# LULA SEREIO E O DESENHO DAS EMOÇÕES NAS REDES SOCIAIS[1]

# LULA SEREIO AND THE CONFIGURATION OF EMOTIONS ON SOCIAL MEDIA

Mariana Carvalho[2] e Leticia Matheus[3]

***Resumo**: O artigo analisa o uso da ironia como ferramenta de construção de uma retórica política pelo cidadão, dentro de um contexto contemporâneo de polarização das emoções nas redes sociais. Neste caso, toma-se como objeto o caso emblemático da "curtida acidental" da foto, no Instagram, do presidente Luiz Inácio Lula da Silva por um de seus adversários em julho de 2018. Além de ter repercutido nos jornais, o episódio teve impacto imediato no Twitter. Foram 30 mil tweets com termos associados ao caso em 24 horas. A partir de uma análise semântica das hashtags e dos tweets mais replicados, traçamos as possíveis conexões intertextuais mobilizadas na disputa de sentidos para episódio, numa trama polissêmica organizada em torno da ironia. O objetivo é observar como esta figura de linguagem tem sido usada, e se compreendida ou não, dentro de jogos táticos de posicionamentos políticos.*

***Palavras-Chave:** Comunicação Política; Análise semântica; Emoções.*

***Abstract**: The article analyzes the use of irony as a tool for the construction of a political rhetoric by the citizen, within a contemporary context of the polarization of emotions in social media. In this case, the emblematic case of the "accidental like" of the photo in the Instagram of President Luiz Inácio Lula da Silva by one of his opponents in July 2018 is taken as an object. Besides having repercussions in the newspapers, the episode had an impact immediate on Twitter. There were 30,000 tweets with terms associated with the case in 24 hours. From a semantic analysis of the most replicated hashtags and tweets, we draw the possible intertextual connections mobilized in the dispute of meanings for episode, in a polysemic plot organized around the irony. The goal is to observe how this language figure has been used, and whether understood or not, within tactical games of political positioning.*

***Keywords**: Political Communication; Semantic Analysis; Emotions*

---

[1] Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Cultura Política, Comportamento e Opinião Pública do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade de Brasília (UnB), de 15 a 17 de maio de 2019.

[2] Doutoranda em Comunicação na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM-UERJ). Bolsista CAPES. E-mail: mcarvalhomariana@gmail.com

[3] Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM-UERJ), doutora em Comunicação. E-mail: leticia_matheus@yahoo.com.br.

## 1. Introdução

No dia 13 de julho de 2018, o deputado federal Eduardo Bolsonaro (PSL) curtiu, segundo ele, “por engano”, uma foto do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) no perfil oficial do presidente no Instagram, administrado pelo Instituto Lula. Na imagem (FIG. 1), Lula aparecia sorrindo, usando uma bermuda vermelha, sem camisa, caminhando pela beira do mar, numa praia do estado do Piauí. A composição lembrava as fotografias de revistas de celebridades em momentos de descontração em férias. Após a presidente Dilma Rousseff publicar um *print* da imagem com o “like” de Eduardo Bolsonaro, imediatamente, a “curtida por engano” se tornou um dos assuntos mais comentados nas redes sociais, sobretudo com a conotação de admiração homoafetiva. Terceiro filho do presidente Jair Bolsonaro, Eduardo e sua família de políticos basearam sua plataforma eleitoral em 2018 no antipetismo e no conservadorismo, o que incluía uma agenda anti LGBT.

FIGURA 1 – Postagem Lula Sereio
FONTE – Instagram, 2018.

A repercussão durou apenas um dia e não se pode afirmar que o caso tenha tido qualquer consequência significativa no decorrer da campanha eleitoral ou na situação legal do presidente Lula, que, na ocasião, estava preso. No entanto, o episódio, que ficou conhecido como o caso do “Lula Sereio”, teria representado um dos muitos ápices de tensionamento político anteriores às eleições de 2018. Acreditamos que o episódio permite enxergar não apenas a rapidez e a dinâmica do diálogo político nas redes sociais, mas sobretudo as estratégias argumentativas baseadas na ironia.

Neste artigo, desenvolvemos uma análise semântica dos 50 *tweets* mais replicados naquele dia, observando as principais linhas argumentativas, com destaque para a ironia. O *corpus* empírico foi coletado no próprio dia 13 de julho, por meio do *software* RStudio, e soma 30.066 *tweets* encontrados pela busca pelos termos “lula sereio”, “lula muso”, “lula praia”, “lula foto” e “lula bolsonaro”. O debate se inscreve, de forma mais ampla, nas pesquisas sobre a relação entre mídia e emoções, sobretudo em torno do uso das emoções como ferramenta retórica, tendo como recorte teórico específico o papel do humor e suas variáveis, tal como a ironia.

O caso permitiu observar ainda um tipo de exploração da imagem do presidente Lula improvável. A sensualidade é uma faceta que, na verdade, nunca foi associada ou trabalhada na imagem do operário e sindicalista que se tornou presidente. Nossa hipótese é que essa concepção da sensualidade foi consciente e amplamente explorada no caso para provocar irritação aos simpatizantes da família Bolsonaro. Esse tipo de recurso de linguagem não é incompatível com a tática da ironia, que trabalha com a polissemia, mas também com o ridículo. Observando a frequência de palavras nos tweets coletados, percebemos a sugestão de um relacionamento afetivo ou de paixão proibida, acentuando as contradições do antagonismo político naquele momento.

