



# (Ciber)Espaço geográfico da política: O potencial educativo por detrás dos memes sobre as eleições presidenciais

**Resumo:** Pensar a linguagem memética enquanto ferramenta de Educação Política, no ensino de Geografia, é fundamental, especialmente, em um contexto que urge pela interpretação crítica dos textos multimodais frente a pós-verdade. Pretende-se, revelar o potencial dos (hiper)textos meméticos, que desfrutam de uma aparição não só nas eleições presidenciais norte-americana (2014) e, de modo especial, brasileira (2014 e 2018) para com a promoção da conscientização política acerca de quem são os candidatos, bem como das instituições democráticas envolvidas em um processo eleitoral, indo além da geração de comichidade efêmera das figuras eleitorais. Para tanto, metodologicamente, este artigo propõe-se a fazer uma espécie de classificação dos memes políticos. A partir da discussão sobre a maneira pela qual as categorias dos memes políticos podem ser utilizadas como linguagem para a promoção da Educação Política nas escolas, o que culminou na proposição de uma nova categoria – a dos memes político-educativos. Cabe destacar que a iniciativa de colocar os memes como metodologia para inserir a política em sala de aula extrapola a catarse que eles são capazes de provocar e estimula o pensamento crítico e a reflexão frente a desinformação.

Vitor Colleto dos Santos<sup>1A</sup>, Milena Ilha Lopes, Maurício Rizzatti e Natália Lampert Batista

1 - Universidade Federal de Santa Maria  
A - contato principal : vitorcolleto@gmail.com

## Iniciando o debate...

Em um espaço-tempo cada vez mais marcado pela artificialização das relações sociais, uma das principais contribuições da concepção raffestiniana concernente à problemática do poder, não encarado como tendo uma dimensão fixa e centrada no Estado, mas como sendo multidimensional, ou seja, manifestado em diferentes âmbitos da vida em sociedade, traz à tona a concepção de que, na verdade, a informação é, da mesma forma que a energia, um meio pelo qual o poder ocorre e influi no cotidiano de uma determinada população. Nas palavras do próprio geógrafo político Claude Raffestin, “[...] um dos trunfos do poder é hoje informacional” (RAFFESTIN, 1993, p. 203).

Assim, dada essa capacidade da informação e dos fluxos informacionais atuais é absolutamente compreensível que, em um contexto político e eleitoral, determinados políticos façam uso de meios e estratégias de informação para que sua candidatura e propostas de campanha atinjam um quantitativo populacional. Tal difusão informacional, diga-se de passagem, vem se tornando a cada dia mais ágeis a partir dos avanços em (novas) tecnologias de informação e comunicação, de ser um meio pelo qual é possível exercer (e alcançar) o poder, funcionando como uma forma de *soft power*. Ou dito de outra forma, os (possíveis) eleitores recebem informações excessivas e marcadas de intencionalidade de maneira considerável e/ou suficiente para que o candidato seja eleito – “democraticamente” (ITUASSU et al, 2019).

Ao fazer isso, o candidato, seja para qual cargo for (neste artigo, serão analisadas as campanhas de presidenciáveis), tendem a se aproximar dos aspectos econômicos, sociais e culturais de uma realidade que pretende atingir para angariar votos – e isso é feito através do que é a priori invisível, o poder informacional. Indo ao encontro disso, retoma-se novamente a obra de Raffestin que diz:

[...] a informação, composta de mensagens, é “comunicada” por meios cuja natureza e utilização implicam uma certa concepção do espaço e do tempo, para a gestão e o controle dos quais a comunicação é indispensável (RAFFESTIN, 1993, p. 209).



Nesse viés, assevera-se, desde já, que a informática é um dos meios em que a informação se apropria para alcançar um público-alvo, nesse caso, os eleitores. Um exemplo desse notável papel, e aqui já adentrando na questão das mídias sociais, foi a eleição de *Donald Trump*, em 2016, nos Estados Unidos. Trump teve a rede social digital *Twitter* como principal ferramenta de comunicação com seus eleitores, o que comprovou o papel cada vez mais presente da informática, sobretudo das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação, na política ou até mesmo na divulgação partidária (ITUASSU et al, 2019).

De acordo com Rodríguez-Andrés (2018, p. 836-837):

Uno de los elementos más subrayados de la estrategia de campaña de Trump, y más innovadores con respecto a campañas anteriores, es que confió en las redes sociales como primer canal de comunicación con el electorado, dándoles más importancia que a los medios tradicionales (Hendricks, 2017). [...] desde los inicios de campaña, su director digital hizo ver a Donald Trump que no merecía la pena malgastar dinero en anuncios en televisión, medio en el que el candidato ya tenía gran repercusión gracias a sus explosivas declaraciones (RODRÍGUEZ-ANDRÉS, 2018, p. 836-837).

É bem verdade que entre todo esse investimento estão incluídas práticas de desinformação, também inerentes àquela campanha, através de uma prática conhecida como “*pós-verdade*”, uma vez que “[...] el equipo digital centró también sus esfuerzos en minar la imagen de Hillary Clinton entre sus propios votantes potenciales, aquellos sin cuyo apoyo tendría más difícil la victoria” (RODRÍGUEZ-ANDRÉS, 2018, p. 841). No entanto, vale ressaltar que, para o objetivo deste trabalho, basta considerar apenas o notável papel dos meios de comunicação para com os atos políticos de campanha.

