

**Crítica em formato de *meme*: a perseguição do *Jornal Nacional*
ao ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT)**

***Meme format criticism: the persecution of Jornal Nacional
to former president Luiz Inácio Lula da Silva (PT)***

Carla Montuori FERNANDES¹
Luiz Ademir de OLIVEIRA²
Patrícia Cristina de LIMA³

Resumo

Este trabalho propõe a análise do uso do humor como um instrumento de crítica a narrativa construída pela mídia hegemônica, tendo como objeto de estudo o *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão. Além de provocar o riso, o humor também pode ser considerado um meio de indagação e reflexão. Com a ampliação dos espaços de cibercultura, os *memes* despontaram como inovação na maneira de se fazer humor, sobretudo pela sua composição dinâmica e plural. Nesse sentido, elegemos como *corpus* quatro *memes* que abordaram a narrativa do *Jornal Nacional* sobre o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o Partido dos Trabalhadores, durante o ano de 2018.

Palavras-chave: Jornalismo. Humor. Meme. *Jornal Nacional*.

Abstract

This work proposes the analysis of the use of humor as an instrument of criticism of the narrative constructed by the hegemonic media, having as its object of study the *Jornal Nacional*, from Rede Globo de Televisão. Besides provoking laughter, humor can also be considered a means of inquiry and reflection. With the expansion of cyberculture spaces, memes emerged as an innovation in the way of humor, especially for its dynamic and plural composition. In this sense, we elected as corpus four memes that approached the narrative of *Jornal Nacional* about former president Luiz Inácio Lula da Silva and the Partido dos Trabalhadores, during 2018.

Keywords: Journalism. Humor. Meme. *Jornal Nacional*.

¹ Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista (UNIP). E-mail: carla.montuori@docente.unip.br

² Doutor em Ciência Política (IUPERJ). Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da Universidade Federal de Juiz de Fora. E-mail: luizoli@ufsj.edu.br

³ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura das Mídias na Universidade Paulista (UNIP). Bolsista CAPES PROSUP. E-mail: patriciacristinadelima@outlook.com.

Introdução

Com o advento e consolidação das mídias digitais, sobretudo após a criação de chamada web 2.0, vê-se emergir um campo fértil para a expressão de novas demandas políticas, sociais e culturais. Trata-se de um novo espaço de sociabilidade, com novas formas de interações sociais, códigos e estruturas próprias. Jenkins (2009) chama este espaço de “democracia participativa” (p. 347), devido à abertura dada aos mais diversos perfis de cidadãos para que coloquem suas opiniões e apresentem propostas. Lévy (2014) vai ampliar a discussão ao apontar que o bom uso da internet pode promover uma “democracia direta regulada por computador” (2014, p.61), em que todos aqueles que desejem se manifestar terão o mesmo valor. O cidadão passaria a falar por si mesmo, sem a necessidade de representação via partidos.

No âmbito do humor, o papel da internet e das redes sociais deve ser analisado com maior rigor. Como dominante em boa parte do século XXI, especialmente nos países latino-americanos, as redes sociais assumem a responsabilidade de propor novas ideias através do cômico. Os assuntos para a criação das imagens humorísticas variavam entre notícias publicadas pela mídia, declarações dos candidatos, postura dos eleitores e projeções futuras do cenário que se construía. Na internet, o humor toma forma e conteúdo próprio. A essência crítica não é abandonada, mas a linguagem e a apropriação por parte do receptor representam uma nova etapa.

O que há de diferente em relação ao humor tradicional é que a crítica vem de uma parcela da população que sofre diante das decisões políticas e sociais, muitas vezes, incoerentes com a realidade. O humor toma, por vezes, forma de ferramenta de combate para os “sem voz”. Slavutzky (2014) coloca que o humor é ferramenta de rebeldia, rebeldia essa que faz parte da sua essência.

Balogh, citada por Santos e Rossetti (2012), explica que o humor é crítico, por isso não é encontrado em algumas artes como as pinturas do século XVII, que tinham o propósito de enaltecer o objeto representado. É nesse sentido que Slavutzky aponta que “o humor é inevitavelmente político, pois está sempre na contramão. A piada é oposição, seja lá ao que for” (2014, p. 195).