Acreditamos que a potência significativa deste caso tenha sido que, em vez de simplesmente debochar do adversário, os simpatizantes de Lula - que já havia sido preso por corrupção e lavagem de dinheiro pela Operação Lava-Jato e que era o pré-candidato pelo Partido dos Trabalhadores que disputaria as eleições com o pai de Eduardo Bolsonaro - ressignificaram seu próprio culto à personalidade, associando ao

presidente uma ideia de sensualidade e desejo. Ao fazerem isso, ao mesmo tempo em que aceitavam a tese da própria idolatria, descontruíam o argumento dos críticos ao evidenciarem a admiração, ainda que "equivocada", por parte do deputado do PSL, que se orgulha da sua postura agressiva, conservadora e "máscula". Assim, as redes acentuaram essa possibilidade de ressignificação dos discursos políticos e ressignificação de personagens e imagens por meio do humor.

## 2. Ironia na política

O episódio ficou conhecido como a "curtida por engano" mas também pelo epíteto "Lula Sereio". O substantivo "sereia" se tornou popular a partir da disseminação de um movimento chamado "sereísmo", em que homens e mulheres adotam cores, acessórios e até mesmo "costumes" das sereias – como o hábito de nadar com uma roupa que imita a cauda das sereias - e acabou se tornando um adjetivo para qualificar alguém místico e glamoroso. O movimento ficou conhecido no Brasil em 2016 com a viralização de um vídeo do YouTuber Davi Moreira, que aparecia "sensualizando" nas pedras da Praia do Arpoador, no Rio de Janeiro.

A atribuição do adjetivo "sereio" ao presidente Lula possui, de partida, uma série de interpretações possíveis. Em primeiro lugar, Lula seria, assim como as sereias, uma figura mitológica. Embora os militantes do então candidato Jair Bolsonaro o chamassem de mito, a "curtida por engano" de seu filho Eduardo poderia ser lida como se Lula também fosse um mito para ele, num gesto de admiração. Uma segunda leitura traria à tona a questão da sensualidade embutida na imagem da sereia, no caso, Lula caminhando sem camisa na beira da praia.

Neste caso, a ironia usada contra os fãs de Bolsonaro carregava em alguma medida uma visão preconceituosa sobre a homoafetividade, uma vez que ela era usada como elemento depreciador de Eduardo Bolsonaro. Por outro lado, o uso deste recurso de linguagem se justificava para zombar do discurso homofóbico do presidente, de seus filhos e militantes. Essas duas linhas argumentativas, a da admiração e a sedução, misturavam-se nos *tweets*, como estratégica irônica, conforme veremos adiante.

A ironia seria uma das muitas modalidades do riso. Bergson (1983) aponta três características fundamentais do riso: o humano, a insensibilidade e o coletivo. Para o autor, o riso não existe fora daquilo que é humano, e ainda que um animal ou objeto possa ser engraçado, eles só o são porque é possível enxergar características humanas neles. A comicidade também dependeria de uma certa insensibilidade, um afastamento emocional que nos permite rir daquele objeto. Bergson (1983) também defende que o riso não pode acontecer no isolamento, o cômico precisa do ambiente social, do contexto. Dessa forma, o riso é parte das relações sociais, é uma forma de interação com o mundo e com outros indivíduos, depende de nossa vivência, relações e organização social.

Como parte da vida social, o riso também pode ser político. Desde a Antiguidade, o riso já era compreendido como algo humano, próprio das relações sociais, mas também, já neste período da história, o riso assumia um caráter político e moral. Brait (2008) aponta a ironia socrática como a base da dialética grega. Ela era o recurso utilizado por Sócrates e seus seguidores nos debates públicos, uma forma de dialogar e construir dissonância. A ironia é, portanto, tão antiga quando a própria política. Minois (2003) também aponta para a relação entre o riso e a política desde a Antiguidade. Além de fazer parte da própria discussão política, o autor aponta que a derrisão – que seria um riso debochado, de escárnio – também era observado na cultura popular, quando imperadores, filósofos e até mesmo os deuses eram alvo de piadas agressivas e zombarias.

Esse tipo de humor político – baseado no deboche, na sátira e na ironia – ganhou muito espaço no século XIX, com o início da democracia e da imprensa livre, sendo a principal forma de humor daquele período (MINOIS, 2003). No entanto, ainda que a concepção e as formas de riso tenham mudado ao longo da história, para o autor o riso permanece sendo um modo de questionamento, de subversão da ordem, que penetra pelas fissuras do discurso e as alarga.

Bahktin (1987) também aponta a dimensão satírica do riso na Idade Média com forma de reorganizar a ordem, o poder e a autoridade. O riso burlesco ou satírico busca satisfação no rebaixamento das coisas elevadas. Na Idade Média, as “coisas elevadas” estavam ligadas a Igreja Católica e a religiosidade, ao que era santo e sacro

e, portanto, não poderia ser motivo de riso (BAHKTIN,1897). Nesse sentido, a tradição satírica subverteria uma organização vertical da sociedade, a ordem social e, através da humilhação e do deboche, devolve o poder ao oprimido.

Esse questionamento da ordem social contido no riso também pode fazer parte do universo político. No Brasil contemporâneo, o riso tem sido uma ferramenta eficiente de questionamento e crítica política. Cesar e Hoff (2017) analisam o coletivo Porta dos Fundos na tentativa de compreender como o escárnio e a ridicularização das instituições e figuras públicas se tornam instrumentos de contestação política. O coletivo é um exemplo de uso do humor no tratamento de questões contemporâneas como a Operação Lava-Jato e as delações premiadas, usando a ironia como forma de apresentar as contradições da política nacional.

