

Quando o Brasil voltou a rir: a circulação do meme “Patriota do Caminhão”¹

Viviane Borelli²
Isabel Löfgren³

O objetivo da reflexão é mostrar algumas pistas iniciais da circulação do meme que ficou conhecido como o “Patriota do Caminhão” nas processualidades complexas das sociedades em midiatização. A pesquisa está em desenvolvimento e integra o projeto “Mediatização: inferências empíricas, epistemológicas e metodológicas da pesquisa de mídia no Brasil e na Suécia” (Capes/Stint), no qual as duas pesquisadoras realizam investigação.

Antes de abordar a proposta de investigação, é preciso detalhar alguns aspectos relativos ao contexto em que o meme surge para depois poder detalhar como a investigação está sendo realizada. As eleições presidenciais brasileiras de 2022 foram marcadas por muitos fatos, denotando a complexidade desse momento histórico para o país. Dia 30 de outubro, o então presidente Jair Messias Bolsonaro foi derrotado por Luís Inácio Lula da Silva e não reconheceu a vitória do petista. Bolsonaro saiu da cena pública brasileira até o dia 1º de novembro, quando, num pronunciamento de dois minutos⁴, agradeceu aos apoiadores e os votos recebidos nas urnas, sem, entretanto, reconhecer a derrota.

O silêncio do presidente, somado à crescente mobilização de apoiadores radicais e à proliferação de conteúdos⁵ de origem questionável, gerou repercussões nunca antes vistas no

¹ Trabalho apresentado no Big Data, ciência dos dados, tecnologias algorítmicas e midiatização do XVI Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Universidade Federal de Santa Maria/RS, realizado nos dias 04 a 07 de dezembro de 2023.

² Docente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM/UFSM). Coordenadora do Grupo de Pesquisa Circulação Midiática e Estratégias Comunicacionais (CIMID/UFSM). Email: viviane.borelli@ufsm.br.

³ Professora em Mídia e Comunicação da Södertörn University, Estocolmo, Suécia. E-mail: isabel.lofgren@gmail.com

⁴ UoL, ‘Pronunciamento de Bolsonaro: veja o discurso completo do presidente após derrota nas eleições’, Youtube, 1 November 2022

⁵ Não é foco do artigo discutir os conceitos de fake news, desinformação, por isso vamos fazer referência apenas a conteúdos, mensagens, sem entrar na discussão teórica sobre tais termos e distintas perspectivas no campo da Comunicação.

contexto político brasileiro. As instituições democráticas foram questionadas e houve disseminação da ideia de que uma intervenção militar era algo eminente em função de uma possível fraude nas urnas⁶. Um dia após as eleições presidenciais, caminhoneiros bloquearam o trânsito em rodovias de norte a sul do Brasil. No dia 2 de novembro, atos antidemocráticos foram registrados em frente a quartéis de 24 estados brasileiros e no Distrito Federal. Após esses atos, grupos bolsonaristas passaram a ocupar espaços junto a quartéis por todo o Brasil e montaram-se acampamentos em rodovias estaduais e federais.

Para compreender tal fenômeno, recorremos aos conceitos de midiaticização, problematizados por autores como Couldry e Hepp (2020) e de circulação a partir das abordagens de Fausto Neto (2008), Braga (2017), Carlón (2021). Para Couldry e Hepp (2020, p. 59). “o que temos de focalizar é o ambiente midiático em transformação, ou seja, a totalidade dos meios de comunicação disponíveis em um dado ponto no espaço-tempo”. Os autores refletem sobre o fenômeno da midiaticização a partir de três ondas: a mecanização, a eletrificação e a digitalização. Eles também sinalizam para uma quarta onda, a dataficação, que está atrelada à contemporaneidade em que vivemos no que nomeiam como midiaticização profunda, ou seja, as mídias estão tão presentes em nosso cotidiano de modo que nossas vivências e sociabilidades são afetadas.

É através de distintas processualidades no âmbito das sociedades em midiaticização que as mobilizações para tais atos antidemocráticos aconteceram, especialmente, por meio da disseminação de mensagens em distintas redes sociais midiáticas, como Twitter (atualmente “X”), Facebook, Instagram, Tik Tok, além da circulação massiva em grupos radicais bolsonaristas, tanto no WhatsApp quanto no Telegram⁷. A regulação das mídias

⁶ G1, maior portal de informações do Brasil e pertencente à Rede Globo de Comunicação, fez checagens de algumas informações que circulavam no Telegram, WhatsApp, Facebook, Instagram, Tik Tok, Youtube, como da fraude nas urnas. ‘É fake que 51 milhões de votos foram roubados de Bolsonaro’, *G1*, 1 novembro 2022. <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/eleicoes/noticia/2022/11/07/e-fake-que-51-mihoes-de-votos-foram-roubados-de-bolsonaro.ghtml>.

