

MEMES NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS SOTEROPOLITANAS 2020: NAS TRAMAS DOS SENTIDOS

Catiane Rocha Passos de Souza¹
Laisa da Silva Pereira²

Resumo: O presente artigo apresenta pesquisa em desenvolvimento no projeto selecionado pelo Edital 02/2020/PRPGI – PIBIC-EM / IFBA – 2020/2021 do Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica para o Ensino Médio (PIBIC-EM 2020/2021). A pesquisa tem como objetivo principal mapear, nas mídias digitais (sites, Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, WhatsApp), memes cujas temáticas façam referência às eleições municipais soteropolitanas em 2020, identificando os acontecimentos discursivos que propiciaram a emergência de tais manifestações, bem como os efeitos de sentido na circulação midiática. Os resultados visam construir um mapeamento da circulação midiática de memes e dos efeitos de sentido na constituição e transformação dos gêneros da comunicação política. Esse mapeamento possibilitará reflexões pertinentes sobre a sociedade soteropolitana em vias de midiaticização que agrega novas lógicas de funcionamento aos processos sociais, sobretudo, no que tange ao processo eleitoral 2020.

Palavras-chave: eleições municipais, memes, sentidos, redes digitais.

1. Introdução

Nas últimas eleições, no cenário nacional brasileiro, o uso das mídias digitais ganhou uma dimensão cada vez maior. Observa-se que as mídias digitais, sobretudo as redes sociais, no período eleitoral, se transformam em grandes palanques em que não apenas os candidatos têm espaço para exposição. Nelas, os usuários propagam ideias e geram debates a favor ou contra candidatos, como também os próprios candidatos alavancam a publicização de suas campanhas.

A popularização da internet com a possibilidade de adquirir dispositivos tecnológicos com acesso às mídias digitais reconfigurou os processos eleitorais que passam a se constituir com outras lógicas de funcionamento. Nas eleições 2018, por

¹ Doutora pelo Programa Multidisciplinar de Pós-graduação em Cultura e Sociedade da UFBA. Docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia – IFBA. Pesquisadora do Grupo de pesquisa GPEC / Campus Salvador. E-mail: catirochapassos@gmail.com.

² Estudante do 4º ano do Curso Técnico de Química do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia – IFBA. Bolsista PIBIC do Grupo de pesquisa GPEC / Campus Salvador. E-mail: asialkk789@gmail.com.

exemplo, emergiram uma vasta produção caricatural e humorística, principalmente de memes, cujas temáticas faziam alusão a discursos em circulação nas mídias digitais (TREIN, 2019).

Nos estudos sobre mídia, a expressão Memes caracteriza uma ideia ou um conceito, sons ou qualquer outra informação que possa ser transmitida rapidamente através da web. O meme pode se materializar na forma de frase, link, vídeo, site, imagem entre outros. O termo Meme apareceu inicialmente na obra *The Selfish Gene* (O Gene Egoísta), lançada em 1976, do escritor Richard Dawkins. No livro, o meme já é compreendido como um efeito da transformação cultural, sobretudo pela capacidade de se propagar, ou seja, de viralizar mensagens na sociedade. A maioria das produções não possui qualidade técnica e tem pouca preocupação estética.

Na comunicação política, cada vez mais, os memes exercem o papel de construir ou desconstruir a imagem de candidatos, de propagandas ou de contrapropagandas. Na verdade, no período eleitoral, os memes podem aparecer como espécie de pasquim, gênero tradicional da comunicação política, adotando humor e ironia, entrecruzando aspectos psicológicos e políticos da natureza humana para provocar o riso, a crítica, a reflexão, dentre outros. Entretanto, nas últimas eleições, sobretudo, o gênero vem sendo adotado pelos candidatos e/ou eleitores em suas respectivas campanhas, não apenas como “arma” de oposição. Por isso, a leitura do meme requer lançar o olhar nos discursos de sua emergência e nos efeitos de sentido na circulação midiática.

