

O IMPACTO DA MEMÉTICA NA FORMAÇÃO DE OPINIÃO POLÍTICA ATRAVÉS DO TIKTOK

*Natália Schuh Both
Victória Blanche Gilles
Valéria Feijó*

RESUMO

O presente estudo analisa a retroalimentação dos conteúdos meméticos nas eleições presidenciais de 2022, fazendo um recorte a partir de conteúdos postados na plataforma de mídia social, Tik Tok. Percebe-se que a memética é um exemplo da Indústria Cultural presente na contemporaneidade, que através de um conteúdo de entretenimento dissemina conteúdos, ideologias e concepções políticas-sociais. Para tal análise, selecionou-se dois vídeos da plataforma, que tiveram grande repercussão na rede. Na sequência, analisou-se qual a relação desses conteúdos nas campanhas eleitorais. Compreendeu-se que, com o aumento da polarização das mídias, ocorreu maior circulação memética no ciberespaço, que resultou indiretamente na formação de opinião da massa.

PALAVRAS-CHAVE

Memética; Tik Tok; Indústria Cultural; Eleições; Sociedade do Espetáculo.

CORPO DO TEXTO

INTRODUÇÃO

As tecnologias de informação e comunicação são partes inerentes da vida social na qual uma parcela significativa das pessoas estão conectadas na maior parte dos seus dias, principalmente, nas redes sociais. Além disso, a internet configurou-se como um local delicado para expor ideias, principalmente no que diz respeito a posições político-partidárias, devido a polarização de debates. Entretanto percebe-se que muitas pessoas ocupam-se da memética para expressar a opinião por considerar ser uma forma mais leve de se colocar. Dessarte, vê-se como a indústria cultural e a sociedade do espetáculo estão, nitidamente, introduzidas como fator importante nessas discussões. Dito isso, é importante saber como esses acontecimentos ocorrem nas redes sociais e qual o impacto delas sobre a vida social e seus impactos nas decisões políticas. Para dar conta da investigação proposta, a metodologia da pesquisa baseou-se em um estudo inicial bibliográfico, que embasa os conceitos e teorias discutidas e que posteriormente são usadas para analisar dois vídeos sobre as eleições de 2022 para presidência da república, que utilizam o formato de meme e acabaram que viralizando na plataforma

TikTok. Depois de escolhidos os conteúdos, analisou-se a ideia por trás da memética e qual o impacto disso nas campanhas eleitorais. Durante a análise usou-se duas teorias principais, a Sociedade do Espetáculo e a Indústria Cultural, pautado nessas duas teorias iniciou-se a análise sobre a cultura da memética no ciberespaço.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O TikTok é uma rede social que tem como principal objetivo a visualização e compartilhamento de vídeos curtos, que podem ser editados com filtros, legendas, cortes e inúmeras ferramentas para usar a criatividade (FÉLIX, 2020). Em formato de aplicativo para smartphones, o mesmo pode ser considerado um reflexo da Indústria Cultural, pois é possível observar, de maneira clara, como as marcas e sujeitos precisam estar inseridos nesta plataforma, utilizando de conteúdos muitas vezes orgânicos ou pagos, que circulam e trazem o sentimento de proximidade, pois mostram a intimidade das pessoas. Dessa forma, com grande parcela de usuários publicando a vida como uma maneira de entretenimento, surge a espaço para divulgar produtos, ideias, concepções e ideologias, utilizando-se de um espaço de alta frequência na visualização de conteúdos, aliados a um momento em que as pessoas estão em busca de diversão e entretenimento, muitas vezes com o senso crítico desatento.

Já o meme, é um conteúdo digital que circula dentro do ciberespaço. Esse conteúdo recebe um valor social, através de ideias, línguas, sons, desenhos, capacidades, gifs, valores estéticos e morais, os quais carregam consigo a identificação de um número de pessoas, e é essa identificação que faz com que ele percorra diversos caminhos, por um tempo específico na internet. Esse conteúdo pode ir se adaptando e se modificando, e isso ocorre por conta dos sentimentos e significados que as pessoas agregam a ele ao replicá-lo.

Uma das bases da análise foram as eleições para presidência da república do ano 2022, umas das mais divididas e polarizadas que ocorreram no Brasil: haviam dois lados bem definidos, esquerda e direita, os quais se confrontavam diretamente nos ideais de vida, crenças e atitudes, que geravam diferentes identificações com as pessoas. Do lado da direita havia movimento que ficou conhecido como bolsonarismo que se sustentou pelo slogan “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, com o candidato à presidência do Brasil, Jair Messias Bolsonaro, do partido Partido Liberal (PL), já do lado da esquerda havia a campanha para Luiz Inácio Lula da Silva sustentando-se no slogan “O Brasil feliz de novo”, do Partido dos Trabalhadores (PT).