Partimos da hipótese que o humor é e sempre será mecanismo de combate. É dele o papel de porta-voz da insatisfação popular, seja através da arte, seja através da imprensa. O humor existe em todos os lugares, e por mais censura que possa enfrentar, é parte da natureza humana e da sua relação com a sociedade. Os meios de comunicação ampliaram a capacidade do seu uso, ao mesmo tempo, que possibilitaram a existência de mais ferramentas de suporte. Na contramão, o humor nas redes sociais vai em certa medida questionar a capacidade da mídia hegemônica em representar a realidade, sobretudo por meio do jornalismo. Como exemplo, o site de humor *Sensacionalista.com* tornou-se um ícone de humor no Brasil, por fazer paródias com as notícias jornalísticas da política brasileira.

A websérie *Porta dos Fundos* também criou esquetes para satirizar o jornalismo brasileiro, com forte destaque para atuação da Rede Globo, via telejornal. O vídeo “Lava Jato” representou de maneira irônica a perseguição do jornalismo global em relação ao Partido dos Trabalhadores e ao ex-Presidente Luís Inácio Lula da Silva (PT).

Parte dessa sátira se deve ao fato do *Jornal Nacional* ser o telejornal mais antigo da Rede Globo e possuir uma longa trajetória de interferências em cenários políticos e eleitorais, por meio de uma prática jornalística que segue um enquadramento enviesado sobre determinados temas. Uma relação preliminar poderia incluir a interferência do telejornal nas eleições presidenciais de 1989; a controversa posição assumida pelo noticiário no *impeachment* de Fernando Collor de Mello (PRN), em 1992; o enquadramento favorável ao candidato Fernando Henrique Cardoso (PSDB), nas eleições presidenciais de 1994 e 1998; a ênfase negativa conferida ao primeiro mandato de Lula (PT), com forte cobertura do escândalo do mensalão, em 2005 (FERNANDES, 2009).

Mais recentemente deve destacar a ampla cobertura da Lava Jato, que, desde o início da operação, buscou criminalizar Lula, a ex-presidente Dilma Rousseff (PT) e o PT. A cobertura tendenciosa se conferiu por meio de uma produção massiva de reportagens que retratavam o tema de maneira parcial, buscando aproximação dos líderes do PT com os episódios de corrupção denunciados pela Lava Jato. Na semana em que o Ministro do Supremo Tribunal Federal, Edson Fachin, tornou pública a delação da Odebrecht, entre 11 de abril a 17 de abril de 2017, o *Jornal Nacional* exibiu

4 horas, 3 minutos e 48 segundos de reportagens sobre o tema, sendo que 33 minutos e 32 segundos foram dedicados a associar Lula ao esquema de corrupção da construtora.

A cobertura massiva do ex-presidente petista no *Jornal Nacional* levou à produção de algumas sátiras no formato de *memes* sobre o tema. *Memés* são composições de imagem e texto e que possuem como base a ironia e replicação. Nesse sentido, esse artigo tem por objetivo analisar os *memés* que buscaram representar a cobertura do *Jornal Nacional* em relação às investigações em torno do ex-Presidente Lula e do Partido dos Trabalhadores. Para tal foram selecionados quatro *memés* retirados do site www.humorpolitico.com.

Enquadramento e seletividade na narrativa jornalística

As pesquisas que apontam o viés da cobertura na imprensa, especialmente em contextos políticos, acabam por debater como a ênfase ou o silenciamento do que se diz e como se diz pode forjar visões de mundo repletas de significados, que acabam por serem consideradas fontes válidas na formação da opinião pública (MIGUEL, 2003; LATTMAN-WELTMAN, 2006).

Bruck lembra que os estudos sobre as narrativas jornalísticas se debruçam não apenas no questionamento das possibilidades efetivas de objetividade no exercício da profissão, mas como as chamadas narrativas do real estão submetidas a condicionamentos e tangenciamentos de diversas ordens, que são “impostos pela natureza desse tipo de discurso, e de como elas circulam e reverberam na sociedade, com suas determinações de caráter cultural, ideológico, psicológico, ético, deontológico, entre outros” (2013, p. 187).

Para Porto (2004), apesar de as mídias reproduzirem as vozes da sociedade, elas o fazem a partir de um viés, resultado de uma agenda que privilegiam determinados temas e enquadramentos, em detrimento de uma abordagem mais ampla do contexto político, que promova maior amplitude democrática.

Em contraposição às diretrizes da objetividade, o conceito de enquadramento, derivado dos estudos das matrizes sociais de Erving Goffman (1974 apud PORTO, 2004), atribui que a narrativa jornalística é em grande parte construída sob um determinado aspecto do mundo selecionado (SOARES, 2009). O conceito de

enquadramento surge diante da capacidade dos meios, em especial da esfera jornalística, de produzir e disseminar uma interpretação de mundo, através de uma retórica, em que algumas ideias e imagens tornam-se mais salientes no texto do que outras, que se apresentam de maneira menos destacada ou até mesmo invisível. Para Porto (2004, p. 11), “enquadramentos noticiosos são padrões de apresentação, seleção, ênfase utilizados por jornalistas para organizar seus relatos”.