Verón (2013, p.281) discute o modo como a internet transformou as condições de acesso dos atores individuais ao conhecimento e à informação, gerando alterações inéditas na circulação discursiva midiática. Além de mudar os vínculos dos indivíduos com as instituições, o acesso à internet redimensionou o modo como se realiza a compreensão do conhecimento e da cultura pela gramática do hipertexto. O meme é um hipertexto que pode combinar textos, imagens, sons, organizados de forma não linear. Sua leitura requer a capacidade de associar ideias, conceitos e códigos distintos, logo, novos tipos de leitores surgem com percepção não linear, com capacidades desenvolvidas nessa conjuntura.

O quadro teórico em que situamos a pesquisa, considerando a natureza qualitativa e sociológica de seu objeto, pauta-se nos pressupostos da Escola Latina dos

Estudos da Miatização e da Circulação Discursiva, somando a esse quadro algumas noções de Análise do Discurso de filiação francesa. Dos estudos da mídia, tomamos as noções de Circulação Miatizada e de Miatização, ambas desenvolvidas pelo filósofo e semiólogo argentino Eliseo Véron (2013) para o desenvolvimento da pesquisa. Apesar da existência de alguns estudos sobre meme, não há ainda um arcabouço teórico voltado ao estudo desse gênero, entretanto vários autores concordam que há distinções entre o processo de sua produção comparado ao de outros gêneros da comunicação política miatizada.

2. A constituição do *corpus*

Foram coletados aleatoriamente memes na circulação miatizada que faziam qualquer referência às eleições municipais de Salvador, no período de setembro a novembro de 2020. Após reconhecer que os memes eram vinculados às figuras dos candidatos, os materiais foram organizados conforme as candidaturas e os temas dos memes começaram a se demonstrar com vínculos a essas figuras. Além disso, fizemos registros do contexto da circulação de cada meme: quando foi publicado, quem publicou, onde foi publicado, capacidade de visibilidade (quantidade de reações e de comentários, tipos de comentários e circulação em outras plataformas). Para a segunda etapa da pesquisa, ainda em desenvolvimento, realizamos a análise de uma amostragem desses memes. Os memes selecionados para a essa etapa seguiram os critérios da capacidade de visibilidade: quantidade de reações e de comentários; e a potência de circulação em diferentes plataformas.

Segundo Orlandi (2001), há uma relação necessária entre o objeto, as técnicas, a metodologia e a teoria na qual a análise se sustenta. Pressuposta a tudo isso, encontra-se uma definição de linguagem que subjaz e que determina os princípios teóricos, a metodologia e a análise. Considerando-se a natureza do objeto tomado para pesquisa e dos objetivos, concebemos a linguagem como sendo o que permite construir e modificar as relações entre os interlocutores, seus enunciados e seus referentes (MAINGUENEAU, 1997, p. 20). Dessa forma, será adotado um enfoque que articule os signos e o social, buscando as relações que vinculam a linguagem às estratégias

ideológicas na comunicação política. A tabela abaixo resume os resultados quantitativos, ou seja, sistematiza os dados da coleta.

Tabela 01: Quantitativo de memes coletados de setembro a novembro de 2020

	Bruno Reis	Pastor Isidório	Olívia Santana	Major Denice	Vereadores e outros	TOTAL
Vídeos	4	4	2	1	1	12
Imagens fixas	3	2	--	--	2	7
Texto/comentários	14	16	1	1	7	39
TOTAL	21	22	3	2	10	58
Plataformas usadas (%)	100% Twitter	Twitter 90% Instagram 10%	66% Instagram 33% Twitter	Tiktok (50%) Twitter (50%)	Twitter (70%)	--

Dentre esses cinquenta e oito memes coletados, foram selecionados os cinco memes com maior visibilidade, engajamento e potência de circulação em diferentes plataformas digitais. Os cinco se referem aos candidatos: Pastor Sargento Isidório (Partido Avante), Olívia Santana (PCdoB) e Bruno Reis (DEM), todos com pleitos à prefeitura de Salvador. A seguir, trataremos dos cinco memes, suas respectivas contextualizações e sujeitos de produção.