ANÁLISE E PRINCIPAIS RESULTADOS

Nos tempos atuais, em que a tecnologia faz parte da vida de grande parcela da sociedade e, principalmente, da vida dos jovens, o Tik Tok se constitui de ferramenta importante para alcance de muitas pessoas com os diferentes tipos de conteúdos. O uso dessa rede social nas campanhas eleitorais teve a presença dos candidatos políticos de forma limitada, porém, foi bastante utilizada pela população jovem para expor sua opinião, principalmente de maneira mais descontraída. Desse modo, o Tik Tok teve um grande papel nas eleições, esses vídeos geraram muita discussão e debate sobre as eleições de 2022, principalmente pelo fenômeno de retroalimentação, dando voz às pessoas.

O sujeito pós-moderno tem a necessidade de ter o seu “eu” aceito, levando em consideração a inconstância de versões que se pode assumir enquanto identidades na

sociedade atualmente. Esse “eu” busca o sentimento de pertencimento junto a outras pessoas com os mesmos ideais e, ao encontrar esse grupo, a pessoa compartilha de costumes, valores, objetivos e memórias. Ou seja, ocorre a necessidade de proteger quem “eu” sou dentro dessa bolha, e, qualquer um que pense diferente pode atacar essa identidade e abalar a forma que parece certa de viver da pessoa. Ao aproximar essa ideia da política, observa-se que as pessoas apoiam figuras de destaque que apresentem discursos e ideais alinhados aos seus princípios e crenças, resultando em “salvadores” de identidades. A busca por esse sentimento de pertencimento que dá tanto poder a grandes nomes na política é a todo momento reforçado pela plataforma Tik Tok. Neste sentido os memes são um bom exemplo, já que se um produtor de conteúdo publicar um vídeo no Tik Tok ironizando um determinado candidato X, o aplicativo entende que o usuário se identifica com aquele conteúdo e compartilha com ele apenas conteúdos que tenham a mesma ideologia. Depois de mapeado o perfil do usuário, a plataforma ficará entregando conteúdos com os mesmos assuntos, reforçando uma informação que parece ser absoluta para o usuário naquele momento. Na plataforma analisada, o conteúdo que circula no ciberespaço como forma de entretenimento torna o seu alcance muito maior, impactando diretamente na formação de opinião e debates sobre assuntos políticos. Para que se entenda mais sobre o impacto dos memes com viés político-partidário que circularam no TikTok, foram escolhidos dois vídeos. Um deles representa a opinião da direita e o outro representa a opinião da esquerda. No primeiro vídeo¹, há uma moça fazendo uma brincadeira sobre o candidato Lula: Ela está em frente à TV, no qual está passando um debate político das eleições, com uma carteira, da qual retira uma nota de 100 reais para pagar a comida pedida por delivery e então faz com que pareça que Lula tente roubar o dinheiro. De forma cômica, ela insinua que Lula não se aguentaria e roubaria qualquer dinheiro que visse pela frente.

Já o segundo vídeo², de viés esquerdista, poderia facilmente ser uma resposta ao vídeo anterior, no qual há um moço dançando com um filtro do rosto do Lula e dizendo a frase: “Lula ladrão, roubou meu coração”. Isso acontece pelo fato da esquerda acreditar na inocência de Lula, e desta forma faz com que se use do sarcasmo como resposta às falas da direita.

Observa-se que na sociedade do espetáculo, a produção cultural e artística passou a ser um produto do capitalismo, distribuído e vendido como mercadoria, criando uma fusão entre mídia e arte, assim como é feito no Tik Tok. Analisando a vida e a campanha política dos candidatos Lula e Bolsonaro, percebe-se, mais uma vez, a presença dos elementos que caracterizam a sociedade do espetáculo, pois se vê apenas uma parte do que acontece por trás das publicações das redes sociais, por trás dos vídeos cômicos ou sérios do TikTok.

Nas eleições do ano de 2022, percebeu-se que um dos indicadores de extrema polarização, foi influenciada e potencializada pelo uso de redes sociais e que se baseiam

¹ Disponível em:

<https://www.tiktok.com/@paulabiazin/video/7154164193472646405?_r=1&_t=8X4e9s9Q2iL&is_from_webapp=v1&item_id=7154164193472646405>. Acesso em: 05 nov. 2022.