⁷ Monitoramento feito pelo professor Fabricio Bevenuto de Souza da UFMG mostrava, durante as eleições, tais movimentações. Disponível em: <http://www.monitor-de-whatsapp.dcc.ufmg.br/>

sociais⁸ no Brasil tem sido um tema recorrente desde as eleições presidenciais de 2018. Entretanto, foi no processo eleitoral de 2022 que o tema voltou com mais intensidade, com protagonismo de autoridades jurídicas brasileiras, como o STF - Supremo Tribunal Federal e o TSE - Tribunal Superior Eleitoral (Borelli, 2022). Foram firmados acordos entre os gestores de plataformas digitais e o STF, entre eles a coibição da circulação de mensagens falsas, a retirada do ar de conteúdos antidemocráticos, bem como a limitação de funcionalidades que permitem a disseminação massiva de mensagens em grupos do Telegram e no WhatsApp. No Brasil, na contramão de uma tendência mundial, o WhatsApp liberou apenas em janeiro de 2023 a função “comunidades”, que permite a participação de até 5 mil integrantes.

No Telegram, um grupo pode ser constituído por até 200 mil pessoas, ou seja, instantaneamente pode-se alcançar milhares de forma “massiva”. É nesses grupos que muitos dos atos antidemocráticos foram articulados de forma mais enfática. Em 2022, a estimativa era que os canais com mais integrantes no Brasil estivessem de alguma forma ligados ao presidente Jair Bolsonaro, de seus filhos e apoiadores. Num dos acordos com o STF, o Telegram anunciou que monitoraria os 100 canais públicos mais populosos no país, o que fez com que alguns grupos pró bolsonaro fossem suspensos durante o ano. Como já problematizado em outra reflexão, o processo eleitoral brasileiro foi perpassado por constantes embates do ponto de vista jurídico com os gestores das redes sociais midiáticas. Mesmo com essas poucas iniciativas por parte das autoridades que representam as instituições democráticas, não foi possível controlar a proliferação de mensagens entre grupos bolsonaristas radicais que, após a derrota em 30 de outubro, mobilizaram-se para atos antidemocráticos e golpistas.

⁸ VAN DIJCK, J; POELL, T.; DE WAAL (2018) problematizam o fenômeno de plataformização da sociedade, o que não poderá ser aprofundado neste momento, mas que trata da regulação das mídias, a economia política e sua governança.

Neste contexto complexo das sociedades em midiatização, como dito, elegemos para análise a circulação do meme intitulado “Patriota do Caminhão”. A história do surgimento do meme é tão singular quanto sua repercussão, a ponto de estar entre os melhores memes de 2022 segundo sites jornalísticos e da área de comunicação e tecnologia e de figurar nas retrospectivas dos memes que mais repercutiram no ano passado ⁹.

Em 2 de novembro, segundo dia de protestos de caminhoneiros contra o resultado das eleições e bloqueio de rodovias, um empresário da cidade pernambucana de Caruaru foi até um ponto de bloqueio na BR-232, para levar alimentos aos participantes. Num dado momento, Junior Cesar Peixoto, de 41 anos, percebeu que um caminhão furara o bloqueio e tentaria pará-lo. Foi então que a cena inusitada ocorreu: o homem subiu na parte da frente do caminhão e agarrou-se ao para-brisas do caminhão. As imagens, que viralizaram inicialmente no formato vídeo a partir do dia 3, foram captadas de dois ângulos: pelo motorista do caminhão – que permite ver o rosto do comerciante - e por pessoas que passavam pela rodovia – ângulo que possibilita a visão do caminhão em movimento e do manifestante pendurado à frente do veículo (abaixo).

⁹ Do patriota do caminhão á tapioca homofóbica: relembre os memes de 2022’, *Folha de S. Paulo*, 15 dezembro 2022. <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/hashtag/2022/12/do-patriota-do-caminhao-a-tapioca-homofobica-relembre-os-memes-de-2022.shtml>.



Os vídeos rapidamente circularam tanto em mídias massivas quanto nas distintas redes sociais midiáticas e no WhatsApp, que Carlón (2021) nomeia como um sistema específico, o underground. Como o Brasil é o segundo país com mais número de usuários do mundo, muito provavelmente boa parte dos brasileiros também tomou conhecimento do meme pelo aplicativo de trocas de mensagens instantâneas. Logo o formato de vídeo transformou-se e multiplicou-se em imagens, montagens, colagens, lives com inserção de imagens, postagens de influenciadores e apoiadores do presidente eleito Lula, como de Felipe Neto.

A circulação do meme se intensificou nos dias 3 e 4 de novembro de 2022. Outra questão a ser destacada é que, inicialmente, o fato foi noticiado como “homem pendurado a caminhão” e, depois, como “bolsonarista do caminhão”, mas diante de seu caráter viral, como

aponta Shifman (2014), o meme passou a ser nomeado como “patriota do caminhão”, inclusive em repositórios de memes internacionais como ‘Truck Patriot’.¹⁰

A mudança de nome está relacionada ao modo como os apoiadores se autodenominam e remete à apreensão por parte de brasileiros contrários aos atos antidemocráticos (PIRES, 2022). Aconteceram distintas mobilizações em contrafluxos, por meio da formação de outros circuitos comunicacionais (Braga, 2017), para mostrar, por meio de distintas semioses (Verón, 1996, 2004, 2013) e, nesse caso, por meio de um discurso humorístico (Borelli, Regiani; 2017) e de resistência (Borelli, Dalmolin, Feliciani e Regiani, 2021) que os atos golpistas beiravam o improvável, o absurdo.