3. A imagem do candidato Pastor Sargento Isidório (Avante): O doido?

Apesar da quantidade de memes, dentre os coletados, relacionados à figura do candidato Pastor Sargento Isidório ser muito próxima ao número de memes relacionados ao Candidato Bruno Reis (DEM), dos cinco memes escolhidos, com base na capacidade de visibilidade e poder de circulação, três deles se referiam ao candidato do Partido Avante.

O primeiro meme - selecionado devido a maior circulação entre os demais - se trata de um vídeo coletado via Whatsapp no dia 08 de outubro de 2020. Embora o vídeo tenha sido produzido originalmente em 2016, quando o Pastor Sargento Isidório foi candidato à prefeitura de Salvador pelo PDT, repercutiu também nas redes sociais como Instagram, Whatsapp e Twitter no período eleitoral em 2020. No vídeo, o candidato alega ser ex-gay e saber resolver a homossexualidade como ninguém.

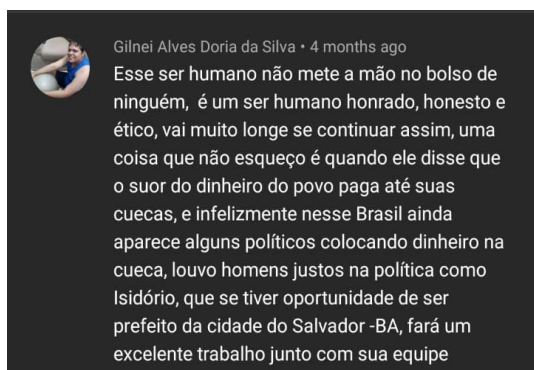
Imagem 01: *Print do vídeo-meme*



O vídeo é parte de entrevista ao “Varela Notícias”, programa de rádio que também produz matérias jornalísticas para o Portal Varela Notícias Oficial no Youtube, no qual o repórter Bruno Cunha questiona como o candidato demonstraria poder cuidar de uma cidade incluindo os homossexuais, considerando o polêmico projeto de lei da “Cura Gay” que foi proposto pelo Pastor Isidório para a Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados em 2013. Como resposta, o candidato diz: “Eu vou ser o prefeito que mais vai cuidar melhor dos homossexuais, porque eu já fui ‘bimba’ [variação do termo pejorativo ‘bicha’ para se referir aos homossexuais], eu já gostei dessas coisas.”

Em seguida, apoiando seu discurso em valores cristãos tradicionais, Isidório vira para câmera mais ainda a Bíblia que segura e acrescenta: “Mas Jesus mudou a minha vida. Eu não fui feito para ficar agachado, pra ficar nessa posição (...)”. Isidório completa “Eu vou cuidar dos homossexuais, claro. É um direito constitucional deles. Inclusive, trabalho com vários gays e lésbicas, muito competentes. (...) o que não dá é ficar transando nos gabinetes. Nem heterossexual nem homossexual, sexo é coisa de quatro paredes.” Os comentários desse meme foram, em sua maioria, de conteúdo cômico, humorísticos e de apoio ao candidato.

Imagem 2: Comentários sobre o vídeo no Portal Varela Notícias Oficial no Youtube



3.1 O candidato Pastor Sargento

Conforme informações na matéria³ do site Uol, em 05 de março de 2018, Manoel Isidório de Santana Junior nasceu em Salvador, em 1962, e passou a infância pobre em Periperi, bairro do subúrbio. Na matéria, o pastor relata episódio de abuso sexual na adolescência praticado por um primo militar. Nas supostas experiências homoafetivas, diz que estava sempre bêbado e transava com homens ou mulheres. Isidório entrou para a Polícia Militar da Bahia nos anos 80. Tornou-se evangélico pela Assembleia de Deus em Candeias (BA), onde fundou um centro de recuperação de usuários de drogas.

Depois que entrou para a política, no início dos anos 2000, conseguiu que o governo do estado apoiasse financeiramente a instituição. Desde 2007 há um convênio entre o governo da Bahia e a Fundação Doutor Jesus. Atualmente o centro de reabilitação recebe 10,7 milhões de reais por ano da Secretaria de Justiça, Direitos Humanos e Desenvolvimento Social do Estado da Bahia (COELHO, 2018).