Também neste sentido, Sarmento e Chagas (2017) utilizam o estudo do meme "Bela, Recatada e do Bar" para demostrarem como as redes sociais utilizam ironias e sátiras na construção de uma crítica política. O meme ironizava os adjetivos dados pela revista Veja a então primeira-dama Marcela Temer, após o golpe parlamentar sofrido pela presidenta Dilma Rousseff. Aqui, também podemos perceber o uso da ironia como forma de mobilizar pautas feministas em oposição ao conservadorismo crescente no país.

Essa capacidade de mobilizar o cidadão em torno de pautas políticas, observada no caso "Lula Sereio", tem para nós duas características importantes. A primeira diz respeito ao ambiente em que esse tipo de conteúdo político é disseminado. Nesse sentido, as mídias sociais são um espaço privilegiado de propagação esse tipo de conteúdo (JENKINS et al, 2014). Aqui destacamos a facilidade de remixar e recircular conteúdos, se apropriando dos mais diversos gêneros da cultura popular e erudita, e a velocidade com que esses conteúdos podem ser compartilhados nas mais diversas plataformas.

A segunda característica é o uso de linguagem simplificada e emotiva como forma de provocar interesse e criar relações afetivas entre o cidadão e temas políticos. Partindo de uma tipologia dos cidadãos em rede, Aldé (2017) afirma que parte dos eleitores, especialmente aqueles considerados desinteressados em política, se apoiam em simplificações e esquemas para compreenderem a política. "Ganham

relevo aspectos ligados aos afetos e sentimentos, e às imagens personalistas projetadas pelos líderes políticos (...)" (ALDÉ, 2017, p.162). Essas duas características também nos ajudam a compreender o caso "Lula Sereio" como um meme, especialmente a partir da definição de Chagas (2018) sobre meme político e sua intima relação com o marketing político. Podemos compreender, portanto, tanto o uso da ironia e dos memes, quanto a idolatria associada ao presidente Lula como estratégias de disseminação de informações políticas através das emoções, estratégia essa que usa o espaço das mídias sociais como ambiente privilegiado de propagação e ressignificação dos conteúdos.

Dessa forma, a ironia como uma forma de riso que explora profundamente essa subversão da ordem social e dos signos, tem sido uma ferramenta significativa de mobilização política *online*. Alavarce (2009) afirma que, no riso como um todo, mas especialmente na ironia, há um embate de vozes dissonantes que, através da disputa de sentido, permitem a construção da narrativa cômica, vozes dissonantes estas que se tornam ainda mais evidente em um espaço de múltiplas vozes como as redes sociais, especialmente no momento de crise política vivida pelo país.

A ironia se baseia no embate entre o que é dito e o que é visto e as mídias sociais facilitam a circulação desse tipo de conteúdo centrando na dissonância de sentidos. Essa incongruência pode ser identificada no caso do "Lula Sereio", tanto pela associação da imagem do ex-presidente com a mística das sereias, quanto a ideia de que o deputado Eduardo Bolsonaro poderia se interessar romanticamente por Lula.

## 3. A construção da imagem de Lula e Eduardo Bolsonaro

Sendo a ironia calcada no contraste entre o real e o discurso, é necessário compreender a construção política do presidente Lula e do deputado Eduardo Bolsonaro, e o contraste dessa imagem política ao "envolvimento romântico" dos políticos. A imagem do presidente Lula já foi trabalhada de muitas formas, passando do "radical" vermelho da década de 1980 ao "lulinha paz e amor" (LARANGEIRA, 2006), imagem com qual venceu as primeiras eleições em 2002. Nos últimos anos, entretanto, Lula foi sendo apresentado por seus apoiadores como um herói. Sobretudo a partir da Operação Lava-Jato e dos embates nas redes sociais, popularizou-se a

narrativa de que Lula foi capaz de diminuir as desigualdades sociais do país. Simultaneamente, seus opositores consolidaram a narrativa do presidente como o chefe de uma quadrilha que “roubou o país”.

A associação de Lula a uma ideia de sensualidade e desejo começa a se desenhar em abril de 2015, já durante a crise do governo de sua sucessora, Dilma Rousseff, em um vídeo divulgado pela equipe do ex-presidente, onde ele aparecia fazendo exercícios físicos e dando dicas de saúde ao lado de profissionais da área.[4] (FIG. 2) A partir do vídeo, Lula, já afastado da presidência há cinco anos, começa uma reaproximação com o público, em especial das redes sociais, sendo chamado de “Lula Maromba”.

FIGURA 2 – Lula Maromba
FONTE – Facebook, 2015.

[4] O vídeo mostra Lula dando dicas de saúde e exercício, na tentativa de desmentir os boatos de que Lula estaria doente e mostrar a disposição do político a disputar as eleições seguintes. Disponível em: https://www.facebook.com/watch/?v=803986389670363. Acesso em 14 de fevereiro de 2019.

No entanto, é apenas em fevereiro de 2017 que sua equipe passa a dar ênfase à imagem do desejo, através de montagens feitas com a música “Que Saudade do Meu Ex”, da sertaneja Marília Mendonça.[5] A partir dessa associação, surgem diversas páginas na internet em clima de nostalgia, desejando a volta do ex-presidente, e até publicações oficiais do ex-presidente[6] se apropriando da montagem replicada pelas redes sociais (FIG. 3).