Da mesma forma que a eleição do republicano *Trump* sobre sua oponente, a democrata *Hillary Clinton*, no *Uncle Sam*, a Internet desempenhou também um significativo papel na eleição de Jair Messias Bolsonaro, em 2018, no Brasil, já destacando a presença dos memes e da linguagem memética em grupos e correntes bolsonaristas (Ituassu et al, 2019). Assim, apesar de não ser novidade os imbricamentos entre humor e política em terras tupiniquins, “[...] não há, até onde se tem notícia, evidência de que outros atores políticos tenham mobilizado tão fortemente seus apoiadores fazendo uso do humor e da subsequente normalização da barbárie discursiva que ele é capaz de provocar” (CHAGAS, 2021, p. 171).

Além disso, o mesmo autor argumenta que há um certo ineditismo na maneira como as mensagens com conteúdo referentes à campanha de Jair Bolsonaro, em 2018, circularam entre seus apoiadores nas tecnologias digitais.

Em grupos de ferramentas de mensagem instantânea, como o *WhatsApp*, circulam memes e conteúdos virais com motivos mitológicos e bíblicos, referências à bandeira nacional e ao exército ou simplesmente referências a personagens da cultura *pop*, como o Capitão América, dando à figura do presidente elementos sobre-humanos. [...] Em todos os casos, destaca-se o caráter lúdico e diversionista das imagens, embora, especialmente para um observador de tendência democrática, elas nem sempre sejam efetivamente cômicas (CHAGAS, 2021, p. 172).

Diante disso, admite-se o fato de que o humor, inclusive apresentando a desinformação

---

1 Para o *Dicionário Oxford*, o termo “*pós-verdade*” é um adjetivo relacionado a ou que indica circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal (ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS, 2022).



como uma característica<sup>2</sup>, teve uma importância ímpar na construção da imagem de Jair Bolsonaro e, claro, foi fundamental para sua vitória no pleito de 2018.

Embora sejam reconhecidos que os memes de Internet sejam um dos determinantes para aquela eleição, convém dizer que investigar como esse tipo de recurso/linguagem contribuiu para levar o então candidato ao Poder Executivo do país não é o objetivo do corrente artigo. Pretende-se, por ora, revelar o potencial dos (hiper)textos meméticos, que desfrutam de uma aparição não só nas eleições presidenciais de 2018, como também já no ano de 2014 (tida como a “eleição dos memes<sup>3</sup>”), para com a promoção da conscientização política acerca de quem são os candidatos, bem como das instituições democráticas envolvidas em um processo eleitoral, indo além da geração de comicidade efêmera das figuras eleitorais, especialmente, daquelas mais folclóricas, que muito se veicula nas mídias sociais.

Certamente, ao menos é o que se acredita e defende, isso abrirá caminhos para uma introdução efetiva da Educação Política nas escolas nos níveis de ensino da Educação Básica, especialmente, nos Anos Finais do Ensino Fundamental e Ensino Médio.

Para tanto, metodologicamente, este artigo propõe-se a fazer uma espécie de classificação dos memes políticos (coletados em redes sociais, especialmente, no *Instagram* durante a campanha eleitoral de 2022), cabendo, antes de qualquer coisa, definir o que a bibliografia revisitada entende como sendo “meme político”. Encontrou-se, assim, em Chagas (2018) uma vasta quantidade de conceitos para tal termo, mas é o conceito de Milner (2013, p. 2359) que mais chama a atenção para as intenções que se almeja conquistar aqui, tal definição diz que memes políticos são “[...] artefatos simbólicos multimodais, passíveis de serem utilizados como comentário político populista, uma vez que incorporam referências da cultura popular”.

Com vista a isso, empregando uma linguagem didática e próxima da realidade daqueles que acompanham os acontecimentos políticos e eleitorais, busca-se “classificar” alguns memes políticos que circularam entre os eleitores e, também, não-eleitores nas tecnologias digitais em rede como *Instagram*, *Facebook*, *TikTok* e *Twitter*, no período das *Eleições 2022*, em especial, nas datas que foram marcadas por debates entre os candidatos nas emissoras de televisão aberta. Tal classificação será realizada com base em uma matriz taxonômica, proposta por Chagas et al. (2017), que cumpre a função de “[...] auxiliar pesquisadores interessados no tema a tratarem dos memes com maior objetividade” (CHAGAS et al., 2017, p. 175).

Salienta-se, de antemão, que, assim como fizeram Chagas et al. (2017) em suas análises sobre os memes das *Eleições 2014*, “[...] não se está preocupado em avaliar quais destes conteúdos alcançaram maior repercussão ou como se propagaram por meio das redes” (CHAGAS et al., 2017, p. 175), porém atenta-se em fazer uma análise qualitativa, ou seja, uma pesquisa do tipo qualitativa sobre memes. Apesar dos referidos autores terem realizado ainda a contabilização do total de memes que se encaixam em cada classificação, neste trabalho será feito apenas, o que é suficiente para o objetivo que se pretende atingir,

2 Assim como a polêmica eleição de Donald Trump, em 2016, nos Estados Unidos, com a campanha populista de direita centrada na rede social digital Facebook, foi “acusada de ter desenvolvido práticas de desinformação e estratégias ilegais de big data (Ituassu et al., 2019, p. 3), os mesmos autores afirmam que, no Brasil, as eleições presidenciais de 2018 “[...] também foi marcada por um político conservador polêmico: Jair Bolsonaro, que centrou sua campanha nas mídias sociais, especialmente no WhatsApp e no Facebook”, fazendo uso também de práticas de desinformação e automação.