Foi eleito pela primeira vez como deputado estadual em 2002, pelo Partido dos Trabalhadores (PT), com 44 559 mil votos. Depois concorreu a prefeito de Candeias e deputado federal, e perdeu em ambas. Em 2010 voltou como deputado estadual. Disputou a Prefeitura de Salvador em 2016 e ficou em terceiro lugar. Passou pelo PSC, PSB, PROS, PDT e hoje o Avante. Foi o segundo deputado estadual mais votado na Bahia em 2014, quando aderiu a identificação de “doido”. Para a campanha de 2014, seu *jingle* em ritmo de axé era: “Agora é a vez do doido, doido, dooooido! O maluco quer acabar com as drogas e pra acabar com as drogas, só mesmo doido.”

Como deputado estadual criou projetos que caracterizam a formação ideológica de seus discursos: aprovação do Dia do Orgulho Heterossexual no estado (todo terceiro domingo de dezembro); lei que declara a Bíblia como patrimônio imaterial da Bahia, um projeto de estudo bíblico na rede estadual de ensino; propagou sua intenção de pôr um monumento à Bíblia no Dique do Tororó onde tem um conjunto de monumentos aos orixás do candomblé; instalou um painel em homenagem à Bíblia de mais de seis

³ COELHO, Tiago. A hora e a vez do pastor-sargento: deputado baiano personifica a tendência militarizante e evangélica da política em 2018. Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/hora-e-vez-do-pastor-sargento/>. Acesso em 11/03/2021.

metros de comprimento, no plenário da Assembleia, uma grande Bíblia ladeada por uma pomba e uma arca da aliança com a inscrição: “Ao Deus de Israel.”

Na eleição de 2018, o político foi o deputado federal mais votado na Bahia, sendo eleito com 323.264 votos. No mesmo período, seu filho João Isidório (AVANTE), foi eleito deputado estadual mais votado da Bahia com 110.540 votos. Na eleição municipal em 2020, o candidato a prefeito de Salvador Pastor Sargento Isidório (AVANTE) ficou em terceiro lugar com 5,33% dos votos válidos, total de 64.728 votos. Em seu programa de governo para a Prefeitura de Salvador tinha propostas de combate à discriminação e ao assédio moral contra a população LGBT, além da criação de centros de apoio.

3.2 Homossexualidade no discurso político-religioso-militar-humorístico

Desde o fim da Ditadura militar no Brasil e, sobretudo a partir dos anos 2000, principalmente, as ações do Movimento LGBTQIA+ se tornaram sinônimos de alegação para o politicismo de pastores e instituições pentecostais. Pastores midiáticos e políticos evangélicos reforçam a necessidade das igrejas se articularem contrariamente às causas pleiteadas e/ou defendidas pelas comunidades LGBTQIA+. Assim, o debate sobre a homossexualidade foi ganhando espaço nas igrejas pentecostais (SOUZA, 2017), ultrapassando os espaços da religião, ganhou ênfase no projeto político de instituições como a CGADB (Convenção Geral das Assembleias de Deus no Brasil). “Desta vez, um inimigo contra a religião e seus princípios, contra a Bíblia, contra Deus, contra o Brasil e as famílias: a homossexualidade” (CUNHA, 2017, p. 119).

Atualmente, a luta pela não discriminação aos homossexuais na mídia e as discussões sobre o assunto nos diversos espaços sociais são entendidas, por boa parte dos evangélicos conservadores, como incentivo às crianças, adolescentes e jovens em assumirem ou “adquirirem” a homossexualidade, retomando o sentido de homossexualidade como doença. Como grande parte da população brasileira concorda com a manutenção de posturas moralistas e machistas, os religiosos ultraconservadores encontram apoio nessa parcela da população que pensa a homossexualidade como ameaça à família. Apesar do Pastor Sargento Isidório alegar no vídeo que cuidará dos homossexuais, esse sentido traduz o discurso conservador e tradicional que pensa a

homossexualidade enquanto desvio moral ou doença a ser curada, haja vista que na entrevista dada ao "Varela Notícias" o candidato endossa seu posicionamento ao dizer que "homem não é feito pra ficar agachado, pra ficar nessa posição" e "que homem nasce com 'binga' [gíria pejorativa para se referir ao órgão sexual masculino] e 'binga' é para vagina". O candidato associa, ainda, a homossexualidade à promiscuidade quando diz que "trabalha com muitos gays e lésbicas, mas não posso permitir é a 'escola', chegar nos gabinetes e ter gente transando".