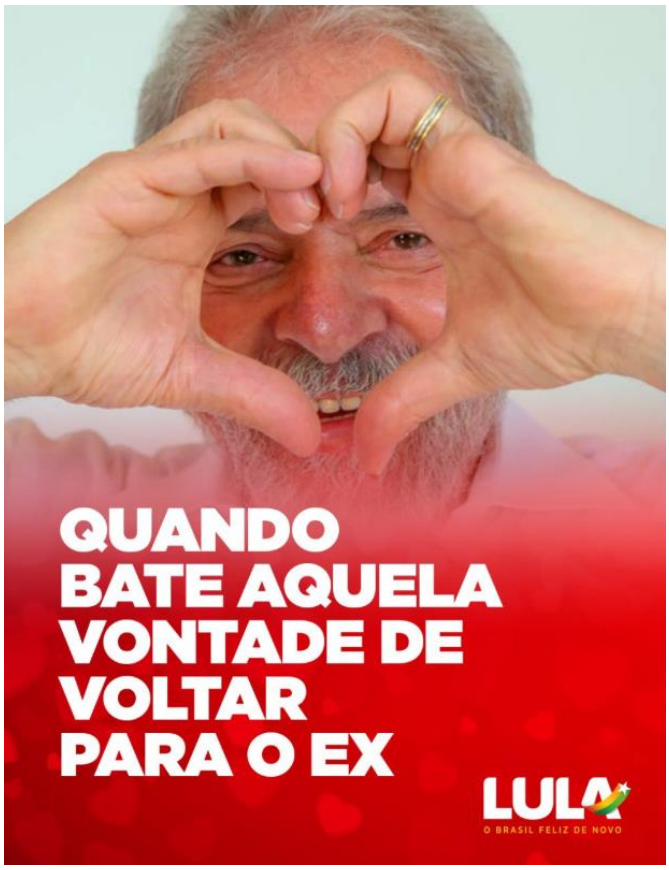


FIGURA 3 – Postagem de Dia dos Namorados
FONTE – Twitter, 2018.

[5] Na montagem aparecem imagens do ex-presidente Lula com a música da sertaneja ao fundo. Disponível em: https://www.facebook.com/watch/?v=176130546209813. Acesso em 14 de fevereiro de 2019.
[6] No dia 12 de junho de 2018, quando é celebrado o dia dos namorados, o perfil oficial de Lula no Twitter publicou uma foto do ex-presidente fazendo um coração com as mãos, com a frase “quando bate aquela vontade de voltar para o ex”. Disponível em: https://twitter.com/LulaOficial/status/1006568220420202496. Acesso em 14 de fevereiro de 2019.

Já o deputado Eduardo Bolsonaro cultiva uma imagem muito diferente da criada pelo “Lula Sereio”. Filho do presidente Jair Bolsonaro, o político fez sua carreira em cima da imagem de um homem viril, agressivo e ético, capaz de restaurar os valores da “família tradicional brasileira”. A família de políticos já foi acusada de machismo, homofobia e outras formas de preconceito. Eduardo chegou a ser denunciado pela Procuradoria Geral da República por ameaçar a jornalista Patrícia Lelis, que afirma ter sido namorada do parlamentar por três anos.[7]

O deputado comemorou a prisão de Lula e usava com frequência adjetivos como “bandido”, “corrupto”, “ladrão” para se referir ao antigo presidente, chegando a afirmar que ele criaria um novo Comando Vermelho na prisão (FIG. 4).

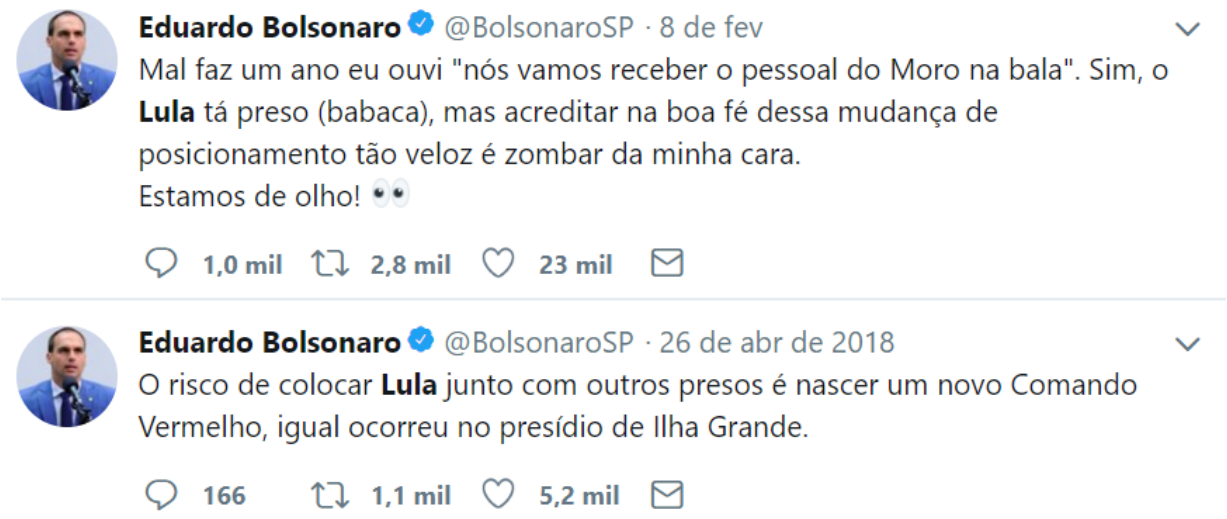


FIGURA 4 – Tweets de Eduardo Bolsonaro
FONTE – Twitter, 2018.