Para efeito desse estudo, emprestamos de Patrick Charaudeau (2012) a noção de enquadramento como resultado de uma construção midiática que, por vezes, distancia-se do que ocorre no espaço público, sendo que a produção das notícias se volta a interesses individuais e corporativos das empresas de comunicação. É sob esse aspecto que a seletividade temática implica no comprometimento ao entendimento do que se é tratado. Como elucida Took (2013, p. 4) “a seletividade, em si mesma, não leva automaticamente ao viés. Afinal, não obteríamos uma visão enviesada do mundo se as notícias tomassem uma amostra aleatória de todos os eventos possíveis a cada dia”. Para o autor, entretanto, a seletividade leva ao viés quando, dia sim, dia não, certos tipos de atores, partidos políticos e questões receberem maior cobertura e forem apresentados mais favoravelmente que outros.

Souza (2016) atribuiu como decisivo o papel da imprensa ao retratar sua atuação no *impeachment* que destituiu a ex-presidente Dilma Rousseff (PT), em agosto de 2016 e que conduziu a polarização política e ódio ao Partido dos Trabalhadores e do ex-presidente Lula (PT). O pesquisador Lattman-Weltman (2016) também aponta o partidarismo da cobertura da política nacional, sobretudo ao observar a agenda negativa construída pela grande mídia em torno do partido dos trabalhadores. Para tal reconhecimento, o autor (2016) aponta que bastaria apenas levar em conta os editoriais dos principais veículos de comunicação do país, assim como a colunas assinadas e a maioria esmagadora dos artigos de opinião acolhidos para publicações nas páginas dos jornais e sites de extensa circulação.

No âmbito do jornalismo televisivo, as pesquisadoras Angela Carrato e Eliana Santana (2018) analisaram 200 edições do *Jornal Nacional*, desde 24 de janeiro 2018, quando o Tribunal Regional Federal da 4.a Região (TRF-4) condenou o ex-presidente Lula (PT). As autoras constataram que desde o período inicial do julgamento houve exposição diária e crescente de Lula (PT) no telejornal, sempre no quadro de corrupção.

Nos meses que antecederam o pleito eleitoral, entre junho e julho de 2018, na medida em que Lula crescia nas pesquisas de intenção de voto para a presidência do país, o *JN* fazia uma exposição diária do ex-presidente no noticiário, sempre associado a matérias enviesadas pelo tema da corrupção⁴. A presença massiva de Lula (PT) no telejornal da emissora foi inclusive tema de humor, representado pelos *memes* que circularam durante o período.

A cultura memética

O termo *meme* vem da teoria do etólogo Richard Dawkins, em 1970. Enquanto Darwin defendia que todos os processos biológicos e comportamentais do ser humano eram replicados através de sua genética, Dawkins afirma que a repetição de ações dentro de um grupo é que determina sua estrutura comportamental. A essas ações foram dadas o nome demimeme, ou *meme*.

Na internet, *meme* é uma composição de imagem e texto carregados de significado humorístico. Recuero (2007) coloca que o *meme* possui como características o processo de ser produzido e compartilhado nas redes sociais na web. A autora aponta que o bom *meme* possui quatro vertentes marcantes: fidelidade, fecundidade, longevidade e alcance.

A fidelidade consiste na semelhança do *meme* com o original referenciado. “Quanto menor a variação da ideia inicial, maior a fidelidade da cópia (RECUERO, 2007, p. 24). Exemplos de *memes* fiéis são aqueles produzidos a partir da *youtuber* Tulla Luana⁵. Apelidada de “webdiva”, seus *memes* sofrem poucas modificações, sendo apenas replicações de suas falas nos vídeos de seu canal no YouTube.

Já a questão da fecundidade pondera acerca do *meme* se manter constante por um determinado tempo. O *meme* pode ser epidêmico, e se espalhando rápido e logo perder o sentido, ou fecundo, se espalhando por grupos menores lentamente, mas com significação mais específica e duradoura. Grupos no Facebook como *Game of thrones*

⁴ Professoras que estudaram 200 edições do *Jornal Nacional* mostram como cena de avião marcou operação de “silenciamento” do ex-presidente Lula. Disponível em: <<https://www.viomundo.com.br/voce-escreve/jornal-nacional-e-mostram-como-cena-de-aviao-marcou-operacao-de-silenciamento-do-ex-presidente-lula.html>>. Acesso em: 10 de jun. de 2019.