Segundo o museu de memes, na avaliação dos curadores passou de um “remix para um exploitable” e, ao ser mencionado continuamente, “pode ser classificado como um Catchphrase”, permitindo distintas narrativas, performances, discursividades e estéticas (LÖFGREN,, 2019; Borelli e Regiani, 2017). No Google Brasil, os termos “patriota do caminhão” retornam com 430.000 resultados em novembro de 2023, o que nos dá mais pistas sobre o caráter de espalhamento e viral do meme (Shifman, 2014).

Como vêm sendo problematizado pelas autoras, a interdiscursividade é um fator central na constituição memética. O meme tomou forma por discursos distintos e não ficou restrito à circulação em redes sociais midiáticas, pois materializou-se em brinquedos, fantasias de Carnaval, objeto de decoração, como tapetes e estampas em quadros, por exemplo.

Compreendemos que as distintas reconfigurações do meme, que foi posto em circulação em processualidades complexas das sociedades em midiatização, denotam movimentos ativistas por parte da esquerda, que estava na defensiva diante das milícias digitais bolsonaristas. Como defende Shifman (2014), o meme é um artefato cultural típico

¹⁰ ‘Patriota do Caminhão/Truck’s Patriot: part of a series on 2022 Brazilian General Election’, *Know Your Meme*, 10 December 2022. <https://knowyourmeme.com/memes/patriota-do-caminhao-trucks-patriot>

dos meios digitais e, acrescentamos, é também uma expressão cultural brasileira e uma arma de combate e resistência política (Borelli e Löfgren, 2023).

Palavras-chave

Mediatização; circulação; meme; patriota do caminhão.

Referências

BORELLI, V. Mediatization, circulation and interaction on platforms: From the pandemic to the context of elections in Brazil. *Palestra* no Higher Seminar in Media and Communication Studies, do DEPARTMENT OF MEDIA & COMMUNICATION STUDIES na Södertörn University, Estocolmo, Suécia, 2022.

BORELLI, Viviane; LÖFGREN, Isabel. Around the World with the ‘Truck Patriot’: Memetization and the Circulation of Laughter in the 2022 Post-Election Period in Brazil. No prelo, 2023.

BORELLI, Viviane e REGIANI, Herivelton. ‘Memetizing and Mediatizing: memes as an evangelical discursive strategy’. *ESSACHESS - Journal for Communication Studies* Vol. 10 (2017).

BORELLI, Viviane; DALMOLIN, Aline; FELICIANI, Márcia Z; REGIANI, Herivelton. ‘O Riso como Resistência: Memes contra Bolsonaro no Contexto da Pandemia’, *Anais do 44º Congresso brasileiro de ciências da comunicação - INTERCOM*, Recife, Brasil, 2021, <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt8-ci/herivelton-regiani.pdf>.

BRAGA, José. Luiz. Circuitos de Comunicação. In: BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina; RABELO, Leon et al. **Matrizes interacionais**: a comunicação constrói a sociedade. Campina Grande: EDUEPB, 2017. P 43-64. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/59g2d>

CARLÓN, Mario. A modo de glosário. Cátedra Semiótica de Redes Universidad de Buenos Aires, 15 de mar. 2021. Disponível em: <https://semioticaderedes-carlon.com/2021/03/15/glosario/>. Acesso em 12 jul. 2021.

FAUSTO NETO, A. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma**, [s.l.], v. 6, n. 2, p.08-40, 7 jul.

2018. APESC - Associação Pró-Ensino em Santa Cruz do Sul.
<http://dx.doi.org/10.17058/rzm.v6i2.13004>

HEPP, Andreas; COULDRY, Niklas. **A construção mediada da realidade**. Tradução: Luzia Araújo. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2020.

LÖFGREN, Isabel, *Memes as means of public dissent and cultural resistance in the post-electoral period in Brazil*, Urgent Publishing, Institute of Network Cultures, Arnhem, Holland, 19 May 2019. <https://vimeo.com/345459399>.

SHIFMAN, Limor. *Memes in Digital Culture*, The MIT Press, 2014.

PIRES, Breno. ‘O show de Jair – Como o PT enfrentou a milícia digital bolsonarista’, *Revista Piauí* Vol. 195, (Dezembro 2022), pp. 24-28.

VAN DIJCK, J; POELL, T.; DE WAAL, M. **The Platform Society**. Public Values in a Connective World. Nova York: Oxford University Press 2018.

VERON, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: EdUnisinos, 2004.

VERÓN, Eliseo. **La semiosis social**. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona: Gedisa, 1996.

_____. **La Semiosis Social 2: Ideas, momentos, interpretantes**. 1ª Ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2013