Enquanto seus opositores tentavam marcar a identidade criminosa de Lula e dos petistas em geral, a reação dos cidadãos contrários ao golpe foi localizar em Lula um símbolo – como ele mesmo disse, uma ideia – que pudesse concentrar a força reativa e de resistência. Esse movimento acabou criando um efeito de polarização política,

[7] Na denúncia, estão anexadas mensagens trocadas entre o parlamentar e a jornalista. Eduardo se declarou inocente. A denúncia completa está disponível em: http://www.mpf.mp.br/pgr/documentos/copy_of_DennciaEduardoBolsonaroTarjado.pdf. Acesso em 26 de fevereiro de 2019.

expresso, entre outras formas, pelo culto à personalidade de Lula, culto este muitas vezes real, mas sobretudo como um efeito do antagonismo discursivo. O “Lula Sereio”, sensual, seria o auge dessa polarização, uma afronta à imagem viril e heteronormativa exaltada pela família Bolsonaro.

Segundo Amaral et al (2015), um recurso bastante explorado na cultura dos memes é a autoironia que, neste caso, foi usada pelos “fãs” de Lula mas também se voltou contra a figura do presidente, como podemos observar nas montagens abaixo (FIG. 6). Na primeira, observamos a idolatria ao presidente Lula, por meio de uma montagem divulgada no Twitter que compara o ex-presidente ao personagem cinematográfico Aquaman, que tem habilidades “de sereia”. Na segunda, observamos essa mesma comparação sendo reapropriada, dessa vez com o objetivo de criticar Lula, também através da ironia e com a temática dos sereios. Essa disputa de sentidos a partir do uso de outros memes e episódios da cultura popular e da política será visto também a seguir, na análise dos tweets coletados.

FIGURA 6 – Montagem Lula e Aquaman
FONTE – Twitter, 2018.

No entanto, aqui cabe ressaltar que apesar dessa ironia ser um recurso fundamental do modo de se compreender e fazer política nas mídias sociais, e os

memes serem uma nova expressão desse recurso, a estrutura básica dessa forma de comunicação pode ser vista desde a Antiguidade, como já apontado neste trabalho.

Ainda que as mídias sociais tenham provocado mudanças significativas nas dinâmicas socias forma de organização da nossa sociedade, impactando na vida política (BEER, 2013), as disputas por sentidos e, consequentemente, pelos espaços de poder, são parte integrante da vida política, manifestada através do culto a personalidade, da ironia e da construção de figuras públicas midiáticas e midiatizáveis.

Essas formas de ressignificação da imagem das figuras públicas são, portanto, além de uma forma do cidadão disputar narrativas e participar do processo político, uma forma de propaganda política (CHAGAS, 2018). Essa propaganda pode ganhar contornos oficiais, como observado na postagem da equipe do presidente associada a música “Que Saudade do meu Ex” (FIG. 3), e também pode acontecer por meio da atuação do cidadão comum, como na ilustração de Renata Nolasco (@atxnolasco) em que Lula aparece com rabo de sereia (FIG. 5), rodeado por elementos que compõe sua “mística” pública: um copo de bebida, um boné do MST e uma estrela vermelha.

FIGURA 5 – Ilustração do Lula Sereio
FONTE – Twitter, 2018.

## 4. Do Twitter para a política: Lula Crush e Eduardo Stalker

No episódio do “Lula Sereio”, o presidente foi retratado como um “crush” desejado por Eduardo Bolsonaro, identificado como “stalker”. Para procurar os rastros dessas confrontações discursivas, foram coletadas através do software RStudio, no dia 13 de julho de 2018, 30.066 tweets com os termos “lula sereio”, “lula muso”, “lula praia”, “lula foto” e “lula bolsonaro”. Os termos foram selecionados a partir de uma coleta anterior, onde foram verificadas as palavras mais frequentes associadas ao termo “lula bolsonaro” no dia do caso. A partir dessa coleta, também através do software RStudio, foi gerada uma nuvem de palavras que permite a análise dos termos mais frequentes nos tweets (FIG. 7).

FIGURA 7 – Nuvem de palavras Lula Sereio
FONTE – Twitter, 2018.

Por meio da nuvem podemos identificar as palavras tuitadas com mais frequência durante o dia 13 de abril. Os principais termos se referem ao próprio fato, como “lula”, “foto”, “curte”, “praia”, “bolsonaro”, “camisa” e “piauí”. Além da descrição do fato, aqui podemos destacar o destaque dado para a o fato do presidente estar sem camisa na foto, já indicando uma relação com o possível interesse amoroso de Eduardo Bolsonaro. O termo “querer” e “escondido” também aparece com frequência, indicando a dúvida no interesse velado do deputado.

Como é possível identificar, apesar do caso ter se tornado conhecido nas redes sociais como “Lula Sereio”, o termo não está entre os mais frequentes na nuvem de palavras. Acreditamos que isso aconteça justamente pela dissonância entre a imagem do ex-presidente e de uma sereia, que a torna tão popular na internet e acabou

ganhando mais projeção durante o processo eleitoral de 2018, apesar de ter seu início com a foto na praia do Piauí. No lugar deste adjetivo, temos outras palavras típicas das redes sociais, como “crush”, “stalkear’ e em menor frequência “homão” e “fraquejou”.

Entre estes termos identificamos aqueles que se referem a Lula, como “crush”, palavra de origem inglesa comumente usada como gíria no Brasil para se referir ao objeto de paixão de alguém, e “homão”, parte da expressão “homão da porra” tipicamente usada nas redes sociais para se referir a um homem com muitas qualidades. Também é possível identificar os temos que se referem a Eduardo Bolsonaro, como “stalker”, que também é um termo de origem inglesa que significa perseguidor, no Brasil ela é usada para se referir a quem segue de forma obsessiva um interesse amoroso.