⁵ Canal “Web Diva Tulla Luana”. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UC0ikXHvIYiOcfi7finq1FSA>>. Acesso em 22 de nov. de 2018.

*Brasil*⁶ continuaram produzindo imagens humorísticas da série mesmo durante a pausa para a última temporada, entre 2017 e 2019. Para os seguidores, aquelas composições meméticas possuíam sentido mesmo que o espaço-tempo de sua produção já houvesse passado.

Um *meme* também pode ser avaliado por sua longevidade. Ao ser persistente, ele mantém seu significado original ao longo do tempo. Mas ao ser volátil toma novos sentidos ou é esquecido após determinado período.

Por fim, o *meme* pode ter alcance limitado, sendo considerado local ou ser global, chegando a grupos maiores e mais longínquos do que aqueles de seu significado original. O *gordinho dançando para louvar o senhor* tem origem nos Estados Unidos e ganhou o mundo, chegando a ser usado no clipe da cantora pop Katy Perry em 2017.

Horta (2015) realiza uma análise semiótica acerca da construção dos *memes* na internet. A autora aponta que ao escolher o termo vindo da biologia e que remete a repetição dos genes para nomear a composição de imagem e textos, temos a referência a um processo cultural. A perpetuação de comportamentos e informações é embutida no *meme* e entender seu significado é obrigatório a sua existência.

Assim, como procuramos mostrar, cada *meme* se configura como uma cadeia de interpretantes dinâmicos que se manifestam. Essa cadeia de signos pode ser entendida como um conjunto de leituras que têm um modo particular de se estabelecer, que fazem da linguagem do *meme* uma forma específica de conhecer e representar o mundo (HORTA, 2015, p. 177).

É importante compreender que a cultura memética é item fundamental da cibercultura, especialmente no Brasil. A construção, quase que imediata, destas imagens mostra a intimidade do internauta brasileiro com o processo de produzir e consumir humor. Aliás, o uso do humor como arma do brasileiro frente aos contratempos cotidianos não é novo. Lima (2017) destaca que, no século XVI, Jean de Lery, importante jornalista francês, estudava o humor dos índios durante a tomada do território pelos portugueses. Representações corporais e desenhos satirizavam os estrangeiros que vinham ficar por terras tupiniquins. Era o começo de uma relação que

⁶Disponível em <<https://www.facebook.com/GOTBrasil/>>. Acesso em 29 de nov. 2018.

ganharia corpo com a chegada da imprensa escrita e alcançaria o ápice com a TV na década de 80.

O *meme* da internet é apenas mais uma ferramenta do leque que o brasileiro usa todos os dias para se manifestar. Os acontecimentos políticos são terra fértil para estas produções, conforme veremos a seguir.

Análise dos *memes*

A compreensão de um *meme* passa diretamente pela construção da conjuntura que o cerca. Freire (2016) aponta que o *meme* é uma espécie de termômetro de opiniões dos assuntos do cotidiano, e que, quando impulsionados pela mídia, suscitam debates e invertem lógicas pré-estabelecidas.

Para este estudo, foram selecionados quatro *memes* que discutiam a presença do assunto “Lula” dentro do *Jornal Nacional*. A seleção deu-se dentre os *memes* compartilhados na plataforma Twitter. Para que tivessem relevância no estudo, estes *memes* precisariam ter a citação direta ou indireta do ex-presidente e do *JN*, além de terem sido repostados pelo site “Humor Político” no período. Como forma de análise, além da conjuntura em que foram construídos, serão levados em consideração as categorias que Limor Shifman (2014) aponta em sua obra “*Memes em Digital Culture*”.

Shifman (2014) classifica o *meme* político de três formas: persuasão, ação de base e expressão da opinião pública. No caso da “persuasão”, os *memes* possuem em seu conteúdo características que possam exercer alguém tipo de influência nas pessoas que o recebem. Um pequeno grupo se encarrega de produzi-lo e distribuir para um grande volume de receptores, podendo gerar mudanças comportamentais nestes. Já os *memes* de “ação de base” são aqueles voltados ao fortalecimento de grupos ou questões específicas da sociedade. Este tipo de *meme* busca o apoio de outras camadas para assuntos selecionados. Shifman (2014, p. 129) cita o caso da ocupação da Wall Street em 2011, quando grupos sociais questionavam injustiças econômicas nos Estados Unidos. Por fim, os *memes* da categoria de “expressão da opinião pública” buscam dar voz, de maneira rápida e simples, aqueles que porventura queiram se manifestar acerca das ações políticas que ocorram. Este tipo de *meme* é sempre resultado de um evento ocorrido.