3 De acordo com Chagas et al. (2017), “as Eleições 2014 ficaram marcadas, no imaginário jornalístico brasileiro, como as “eleições dos memes”. Veículos *online* e *offline*, como a *Folha de São Paulo*, o portal *R7* e *O Estado de S. Paulo*, repercutiram, intensamente, piadas eleitorais dos internautas. Os candidatos, por sua vez, compartilharam desta percepção, ao buscarem desenvolver estratégias de influência para a web, desde conteúdos criados especificamente para Twitter ou Facebook, a robôs que, supostamente, ampliariam o alcance de suas mensagens reproduzindo-as sub-repticiamente por meio de contas falsas. Entre os eleitores que habitam o território livre das mídias sociais, tudo era motivo para “zuera” [...]”.

a classificação dos memes políticos em três categorias, organizadas por Shifman (2014), categorias taxonômicas estas que são, detalhadamente, explicadas e exemplificadas na próxima seção.

Outrossim, será discorrido a respeito de algumas iniciativas de páginas de conteúdo digital, em meio internético, que veicularam *posts* em diferentes formatos ou discursos multimodais no período eleitoral com responsabilidade e primando pela defesa dos ideais teóricos e práticos do Estado Democrático de Direito, escapando do lado perverso a que os memes de Internet, de forma geral, costumam ser comumente referenciados. Assim, é por meio de boas iniciativas que se sobreleva a posição desta pesquisa em defender a possibilidade da Educação Política, sobretudo no ensino de Geografia, ter presença carimbada em práticas educativas e que isso se dê, também, através dos memes e da memética.

### **Memes de Internet e política: uma análise dos memes sobre as “Eleições 2022”**

Meme deve ser encarado como um fenômeno. Isso mesmo, esse termo, cunhado pelo etólogo sul-africano Richard Dawkins, na obra *The Selfish Gene*, em 1976, é um fenômeno pelo qual os aspectos culturais de uma sociedade são replicados, de modo semelhante aos genes na evolução biológica dos seres vivos. Atualmente, essa capacidade de replicação, e até de viralização, dos memes vem tomando cada vez maiores proporções, devido ao aparecimento dos memes de Internet se configurando, assim, como fenômenos típicos de redes sociais digitais em que a (ciber)cultura do cotidiano é perpetuada entre os diferentes usuários da Internet, fazendo por si só que ocorra a intersecção de variadas formas de linguagem e manifestações culturais nesse único texto multimodal e multissemiótico.

Com a política, o fenômeno dos memes políticos não é diferente, sendo necessário assumir o conceito de que essas peças de informação correspondem, hoje, a uma mídia com um icônico potencial de fazer sentido por suas referências e composição textual que carrega. Nas palavras de Shifman (2014), ela diz que os memes são “itens digitais”, itens estes que cumprem a função do ‘fazer comunicar’.

É, portanto, esse fazer comunicar, gerar sentido e despertar algo em relação a alguma informação proferida em um meme que faz com que esse tipo de linguagem tenha, nos últimos tempos, provocado uma, talvez sem precedentes, “invasão” da cultura popular no *serious business*, parafraseando Chagas et al. (2017).

Assim, é de grande valia e necessidade que se compreenda, de uma vez por todas, que os memes de Internet são recursos comunicativos por natureza e, como consequência, possuem intencionalidades a serem cumpridas no ato da comunicação; no âmbito político, por exemplo, acredita-se que sua ascensão, principalmente a partir das eleições presidenciais de 2014, “[...] reforça ainda mais a importância de se pensar o uso do humor no contexto eleitoral” (CHAGAS et al., 2017, p. 178).

Com isso em mente, como colocado na introdução, pretende-se estudar, qualitativamente, os conteúdos meméticos veiculados no ambiente das tecnologias digitais no período eleitoral do ano de 2022, deixando claro que será dado mais ênfase aos memes políticos que tratam, de forma memorável, a figura de candidatos à Presidência do país, bem como suas principais propostas de campanha e tendências políticas.

Tal estudo será desenvolvido a partir da metodologia desenvolvida no artigo de Chagas et al. (2017), trabalho este que, também, explica a importância da proposição de uma matriz taxonômica para análise dos memes de Internet, sobretudo os memes políticos, por serem discursos imanentemente persuasivos.

De acordo com Chagas et al. (2017), cuja proposta taxonômica se baseia em categorias previamente definidas por Shifman (2014) e outros pesquisadores, os memes de internet podem desempenhar uma função persuasiva na expectativa de angariar simpatizantes a uma determinada corrente ideológica, estimular ações populares coletivamente performadas no ambiente digital, ou ainda favorecer um processo regular de sociabilização com a política e o debate público (CHAGAS, 2021, p. 179-180).