“Fraquejou” também se está ligada a Eduardo e faz referência a uma declaração dada pelo pai Jair Bolsonaro durante uma palestra no dia 3 de abril de 2017, na sede do Clube Hebraica, no Rio de Janeiro. Durante a palestra, o presidente afirma que teve quatro filhos homens e no quinto filho “deu uma fraquejada” e teve uma mulher[8]. O uso da expressão para se referir ao deputado também pode ser compreendida como uma forma de ironia, já que a palavra usada para descrever a filha mulher por Bolsonaro é reapropriada para se referir ao comportamento do filho.

Para uma análise mais detalhada, analisamos os 50 textos mais retuitados pelos usuários. Para selecionarmos essa amostra, excluímos os *tweets* de portais e agências de notícia, para termos uma amostra apenas dos conteúdos postados pelos usuários. Esse recorte foi importante porque o *tweet* do Jornal O Globo falando sobre o caso teve mais de 400 *retweets*. Dentre os 50 *tweets* filtrados, selecionamos cinco *tweets* que exemplificam os principais argumentos utilizados pelos usuários e o contexto dos termos citados acima.

[8] “Eu tenho cinco filhos. Foram quatro homens, aí no quinto eu dei uma fraquejada e veio uma mulher”, disse o presidente. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=2YaLo74yLoY. Acesso em 27 de março de 2019.

FIGURA 8 – Tweet 1
FONTE – Twitter, 2018.

No tweet (FIG.8), observamos como a linguagem das mídias sociais são reaproriadas de forma irônica para comentar o caso. Aqui se explora uma situação “cotidiana” vivida por usuários das mídias sociais, investigando a vida (*stalkear*) do seu interesse amoroso (*crush*) e curtindo a foto de maneira não intencional. Assim, a ambiência nas mídias sociais e o contexto dos personagens políticos são fundamentais para que se compreenda o humor na postagem.

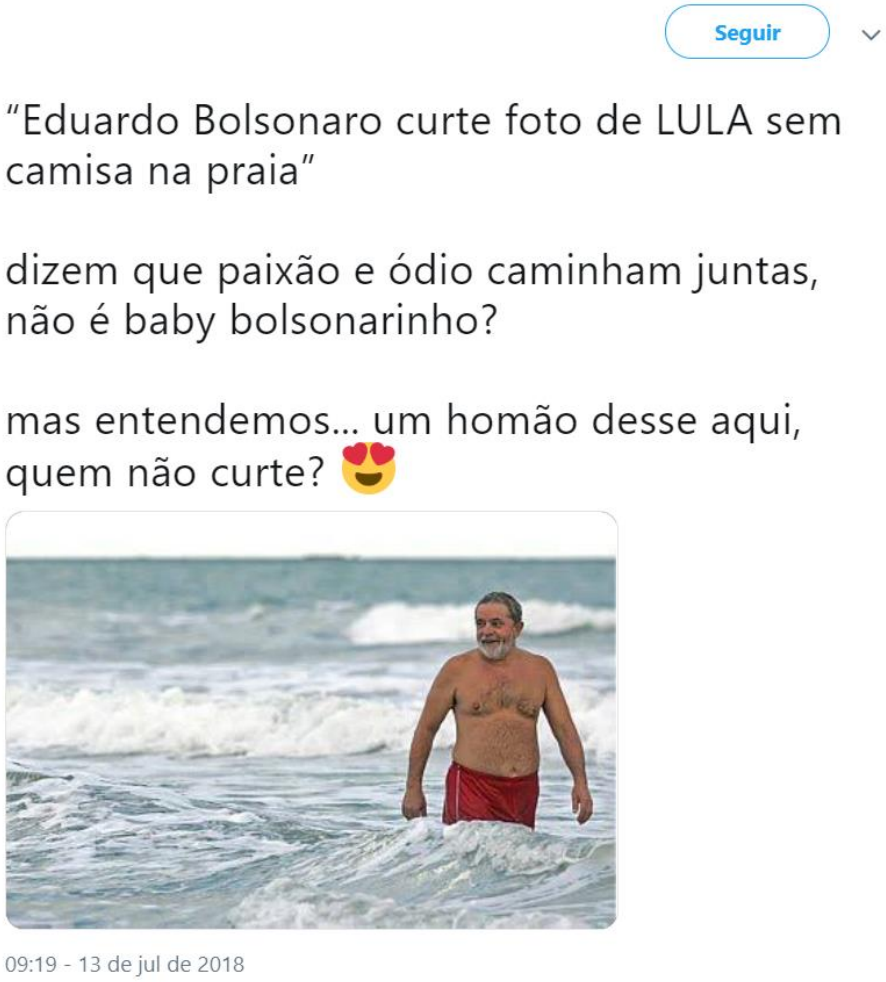


FIGURA 9 – Tweet 2
FONTE – Twitter, 2018.

Em outro tweet analisado (FIG. 9), novamente observamos o usuário relacionando a curtida acidental a um fato cotidiano e que poderia acontecer com todos. Essa “familiaridade” sugerida, no entanto, não pareceu ter como objetivo dar suporte ou demostrar simpatia com Eduardo Bolsonaro. Ela teria sido uma forma de debochar do deputado, contrastando exatamente com a imagem de uma virilidade heteronormativa, admirada pelos apoiadores da família Bolsonaro. Além de ridicularizar o deputado, o *tweet* exaltava, contrariamente, a masculinidade de Lula, pelo uso da palavra “homão”. Aqui, podemos observar com mais clareza a ressignificação da idolatria ao ex-presidente.

FIGURA 10 – Tweet 3
FONTE – Twitter, 2018.