Sonegação da Globo

O *meme* denominado “Sonegação da Globo” traz em sua estrutura a imagem do editor-chefe do *Jornal Nacional*, Willian Bonner, associado a uma série de dados de corrupção e sonegação de impostos. Postado originalmente em 15 de abril de 2014 pela página “Bastidores da Mídia” no Facebook⁷, a imagem foi compartilhada por vários usuários no Twitter em diferentes ocasiões.

Figura 1 - Sonegação Globo.



Fonte: Humor Político (2019).

A referência irônica do *meme* “Sonegação da Globo” é um conjunto de fatos. Em 2013, por exemplo, o portal *Pragmatismo Político*⁸ publicou um editorial apresentando uma série de documentos atribuídos à Receita Federal. Neles o grupo Globo sonegaria o valor de R\$ 615 milhões. A matéria denomina o processo de “Mensalão da Globo”. O valor apresentado nesta sonegação é quase doze vezes maior do que o conhecido “Mensalão do PT” e R\$ 38 milhões a mais do que o chamado “Mensalão Tucano”.

⁷ Bastidores da mídia. Disponível em <<https://www.facebook.com/bastidoresdamidia/photos/a.364284230311129/640575052682044/?type=3&theater>>. Acesso em 25 jul. 2019.

⁸ Pragmatismo Político. Disponível em <<https://www.pragmatismopolitico.com.br/2013/06/mensalao-da-globo-resulta-em-sonegacao-de-r-615-milhoes.html>>. Acesso em 26 jul. 2019.

O caso do “Mensalão do PT” era denominado pelo *JN* frequentemente como o “maior escândalo de corrupção registrado no Brasil”. Ele ocorreu entre 2005 e 2006 e envolvia a compra de votos de parlamentares. A lista de acusações conta com 41 pessoas, entre eles, elementos-chave do PT como Antônio Palocci e José Dirceu.

Já o “Mensalão Tucano”, ou também conhecido como “Tucanoduto”, ocorreu em 1998 quando o então candidato à reeleição do governo de Minas Gerais, Eduardo Azeredo (PSDB), foi acusado de ser o principal beneficiário de lavagem de dinheiro e peculato do grupo de organizações pertencentes a Marcos Valério. Mais de 15 pessoas foram condenadas pelos crimes em 2007. Durante todo o processo, a Rede Globo e o *JN* trataram o assunto como cartel, ou seja, acordo entre empresas, isentando os integrantes do PSDB de qualquer participação.

Ao colocar o “boa noite” tradicional de Bonner na coluna referente à sonegação da Globo, o *meme* invoca a questão do silêncio da empresa em relação aos seus próprios erros. A fala do apresentador indica o início e final do *JN*, sendo um marco. O “boa noite” ali ironiza o encerramento da questão. Tal silêncio é alvo de críticas de diversas frentes, sejam políticas sejam empresariais. E isso acabou por fazer com que o *meme* “Sonegação da Globo” tivesse um processo de compartilhamento diferenciado.

Um compartilhamento interessante do *meme* se deu na página do jornalista Paulo Henrique Amorim, o *Conversa Afiada*⁹. Ilustrando uma entrevista com Fernando Haddad (PT) acerca da derrota do candidato ao governo do estado de São Paulo em 2014, a imagem associa-se ao parágrafo onde Haddad atribui à imprensa boa parte de seu insucesso na campanha.

Os usuários do Twitter usam a imagem com outro objetivo. No caso do usuário @Gabrielneder a imagem foi associada a legenda “Só pra ninguém esquecer!”, enquanto o usuário @reginazukato escreveu “Globo é assim! #AceitaDilmaVez”. No caso, o primeiro usuário compartilhou o *meme* no dia 19 de agosto de 2014, pouco tempo após a publicação original. Já o segundo usuário a utilizou apenas oito meses depois, em 12 de abril de 2015.

Tal espaçamento entre as publicações dá ao *meme* “Sonegação da Globo” a longevidade que Recuero (2007) aponta em suas análises. Se considerarmos que a

⁹ *Conversa Afiada*. Disponível em <<https://www.conversaafiada.com.br/politica/2015/01/09/haddad-pig-nao-noticia-os-problemas-do-estado-de-sp>>. Acesso em 25 jul. 2019.

página “Humor Político” o trouxe novamente à visualização, teremos ainda mais prolongamento na discussão.