Nessa seara, é sabido que os memes políticos, da mesma forma que outros formatos de memes, possuem determinada “riqueza” (a intertextualidade) e um “superpoder” (a síntese), faculdades das representações meméticas que permitem que sejam perpetuadas informações da ordem do dia por meio deles de um jeito único e memorável, como, por exemplo, a fala de um candidato no debate eleitoral, devidamente captada por um espectador ou grupo de espectadores visando a disseminação, positiva ou negativa, da imagem daquele candidato. E isso, comumente, faz-se estando imbuído de um apelo persuasivo com vista a convencer (ou, também, provocar repulsa) em relação à imagem de um candidato.

Além da catarse, a qual coloca o usuário da Internet e que esteve em contato com certo meme em uma situação de demasiada emoção e reflexão, entrando – forçosamente ou não – em um processo catártico diante do caráter persuasivo do meme, os memes políticos, de acordo com Shifman (2014) “[...] participam de um debate normativo sobre como o mundo deveria ser e qual a melhor forma de alcançar este objetivo” (SHIFMAN, 2014, p. 120).

A autora vem, então, a apresentar três funções que os memes políticos podem operar em contextos democráticos. Lembra-se, no entanto, que embora sejam classificadas separadamente, estas funções estão interconectadas umas com as outras, tais funções podem ser lidas como: instrumentos de persuasão ou *advocacy* política; ação popular; e modos de expressão e discussão pública.

Diante destas arguições, Chagas et al. (2017) e Chagas (2018) colocam que tem feito a leitura delas da seguinte forma: “[...] temos utilizado a descrição destas três funções relatadas por Shifman (2014) como gêneros ou categorias de memes políticos, [...] temos procurado mapear e classificar estas aparições, a fim de desenvolver uma taxonomia para pesquisas com memes de internet” (CHAGAS, 2018, p. 9).

Surge aí a supracitada matriz taxonômica, a fim de enquadrar os discursos inseridos em cada meme político nessas três categorias. Para melhor entendimento e apropriação teórica do leitor em relação à classificação taxonômica, proposta por Chagas et al. (2017), dos memes, apresenta-se as características dos memes persuasivos, de ação popular e de discussão pública, respectivamente, no Quadro 1. Posteriormente, será discutido acerca da maneira como cada tipo de meme apareceu nas situações comunicativas, no período eleitoral de 2022.



Quadro 1: Quadro-síntese das principais características de cada um dos três grupos de memes políticos, definidos previamente por Shifman (2014) e agrupados por Chagas et al. (2017).

<b>Meme persuasivo</b>	“[...] Memes persuasivos são aqueles estrategicamente construídos para serem disseminados e/ou que pretendem angariar apoio a uma determinada candidatura, com a intenção de convencer o eleitor” (CHAGAS et al., 2017, p. 184-185). Enquadram-se os memes que possuem infográficos comparativos e informativos do próprio partido ou de partidos distintos. Uma característica bastante comum de tal grupo é o fato de serem mais “virais” do que memes propriamente ditos.
<b>Meme de ação popular</b>	“Os memes de ação popular são aqueles que se caracterizam por uma construção coletiva de sentido, mobilizando o cidadão comum” (CHAGAS et al., 2017, p.185). Como característica inerente a esse tipo de meme político, é comum que apresente frases de efeito ou bordões, porém sem ter relação partidária. Ainda, segundo os autores, memes que denotam comportamentos coletivos reiterados, como <i>selfies</i> , também se caracterizam como ação popular.
<b>Meme de discussão pública</b>	Encarados como piadas, “[...] memes de discussão pública, por fim, são aqueles criados para funcionar como comentários despropositados dos eleitores a uma situação ou reação específica” (CHAGAS et al., 2017, p. 185).

Fonte: Elaborado pelos autores (2023), adaptado de Chagas (2017).

Realizada a importante conceituação do que a bibliografia entende como sendo cada categoria de memes políticos, dá-se início à tarefa de análise sobre de qual maneira aparece cada uma destas categorias nos discursos, de massa ou de partido, no período eleitoral de 2022.

Começa-se tratando, então, a respeito dos memes persuasivos, tipologia que Chagas et al. (2017, p. 187) consideram *a priori* contraditória, uma vez que “[...] os memes são tidos, pelo senso comum, como fruto da ação espontânea”. No entanto, a presença dos memes como estratégia de persuasão, disseminados pelos próprios políticos e/ou partidos, reforça a ideia de que, sim, os memes aparecem cada vez mais como potencializadores discursivos de nomes eleitorais.

A exemplo, pode-se citar os memes do Quadro 2, como, o de Ciro Gomes, no qual ainda na condição de pré-candidato à Presidência pelo Partido Democrático Trabalhista (PDT), apropria-se do quadro “O Brasil tá vendendo” do *reality show Big Brother Brasil* e interage com seus seguidores, nas mídias sociais, a fim de lançar seu nome na corrida pelo poder a partir de um elemento da cibercultura. Outro exemplo é o impresso na campanha eleitoral de Soraya Thronicke (União Brasil) a qual adota como símbolo a onça-pintada, característica da fauna do Bioma Pantanal, visto que a candidata é natural do estado do Mato Grosso do Sul, onde o bioma é predominante, bem como gera uma intertextualidade com a bem aceita novela “Pantanal”, em exibição no período.

