. *Cidadãos na Rede*: Tipos de internautas e sua relação com a informação política online. In: Contemporanea. vol. 09, n. 03, set/dez, 2011
- BATESON, G. *Uma teoria sobre brincadeira e fantasia*. In: BATESON, G. Sociolinguística interacional, v. 2, p. 85-105, 1972.

- BÖRZSEI, L. K. *Political culture on the National Web: the role of political culture in online political activity and the case of Hungarian politics on Facebook*. 2013. 56 f. Dissertação (Masters in New Media and Digital Culture) – Utrecht University, Utrecht, Países Baixos, 2013.
- BOULIANNE, S. *Twenty Years of Digital Media: Effects on Civic and Political Participation*. In: *Communication Research*, 1-20, 2018.
- BURGESS, J. *Vernacular creativity and new media*. 2007. Tese de Doutorado (Queensland University of Technology).
- BURKE, P. *A fabricação do rei*. A construção da imagem pública de Luís XIV. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.
- CHAGAS, V. “Não tenho nada a ver com isso”: cultura política, humor e intertextualidade nos memes das Eleições 2014. In: “*Internet e eleições no Brasil*. Curitiba: CPOP, 2016.
- CHAGAS, V. *Da memética aos estudos sobre memes: uma revisão da literatura concernente ao campo nas últimas cinco décadas (1976-2019)*. In: CHAGAS, V.. *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital*. Salvador: EdUFBA, 2020a.
- CHAGAS, V. *A febre dos memes de política*. In: CHAGAS, V.. *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital*. Salvador: EdUFBA, 2020b.
- DAVISON, P. *The language of internet memes*. In: *The social media reader*, p. 120-134, 2012.
- DAWKINS, R. *The selfish gene*, 1976.
- DIJCK, J.van. *The Culture of Connectivity: A critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press, 2013.
- ENTMAN, R.M. *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. In: *Journal of Communication*, 43(4), Autumn, 1993.
- GOFFMAN, E. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge: Harvard University Press, 1976.
- GOMBRICH, E.H. *Arte e ilusão: Um estudo da psicologia da representação pictórica*. 4ª edição, São Paulo: WMF Martins Fontes, 2007.
- GOMES, W. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Editora Paulus, 2004.
- HIGHFIELD, T.; LEAVER, T. *A methodology for mapping Instagram hashtags*. In: *First Monday*, v. 20, n. 1, p. 1-11, 2015.
- IYENGAR, S. *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press, 1991.

- MIANI, R.A. *Charge: uma prática discursiva e ideológica*. São Paulo, In: Arte, vol. 1, n 1, 37-48, 1º semestre, 2012.
- _____, R.A. *Charge editorial: iconografia e pesquisa em História*. In: Domínios da Imagem, Londrina, v. 8, n. 16, p. 133-145, jun./dez. 2014.
- MIGUEL, L.F. *Mito e discurso político: uma análise a partir da campanha eleitoral brasileira de 1994*. São Paulo, SP: Imprensa Oficial, 2000.
- MILNER, R.M. *The world made meme*. 2012. Tese de Doutorado. University of Kansas.
- _____, R.M. *Memes are Dead; Long live Memetics*. In: Culture Digitally, v. 27, 2015.
- MINA, A.X.. *Memes to Movements: How the world's most viral media is changing social protest and power*. Boston: Beacon Press, 2019.
- SCHWARTZENBERG, R.G. *O Estado Espetáculo*. São Paulo: Círculo do Livro S.A., 1977.
- SEGEV, E.; NISSENBAUM, A.; STOLERO, N., SHIFMAN, L. *Families and Networks of Internet Memes: The Relationship Between Cohesiveness, Uniqueness, and Quiddity Concreteness*. In: Journal Of Computer-Mediated Communication. Vol, 20. P. 417-433, 2015.
- SHIFMAN, L. *Memes in digital culture*. MIT Press, 2014.
- SOUZA, H.V.A. de. *A Charge virtual e a construção de identidades*. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2008.
- STROMER-GALLEY, J. *Interação online e por que os candidatos a evitam*. In: MARQUES, F. P. J. A.; SAMPAIO, R. C.; AGGIO, C. Do clique à urna: internet, redes sociais e eleições no Brasil. Salvador: EdUFBA, 2013.
- WEBER, M. *Ciência e Política*. São Paulo: Editora Martin Claret 2002.

-
- [1] A avaliação do governo de Michel Temer apresenta a menor taxa de popularidade de toda a história, desde que se iniciou a série histórica de Pesquisa CNT/MDA, em 1998. Fonte: <<https://www.cnt.org.br/agencia-cnt/cnt-divulga-resultados-138-pesquisa-cnt-mda>>.
- [2] Disponível em: <<http://www.instagram.com/folhadespaulo>>. Acesso em 4 de março de 2020.