

EDITAL DE INSCRIÇÃO (RESUMO EXPANDIDO) - PROGRAMA DE PÓS
GRADUAÇÃO STRICTO SENSU COMUNICAÇÃO

**OS MEMES NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2022 À LUZ DA
SEMIÓTICA PEIRCEANA**

Christiano Fontes Blota (christianoblota@uol.com.br)

Na corrida eleitoral de 2022, incontáveis conteúdos on-line surgiram em referência aos presidenciáveis Jair Messias Bolsonaro (PL) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Apontados como defensores de ideais ideologicamente opostos, os candidatos deram origem a variados memes: imagens (estáticas ou em movimento) de caráter humorístico, sarcástico ou irônico que se espalham e se replicam na web.

Embora amplamente difundido entre os usuários das redes sociais, a expressão é originalmente atribuída ao biólogo evolutivo Richard Dawkins, que a teria cunhado no livro *O Gene Egoísta*, de 1976. Segundo Dawkins, um meme é qualquer comportamento que se transmite por imitação ou herança cultural. "[...] como os genes se propagam no 'fundo' pulando de corpo para corpo através dos espermatozoides ou dos óvulos, da mesma maneira os memes propagam-se no 'fundo' de memes pulando de cérebro para cérebro por meio de um processo que pode ser chamado, no sentido amplo, de imitação" (DAWKINS, 1976, p. 122).

Nesse sentido, Coelho (2014) acredita que os memes de internet são assim chamados tendo em vista a ideia de repetição de Dawkins, "afinal eles se multiplicam muito rapidamente, e são extremamente numerosos, tanto em

repetições como permutações de tipos conhecidos”. O professor Viktor Chagas explica que a caracterização de Dawkins envolve três possibilidades para o meme: “a fidelidade – ou seja, a capacidade de gerar de forma idêntica; a fecundidade – capacidade de gerar múltiplas réplicas de si mesmo; e a longevidade – a capacidade de perdurar no tempo. Essas propriedades ontológicas do meme definem seu potencial de replicabilidade e variação, isto é, como as ideias repercutem entre as pessoas. Grosso modo, elas indicam como a mensagem se propaga, mas não que mensagem é aquela ou por qual razão ela é propagada” (CHAGAS, 2020, p. 25).

Esses elementos combinados contribuiriam para esclarecer por que certos memes se tornam fenômenos globais e outros somem rapidamente. Além disso, reforça que a maneira como esses conteúdos são difundidos é relevante, tendo em vista que os “memes dependem dos meios para existir” (CHAGAS, 2020, p. 27).

Nesta tese, analisamos a produção desse tipo de material sob a luz das tricotomias peirceanas. Nossa questão-problema se coloca da seguinte forma: o que os memes que repercutem o resultado das eleições presidenciais de 2022 revelam sobre os candidatos pela perspectiva da semiótica de Peirce?

Nossa metodologia envolve, primordialmente, uma vasta pesquisa bibliográfica. O objeto de estudo foi retirado do X (antigo Twitter) e do aplicativo de mensagens Telegram no período do segundo turno das eleições de 2022: de 3 a 31 de outubro naquele ano (um dia após a abertura das urnas).

O objetivo desta pesquisa é analisar a semiótica dos memes em torno das eleições presidenciais de 2022, usando a teoria de Charles Sanders Peirce para entender de que forma essas imagens, vídeos e piadas visuais funcionam como formas de comunicação e de expressão de significados políticos e culturais. A proposta envolve três capítulos que se interligam, a saber: capítulo 1 – Meme é coisa séria: surgimento, disseminação e controvérsias; capítulo 2 – Das redes às urnas: a corrida presidencial em 2022; e capítulo 3 – Meme é signo: o conteúdo memético pela lente da semiótica peirceana.

No capítulo 1, entenderemos uma das características fundamentais do meme político, que é a presença de um humor contestador, de escárnio – seja para questionar um candidato à presidência que não esteja no mesmo espectro ideológico que o criador do meme, seja para transformá-lo em uma espécie de “herói”, de “salvador” ou algo que valorize determinada posição política ou ideológica.