Ademais, convém destacar o fato de o candidato à reeleição Jair Bolsonaro (Partido Liberal – PL), que já na campanha de 2018 fez uso considerável de memes como forma de

divulgação, ter feito menção ao meme “Bora Bill”<sup>4</sup> em um dos seus discursos direcionado à população da região Nordeste. A fala, claro, repercutiu entre os seus apoiadores que passaram a utilizar o meme em seus virais de campanha.

## Quadro 2: Memes persuasivos que circularam no período eleitoral de 2022.



Fonte: Redes sociais dos candidatos (2022).

Tais iniciativas de encarar os memes como instrumentos com vista a persuadir e, conseqüentemente, angariar votos, com referências bastante nítidas a elementos da cultura popular, seja *realitys*, novelas e séries de televisão ou até outro meme já existente, dão fôlego à ideia de que “[...] os memes como construções culturais [...] se articulam e são difundidos por agentes humanos e/ou grupos organizados (CHAGAS et al, 2017, p. 184).

Ao encontro disto, aparecem, ainda, os *jingles* de campanha como o “Faz o L”<sup>5</sup> em que, com o intuito de viralizar e tornar a campanha de Lula (Partido dos Trabalhadores – PT) algo memorável entre seus eleitores e até não-eleitores, é carregado de referências a músicas e expressões populares, devendo os *jingles* serem analisados pela mesma lógica dos memes persuasivos.

Em relação aos memes de ação popular, estes, por sua vez, não possuem vínculo partidário e expressam, muitas vezes simultaneamente ao momento da fala de um candidato, as reações da população eleitoral ou em geral através de bordões ou frases de efeito. Um meme de ação popular é, portanto, o que mais faz um candidato, por mais folclórico ou aleatório que ele pareça ser, ficar marcado na história de uma determinada eleição.

Nas Eleições 2022, tais memes foram responsáveis por viralizar a repercussão negativa do candidato Padre Kelmon (Partido Trabalhista Brasileiro – PTB), por suas polêmicas declarações, sendo considerado, até mesmo por alguns de seus oponentes, como “cabo eleitoral” de outro candidato. Um exemplo desta repercussão, por meio de memes de ação popular, é o meme que se remete à fala da candidata Soraya que, referindo-se ao padre, o chama de “padre de festa junina”.

Nesta categoria, destacam-se ainda os memes com a frase intencionalmente grafada como “Que tistreza”, transformada em frase-meme pelos usuários da Internet após uma fala do candidato Luiz Felipe D’Avila (Novo) no #DebateNoSBT entre os principais presidenciais, além daqueles que iniciam com a expressão “O que é, o que é” proferida pela candidata Soraya

4 Meme “Bora Bill” e campanha de Bolsonaro (PL): <https://pleno.news/brasil/eleicoes-2022/bolsonaro-usa-meme-bora-bill-em-nova-propaganda-eleitoral.html>.

5 Jingle “Faz o L” e campanha de Lula (PT): <https://www.youtube.com/watch?v=Nn1285mYoWo>.

no mesmo debate. Os memes em questão podem ser visualizados no Quadro 3, eles foram retirados de páginas de conteúdo memético da rede social digital *Instagram*.

### Quadro 3: Memes de ação popular que circularam no período eleitoral de 2022.



Fonte: Páginas do Instagram (2022).

Se os memes de ação popular expressam a reação de eleitores e não-eleitores às falas dos candidatos, os memes de discussão pública, por outro lado, revelam uma opinião. Logo, talvez, eles sejam os mais importantes no jogo democrático, haja vista que apresentam não só o humor pelo humor, mas também o humor empregado à crítica e ao pensamento minimamente consciente a despeito das propostas de um candidato, sem estar comprometido, ao menos é o que aparenta, em primeira análise, com nenhuma ideologia política ou partidária.

Revelando ao leitor um certo ‘spoiler’ dos memes a serem analisados na próxima seção, quando iremos propor uma nova categoria dos memes políticos para a Educação, entre todas as categorias propostas por Shifman (2014) e Chagas et al. (2017), os memes de discussão pública são aqueles que mais se aproximam do que se espera dos memes político-educativos, desde que não contenham *fake news* ou discurso de ódio a algum candidato.

Esses memes, quando empregados em situação educativa, têm a função de contribuir com os professores no desenvolvimento do pensamento crítico de seus alunos, sem que isso seja mera imposição, muito pelo contrário, permite com que os alunos, em especial àqueles com idade igual ou superior a 16 anos<sup>6</sup>, questionem as propostas de campanha de cada candidato, bem como estejam cientes de que ideologias políticas sustentam a base político-partidária deles.

Por exemplo, ao apresentar o meme do candidato D’Ávila no pleito de 2022, poderá ser apreendido sobre os efeitos de políticas neoliberais em órgãos públicos, sendo um deles a privatização, o que levará ao entendimento do porquê o referido meme satirizar, de forma jocosa, as propostas de privatização de tal candidato com a frase “Privatizar a chuva”. Vale dizer que, embora a frase não tenha sido dita pelo presidente, subentende-se que o usuário que criou o meme teve a intenção de dar ênfase à ideologia defendida tanto pelo próprio candidato quanto pelo seu partido (Quadro 4).