3.3 Reafirmação da identidade "doido"

Imagem 03: *Print* do vídeo sobre o Homenzinho Torto



O meme ao lado foi o segundo mais engajado nas plataformas digitais durante o período de coleta. Surgiu por volta do dia 12 de novembro de 2020, na semana da eleição, sendo primeiramente encontrado no Twitter, mas posteriormente reproduzido e repercutido em outras redes sociais tais como Instagram e Whatsapp. Em entrevista fornecida para o Jornal "A Tarde"⁴, em setembro de 2020, afirma que "a parte do doido é um folclore meu. (...) Sou doido, mas meu discurso é para proteger famílias, levar respeito as pessoas."

e posteriormente endossa esse posicionamento afirmando que "fazia e faz teatro [de doido] até hoje, senão não angario voto". Esse discurso evidencia que a propagação desse tipo de vídeo de cunho humorístico, é, na verdade, para ele uma forma de estratégia política.

Na entrevista para o "Varela Notícias", quando perguntado sobre a imagem de "doido" associada ao candidato, Isidório afirmou "de doido eu não tenho nada (...), eu danço, dou capoeira, faço teatro, para tirar as pessoas das drogas". O candidato se refere

⁴TARDIO, Rodrigo. 'A parte do doido é folclore', diz Isidório sobre candidatura. Disponível em <https://atarde.uol.com.br/politica/eleicoes/noticias/2138783-a-parte-do-doido-e-folclore-diz-isidorio-sobre-candidatura>. Acesso em 25/03/2021.

a sua casa de recuperação de dependentes químicos para mais de 1200 pessoas, realização social bastante enfatizada durante sua campanha eleitoral.

Nesse sentido, fica evidente que a propagação desse tipo de meme nas plataformas digitais coincide com a imagem desejada pelo próprio candidato, assim como sua autoprodução de memes na campanha política. Dentro dessa análise, vale ressaltar que o Pastor Isidório é autoprodutor dos memes que propagam sua imagem de “doido”. Em 2016, reforçou essa imagem na campanha à prefeitura de Salvador, conforme entrevista ao jornal “O Globo”, em setembro de 2016⁵. Desde então, Isidório frisa e repete esse título, juntamente com o de “ex-gay”.

Dessa forma, considerando que, em todos os memes selecionados, o próprio candidato é sujeito de produção, fica evidente que é um tipo de estratégia política para angariar votos daqueles que têm descrédito no sistema político brasileiro e que, de alguma forma, optam por reforçar seu apoliticismo ao votar ou apoiar candidato que destoa da postura séria exigida pelo lugar que pretende ocupar numa função pública tão importante.

Ademais, houve ainda uma repetitiva associação da imagem do Pastor Sargento Isidório com o ex-candidato à presidência dos Estados Unidos em 2020, cantor e compositor, Kanye West. Também visto como “doido”, West trazia a comicidade, por conta da ridicularização de sua própria imagem, dentro de um ambiente de disputa eleitoral. Tal comparação busca atrair o interesse de eleitores desacreditados na política tradicional e sistemática, os quais se seduzem por candidatos menos tradicionais como mecanismo de negar o sistema político tradicionalmente estabelecido. Nesse sentido,

Imagem 04: Circulação midiática do vídeo-meme Homenzinho Torto



⁵FERNANDES, Leticia. **Candidato a prefeito se diz 'ex-gay' e faz sucesso com apelido: 'Doido de Salvador'**. Disponível em <https://oglobo.globo.com/brasil/candidato-prefeito-se-diz-ex-gay-faz-sucesso-com-apelido-doido-de-salvador-20184734>. Acesso em 25/03/2021.

esses candidatos, inclusive, abordam, muitas vezes, opiniões contraditórias e polêmicas para construir a imagem de opções de candidatos políticos "fora dos padrões".