Já no capítulo 2, contextualizaremos o leitor em relação às eleições à Presidência da República de 2022, com especial atenção ao segundo turno, quando uma polarização política tomou conta do Brasil. O momento dividiu os eleitores e praticamente os obrigou a escolher entre um candidato de direita ou um de esquerda política (da maneira que se entende atualmente esse processo).

Dessa forma, para que os memes sejam analisados do ponto de vista da semiótica de Peirce, é fundamental que o leitor conheça o cenário, o recorte das eleições brasileiras daquele momento. Caso contrário, seria impossível falar de ícone, índice e símbolo, por exemplo – conceitos de Peirce que veremos no capítulo 3. Se o intérprete não estiver inserido no contexto histórico, não conseguirá fisgar interpretantes do signo meme. A Folha de São Paulo, em 31 de outubro de 2022, cita a eleição de Lula e Bolsonaro como “sem precedentes”. Por isso, escolhemos esse momento da política brasileira.

Após contextualizar o leitor quanto ao humor nas entrelinhas, humor de protesto (capítulo 1) e traçar um panorama geral das eleições presidenciais de 2022 (capítulo 2), chegaremos ao capítulo 3, explicando um pouco da teoria de Peirce (semiótica), para que em seguida possamos entender o fenômeno meme como um signo e suas implicações no intérprete (ou a pessoa que vai interpretar o meme).

A análise do meme é fenomenológica. O fenômeno para Peirce é tudo o que vem a nossa percepção e à mente. Ele cita 3 categorias universais que apresentam o fenômeno, como primeiridade (ponto de vista das qualidades), secundidade (objeto) e terceiridade (pensamento, síntese intelectual).

A análise é concentrada no que se forma na mente de um intérprete quando se depara com um meme. Se o meme é um signo icônico, se assemelha a “algo”, uma “coisa”, o que isso vai causar na mente de determinada pessoa, que Peirce chama de interpretante? Em outras palavras, o meme enquanto signo icônico em relação ao seu interpretante lógico, do ponto de vista de rema, dicente e argumento. Que interpretante o signo vai gerar na mente do intérprete?

Observamos que um mesmo signo, no caso o meme, gera interpretantes e, dependendo do público e do contexto em que está inserido, o intérprete vai captá-lo de maneira singular. Quem fez o Bolsonarista rir, provavelmente não agradou o eleitor fiel do Lula.

O referencial teórico envolve nomes de estudiosos conhecidos no Brasil sobre semiótica, tais quais Lucia Santaella e Roberto Chiachiri, e acadêmicos voltados aos conteúdos meméticos, como Viktor Chagas e André Coelho. Esperamos, com esta pesquisa, entender, por meio da semiótica peirceana, como os memes atuam como signos na comunicação política, explorando sua estrutura e impacto social. Acreditamos que este trabalho pode contribuir para a investigação acadêmica de como os memes são produzidos e interpretados nas mídias digitais, direcionando a opinião pública.

Referências

CHAGAS, V. (org.). A Cultura dos Memes: Aspectos Sociológicos e Dimensões Políticas de Um Fenômeno do Mundo Digital. Salvador: EDUFBA, 2020.

CHIACHIRI, R. O Poder Sugestivo da Publicidade: uma Análise Semiótica. São Paulo: Editora Cengage Learning, 2011.

COELHO, A. L. P. F. "Brace yourself, memes are coming": formação e divulgação de uma cultura de resistência através de imagens da internet. Dissertação (Mestrado em Divulgação Científica e Cultural) - IEL/UNICAMP, 2014. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/Acervo/Detalhe/938032>. Acesso em 24 ago. 2025.

DAWKINS, R. O gene egoísta. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2007.

FOLHA DE S. PAULO. Lula x Bolsonaro: entenda por que 2022 foi uma eleição sem precedentes. Eleições 2022, 31 out. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/lula-x-bolsonaro-entenda-por-que-2022-foi-uma-eleicao-sem-precedentes.shtml>. Acesso em 24 ago. 2025.

SANTAELLA, L. A Teoria Geral Dos Signos. São Paulo: Cengage, 2000.

SANTAELLA, L. Semiótica Aplicada (2ª ed.). São Paulo: Cengage Learning, 2018.

Palavras-chave: memes semiótica peirceana política brasileira internet humor.