6 Conforme prevê a Justiça Eleitoral, os jovens com 15 anos, que completarem 16 até a data prevista para ser realizado o 1º turno de uma determinada eleição, podem se alistar e votar. Diante disso, embora o voto seja facultativo para esse público, até os 18 anos, algumas campanhas mobilizaram estes jovens a tirarem o título de eleitor e votarem no pleito de 2022. Um dos meios utilizados por essas campanhas para levar a mensagem aos jovens foram os memes de Internet, destacando a sua importância para com o cenário político do País.



#### Quadro 4: Memes de discussão pública que circularam no período eleitoral de 2022.



Fonte: Páginas do *Instagram* (2022).

Nesse interregno, diante da análise qualitativa de alguns memes que circularam no período das *Eleições 2022*, classificando nas respectivas categorias propostas, é possível compreender o modo que os cidadãos em contato com as mídias sociais percebem os candidatos e a política como um todo. Por conseguinte, permite avaliar “[...] o processo de produção de sentido e a finalidade assumida pelos atores que os difundem” (Chagas et al., 2017, p. 187), ao passo em que se entende as intencionalidades de cada representação memética na/para a política.

Tais intencionalidades são resumidas pelos referidos autores em:

[...] os memes persuasivos têm o objetivo de despertar o engajamento (no próximo), os memes de ação popular têm o objetivo de demonstrar engajamento (ao próximo), e os memes de discussão pública têm o objetivo de familiarizar (o próximo e a si mesmo) junto ao universo da política (CHAGAS et al., 2017, p. 187).

Para tanto, tendo em vista esses diferentes propósitos, pergunta-se: de qual maneira poderá se apropriar dos memes políticos em prol da conscientização política, nos espaços escolares? Ou ainda, como se valer dos discursos (hiper)textuais que carregam as diferentes categorias dos memes políticos para com as atividades em prol da Educação Política? Emerge aí a necessidade de ser proposta mais uma categoria desses memes para serem aplicados em práticas educativas. Esta nova categoria levará a denominação de “memes político-educativos” e será explicada na próxima seção. Por ora, “*Vamos respirar!*”, como recomenda o jornalista William Bonner no #DebateNaGlobo das *Eleições 2022*.

#### **A catarse em sala de aula: podem, os memes políticos, serem utilizados para a Educação Política?**

Se, por um lado, os políticos ou até mesmo os seus partidos se utilizam de elementos da cibercultura popular, expressos também na linguagem dos memes, para angariar tanto simpatizantes de suas ideias e convicções quanto eleitores em uma dada eleição; por outro lado, os memes de Internet são responsáveis por familiarizar os membros do (ciber)espaço geográfico com a política, sobretudo por meio de manifestações meméticas essencialmente

persuasivas.

Como o atual (ciber)espaço geográfico, além de estar cada vez mais infiltrado na “era digital”, é político e, concordando com a máxima aristotélica de que “o homem é um animal político”, a catarse discursiva a qual os memes políticos são capazes de provocar nos interlocutores desse tipo de conteúdo nas tecnologias digitais em rede pode, sim, ser aproveitada nas situações de ensino-aprendizagem nos espaços escolares. Diante dessas arguições, cabe enfatizar que efetivar determinadas práticas que visem a Educação Política dos estudantes se tornam extremamente necessárias, ainda mais em um contexto em que o humor, por mais efêmero que pareça ser, articula-se massivamente com o universo político.

Entretanto, ao propor os memes de Internet como possibilidade para o desenvolvimento de práticas de Educação Política nas escolas deve-se tomar alguns cuidados, cuidados estes que motivaram a proposição de uma nova categoria de memes políticos para além daquelas trabalhadas por Chagas et al. (2017). Nasce aí a categoria dos “memes político-educativos”.

Entende-se, então, os memes político-educativos como sendo aqueles que também trazem consigo referências a contextos e/ou acontecimentos políticos, eleitorais ou não, mas que possam ser empregados como linguagem na/para a sala de aula. Desse modo, revela-se o primeiro cuidado que se deve ter ao adotar os memes político-educativos como forma de mediação pedagógica para a Educação Política. Trata-se de se atentar ao fato de que, embora estes memes contenham elementos propriamente políticos, eles devem ser associados a assuntos, conceitos e temas de uma disciplina específica, como exemplo, apresenta-se na Figura 1, como se daria a apropriação educativa de um meme político no ensino de Geografia.

Nesse caso, pode-se observar que o meme tem como sua “riqueza” o fato de carregar referências à frase-meme do candidato à Presidência pelo partido Novo, Luiz Felipe D’Ávila. Porém, ao mesmo tempo em que traz à tona a comicidade, esta representação memética, aplicada ao ensino de Geografia, apresenta o “superpoder” de sintetizar de maneira memorável um conteúdo geográfico, melhor dizendo, uma situação comumente enfrentada pelos alunos nas aulas da disciplina: a (não) indicação do hemisfério no estudo dos fusos horários que dividem a Terra em 24 faixas longitudinais.