[~

² Disponível em:

<https://www.tiktok.com/@_wellersonn/video/7148927869354249477?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&item_id=7148927869354249477&q=lula%20ladr%C3%A3o%20roubou%20meu%20cora%C3%A7%C3%A3o&t=1667681100513>. Acesso em: 05 nov. 2022.

em seus algoritmos para direcionar e conteúdos conforme o comportamento do usuário, sejam elas verdadeiras ou não.

CONCLUSÃO

Como aumento da polarização política-partidária vivida pelo país nas eleições de 2022, e o amplo uso das mídias sociais como recurso de comunicação para as campanhas, verificou-se que conteúdos de todos os tipos conseguiram maior circulação no ciberespaço, fazendo com que os memes ganhassem relevância na medida em que viralizaram e era replicados para mais pessoas que contribuíam para essa retroalimentação. A alta propagação dessas informações na plataforma analisada, aliadas à falta de senso crítico da maioria da população, fez com que muitas pessoas absorvessem uma quantidade maior de conteúdo a favor do seu candidato, sem se dar conta do direcionamento e da seletividade que elas mesmas criaram a partir do consumo de conteúdos, além, de gerar uma retroalimentação do que cada grupo pensava, polarizando ainda mais as opiniões e reforçando ideias e ideologias na entrega dos conteúdos, gerando por vezes um endeusamento da pessoa pública e uma falta de capacidade analítica para considerar outros fatores importantes em um processo político.

REFERÊNCIAS

CHAGAS, Viktor. Da memética aos memes da internet: uma revisão da literatura. 2021. Disponível em: http://anpocs.com/images/BIB/n95/Bib95_Viktor.pdf. Acesso em: 25 nov. 2022.

FELIX, Victor Hugo. O que é TikTok? 2020. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-tiktok/#:~:text=parte%20do%20jogo.-,Qual%20%C3%A9%20a%20origem%20do%20TikTok%3F,um%20aplicativo%20parecido%2C%20chamado%20de%20Yin>. Acesso em: 03 nov. 2022.

LUPION, Bruno. O que é o PL, partido de Bolsonaro e da maior bancada eleita. 2022. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/o-que-%C3%A9-o-pl-partido-de-bolsonaro-e-da-maior-bancada-eleita/a-63374834>. Acesso em: 01 dez. 2022.

REIS, Daniel Aarão. O Partido dos Trabalhadores – trajetória, metamorfoses, perspectivas. 2007. Disponível em: <https://www.historia.uff.br/culturaspoliticadas/files/daniel4.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2022.

GOMES, Claudia dos Santos. IMAGENS MEMÉTICAS E A COMUNIC(AÇÃO) NA WEB: UM EXPERIMENTO ANALÍTICO, REFLEXÕES E APLICABILIDADES ACERCA DO DISCURSO MULTIMODAL DO FACEBOOK. 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/16700-Texto%20do%20artigo-43039-47784-10-20200122.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2022.

POMBO, Bárbara. Entenda por que Lula foi preso e por que ele foi solto. 2022. Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/noticia/2022/09/02/entenda-por-que-lula-foi-presos-e-por-que-ele-foi-solto.ghtml>. Acesso em: 22 nov. 2022.



RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. 2011. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/259328435_Redex_Sociais_na_Internet. Acesso em: 15 nov. 2022.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. 1999. Disponível em: <https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2016/03/cibercultura-pierre-levy.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2022.

DEBORD, Guy. A Sociedade do Espetáculo. 2003. Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2022.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teorias das Mídias Digitais. 2014. Disponível em: https://www.academia.edu/38817265/Lu%C3%ADs_Mauro_S%C3%A1_Martino_Teor%C3%ADa_Das_M%C3%ADdias_Digitais. Acesso em: 20 nov. 2022.

OLIVEIRA, Bruna Silveira de. Disputas acerca do politicamente correto no período eleitoral de 2018 A negação de conflitos identitários. 2020. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/download/2292/2067/13005>. Acesso em: 20 nov. 2022.

PACÍFICO, Marsiel; GOMES, Luiz Roberto. O espetáculo de si: uma proposição sobre a atualidade da sociedade do espetáculo. *Comunicações*, [s. l], p. 165-179, jan-abr. 2019. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-unimep/index.php/comunicacoes/article/view/3562>. Acesso em: 01 dez. 2022.