Pelos aspectos que Shifman (2014), o meme “Sonegação da Globo” pode ser entendido então como “persuasão”. Isso acontece porque tanto o criador, a página “Bastidores da Mídia”, quanto seus principais compartilhadores têm em suas opiniões apoio ao PT e oposição ao *JN*. Ao colocar estas informações, o grupo tenta fazer com que outras pessoas tenham consciência da perseguição política de Lula realizada pela mídia, mais precisamente pelo Jornal Nacional.

Muitos rostos de Lula

O meme “Muitos rostos de Lula” foi postado originalmente em 17 e março de 2016 pela conta @naosejatrouxa¹⁰, e é composto pela imagem de Renata Vasconcellos, âncora do programa, cercada por vários rostos de Lula flutuando. Não há nenhum tipo de texto na imagem, mas a legenda é composta pela frase “Jornal Nacional hoje”.

Figura 2 - Muitos rostos de Lula.



jornal nacional hoje

Fonte: Humor Político (2019).

A tonalidade irônica da imagem se dá pelo fato de que, naquele dia, boa parte da imprensa, e especialmente do *Jornal Nacional*, tenham se dedicado apenas a comentar sobre Lula. Com a iminente chance de prisão do ex-presidente e o caos político que cercava Dilma, a decisão de nomear Lula como ministro-chefe da Casa Civil foi recebida com uma série de críticas, gerando inclusive, mais de 20 pedidos de anulação

¹⁰ Perfil Não seja trouxa. Disponível em <<https://twitter.com/naosejatrouxa/status/710618787935080452>>. Acesso em 25 de jul. 2019.

junto ao Supremo Tribunal Federal (STF). A nomeação de Lula aconteceu justamente no dia seguinte ao vazamento dos áudios de conversa entre ele e Dilma. A gravação, considerada ilegal, foi divulgada ao público pelo juiz Sérgio Moro justamente no *JN*.

Essa sequência de ações, ora dando ao ex-presidente a chance de assumir o posto no governo, ora negando sua nomeação, fez toda a imprensa dedicar boa parte do editorial ao assunto. Apenas a página do jornal online *El país*¹¹ publicou 11 notícias na data. A agência de estratégias de marketing digital *Eugene* chegou a criar um portal onde era possível acessar em tempo real a situação da nomeação de Lula, denominado “lulaeministro.com”.

Figura 3 - Site Lula é ministro?



Fonte: Site Lula é ministro? (2019).

Pode-se afirmar, então, que o *meme* “Muitos rostos de Lula” se encaixa na categoria “expressão da opinião pública” (SHIFMAN, 2014), visto que coloca a insatisfação do telespectador acerca da destinação das pautas naquele evento. Tal afirmação pode ser comprovada pelos comentários dentro da publicação original do *meme*. A usuária @cokeandediases colocou “vai ser assim até final da semana, se bobear até mais”, enquanto a usuária @liabarbosa04 comentou “o povo não tem mais o q falar não, deixa o lula em paz. Ele foi o único q melhorou o Brasil,”.

¹¹ Jornal El País de 17 de março de 2019. Disponível em <<https://brasil.elpais.com/tag/fecha/20160317>>. Acesso em 25 de jul. 2019.

Lula no banheiro

O meme “Lula no banheiro” segue a mesma premissa de “Muitos rostos de Lula”. No entanto, sua composição é dada apenas pela foto de Willian Bonner na bancada do JN e as frases “Lula foi ao banheiro 693 em 2015. MP vê incoerências nas explicações”. Postado originalmente pela página *Exército Vermelho*¹² no Facebook, a imagem também foi compartilhada no Twitter pela mesma página. A primeira publicação ocorreu em 2 de fevereiro de 2016.

Figura 4 - Meme Lula no Banheiro.



Fonte: Humor Político (2019).

A referência irônica do *meme* se dá no contexto em que qualquer ação do ex-presidente no período se tornava alvo de pauta no jornalístico, assim como era cobrado na forma de posição do Ministério Público. A data foi pauta por condenação na Lava Jato do ex-diretor Jorge Zelada, acusado de receber R\$ 123 milhões por favorecer a Vantage Drilling Corporation no esquema de navios petroleiros. No mesmo dia, Dilma discursava na abertura dos trabalhos do ano no Congresso. O objetivo da visita era acalmar apoiadores insatisfeitos com os novos impostos e conseguir força junto a oposição para superação da crise. Um dos momentos mais marcantes de Dilma Rousseff

¹² Exército Vermelho. Disponível em <<https://www.facebook.com/exercitovermelho/photos/a.225921310926211/464978453687161/?type=3&theater>>. Acesso em 26 jul. 2019.