Imagem 05: Memes Isidório/Kanye West



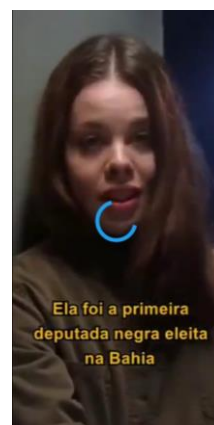
4. A memetização da candidata Olívia Santana (PCdo B): a militante

O vídeo em que a candidata Olívia Santana (PCdo B) faz referência a seus feitos, como mulher militante negra na política, apela para a influência e popularidade da personagem "Regina George" do filme "Meninas Malvadas", dirigido por Mark Waters. O vídeo circulou nas plataformas digitais no dia 12 de outubro de 2020, sendo primeiramente encontrado no Instagram da própria candidata, mas também sendo bastante repercutido em plataformas como WhatsApp e no TikTok por outros perfis. Dentre os memes encontrados referentes à figura da candidata Olívia Santana, esse vídeo teve mais compartilhamentos e poder de circulação, justificando assim a sua escolha para análise.

Imagem 06: Emma Graber, personagem do filme apropriado pelo Meme



Imagem 07: Amber D'Alessio, personagem do filme apropriado pelo Meme



Tal como o candidato Pastor Isidório, a candidata Olívia Santana é autoprodutora do meme, com objetivo de propagar a imagem de figura influente, engajada e popular. Essa perspectiva é consoante a toda a jornada política, de trabalho e pessoal da vida de Olívia, uma vez que desde os 20 anos ela é ativista do movimento feminista negro, sendo fundadora da UNEGRO, além de ter inspirado a lei nacional do combate à intolerância religiosa. Nesse sentido, fica evidente que um meme, produzido por ela mesma, que frise as suas atribuições e feitos na carreira política, funciona como uma estratégia de angariar votos daqueles que simpatizam com os seus ideais e que desejam vê-los sendo representados na prefeitura soteropolitana

“Meninas Malvadas” é uma produção norte-americana de 2004 que, por meio de um enredo *teen* ambientado no ensino médio, aborda temas como a inclusão e popularidade. Apesar do ano de produção não ser tão atual, ultimamente o longa tem sido bastante lembrado nas redes sociais, em que, com memes, usuários se apropriam de falas e cenas para se referir a algo em popularidade e ascensão.

Um dos enredos centrais do filme se pauta na popularidade da personagem Regina George, que faz com que diversos outros estudantes pensem, falem e se inspirem nela em muitos momentos - tal como as personagens Amber e Emma, que no filme aclamam e repercutem a imagem de Regina, mas no meme, por apropriação, repercutem a da Candidata Olívia Santana. Desse modo, nota-se uma analogia entre a popularidade e fama de Regina George na ficção com o engajamento e a influência de Olívia Santana no meio político e na militância.

Nesse sentido, utilizando-se da estética jovial do filme e dos resultados semânticos dele provenientes, Olívia visa atrair eleitores mais jovens e, portanto, de certo modo mais atualizados e engajados com os movimentos sociais, com a militância, ideais muito propagados e ressaltados pela campanha eleitoral dessa candidata.

5. O candidato Bruno Reis (DEM) e a imagem elitista no meme

Diferentemente dos candidatos Pastor Sargento Isidório e Olívia Santana, o meme mais compartilhado do candidato Bruno Reis (DEM) nas redes sociais não foi produzido pelo candidato. Isso porque, diferentemente de Olívia e Isidório, que publicaram seus memes em suas páginas oficiais ou fomentaram à criação deles em entrevistas e em matérias jornalísticas, a página produtora e propagadora desse material

referente ao candidato Bruno Reis não pertence e nem se vincula a sua candidatura. Considerando que é uma página no Twitter exclusiva de humor e memes (@atenção boiolas), sem perfil oficial verificado, sem correlações à assessoria do candidato, a postagem se veiculou sem autorização e/ou conhecimento prévio do candidato Bruno Reis. Ademais, o conteúdo do meme gera uma imagem evidentemente negativa e desfavorável à sua campanha, pois indica sentido oposto a estratégia política de reforçar uma popularidade soteropolitana contemporânea, o que indica que, dificilmente, seria algo fruto de sua campanha.