No tweet acima (FIG. 10), um internauta publica um deboche sobre a idolatria que estaria associada a Lula até por seus adversários, indicando uma fixação fetichista do desejo. Assim, a perseguição a Lula seria na verdade expressão de um desejo reprimido.

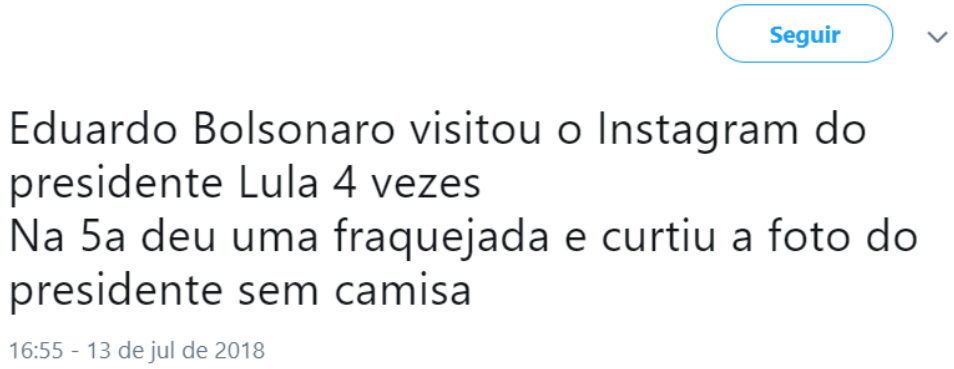


FIGURA 11 – Tweet 4
FONTE – Twitter, 2018.

Neste outro tweet (FIG. 11), foi feita referência feita à declaração de Jair Bolsonaro sobre sua "fraquejada", quando ele disse publicamente que teve uma filha mulher porque fraquejou "na quinta vez"[9], no dia 3 de abril de 2018, durante uma palestra no Rio de Janeiro. Observa-se aqui uma tentativa dos usuários de produzirem uma síntese da família, como uma figura única, de modo a atingir indiretamente o próprio candidato Jair Bolsonaro. Eles usavam a imagem criada pelos próprios Bolsonaros de "virilidade" e "força" em oposição à curtida da foto de Lula sem camisa. A utilização da declaração do presidente Jair para deslegitimar o próprio filho foi outra expressão da ironia produzida no caso "Lula Sereio". Foi criada uma dissonância entre o contexto da fala e o contexto em que ela foi usada, novamente com o esforço de ridicularizar Eduardo Bolsonaro, associando a ele uma imagem de fraqueza.

[9] Frase completa: "Eu tenho 5 filhos. Foram 4 homens, a quinta eu dei uma fraquejada e veio uma mulher".

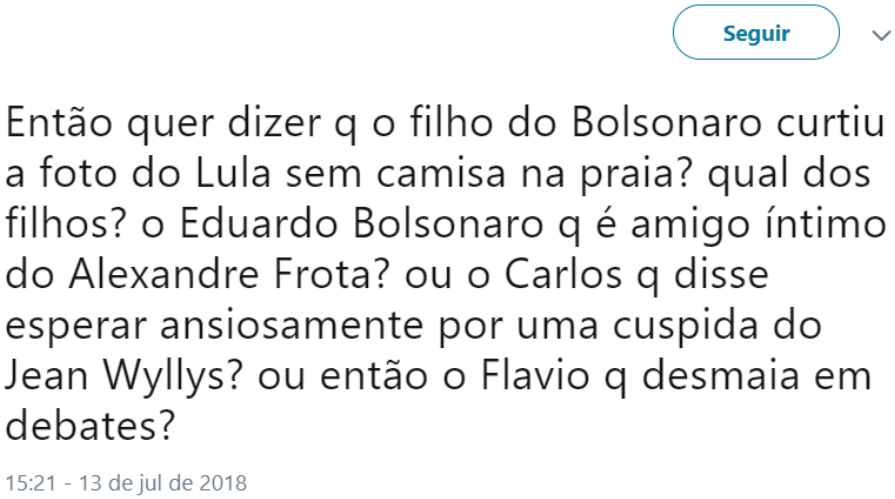


FIGURA 12 – Tweet 5
FONTE – Twitter, 2018.

Outro internauta (FIG. 12) faz a referência a outros episódios envolvendo a família Bolsonaro. A usuária relembra outras situações envolvendo os filhos do presidente Jair Bolsonaro e novamente questiona a virilidade e força associada a família. A referência a Alexandre Frota, eleito deputado federal em 2018 pelo partido da família Bolsonaro, dá-se pelo passado de Frota como ator pornô. Insinua-se, portanto, uma relação homoafetiva entre os deputados, sobretudo pelo fato de alguns dos longas-metragens de Frota terem cenas de sexo entre homens.

A referência à Jean Wyllys seguiu o mesmo caminho. No entanto, Wyllys, deputado declaradamente homossexual e defensor de uma agenda em defesa dos direitos da população LGBT, fazia oposição à família e foi repetidas vezes atacado por Bolsonaro e seus seguidores. Já o terceiro questionamento faz referência ao desmaio de Flávio Bolsonaro durante um debate nas eleições para a prefeitura do Rio de Janeiro em 2014, questionando novamente a força e a virilidade da família.

De forma geral, todas as cinco postagens questionam a imagem viril e máscula associada a família Bolsonaro, fazendo referência a episódios em que essa postura foi alvo de críticas. Aqui, o objetivo dos comentários é o de ridicularizar essa imagem masculina, apresentando em oposição, inclusive, um Lula sensual e místico, distinto

da imagem de operário que era dominante na carreira do ex-presidente. Dessa forma, ao mesmo tempo que é colocada em dúvida o modelo de masculinidade da família Bolsonaro, os usuários distanciam Lula dessa imagem, o associando a um tipo de masculinidade mais contemporâneo e fluído.