(PT) na Câmara foi o encontro com o presidente da casa, Eduardo Cunha (PMDB). Cunha havia acabado de aceitar o pedido de *impeachment* e se mostrava claramente incomodado com a visita da ex-presidente petista.

Contudo, mesmo com estes eventos de destaque, o *JN* continuava a dar foco nas ações de Lula. Nos dias que antecederam o *meme*, a revista *Veja* publicou um artigo sobre a suposta ligação do filho do ex-presidente, Fábio Luiz Lula da Silva, com a construtora Andrade Gutierrez. A matéria buscava mostrar o processo que Lulinha sofreu entre os anos de 2006 e 2011, sob a acusação de tráfico de influência na Telemar e como isso se repetia junto à construtora. O *JN* associou a matéria ao processo da Lava Jato, reforçando o parentesco entre Lula e Lulinha.

Na perspectiva de Shifman (2014), o *meme* “Lula no banheiro” pode ser classificado como “expressão da opinião pública” ao exaltar a tendência do jornalismo em associar Lula a crimes dentro de sua pauta. Um dos compartilhamentos da publicação foi feita pelo usuário Paulo Ernesto e dizia “Ideologias à parte é exatamente isso”. O usuário Euvaldo Dias acrescentou a legenda “Kkkkkkkkk monitorado 24 hs por dia”.

Jornal Negacional

A imagem “Jornal Negacional” assumiu a postura de *meme* devido ao seu compartilhamento. No entanto, sua concepção original se dá como charge. A charge é a composição humorística feita a partir de desenhos e construída por um cartunista. A charge em questão foi idealizada por Renato Aroeira para o portal *Diário do Centro do Mundo*¹³.

Composto pela caricatura de Willian Bonner e as frases “Uma eleição com líderes opositores presos não pode ser considerada legítima... Mas isso na Venezuela. Aqui pode. Que nós é Brasil, porra! É mais difícil do que parece dizer esses absurdos sem rir...”, o *meme* foi postado originalmente em 24 de maio de 2018.

¹³ Diário do Centro do mundo. Disponível em <<https://www.diariodocentrodomundo.com.br/tag/globo/page/77/>>. Acesso em 26 de jul. 2019.

Figura 5 - Meme Jornal Negacional.



Fonte: Humor Político (2019).

O principal compartilhamento da imagem se deu na página do Facebook *Jornalistas Livres*, onde foi replicado por mais de 234 vezes. No Twitter, a imagem foi compartilhada por 25 contas. A humorização da imagem se dá pela suposta incapacidade do *JN* na veiculação das reportagens. O próprio nome da charge revela tal intenção, visto que a expressão “dizer isso sem rir” é fortemente irônica.

O período da publicação coincide diretamente com a crise política e econômica na Venezuela. Após o presidente da Assembleia Nacional, Juan Guaidó, se autodeclarar presidente interino do país, várias nações demonstraram apoio ao processo de eleição ocorrido. Ao ser questionado sobre a possível derrota eleitoral, Maduro ordenou que o oponente fosse preso assim que retornasse ao país, numa clara demonstração de força.

Os veículos midiáticos brasileiros enfatizavam a crise humanitária, especialmente aquela relacionada às divisas territoriais no Acre, que recebiam diariamente milhares de refugiados. A Rede Globo, através do *JN*, produzia matérias diárias sobre o problema, dando enfoque especialmente a tratativa internacional, que reconhecia Guaidó como presidente legítimo.

Outro evento de destaque no período é a prisão do ex-presidente Lula, em 07 de abril. Claramente uma tentativa de inibir a participação de Lula no pleito que se aproximava, a prisão foi alvo de cobertura durante todo o dia e no *JN*. Órgãos internacionais criticavam a operação, enquanto a Rede Globo apontava um evento como “um marco na justiça brasileira”. Ambas as situações são demonstradas na charge, visto que, ao proibir Guaidó de regressar a Venezuela, o *JN* coloca o processo como “não

democrático”. Mas, quando aplicado a Lula, é apresentado como parte do processo democrático.

O *meme* “Jornal Negacional” pode ser caracterizado como “ação de base”, visto que seus criadores indicam a intenção de uma defesa do bem comum através de uma eleição igualitária. O humor age na perspectiva de conscientizar e gerar adeptos para o questionamento das ações da justiça e da mídia para o caso Lula.