Imagem 08: Meme irônico à campanha do Candidato Bruno Reis (DEM)



O meme propaga uma ironia em relação à propaganda eleitoral do candidato, pois indica nela o uso de uma linguagem informal com expressões e gírias próprias da variante linguística das classes populares de Salvador (oxente, pai, barril, vu, pegada, massa). Entretanto, logo abaixo apresenta uma foto como representação elitizada de um homem de pele clara, vestido de roupas claras e formalmente pousando para a foto, usando um relógio dourado no braço, cabelo curto e penteado. A imagem do homem é antecipada da nomeação ao candidato, indicando uma representação daquela que seria a figura do candidato na campanha eleitoral. Nesse sentido se estabelece a ironia, ou seja, o uso de linguagem informal e popular contrastando com a imagem formal e elitizada de um homem.

Ainda no meme, o perfil “atenção boiolas” posta mais abaixo um comentário sobre a supervalorização nas campanhas eleitorais da linguagem informal e de jargões

usados pelas classes mais populares de Salvador. O meme foi identificado em circulação em 14 de outubro de 2020 na plataforma do Twitter, embora tenha repercutido no Whatsapp e no Instagram também.

O candidato Bruno Reis (DEM) se consolidou enquanto político ao lado do amigo, o ex-prefeito ACM Neto (DEM). Nas gestões de ACM Neto, além de vice-prefeito, Bruno foi secretário de Promoção Social, Esporte e Combate à Pobreza, e de Infraestrutura e Obras Públicas de Salvador. Em 2010, foi eleito deputado estadual, com 55.267 votos, foi reeleito, em 2014, com 89.607 votos. A trajetória de parceria e lealdade a ACM Neto levou o presidente nacional do Democratas a escolher Bruno como seu sucessor na prefeitura.

Utilizado como estratégia argumentativa, o conteúdo humorístico visa à persuasão, o meme viraliza e se populariza, em boa medida, quando ridiculariza e satiriza a imagem de alguma figura pública. Nesse sentido, é evidente que o meme que ridiculariza o candidato Bruno Reis (DEM) aponta a tentativa de aproximação do candidato com o eleitor popular, quando compara o candidato ao meme de um “garoto playboy”. O garoto da foto do meme trata-se de um usuário do Twitter e do Instagram que se identifica apenas como Lucky Luciano. A foto é de 2 de setembro do 2014, mas em 2019 ela viralizou entre os brasileiros como meme em redes sociais como WhatsApp e Twitter. O meme se constituía com alguma frase fazendo graça de situações em que uma pessoa com aquela aparência não saberia lidar muito bem, partindo do pressuposto que pertencentes a uma classe social elitizada (a qual infere-se que o garoto pertence) não sabem se adequar a situações cotidianas e mais simples, perspectiva implicitamente defendida nesse conteúdo humorístico em referência ao candidato Bruno Reis.

6. Considerações Finais

As temáticas usadas na produção dos memes observados no *corpus* variam desde a autoironia às questões que envolvem relações de poder, classes sociais, relações de gênero, sexualidade, relações étnico-raciais, dentre outras. Entre os cinco memes, dois abordam mais especificamente o humor autoirônico. Os dois produzidos pelo candidato Pastor Sargento Isidório. O funcionamento desses memes se associa às relações imaginárias, como reconhecidas por Pêcheux (1997), produzindo o efeito de reflexo daquilo que se deseja revelado. Há uma cumplicidade entre o produtor, o seu imaginário

no humor, e o imaginário idealizado pelo suposto eleitor a quem a produção se destina. Sobre o efeito da autoironia no outro, Magalhães (2010, p.42) postula da seguinte forma: “Consigo perceber, então, que nada há de errado em rir com ele, pois se ele não se aniquila, se a verdade o faz conservar a alma intacta, também posso aceitá-la”.