**Figura 1:** Frase-meme do candidato Luiz Felipe D’Avila (Novo) aplicada ao conteúdo geográfico dos fusos horários.

**Quando o aluno esquece de  
colocar o hemisfério no cálculo  
de fuso horário:**



Fonte: Instagram @geography.planet (2022).

Importa mencionar, ainda, outro cuidado que o docente deve ter ao levar para a sala de aula um meme político, e a ele dar uma função educativa através do diálogo com os seus discentes, que é o compromisso de desconstruir falas tidas como verdades por determinados grupos políticos, muitas carregadas de *fake news* e discursos de ódio ou até ataques a pessoas e entidades. Portanto, destaca-se que a forma com que a explicação do meme realizada pelo professor deve ser sempre baseada em fatos sólidos e no conhecimento científico construído ao longo de sua formação, sendo isto que deverá ser transmitido aos estudantes no momento da medição didático-pedagógica.

Por exemplo, cita-se o meme da Figura 2 elevado à categoria de meme político-educativo por expressar uma ideia comumente difundida por grupos políticos conservadores, tendo, além de um viés crítico pautado na denúncia, a preocupação de fazer com que o aluno se sinta motivado a estudar Geografia. Esse meme pode relacionar-se a alguns aspectos referentes à diferença de administração política entre Brasil e Venezuela, a fim de não perpetuar ideias como “o Brasil vai virar uma Venezuela”, o que é totalmente disforme da realidade.

**Figura 2:** Meme satirizando a ideia de “o Brasil vai virar uma Venezuela” pejorativamente difundida por grupos políticos conservadores.



Fonte: Instagram @tudogeo (2022).

Outro exemplo, pode ser observado no meme da Figura 3, o qual satiriza, de forma irônica com foco educativo, um argumento que esteve bastante em evidência desde antes do período eleitoral de 2022 começar de fato, onde algumas falas, muitas proferidas por um presidente, acabaram por acometer as urnas eletrônicas e a lisura do processo eleitoral brasileiro. Tais fatos, fizeram necessário órgãos como o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e o Superior Tribunal Federal (STF), na figura de seus representantes juristas, terem que vir a público repudiar tais falas e informar sobre o quão seguro e fidedigno é o processo eleitoral do país.

Nesse ínterim, o meme em questão ironiza as abomináveis declarações de quem diz “*eu não confio nas urnas*”, fazendo referência à mão invisível do mercado, conceito criado por Adam Smith no livro *A Riqueza das Nações*, em 1776, que enuncia que o mercado livre se autorregularia, sem a necessidade da intervenção do Estado. Esse conceito é o cerne do liberalismo econômico, o qual, como sugere o próprio meme, pode vir a ser confrontado e questionado a partir do debate, que inclusive poderá ser feito em sala de aula, em relação a outras teorias de gerir a economia, com maior ou menor intervenção do Estado.

**Figura 3:** Meme com referência à frase “*Eu não confio nas urnas*”, que marcou o período eleitoral de 2022.



Fonte: Instagram @historianopaintoficial (2022).

Assim, diante da análise de alguns memes que se inscrevem na nova categoria proposta neste artigo, fica perceptível a responsabilidade e o compromisso das páginas do *Instagram* @geography.planet, @tudogeo e @historianopaintoficial que, respectivamente, veicularam os memes político-educativos anteriores. As páginas tiveram o intuito de levar aos seus variados interlocutores, usuários da Internet e consumidores de bens da cibercultura como os memes, uma informação correta e segura, baseada nos conhecimentos de Geografia e História, acerca dos fatos políticos concernentes sobretudo às *Eleições 2022*.

Além disto, nota-se que os memes políticos aplicados à Educação revelam ter uma indispensável contribuição no fomento ao debate de conteúdos de uma determinada disciplina, como a Geografia, que, eventualmente, poderão estar impressos e/ou subentendidos nas construções culturais meméticas com viés político, em contexto eleitoral ou não.

Para tanto, se quer não apenas colocar os memes políticos, em especial os memes político-educativos, como uma linguagem que se apresenta como possibilidade para o ensino de saberes escolares, mas também, o que é ainda mais importante, reconhecer o potencial destes textos meméticos de favorecer o entendimento, por parte dos alunos, do (ciber)espaço geográfico da política em que eles estão inseridos na prática diária de suas vidas.



## “Candidato (a), faça suas considerações finais!”

A partir da discussão sobre a maneira pela qual as categorias dos memes políticos, apresentadas por Chagas et al. (2017) e Shifman (2014), podem ser utilizadas como linguagem para a promoção da Educação Política nas escolas, o que culminou na proposição de uma nova categoria – a dos memes político-educativos. Salienta-se, ao final, a necessidade cada vez mais urgente de inserir a compreensão tanto dos fatos e/ou acontecimentos políticos passados e atuais quanto das motivações ideológicas que explicam a ocorrência destes fatos, no contexto das práticas educativas na contemporaneidade.

Ademais, vale destacar que a iniciativa de colocar os memes como metodologia para inserir a política em sala de aula extrapola a catarse que eles são capazes de provocar. Ela vai, também, ao encontro da ideia de trazer para o espaço escolar aquilo que é bastante presente no cotidiano dos alunos e professores, a política. Assim, diante de tal estudo dos memes políticos nas *Eleições 2022*, assevera-se o potencial de tais discursos impressos na (ciber) cultura contemporânea de estimularem a conscientização política, bem como o interesse daqueles que compõem ao corpo escolar pela ampla diversidade de temas concernentes ao universo político.