Considerações finais

A tentativa de criminalizar e comprometer a imagem política do ex-presidente Lula (PT) já se tornou objeto de denuncia na Comissão Internacional de Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU), por meio de relatório realizado pelo Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública (LEMEP) – que produz o Manchetômetro, indicador das tendências políticas da mídia brasileira. No presente estudo, os dados referentes ao *Jornal Nacional* apontaram que, entre dezembro de 2015 e agosto de 2016, o telejornal produziu 13 horas de notícias negativas contra Lula, sem contemplar o contraditório do ex-presidente, de sua assessoria ou de seus advogados.

O artigo demonstra que, para além das denúncias jurídicas e acadêmicas, o humor brasileiro tem sido adequado para ironizar e satirizar o contexto político atual. Uma grande quantidade de produtores de humor – profissionais ou cidadãos comuns – faz crescer a impressão de que a opinião pública tem se valido deste processo para refletir sobre os eventos e decisões políticas. A análise dos *memes* de Lula no *Jornal Nacional* demonstrou que o campo jornalístico não está incólume as críticas da opinião pública. No contexto das redes sociais, a longa trajetória de interferência da Rede Globo no campo político se tornou objeto de sátira, sendo compartilhada por inúmeros usuários por meio de um humor que extrapola os limites da mídia tradicional, pela produção autônoma e independente.

Referências

BITTENCOURT, M. C. A.; GONZATTI, C. O ciclo de vida de um meme: delineamentos para o espalhamento a partir do ciberacontecimento em torno do caso da capivara-cachorro. In: **Revista Lumina** (42), janeiro-abril de 2017: 1-20.

BRUCK, M. S. Crack na imprensa: imaginários e modos de representação do jornalismo sobre o surgimento e a explosão da droga em Belo Horizonte (MG, Brasil). In: **Brazilian Journalism Research** (9), junho de 2013: 174-193.

CARVALHO, J. de. Por que Moro deixou de ser juiz e se tornou parte no processo de Lula? Disponível em: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br/por-que-moro-deixou-de-ser-juiz-e-se-tornou-parte-no-processo-de-lula-por-joaquim-de-carvalho/>. Acesso em: 20 de mai. de 2017.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.

COOK, T. E. O jornalismo político. In: **Revista Brasileira de Ciência Política** (6), julho-dezembro de 2011: 203-247.

FERNANDES, C. M. **Os contrapontos eleitorais e os cinco brasis em campanha pela Caravana JN**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2009.

FREIRE, F. Uma breve reflexão sobre memes políticos, humor e conversação cotidiana informal. In: **Revista Em Debate** (8), agosto de 2016: 2016.

HORTA, Natalia Botelho. **O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica**. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade de Brasília, 2015.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LATTMAN-WELTMAN, F. Mídia e democracia no Brasil: da ‘eterna vigilância’ à ‘justa frustração’. In: Goulart, J.O. (Org.). **Mídia e democracia**. São Paulo: Annablume, 2006.

LATTMAN-WELTMAN, F. “Fidelidade ou credibilidade? Desafios políticos ao jornalismo brasileiro contemporâneo”. In: 10º Congresso da Associação Brasileira de Ciência Política – ABCP, Belo Horizonte, 2016.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2014.

LIMA, P. C. de. **Porta dos Fundos: humor e políticas nas webséries brasileiras**. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Paulista, 2017.

MIGUEL, L. F. A eleição visível: a Rede Globo descobre a política em 2002. In: **Dados** (46), janeiro de 2003: 289-310.

PORTO, M. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, A. A. Canelas (Org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: UFBA, 2014.

RECUERO, R. da C. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. In: **Famecos** (32), abril de 2007: 23-31.

SANTOS, R. E. dos.; ROSSETTI, R. **Humor e riso na cultura midiática: variações e permanências**. São Paulo: Paulinas: 2012.

SHIFMAN, Limor. **Memes in digital culture**. Massachusetts: MIT, 2014.

SINGER, A.; LOUREIRO, I. **As contradições do Lulismo: a que ponto chegamos?** São Paulo: Boitempo, 2016.

SLAVUTZKY, A. **Humor é coisa séria.** Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2014.

SOARES, M. C. **Representações, jornalismo e esfera pública democrática.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

SOUZA, J. **A radiografia do golpe: entenda como e por que você foi enganado.** Rio de Janeiro: Leya, 2016.