No *corpus*, a autoironia se estabelece porque “consiste na crítica do autor à sua própria imagem que lhe permite explicitar e até atacar seus defeitos antes do leitor e previamente se defender, ou ainda propor certa convivência, até mesmo cumplicidade com o personagem-enunciário ou com o ouvinte” (MAGALHÃES, 2010, p. 40). Na autoironia, o contradiscurso relaciona os saberes de formações discursivas diferentes, produzindo atualização do dizer para a afirmação dos parâmetros de verdadeiro e sincero.

Não apenas a autoironia, mas o humor, em geral, usa dos domínios: memória, atualização e antecipação, ora predominando um, ora outro, na formação de estereótipos, de metáforas e de outras regularidades. A memória dos valores estéticos e ideológicos elitistas é acionada na constituição do meme sobre o Candidato Bruno Reis para afirmar sua representação política de direita. Já a candidata Olívia Santana se apropria do gênero como material oficial de campanha atrelado a valores que buscam reforçar sua imagem de militante na representação política de esquerda.

A discursividade, no processo de produção de sentidos, vai se estabelecendo nos movimentos de manipulação dos sentidos historicamente estabilizados e de transformação dos sentidos. O interlocutor dos memes, pelo riso, demonstra gesto de aceitação a autoironia e/ou aos valores em circulação, de forma imediata, muitas vezes sem refletir sobre a reprodução dos sentidos, interpretados como engraçados ou normais. Em geral, pelos memes, os dizeres do humor desestabilizam, mas se dissolvem no exercício de memorização dos saberes que a legibilidade requer. Assim, pelos memes, a comunicação política vai se transformando, no entanto, fazendo a reprodução das estratégias ideológicas de um sistema político que se alimenta de valores tradicionais, por vezes, perversos.

Referências

COELHO, Tiago. A hora e a vez do pastor-sargento: deputado baiano personifica a tendência militarizante e evangélica da política em 2018. Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/hora-e-vez-do-pastor-sargento/>. Acesso em 11/03/2021

CUNHA, Magali do Nascimento. **Do Púlpito às Mídias Sociais: Evangélicos na política e ativismo digital**. Curitiba: Prismas, 2017.

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

FERNANDES, Leticia. **Candidato a prefeito se diz 'ex-gay' e faz sucesso com apelido: 'Doido de Salvador'**. Disponível em <https://oglobo.globo.com/brasil/candidato-prefeito-se-diz-ex-gay-faz-sucesso-com-apelido-doido-de-salvador-20184734>. Acesso em 25/03/2021.

MAGALHÃES, Helena M. G. **Aprendendo com humor**. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2010.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3.ed. Trad. Freda Indursky; revisão dos originais da tradução Solange Maria Ledda Gallo, Maria da Glória de Deus Vieira de Moraes. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso e leitura**. 6. ed. Campinas, SP: Ed. da UNICAMP, 2001.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso (AAD-69). Trad.E.P.Orlandi. In: GADET, F. & HAK, T. (orgs.) **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1997.

SOUZA, Catiane Rocha Passos de. **“Todas as coisas são lícitas, mas nem todas as coisas convêm”: Efeitos de sentido do processo de midiatização da/na religiosidade pentecostal brasileira**. 2017. Tese (doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Salvador, 2017.

TARDIO, Rodrigo. **‘A parte do doido é folclore’, diz Isidório sobre candidatura**. Disponível em <https://atarde.uol.com.br/politica/eleicoes/noticias/2138783-a-parte-do-doido-e-folclore-diz-isidorio-sobre-candidatura>. Acesso em 25/03/2021.

TREIN, Sérgio Roberto. **A estrutura discursiva dos memes utilizados como ferramenta de marketing político na eleição presidencial, em 2018**. Anais do Compolítica 8. Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política – Compolítica Brasília, FAC-UNB, 2019.

VERÓN, Eliseo. **La Semiosis Social 2: ideas, momentos, interpretantes**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2013.