Posto os memes políticos como metodologia para a Educação Política, especialmente, em práticas a serem desenvolvidas junto ao ensino de Geografia, cuja área é de interesse dos autores, as discussões e análises feitas nesta pesquisa encontram-se à disposição para serem acrescidas não apenas de embasamento teórico; mas também de práticas aplicadas em escolas que, certamente, enriquecerão o posicionamento de que, sim, os memes podem contribuir para com a Educação Política dos estudantes. Logo, por favor, quem estiver lendo sintam-se à vontade para utilizar o seu “direito de resposta” e apresentar suas considerações, críticas e aplicações sobre o referido tema.

## Referências

ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS – ABL. **Pós-verdade**. 2022. Disponível em: <<https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/pos-verdade>>. Acesso em: 14 de nov. 2022.

BLACKMORE, S. **The Meme Machine**. Oxford: Oxford University Press. 1999.

CHAGAS, V. A febre dos memes de política. **Revista Famecos**, v. 25, n. 1, p. 1-26, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.15448/1980-3729.2018.1.27025>>. Acesso em: 14 de nov. 2022.

CHAGAS, V. et al. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014. **Intexto**, n. 38, p. 173-196, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.19132/1807-8583201738.173-196>>. Acesso em: 14 de nov. 2022.

CHAGAS, V. Da memética aos memes de internet: uma revisão da literatura. **BIB**, São Paulo, n. 95, 2021, p. 1-22. Disponível em: <<https://doi.org/10.17666/bib9506/2021>>. Acesso em: 14 de nov. 2022.

CHAGAS, V. Meu malvado favorito: os memes bolsonaristas de WhatsApp e os acontecimentos

políticos no Brasil. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, vol 34, nº 72, p.169-196, Jan./Abril, 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S2178-149420210109>>. Acesso em: 14 de nov. 2022.

DAWKINS, R. **O Gene Egoísta**. Belo Horizonte: Itatiaia, 2001.

DENNETT, D. C. **Consciousness Explained**. Boston: Little, Brown and Company, 1991.

EXTRA. **Memes dominam a web no segundo turno das eleições de 2022**. Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/politica/memes-dominam-web-no-segundo-turno-das-eleicoes-de-2022-confira-25600591.html>>. Acesso em: 14 de nov. 2022.

ITUASSU, A.; LIFSCHITZ, S.; CAPONE, L.; MANNHEIMER, V. De Donald Trump a Jair Bolsonaro: democracia e comunicação política digital nas eleições de 2016, nos Estados Unidos, e de 2018, no Brasil. **8º Compolítica**, 2019, Brasília. 8º Congresso da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Comunicação e Política, 2019. Disponível em: <[http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT4/gt4\\_Ituassu\\_et\\_al.pdf](http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT4/gt4_Ituassu_et_al.pdf)>. Acesso em: 14 de nov. 2022.

MARS, A. **Como a desinformação influenciou nas eleições presidenciais?** El País. 2018. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655\\_450950.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655_450950.html)>. Acesso em: 14 de nov. 2022.

MILNER, R. Pop polyvocality: internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street Movement. **International Journal of Communication**, Los Angeles, v. 7, p. 2357-2390. 2013.

LEAL-TOLEDO, G. Searching for a foundations of memetics. **Trans/Form/Ação**, Marília, v. 36, n. 1, p.187-210. 2013.

OLIVEIRA, K. E. De J.; PORTO, C. De M.; ALVES, A. L. Memes de redes sociais digitais enquanto objetos de aprendizagem na Cibercultura: da viralização à educação. **Acta Scientiarum. Education**, v. 41. 2019.

OXFORD LANGUAGES. **Word of the Year 2016**. Oxford University Press. 2022. Disponível em: <<https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>>. Acesso em: 14 de nov. 2022.

PODER 360. **Políticos apostam em memes para aumentar popularidade**. 2022. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/eleicoes/politicos-apostam-em-memes-e-trends-para-aumentar-popularidade/>>. Acesso em: 14 de nov. 2022.

RAFFESTIN, C. **Por uma Geografia do Poder**. Tradução de Maria Cecília França. São Paulo: Ática. 1993.

RODRÍGUEZ-ANDRÉS, R. Trump 2016: presidente eleito graças às redes sociais? **Palavra Clave (online)**, vol.21, n.3, p. 31-859. 2018. Disponível em: <[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0122-82852018000300831&lng=en&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0122-82852018000300831&lng=en&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 14 de nov. 2022.

SANTOS, V. C. Dos; RIZZATTI, M.; PETSCH, C.; BATISTA, N. L. O que não é *cringe* no ensino de geografia? Sobre práticas multiletradas e interatividade no processo de ensino-aprendizagem contemporâneo. **Estudos Geográficos: Revista Eletrônica de Geografia**, v. 20, n. 1, p. 59-80. 2022. DOI: <https://doi.org/10.5016/estgeo.v20i1.16332>

SHIFMAN, L. **Memes in a Digital Culture**. Cambridge: The MIT Press. 2014.