No entanto, também cabe observar que, apesar dos usuários criticarem as posturas homofóbicas da família Bolsonaro, o principal argumento para ridicularizar os filhos do presidente é a ideia de que eles poderiam ter algum interesse afetivo por outros homens. Essa análise evidencia o caráter ambíguo da ironia, que não só apresenta dissonâncias entre as diferentes imagens do político, mas entre o próprio discurso dos simpatizantes, apontando para o caráter conflituoso da própria política.

## 5. Considerações finais

Neste trabalho, buscamos evidenciar o uso da ironia como ferramenta de ressignificação das narrativas políticas nas mídias sociais analisando os tweets que circularam nas mídias sociais após a curtida de Eduardo Bolsonaro à uma foto do presidente Lula na praia, episódio batizado de “Lula Sereio”. Por meio da análise de nuvem de palavras e da análise individual dos tweets mais replicados, observamos padrões similares no argumento dos usuários e a presença dominante da ironia como forma de ressignificar as figuras públicas envolvidas no episódio.

Os tweets se utilizam de elementos próprios da vida digital, como a curtida acidental e os termos “crush” e “stalker” para transformarem a ação de Eduardo Bolsonaro em um meme capaz de circular nas mídias sociais. Através da ironia, que usa a dissonância de sentidos como forma de provocar humor, as imagens do presidente Lula e da família Bolsonaro são ressignificadas, com a intenção clara de ridicularizar Eduardo Bolsonaro e apresentar Lula como uma figura desejável.

Visto que o episódio aconteceu próximo as eleições presidenciais de 2018 e que naquele momento o presidente Lula, apesar de preso, era apresentado como candidato favorito, seguido por Jair Bolsonaro, esse episódio foi explorado pelos usuários – e militantes políticos – como forma de inflar a imagem de Lula e, ao mesmo tempo, desgastar a imagem da família Bolsonaro. Dessa forma, ainda que não seja

possível afirmar que a ação tenha sido organizada por grupos militantes com uma agenda clara, o caso pode ser compreendido como uma forma de propaganda política de Lula – seja ela intencional ou não.

Apesar desta ser uma estratégia eficiente na circulação e simplificação dos conteúdos políticos, facilitando a entrada do cidadão comum no debate político, a idolatria em torno da figura do presidente Lula, em oposição a família Bolsonaro também acentua a polarização política já existente no país – em especial nas mídias sociais. Essa polarização alimentada pelos memes e pelo tratamento emotivo, constroem uma narrativa política melodramática de vilões e mocinhos, deixando de lado a complexidade da política.

Por outro lado, ainda que superficiais, essas estratégias de comunicação política também nos apresentam significativas ferramentas de disputa de sentidos e – em última instância – de poder, evidenciando as possibilidades do ativismo digital no fortalecimento da participação popular. O uso da linguagem emotiva, especialmente o humor, tornam essa participação prazerosa e desejável, ainda que impossibilite o debate mais profundo de ideias. Dessa forma, ainda que com limitações, essa pesquisa se propõe a iniciar uma discussão sobre o papel da ironia no debate político nas mídias sociais, especialmente no que se refere a capacidade de ressignificar a narrativa política e a própria atividade política.

## Referências

ALDE, Alessandra. A construção da política: cidadão comum, mídia e atitude política. In: BORBA, Felipe; ALDE, Alessandra. Eleições, opinião pública e comunicação política no Brasil contemporâneo: homenagem a Marcus Figueiredo. Rio de Janeiro: Ed UERJ, 2017.
AVALARCE, Camila da Silva. O riso e suas refrações: um estudo sobre a dissonância na paródia e no riso. São Paulo: Editora Unesp, 2009.

BAKHTIN, Mikhail. A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais. São Paulo e Brasilia: Hucitec e UnB, 1987.

BEER, David. Popular Culture and New Media: The Politics of Circulation. New York: PALGRAVE MACMILLAN, 2013.

BERGSON, Henri. O Riso: ensaio sobre a siginificação do cômico. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1983.

BRAIT, Beth. Irônia em Pespectiva Polifônica. Campinas: Editora da Unicamp, 2008.

CESAR, Camila Moreira; HOFF, Rafael Sbeghen. O Humor e a Produção de Sentido da Política: o caso do coletivo Porta dos Fundos. Rio Grande do Sul: VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 2017.

CHAGAS, Viktor. A febre dos memes de política. Revista FAMECOS (Porto Alegre), v. 25, n. 1, janeiro, fevereiro, março e abril, 2018.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

LARANGEIRA, Álvaro. O polimento da imagem pública de Luiz Inácio Lula da Silva passando pelos conceitos de hegemonia, política de opinião e simulacro. Disponível em: http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/117/116. E-Compós, v.7, 2016.

MINOIS, George. História do Riso e do Escárnio. São Paulo: Editora Unesp, 2003.

SARMENTO, Rayza; CHAGAS, Viktor. Bela, Recatada e do Bar: memes de internet, política e gênero. Rio Grande do Sul: II Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 2017.

AMARAL, Adriana; BARBOSA, Camila; POLIVANOV, Beatriz. Subculturas, re(a)presentação e autoironia em sites de rede social: o caso da fanpage “Gótica Desanimada” no Facebook. Revista Lumina (Juiz de Fora), Vol.9 • no2 • dezembro 2015.